



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

La autoridad audiovisual andaluza no solo responde a las quejas recibidas de personas físicas y jurídicas a través de la ODA (Oficina de Defensa de la Audiencia) y a las alertas detectadas de oficio como institución territorializada, sino que debe trabajar y ya trabaja de manera ejecutiva en red. No sólo lo hace, como socio de las organizaciones que reúnen a otros reguladores en Hispanoamérica y Europa (PRAI y EPRA, respectivamente), también forma parte ya del Grupo de Autoridades para la Supervisión de los Servicios de Comunicación en la estructura estatal en España. El GASSCA, tipificado en la Ley 13/22 General de Comunicación, se ha convertido en un soporte de actuación y músculo institucional y en la mejor vía de funcionamiento competencial, trabajando junto a la CNMC (Comisión Nacional del Mercado y la Competencia) cuando la tramitación de asuntos de riesgo sobre contenidos audiovisuales digitales por parte del CAA necesita continuidad jerárquica por parte del regulador estatal.

La mesa final de la Jornada anual del Consejo celebrada en mayo de 2025 supuso un antes y un después definitivo al respecto. En ella, para analizar cómo la Alfabetización Mediática puede ser vacuna contra la Desinformación y esperanza para el Periodismo, se sentaron los presidentes de los otros dos reguladores territoriales, el valenciano y el catalán, el vicepresidente de la CNMC y el actual presidente de los reguladores estatales de la UE junto al presidente del CAA.

Entre las actuaciones habituales y las novedosas sobre diversos ámbitos de actuación cabe citar las siguientes:

- Seminario de Investigadores. Investigaciones y Estudios del Audiovisual (SeminCAA), sumando publicación final en formato libro del encuentro presencial de los investigadores en la sede del Consejo.
- Corrección para ampliación evolutiva del Barómetro Audiovisual de Andalucía en el contexto digital cambiante.
- Mayores con Wifi. Ampliación de las clases de 90 a 120 minutos y adaptación del convenio con las diez universidades andaluzas.
- Audiovisual en la Escuela. Confirmación del convenio con Isla Mágica, lugar ideal para la celebración de la Gala final del concurso de trabajos recibidos desde los centros educativos de toda Andalucía, y como premio añadido a los alumnos premiados de toda Andalucía. Grabación y emisión de la Gala como programa de Canal Sur Más y como Incentivo añadido de Alfabetización Mediática.
- Mejora en el sistema de catalogación de datos y emisiones mediante aplicaciones basadas en IA, y la puesta en marcha de captación de señal audiovisual mediante Televisión por Protocolo de Internet (IPTV), lo que debería posibilitar una mayor cobertura de captación en las demarcaciones andaluzas.
- Red Andaluza de Entidades y Medios por la Alfabetización Audiovisual (RAEMAV). Organización del portal web de alojamiento y de la Red y la clasificación de sus contenidos en constante revisión, renovación y actualización.
- Organización y estructura para la puesta en marcha del Consejo de Participación Audiovisual de Andalucía que presidirá el CAA, regulado en el Título Vº del Decreto 90/2025, de 2 de abril, por el que se desarrolla la Ley 10 de 2018 de 9 de octubre Audiovisual de Andalucía.
- Garantizar la participación creciente del CAA, en esta nueva etapa, en los foros internacionales a los que está suscrito: la Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual de Iberoamérica (PRAI), la European Platform Regulatory Authorities (EPRA), la Mediterranean Network Regulatory Authorities (MNRA).
- Nuevas responsabilidades y actividades a nivel estatal derivadas de la reciente incorporación del CAA al GASSCA.
- Aplicación de herramienta IA a la lectura y análisis diacrónico de los informes pasados y nuevos de Pluralismo.
- Nueva publicación de una GUÍA sobre el Tratamiento Informativo de las Personas con Discapacidad en medios



audiovisuales y digitales.

