



CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA



1. COMPETENCIAS DE LA SECCIÓN

1.1 Competencias de la sección

El Consejo Audiovisual de Andalucía es la autoridad reguladora, institucional e independiente, encargada de velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios de la población ante el impacto de los contenidos de los medios audiovisuales en Andalucía, cumpliendo y haciendo cumplir la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad.

La Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA), así lo establece, modificada en algunos aspectos por la Ley Audiovisual de Andalucía, Ley 10/2018, de 9 de octubre (ésta fue la primera modificación, posteriormente se promulgaron dos modificaciones más).

El CAA ejerce sus funciones frente a los contenidos emitidos por cualquier tipo de medio audiovisual, independientemente de su forma de emisión o tecnología empleada, sea como órgano regulador, mediador, sancionador o intermediario con certificado institucional ante el regulador estatal, otros reguladores europeos y las distintas instituciones.

Entre las obligaciones legales del CAA destacan las de:

- Salvaguardar los derechos de los menores, jóvenes, tercera edad, personas con discapacidad, inmigrantes y otros colectivos necesitados de una mayor protección.
- Promover y vigilar el adecuado tratamiento de la violencia de género en los medios y el cumplimiento de la igualdad en sus emisiones.
- Sancionar el incumplimiento de los medios audiovisuales en materia de publicidad.
- Recibir peticiones, sugerencias y quejas formuladas por la ciudadanía y entidades representativas.

Por otra parte, también tiene asignadas funciones de:

- Radiografiar hábitos y usos sociales para detectar los beneficios y los perjuicios que la programación de los medios producen en los ciudadanos.
- Promover la formación en valores en los mensajes del entorno audiovisual, así como una adecuada programación formativa en lo posible y transversal en los contenidos de los medios, sobre todo para audiencias infantiles y juveniles.
- Asesorar al Parlamento de Andalucía, al Consejo de Gobierno y a las Corporaciones Locales en materia audiovisual.
- Promover la elaboración de códigos deontológicos y la adopción de normas de autorregulación.
- Informar proyectos normativos y reglamentarios, así como determinados aspectos relativos al procedimiento de adjudicación de concesiones en materia audiovisual, y sus renovaciones y transferencia de titularidad.
- Garantizar el cumplimiento de las funciones de servicio público asignadas a los medios de comunicación audiovisual.
- Verificar el cumplimiento de las obligaciones de emisión y financiación anticipada de obra europea por parte de los prestadores del servicio de comunicación televisiva de cobertura autonómica.
- Realizar el control externo del cumplimiento del Código de Conducta Comercial de la RTVA y sociedades filiales.
- Ejercer labores de mediación.

1.2 Estructura de la sección

La estructura del Consejo Audiovisual de Andalucía, además de en su propio reglamento, viene recogida en la ya mencionada ley de creación (Ley 1/2004 modificada por la Ley 2/2019).

El CAA está integrado por:

- Consejeros, nueve miembros elegidos por el Parlamento y nombrados por el Consejo de Gobierno.
- Presidencia, propuesta por el Pleno del Consejo y nombrada por el Consejo de Gobierno.
- Secretaría General, propuesta por la Presidencia del CAA y nombrada por el Consejo de Gobierno (con voz pero sin voto).



Las cuestiones de gobierno del Consejo Audiovisual de Andalucía se dirimen en el Pleno, formado por la Presidencia (con voto de calidad) y los Consejeros, asistido por la Secretaría General. La dinámica de funcionamiento del órgano se estructura en comisiones periódicas (permanentes y/o temporales), previas a los plenos, que alimentan con su trabajo el orden del día de los mismos. Tras la renovación del Consejo en 2022, se aprobó la creación de tres comisiones permanentes: "Contenidos", "Pluralismo, Regulación y Mediación" y "Acción Social".

2. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA SECCIÓN

El pasado año informamos los presupuestos con la redirección de los esfuerzos de este órgano en ese sentido, manteniendo en paralelo su actividad habitual anterior, en línea con lo que ya están haciendo autoridades institucionales del audiovisual de referencia en Europa como el ARCOM francés. Y en ello estamos ya de manera proactiva (otra Jornada anual en el Parlamento el pasado 14 de mayo con singular proyección, informes sobre aplicaciones de deepnude que desnudan chicas con IA, cambio en el contrato de captura y catalogación de imagen y audio a través de IP y usando herramientas de IA, etc.). Y sobre ello se ha hablado y de algunas de las actividades e informes del CAA a lo largo de 2024 en la última reunión de reguladores institucionales europeos en Rotterdam, durante la primera semana de junio.

Ya estamos instalados no sólo en la idea, sino en la práctica, de que la alfabetización mediática como vacuna educativa para nuestros hijos y nietos está en la columna estratégica de actuación de este CAA.

No siempre resulta fácil actuar contra el riesgo de obsolescencia que la velocidad frenética de los cambios tecnológicos acrecienta en órganos como éste, enfrentar con éxito el reto de mantenerse en primera línea para regular el vertiginoso contexto mediático digital. Pero precisamente ese riesgo es el que mantiene vigente la necesidad de los reguladores institucionales del Audiovisual existan y se conviertan en protagonistas por los derechos de la ciudadanía ante los abusos mediáticos que la revolución tecnológica favorece como nunca antes. En ese intento estamos y es lo que pretende soportar esta propuesta de presupuesto, que pretende ser ajustada y responsable y elaborada con el máximo respeto al dinero público.

3. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LA SECCIÓN

OE.1 Velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios

El Estatuto de Autonomía para Andalucía define en su artículo 131 al Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) como la autoridad audiovisual independiente encargada de velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en los medios audiovisuales, tanto públicos como privados, en Andalucía, así como por el cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad. Además, destaca que velará especialmente por la protección de la juventud y la infancia en relación con el contenido de la programación.

La actuación del CAA viene determinada, además de por el Estatuto de Autonomía de Andalucía, por la Ley 1/2004 de 17 de diciembre de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía, modificada por el Decreto-ley 2/2020, de 9 de marzo, de mejora y simplificación de la regulación para el fomento de la actividad productiva de Andalucía; por la Ley 10/2018 de 9 de octubre, audiovisual de Andalucía y, más recientemente, por la Ley 13/2022 de 7 de julio General de Comunicación Audiovisual, así como por el diagnóstico de la realidad social en que la normativa le encuadra sus funciones.



Una de las piedras angulares en la que se sustenta el funcionamiento del CAA -así lo ha sido desde su creación- es la protección de los colectivos más desfavorables de los contenidos que se puedan emitir a través de los prestadores del audiovisual, ya sean los tradicionales de servicios en línea como los hoy omnipresentes que tiene su epicentro en el entorno digital. Los menores, adolescentes, los mayores, las personas con alguna discapacidad tienen en el CAA un órgano institucional que les ampara y los defiende de las emisiones de contenidos potencialmente dañinos para su desarrollo físico, moral o intelectual. Frente a la mayor facilidad de control que permiten los medios tradicionales, principalmente mediante mecanismos para calificar estos contenidos en función de la edad y los sistemas de control parental, los ofrecidos por internet escapan en buena medida a la regulación audiovisual existente hasta la fecha y, por ende, a dicha fiscalización.

4. ESTRUCTURA ECONÓMICA DEL GASTO

4.1 Breve explicación de la estructura del gasto

El objeto de la sección presupuestaria consiste en la dotación de medios económicos-presupuestarios necesarios y suficientes en el marco del Presupuesto de la Junta de Andalucía para garantizar el desempeño de las funciones que la ley atribuye al CAA tal como establece el artículo 17.1 de la Ley 4/2004 de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía.

Para el cumplimiento de sus funciones y objetivos, el CAA cuenta con unos recursos presupuestarios que se recogen en la -Sección 06.00- y un único programa presupuestario "11H Autoridad y Asesoramiento Audiovisual de la Comunidad Autónoma".