-En 2026 habrá también más talleres, foros, encuentros con adolescentes y jóvenes, nuevos acuerdos con universidades como los recién acordados con las cátedras RTVE de Sevilla y de Granada a los doctores premiados en Comunicación Audiovisual. Se seguirán publicando los siguientes Cuadernos del Audiovisual en su nueva versión de revista científica y académica y, como novedad, comenzaremos con la edición y publicación de las nuevas Monografías CAA.

-Se continuará trabajando en la búsqueda de sinergias favorables y adecuadas que procuren el éxito de actividades anuales como nuestro foro Andalucía Influye, que un año más viajará a una provincia andaluza para reunir a influencers ante un público joven, para que muestren que existe una manera de emitir contenidos acreditados, entretenidos, responsables y honestos con éxito en las RRSS.

3. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LA SECCIÓN

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

Una de las piedras angulares sobre la que se sustenta el funcionamiento del CAA es la protección de los colectivos más desfavorecidos respecto de los contenidos que se puedan emitir a través de los prestadores del Audiovisual, ya sean los emitidos por los tradicionales prestadores lineales de televisión y radio, como los hoy emisores en el universo digital. Los menores, adolescentes y jóvenes (como hemos visto en el destacado estatutario) son la parte social más sensible que el CAA debe proteger de las emisiones de contenidos potencialmente dañinos para su desarrollo físico, moral e intelectual. También los mayores, las personas con discapacidad, etnias minoritarias, inmigrantes, etc. tienen en el CAA un órgano institucional de protección.

Afección en la igualdad de género

El Consejo, a través de sus informes sobre tratamiento informativo de los contenidos audiovisuales y la publicidad, favorece la existencia de comportamientos no sexistas en el conjunto de las programaciones que se ofrecen en Andalucía y la publicidad que se emite, en concreto, de la presencia y el tratamiento de la mujer en los informativos de las televisiones públicas andaluzas.

Afección en la violencia de género

Este organismo vela por el cumplimiento por parte de las radios y las televisiones bajo su competencia de los principios rectores recogidos en la Ley para la Promoción de la Igualdad de Género en Andalucía y la Ley de Medidas de Prevención y Protección contra la Violencia de Género, En concreto, presta especial atención al tratamiento informativo de la violencia de género en los medios audiovisuales.

Afección en la infancia y adolescencia

Entre los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios por los que el Consejo Audiovisual de Andalucía vela, se encuentran dentro de los colectivos de especial protección, los menores y adolescentes.

Afección en la familia

Especial relevancia en el diagnóstico de nuevos comportamientos audiovisuales, son los que se producen dentro del entorno familiar; siendo el Barómetro Audiovisual y las actividades de difusión desarrolladas por el Consejo herramientas fundamentales para mejorar el bienestar familiar.

4. ESTRUCTURA ECONÓMICA DEL GASTO

4.1 Breve explicación de la estructura 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".



Dado el carácter de autoridad del Consejo, el gasto principal es el corriente. En relación a éste, el gasto de personal comprende la valoración de la actual plantilla presupuestaria recientemente modificada. En cuanto al gasto del capítulo II, destacar los gastos de administración que se derivan de la gestión del edificio, de uso compartido con la Agencia Digital de Andalucía y del funcionamiento de la actividad del Consejo, donde destacan por su cuantía los servicios de catalogación de los contenidos audiovisuales. En cuanto a las inversiones se concentran en la financiación de los servicios de captación, grabación y archivo de contenidos audiovisuales, dado su carácter tecnológico.

Capítulos	2026	%
1 GASTOS DE PERSONAL	2.997.256	67,2
2 GTOS.CORRIENTES BIENES Y SERV.	1.017.579	22,8
3 GASTOS FINANCIEROS		
4 TRANSFERENCIAS CORRIENTES		
5 FONDO DE CONTINGENCIA Y OTROS FONDOS		
Operaciones Corrientes	4.014.835	90,0
6 INVERSIONES REALES	448.278	10,0
7 TRANSFERENCIAS DE CAPITAL		
Operaciones de Capital	448.278	10,0
OPERACIONES NO FINANCIERAS	4.463.113	100,0
8 ACTIVOS FINANCIEROS		
9 PASIVOS FINANCIEROS		
OPERACIONES FINANCIERAS		
TOTAL	4.463.113	100,0

4.2 Resumen de las partidas cuantitativamente más importantes

Con carácter general, puede considerarse el Presupuesto del CAA como de mantenimiento, presentando cifras muy similares respecto al año anterior y sin realizar propuestas de incremento dentro de una dinámica de contención del gasto.

A nivel de Capítulos y Partidas, los gastos de personal se mantienen a niveles similares a años anteriores, si bien su importancia relativa es algo menor, debido al efecto de la última modificación de la Relación de Puestos de Trabajo del Consejo. No obstante, sigue siendo con diferencia el gasto más importante de nuestro presupuesto, representando más de la mitad del mismo.

En relación al Capítulo II, se produce un leve crecimiento del gasto debido a la asunción por parte del Consejo de la gestión del edificio de uso compartido. Se han incrementado los gastos de los contratos de servicio de limpieza y seguridad, dado que las necesidades han aumentado con la incorporación del personal de la Agencia Digital de Andalucía. Igualmente se recogen los gastos fiscales del edificio, no recogidos en ejercicios anteriores. La partida más relevante de este capítulo sigue siendo la relativa a estudios y trabajos técnicos que se mantiene similar en términos relativos y la cual está dedicada a financiar el proceso de catalogación de contenidos audiovisuales como núcleo de la actividad del Consejo.

Por último, respecto al capítulo de Inversiones, una vez finalizado el proceso de traslado de los procesos tecnológicos a la Agencia Digital de Andalucía., solo recoge las dotaciones necesarias para llevar a cabo los servicios de captación de imágenes y contenidos audiovisuales; en este sentido esta partida supone una asignación de recursos algo inferior a la mitad de los recogidos para gastos corrientes del capítulo II.



5. PRINCIPALES NOVEDADES RESPECTO AL PRESUPUESTO VIGENTE

El presupuesto seguirá soportando el funcionamiento habitual del CAA, cuyo coste se mantiene de manera similar a la capacidad de acción de presupuestos anteriores, y sus obligaciones legales correspondientes. A ello hay que sumar las iniciativas novedosas que durante este 2025 se han puesto en marcha y las que se requieran en los próximos ejercicios presupuestarios -algunas ya descritas en el capítulo 2 que se suman a la estrategia actual del CAA-. Se trata de acometer el citado reto de renovar la musculatura funcional del CAA, evitando su riesgo de obsolescencia y aumentando su prestigio y eficacia, ante el cambiante contexto mediático digital y de IA.

Mantenerse en esa estrategia de funcionamiento y actuación, y avanzar en la misma, volverá a conllevar un mayor esfuerzo en información, divulgación y promoción del órgano y ese trabajo tendrá su coste. También habrá que invertir en seguir reconvirtiéndolo su sede en lugar de encuentro, con actos como firmas públicas con sinergias institucionales, universidades y tercer sector; como escenario de citas informativas y culturales; con presentaciones de publicaciones y desarrollo de actividades del propio Consejo.

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	2026	%
11H AUTORIDAD Y ASESORAMIENTO AUDIOVISUAL DE LA CAA	4.463.113	100,0
TOTAL	4.463.113	100,0

PROGRAMA 11H- AUTORIDAD Y ASESORAMIENTO AUDIOVISUAL DE LA CAA

6.1 Diagnóstico de la situación que justifica la intervención pública

Tras 20 años de funcionamiento, como hemos recordado que el órgano ha cumplido en 2025, en un contexto que difiere, y mucho, del contexto en que la autoridad audiovisual andaluza se creó, el mayor reto o situación que debemos contribuir a superar es mantener la utilidad del órgano y ganar en valor añadido. No sólo ante la sociedad andaluza y la del resto del territorio español e internacional, el funcionamiento y la estrategia actual del Consejo se posicionan con firmeza en el universo conectado. Mantener el valor diacrónico de sus informes a lo largo de estos veinte años y del resto de sus actuaciones, renovar las que sean necesarias y acometer con presencia institucional este enorme, ese reto es la clave que resume este diagnóstico.