Por la naturaleza de las competencias del CAA, el gasto corriente es el principal componente del estado de gastos de su Presupuesto, siendo de esta gran rúbrica el gasto del personal el capítulo más importante en términos absolutos y relativos. El gasto en Operaciones de Capital representa el resto del presupuesto y se concentra en su totalidad en el concepto Inversiones Reales (Capítulo VI).

Capítulos	2025	%
1 GASTOS DE PERSONAL	3.160.658	68,4
2 GTOS.CORRIENTES BIENES Y SERV.	1.009.763	21,9
3 GASTOS FINANCIEROS		
4 TRANSFERENCIAS CORRIENTES		
5 FONDO DE CONTINGENCIA Y OTROS FONDOS		
Operaciones Corrientes	4.170.421	90,3
6 INVERSIONES REALES	448.278	9,7
7 TRANSFERENCIAS DE CAPITAL		
Operaciones de Capital	448.278	9,7
OPERACIONES NO FINANCIERAS	4.618.699	100,0
8 ACTIVOS FINANCIEROS		
9 PASIVOS FINANCIEROS		
OPERACIONES FINANCIERAS		
TOTAL	4.618.699	100,0



4.2 Resumen de las partidas cuantitativamente más importantes

En una perspectiva dinámica, el estado de gastos del Presupuesto del CAA para 2025 registra valores a nivel general algo superior a los de los ejercicios precedentes en todas sus rúbricas al objeto de afrontar los nuevos retos que el Consejo se plantea en este nuevo mandato. Analizando con mayor detalle la evolución del presupuesto a nivel de partidas y Capítulos de la Sección Presupuestaria, observamos que el capítulo II se mantiene en el mismo nivel y cuantía relativa que los créditos iniciales de 2024. En relación con el capítulo VI registran decrementos debido al traspaso a la Agencia Digital de Andalucía (ADA) de los servicios de soporte y administración de los sistemas de información lo que ha provocado una redistribución de los créditos.

De igual modo a lo anterior el Capítulo de Gasto que experimenta un crecimiento más significativo es el de Gastos de Personal, el cual es el responsable en gran parte del aumento global del Presupuesto del CAA para 2025, sobre todos para el incremento retributivos en altos cargos.

El Presupuesto de CAA solo cuenta con tres Capítulos de Gasto (I, II y VI) dos de gasto corriente y uno de inversiones reales (VI). En línea con los ejercicios precedentes la mayor partida de gasto la constituye el Capítulo I (Gastos de Personal) que representa más de la mitad del Presupuesto del Consejo, casi dos terceras partes del mismo. La agrupación de gastos corrientes (Capítulo II) representa la segunda magnitud en envergadura aunque esta supone menos un tercio de los Gastos de Personal. Por último el apartado de Inversiones Reales (Capítulo VI) mantiene dotaciones específicas por razones de control de contenido audiovisual y los contratos para la captación de imágenes y contenidos audiovisuales, y ya no recogen otros servicios tecnológicos que han sido traspasados a la ADA.

5. PRINCIPALES NOVEDADES RESPECTO AL PRESUPUESTO VIGENTE

La previsión actual para el ejercicio 2025 se basa, por tanto, en lo ya reflejado anteriormente en esta memoria, tanto en la actividad estructural del funcionamiento del órgano como en los retos de nuestro nuevo tiempo de nativos digitales. Reforzar la presencia del CAA en la sociedad y su promoción en los medios (tv, radio, prensa, redes, etc) es más necesario que nunca para dar a conocer su trabajo y advertir de sus resultados en defensa propia de la sociedad a la que va dirigido. Conseguir una presencia razonable del CAA y su trabajo en ese aspecto, nos ayudará a evitar que esos nativos digitales que caracterizan nuestra sociedad actual no terminen convertidos en cautivos digitales.