Respecto al diagnóstico de la sociedad sobre la que el CAA debe ser útil y necesario en su adecuado y renovado funcionamiento, podemos trazar como muestra el siguiente panorama circunscrito al último Barómetro Audiovisual:

En cuanto a los hábitos de exposición, acceso y uso de los medios de Comunicación audiovisuales de Andalucía sobre las Audiencias de TV, Radio y Uso de Internet, obtenemos datos como estos:

-Más del 88% de la población andaluza ve televisión con una periodicidad diaria.

-El 87,3% hace uso de Internet.

Si analizamos el tiempo medio de exposición diario a Tv, Radio e Internet, comprobamos que la población andaluza dedica mayor tiempo a navegar por la WEB que por el resto de medios. En concreto, dedica a Internet 3,18 horas diarias. Sobre este dato, es muy relevante constatar que a medida que la población es más joven su



uso es claramente digital y viceversa.

Si nos fijamos en el uso de Internet que hacen los Menores, sector de la población que obligadamente debe proteger el CAA, obtenemos datos como estos:

- El 78,7% de los menores de 18 años uso habitualmente Internet.
- En Andalucía el 48,6% de los menores comienza a usar Internet antes de los ocho años.
- La mayoría de los menores se conecta a Internet una o dos veces al día.
- Un 18,9% están permanentemente conectados.
- El 24% de los menores de entre 13 y 17 años está conectado a Internet un tiempo superior a cinco horas al día.

Sobre la necesidad de la existencia del CAA como autoridad audiovisual en nuestro tiempo, el 34,1% opina que es bastante necesario regular los contenidos emitidos por los medios de comunicación. A este porcentaje se suma que el 30,9% lo cree muy necesario. Solamente el 0,6% lo considera nada necesario. Esta percepción de la población andaluza encuestada ha evolucionado favorablemente en los últimos años.

Los andaluces atribuyen la responsabilidad de vigilancia y protección de los menores frente a los contenidos audiovisuales a padres, madres y tutores legales en su gran mayoría. Sin embargo, casi la mitad de los andaluces creen que son las instituciones públicas las que deben regular estos contenidos. Sólo un 1,9% de la población considera que deben ser las propias cadenas y los protagonistas de la comunicación quienes deban autorregularse.

Casi dos tercios de la población andaluza se declara dispuesta a denunciar o reclamar algún hecho relacionado con los contenidos emitidos por los medios de comunicación y de la publicidad. Este dato justifica con creces nuestra constante inversión en la actualización de nuestra Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA).

Igualmente, el CAA diagnostica constantemente el tratamiento informativo de colectivos especialmente protegidos o sensibles. A ello se destinan los informes sobre la presencia de las personas con discapacidad en la publicidad, sobre la distribución del tiempo de palabra entre hombres y mujeres o sobre la accesibilidad a los contenidos audiovisuales y el que nos aporta el diagnóstico acerca del nivel de pluralismo en las televisiones públicas.

Conocer a la ciudadanía a la que el Consejo debe dar servicio es fundamental para este diagnóstico. Conocer los estados de opinión y las expectativas de la población andaluza respecto a los medios audiovisuales es absolutamente necesario para el Consejo. Este diagnóstico justifica la existencia y la insistencia de nuestro Barómetro Audiovisual de Andalucía (BAA), que ofrece información útil y relevante no sólo para el Consejo sino para todos los agentes e instituciones implicados en este sector y para la ciudadanía en general.

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.

Afección en la infancia y adolescencia

Afecta a los contenidos de programación y emisiones publicitarias que puedan colisionar con los derechos de los menores, jóvenes, colectivos necesitados de una mayor protección.

Afección en la familia



Las familias pueden dirigirse al Consejo a través de la Oficina de Defensa de la Audiencia, para comunicar aquellos contenidos que consideren inadecuados o ilegales

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.

Afección en la infancia y adolescencia

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, dentro de estos se encuentran menores y jóvenes.

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 televenta que emiten radios y televisiones locales y autonómicas andaluzas. .

Afección en la infancia y adolescencia

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 televenta que emiten radios y televisiones locales y autonómicas andaluzas, incluyendo aquellos que puedan afectar a la protección de los menores y adolescentes.

Afección en la familia

Herramienta que pueden utilizar las familias para poner en conocimiento del Consejo contenidos de programación, publicidad y televenta que consideren inadecuados o ilegales.

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.

Afección en la igualdad de género

El Consejo, a través de sus informes sobre tratamiento informativo de los contenidos audiovisuales y la publicidad, favorece la existencia de comportamientos no sexistas en el conjunto de las programaciones que se ofrecen en Andalucía y la publicidad que se emite, en concreto, de la presencia y el tratamiento de la mujer en los informativos de las televisiones públicas andaluzas.

Afección en la violencia de género

Este organismo vela por el cumplimiento por parte de las radios y las televisiones bajo su competencia de los principios rectores recogidos en la Ley para la Promoción de la Igualdad de Género en Andalucía y la Ley de Medidas de Prevención y Protección contra la Violencia de Género, En concreto, presta especial atención al tratamiento informativo de la violencia de género en los medios audiovisuales.

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.

Afección en la igualdad de género

El Consejo, a través de sus informes sobre tratamiento informativo de los contenidos audiovisuales y la publicidad, favorece la existencia de comportamientos no sexistas en el conjunto de las programaciones que se ofrecen en Andalucía y la publicidad que se emite, en concreto, de la presencia y el tratamiento de la mujer en los informativos de las televisiones 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.

Afección en la igualdad de género

El Consejo, a través de sus informes sobre tratamiento informativo de los contenidos audiovisuales y la publicidad, favorece la existencia de comportamientos no sexistas en el conjunto de las programaciones que se ofrecen en Andalucía y la publicidad que se emite, en concreto, de la presencia y el tratamiento de la mujer en los informativos de las televisiones públicas andaluzas.

Afección en la violencia de género

Este organismo vela por el cumplimiento por parte de las radios y las televisiones bajo su competencia de los principios rectores recogidos en la Ley para la Promoción de la Igualdad de Género en Andalucía y la Ley de Medidas de Prevención y Protección contra la Violencia de Género, En concreto, presta especial atención al 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.

Afección en la infancia y adolescencia

Verificar el grado de cumplimiento de servicio público de los medios audiovisuales que operan en Andalucía, y mejorar el conocimiento y desarrollo del sector audiovisual andaluz, en concreto estableciendo el diagnóstico del comportamiento de los menores y adolescentes y fomentando un espíritu crítico en el uso de las nuevas tecnologías y los medios audiovisuales.

Afección en la familia

Se aportan a las familias herramientas para la problemática del uso de nuevas formas de contenidos audiovisuales, como el diagnóstico y efectos que produce en sus hijos.

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.

Afección en la infancia y adolescencia

El Barómetro Audiovisual de Andalucía, nos aporta un diagnóstico de los comportamientos audiovisuales, que se están desarrollando por los menores y adolescentes.

Afección en la familia

El Barómetro Audiovisual de Andalucía, nos aporta un diagnóstico de los comportamientos audiovisuales, que se desarrollan en las familias andaluzas

ACT.1.3.4 Dinamización y fomento del Sector Audiovisual Andaluz

Mantenimiento de contactos institucionales con el sector audiovisual y otros organismos reguladores y celebracion 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.

Afección en la infancia y adolescencia

Los premios andaluces "El Audiovisual en la Escuela" se consideran una herramienta de alfabetización mediática en 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.