Para ello, no se prevé una gran repercusión sobre la actual estructura presupuestaria, aunque sí algunos aportes razonables y necesarios para:

- Nuevos sistemas que eviten la obsolescencia tecnológica del CAA en materia de captación de imágenes y control de contenidos audiovisuales, si bien ya no se recogen dotaciones para los servicios de gestión de licencias, soporte a puestos y a usuarios, infraestructura de Sistemas e infraestructura de puestos de trabajo que pasan a prestarse desde la ADA. Esas acciones externas deberán tener la forma también de reuniones, cursos, conferencias, encuentros, iniciativas mediáticas con personajes de relevancia dirigidas por el CAA, etc.
- Un esfuerzo razonable en Información, Divulgación y Promoción del órgano y su trabajo.
- Una mejor adaptación progresiva de la utilidad institucional del órgano a la WEB y de sus actuales retos, acondicionando su propia página e impulsando sus redes.

6. COMENTARIOS A LA ESTRUCTURA FUNCIONAL DEL GASTO

Para el cumplimiento de sus funciones y objetivos, el CAA cuenta con unos recursos presupuestarios que se recogen en la -Sección 06.00- y un único programa presupuestario "11H Autoridad y Asesoramiento Audiovisual de la Comunidad Autónoma".



Programa		2025	%
11H	AUTORIDAD Y ASESORAMIENTO AUDIOVISUAL DE LA CAA	4.618.699	100,0
TOTAL		4.618.699	100,0

PROGRAMA 11H- AUTORIDAD Y ASESORAMIENTO AUDIOVISUAL DE LA CAA

6.1 Diagnóstico de la situación que justifica la intervención pública

El CAA seguirá, por tanto, en 2025 siendo fiel al espíritu de su ley de creación y seguirá tomando las medidas necesarias para la protección de estos colectivos. La jornada que anualmente organiza en sede parlamentaria será, a buen seguro, un argumento para ahondar en esta línea, pues está en juego ni más ni menos que la protección de este colectivo en el sentido que se consagra en el artículo 39 de la Constitución Española.

El Consejo cumple con una recomendación de la Comisión Europea que considera la formación digital y en comunicación audiovisual un reto de la sociedad europea. Asimismo, tanto la Ley Audiovisual de Andalucía de 2018, como la más reciente Ley General de Comunicación Audiovisual de julio de 2022, señalan a las autoridades reguladoras del audiovisual como una de las instituciones públicas encargadas de fomentar la alfabetización mediática entre la población de todas las edades.

Para dar cumplimiento a este mandato, el CAA lleva organizando desde 2015 los premios andaluces "El Audiovisual en la Escuela", que han cumplido en 2024 diez ediciones y que se ha posicionado como una iniciativa de alfabetización mediática de referencia en la comunidad escolar de Andalucía. Por tanto, para 2025 el CAA tiene una nueva cita con los escolares para ofrecerles una nueva edición y que sigan desarrollando una capacidad crítica de los más jóvenes ante los mensajes y la publicidad a la que se exponen, a través de los contenidos audiovisuales que consumen.

En estos últimos años el CAA viene desarrollando distintas acciones, talleres, recomendaciones y acuerdos con entidades, que ayudan a alcanzar estas habilidades. Estas acciones suman más de 25 ejemplos de buenas prácticas que han sido presentadas ante la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). Y en esa línea seguirá el CAA en 2025 con la puesta en marcha de la cuarta edición del taller Mayores con Wifi, en colaboración con las 10 universidades públicas de Andalucía. El curso pretende ayudar a realizar tareas cotidianas en diferentes ámbitos de la vida diaria (salud, entretenimiento, trámites bancarios o administrativos, comunicación virtual, etc.) y también a saber cómo utilizar las herramientas digitales de forma segura. De esta manera, podrán mantener su independencia en las actividades diarias necesarias para su día a día. Acciones tan sencillas como crearse una cuenta de correo electrónico o pedir cita médica on-line se enseñan en este taller. Otro aspecto destacable es mostrarles cómo desarrollar un sentido crítico ante los mensajes que se reciben a través de las redes sociales y de Internet, en general, alertando de que no todo lo que aparece publicado en la red debe ser considerado como información veraz.

Además, el CAA busca sinergias, para trabajar en colaboración con otras entidades como las universidades, con quienes ha organizado los foros de participación y debate para los estudiantes universitarios "Andalucía Influye" por una Influencia responsable, cuyo objetivo es concienciar a los jóvenes del uso responsable de las redes sociales y crear contenidos digitales que contengan valores éticos y respetuosos, con idea de generar entre todos un ecosistema digital más sostenible. Ya en marcha una nueva edición para 2025 que incidirá de nuevo en el uso responsable de las Rdes Sociales y analizará y debatirá sobre los contenidos a los que acceden los jóvenes.

Por otro lado el CAA vigila el cumplimiento de la función de servicio público de las televisiones públicas. Para dar una respuesta más operativa a dicho seguimiento, el CAA abordará la elaboración de procedimientos de control a los prestadores públicos autonómicos y locales en base a los requisitos establecidos en la legislación aplicable.

Con relación al derecho de acceso y sus posibilidades de desarrollo, el CAA debe establecer unas



recomendaciones a los medios públicos andaluces sobre este principio constitucional que aún no ha sido suficientemente desarrollado.

En cuanto a colectivos más vulnerables, el CAA analiza y evalúa el grado de cumplimiento de las medidas de accesibilidad de los prestadores andaluces, en base a la legislación audiovisual vigente y la instrucción sobre la accesibilidad a los contenidos emitidos por las televisiones andaluzas para las personas con discapacidad sensorial.

Respecto a la defensa de la igualdad y en particular en cuanto a estereotipos de género, tras los diferentes estudios elaborados en materia de igualdad, es necesario avanzar en el análisis de la imagen que ofrecen los medios de las mujeres y los hombres. Por ello, el CAA ha impulsado la creación de un grupo de trabajo en la Plataforma de Reguladoras del Sector Audiovisual de Iberoamérica (PRAI) con el objetivo de consensuar unos criterios que permitan identificar y, en su caso, actuar de forma efectiva cuando un determinado programa o publicidad emitida por radio o televisión incluya contenidos discriminatorios hacia las mujeres.

Asimismo en cuanto al tiempo de palabra de hombres y mujeres en los informativos de las TV públicas andaluzas, el informe que elabora anualmente el Consejo para evaluar a las televisiones públicas en función del grado de equilibrio conseguido entre sexos en sus informativos constata que, es necesario insistir a los prestadores la necesidad de combatir esta situación y propiciar un diálogo con el sector sobre su papel como motor de cambio de la sociedad.

La prevención y erradicación de la violencia de género es un objetivo compartido por toda la sociedad, en el que están especialmente implicados los medios de comunicación. Pese al alto grado de concienciación y sensibilización que tienen los medios hacia el problema de la violencia de género, la mayor parte carecen de códigos o normas de autorregulación específicas, tal como prevé la legislación. Por ello, el CAA analizará el tratamiento informativo dado por los medios de su competencia a esta lacra social.

El CAA considera importante evaluar la presencia y características de los contenidos culturales en las televisiones públicas de Andalucía, con el objetivo de conocer el impacto de la programación cultural en la ciudadanía andaluza, analizar el comportamiento de los prestadores autonómicos y locales en el ámbito de la producción cultural y conocer las expectativas y demandas ciudadanas de este tipo de contenidos.

El Consejo tiene entre sus funciones velar porque la actividad de los operadores del sector contribuya a reforzar la identidad del pueblo andaluz, su diversidad cultural y su cohesión social, económica y territorial, además de fomentar la defensa y promoción de las singularidades locales, así como del pluralismo de las tradiciones propias de los pueblos andaluces.

Otra de las funciones del CAA es la de propiciar que el espacio audiovisual andaluz favorezca la capacidad emprendedora de los andaluces para lograr una comunidad socialmente avanzada, justa y solidaria, que promueva el desarrollo y la innovación de la industria audiovisual. En este sentido, la institución en base a la normativa aplicable, vigilará que los prestadores públicos cumplan con su obligación de contribuir anualmente a la financiación anticipada de la producción europea y producción propia que refleje la diversidad cultural y lingüística de la ciudadanía.

En lo que respecta a la conexión con la sociedad, a través de la Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA) la ciudadanía puede trasladar al CAA peticiones, sugerencias y quejas sobre los contenidos de la programación y la publicidad que emiten las emisoras de radio y las televisiones locales y autonómicas andaluzas, manteniendo así una relación constante y fluida con los distintos sectores de la sociedad andaluza. Dar a conocer la existencia de la ODA y las posibilidades que ofrece al ciudadano andaluz es una tarea que ha tomado fuerza durante el trienio precedente y se mantendrá durante el próximo año 2025.

Asimismo, para un buen desarrollo de las funciones del CAA es esencial una comunicación fluida con la ciudadanía, para ello es necesario conocer los estados de opinión y las expectativas de la población andaluza respecto a los medios audiovisuales, así como el nivel de conocimiento y atribuciones respecto al Consejo Audiovisual de Andalucía. Este conocimiento se alcanza con la elaboración del Barómetro Audiovisual de



Andalucía que ofrece información útil y relevante, no sólo para el CAA, sino para todos los agentes e instituciones implicados en este sector. De cara al 2025 ya se trabaja en nuevos grupos de preguntas que acerquen de la forma más realista posible porque el objetivo es que el Barómetro Andaluz del Audiovisual siga siendo un espejo útil a los andaluces, y a quienes trabajan con la Comunicación y sus efectos económicos y sociales, tanto por la información que nos ofrece como, incluso, por las dudas que nos plantea y nos llevan a la reflexión.

En este contexto el CAA intensificará sus encuentros con la sociedad civil, consumidores, usuarios y otras asociaciones, con el objetivo de darles a conocer las actividades que desarrolla el Consejo y recoger las preocupaciones y sugerencias que puedan tener con relación al sistema audiovisual andaluz y facilitará canales de participación ciudadana en su web y en las redes sociales.

Tanto la Ley General de la Comunicación Audiovisual como la Ley Audiovisual de Andalucía contemplan los servicios de comunicación audiovisual comunitarios al afirmar que todas las personas tienen el derecho a que la comunicación audiovisual se preste a través de una pluralidad de medios, tanto públicos, comerciales como comunitarios que reflejen el pluralismo ideológico, político y cultural de la sociedad. Estos medios, todos sin ánimo de lucro, tienen como objetivo atender las necesidades sociales, culturales y de comunicación específicas de comunidades y grupos sociales, así como para fomentar la participación ciudadana y la vertebración del tejido asociativo. Desde el CAA se considera adecuado el impulso de acciones que permitan una mayor presencia de los medios comunitarios en radio y televisión.

Por otro lado esas leyes establecen que todas las personas tienen el derecho a que la comunicación audiovisual refleje el pluralismo ideológico, político y cultural de la sociedad. En este sentido el CAA elabora anualmente un informe de pluralismo político en los informativos de las televisiones públicas de Andalucía.

Asimismo, la emisión de contenidos audiovisuales que incluyan escenas de pornografía, maltrato, violencia de género o violencia gratuita, anuncios de productos adelgazantes, espacios que fomenten actitudes sexistas, el maltrato animal, etc., está prohibida en el horario de protección de menores, según la Ley General de Comunicación Audiovisual y la Ley Audiovisual de Andalucía

La Ley General de la Comunicación Audiovisual también establece que todos los ciudadanos tienen derecho a conocer la identidad del prestador del servicio de comunicación audiovisual y las empresas que forman parte de su grupo y su accionariado, así como la programación televisiva con una antelación suficiente. Por su parte, la Ley Audiovisual de Andalucía reconoce en su artículo 13 el derecho a conocer tanto los contenidos como los horarios de emisión con anticipación y determina que será el CAA quien haga efectiva esta potestad. Los prestadores de servicios de televisión sujetos al ámbito de actuación del Consejo deberán hacer pública su programación con una antelación mínima de tres días, y la información deberá ser accesible a las personas con discapacidad. Ésta es una de las disposiciones recogidas en la 'Instrucción sobre el derecho a la información de las personas usuarias respecto de los contenidos y los prestadores audiovisuales', aprobada en 2020 por el Pleno de CAA.

También la publicidad institucional es una modalidad de publicidad al servicio de las Administraciones públicas que utiliza las técnicas de la publicidad comercial para difundir sus mensajes. Esta actividad publicitaria debe desarrollarse de acuerdo con los principios de igualdad, objetividad, veracidad e imparcialidad. El CAA ya ha actuado requiriendo el cese de diversas modalidades de publicidad institucional en prestadores públicos andaluces.

En el marco de las competencias asumidas por el CAA, se llevan a cabo actuaciones sobre asuntos que en ocasiones son competencia de otras administraciones u organismos. Por ejemplo, las quejas recibidas en la Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA) relativas a prestadores audiovisuales nacionales se canalizan a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). Lo mismo ocurre con otras cuestiones cuya competencia reside en la Dirección General de Comunicación Social (DGCS) u otros organismos. En este marco de colaboración, el Consejo considera necesario la celebración de encuentros institucionales y reuniones técnicas con todos los organismos relacionados con el objetivo de mejorar la eficacia de estas actuaciones conjuntas. EL CAA considera de especial relevancia su presencia en foros de discusión y redes de intercambio de información sobre cuestiones comunes de reglamentación europea, mediterránea e iberoamericana entre las instancias de



regulación del sector audiovisual.

Desde el año 2010, el CAA elabora un informe de catalogación de los contenidos emitidos por una selección de los operadores de TDT que emiten en la comunidad autónoma. Esta catalogación supone una importante fuente de información y sirve de base para diversas actuaciones del Consejo. Por este motivo el CAA considera conveniente continuar y avanzar en estos informes de catalogación para el conocimiento de la realidad de los contenidos de la televisión local en Andalucía.

La intervención pública del CAA está justificada tanto por el diagnóstico antes expuesto como por el mandato legal que supone la de creación, Ley 1/2004, de 17 de diciembre, que asigna al CAA, entre otras, funciones de:

- Vigilancia del cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad, y con un especial énfasis en relación a la infancia, juventud, personas con discapacidad, tercera edad, violencia de género y promoción de la igualdad de género.
- Promocionar, fomentar e incentivar cuestiones como la igualdad de género, la capacidad emprendedora de los andaluces, las identidades locales y los programas audiovisuales de formación destinados a los ámbitos infantil, juvenil, laboral y otros de especial incidencia.
- Atender las peticiones, sugerencias y quejas formuladas por los interesados sobre los contenidos de la programación y la publicidad que emiten las emisoras de radio y las televisiones locales y autonómicas andaluzas, manteniendo una relación constante y fluida con los distintos sectores de la sociedad andaluza.

Durante 2025 el CAA cumplirá 20 años de funcionamiento, desde que en octubre de 2005 se eligiera a su primer presidente. Mucho ha cambiado -y seguirá cambiando- el escenario de los medios de comunicación en relación con el que existía cuando se aprobó en diciembre de 2004 la creación del Consejo Audiovisual. La exposición de las personas a las Redes Sociales, la incipiente aparición de la Inteligencia Artificial, los nuevos actores digitales, las nuevas formas de comunicación y de informarse, entre otros, son los retos a los que tendrá que dar respuesta el CAA desde sus funciones, si bien algunas de ellas deberán ser reinterpretadas en este nuevo contexto digital sin olvidar, por supuesto, que los colectivos que necesitan de especial protección seguirán siendo la piedra angular de su funcionamiento.

6.2 Objetivos estratégicos, operativos y actuaciones del programa

OE.1 Velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios

OO.1.1 Eliminar los contenidos audiovisuales que puedan colisionar con los derechos de los colectivos necesitados de mayor protección

Eliminar los contenidos de programación y emisiones publicitarias que puedan colisionar con los derechos de los menores, jóvenes, tercera edad, personas con discapacidad, inmigrantes y otros colectivos necesitados de una mayor protección, así como eliminar los supuestos de publicidad ilícita o irregular.

ACT.1.1.1 Análisis de los contenidos de las emisiones de los operadores audiovisuales en Andalucía

Realizar el análisis de los contenidos de las emisiones de los operadores audiovisuales en Andalucía en relación a los derechos de los colectivos necesitados de mayor protección.

ACT.1.1.2 Atención a las quejas presentadas en la Oficina de Defensa de la Audiencia

Tramitación y resolución de las quejas presentadas en la Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA),



herramienta de la que dispone el Consejo para dar voz a la audiencia y atender y responder las quejas, sugerencias y peticiones trasladadas por la ciudadanía sobre los contenidos de programación, publicidad y teletexto que emiten radios y televisiones locales y autonómicas andaluzas. .

OO.1.2 Favorecer la igualdad de género en las programaciones y publicidad, y garantizar la accesibilidad a personas con discapacidad

Favorecer la igualdad de género y la existencia de comportamientos no sexistas en el conjunto de las programaciones que se ofrecen en Andalucía y la publicidad que se emita, así como garantizar la accesibilidad audiovisual a las personas con discapacidad auditiva o visual.

ACT.1.2.1 Elaboración de un Informe sobre la presencia de la mujer en los medios

Elaboración de un informe cuantitativo sobre el tiempo de palabra de hombres y mujeres en los informativos de las TV públicas andaluzas.

ACT.1.2.2 Elaboración de un Informe sobre el tratamiento de la violencia de género en los medios

Elaboración de un informe cuantitativo sobre el tratamiento informativo de la violencia de género en los medios audiovisuales.

ACT.1.2.3 Realización de informe sobre accesibilidad a los contenidos audiovisuales

Realización de informe sobre accesibilidad a los contenidos audiovisuales de las personas con discapacidad auditiva o/y visual.

OO.1.3 Vigilar el cumplimiento del pluralismo político, la emisión de obras europeas y mejorar el conocimiento del sector audiovisual

Verificar el grado de cumplimiento del pluralismo político y de servicio público de los medios audiovisuales públicos que operan en Andalucía, así como controlar las obligaciones de emisión y financiación de obras europeas, y mejorar el conocimiento y desarrollo del sector audiovisual andaluz.

ACT.1.3.1 Participación en foros y plataformas de decisión internacionales

Participación en foros y plataformas internacionales de decisión como la European Platform of Regulatory Authorities (EPRA), la Mediterranean Network of Regulatory Authorities (RIRM) y otras consideradas de especial interés.

ACT.1.3.2 Elaboración de un Informe sobre el control de la emisión y financiación de obras audiovisuales europeas y propias

Elaboración del informe de cumplimiento de la obligación de promoción y financiación de obras audiovisuales europeas, por parte de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva de ámbito autonómico, de acuerdo con el Capítulo III del Título IV de la Ley 13/2022, de 7 de Julio, General de Comunicación Audiovisual.



ACT.1.3.3 Elaboración del Barómetro Audiovisual de Andalucía

El objetivo del Barómetro Audiovisual de Andalucía (BAA) es analizar las expectativas y los estados de opinión de la población andaluza respecto a los medios y al propio Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA). El BAA se concibe como una radiografía general de la sociedad andaluza ante los medios audiovisuales, que aspira a convertirse en una fuente principal de datos para el CAA.

ACT.1.3.4 Dinamización y fomento del Sector Audiovisual Andaluz

Mantenimiento de contactos institucionales con el sector audiovisual y otros organismos reguladores y celebración de jornadas sectoriales .

ACT.1.3.5 Publicación anual de los Cuadernos Audiovisuales

Publicación de Cuadernos Audiovisuales, que recogen las intervenciones y debates desarrollados durante las jornadas monográficas que se celebrarán a lo largo del ejercicio.

ACT.1.3.6 Convocatoria de premios andaluces "El Audiovisual en la Escuela"

Convocatoria de los premios andaluces "El Audiovisual en la Escuela" destinados a la alfabetización mediática de la comunidad educativa.

ACT.1.3.7 Seguimiento del Código de Conducta Comercial de la RTVA

Elaboración de un informe anual de situación sobre seguimiento del Código de Conducta Comercial de la Radio Televisión Andaluza al ser un operador de titularidad pública.