



CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCIA



1. COMPETENCIAS DE LA SECCIÓN

1.1 Competencias de la sección

La ley 1/2004, de 17 de Diciembre, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA), establece la naturaleza, ámbito y principios de actuación así como sus funciones, modificada en algunos aspectos por la Ley Audiovisual de Andalucía, ley 10/2018, de 9 de octubre.

Con arreglo a estas normas, se configura como autoridad audiovisual independiente, con plena capacidad y autonomía orgánica y funcional para el ejercicio de sus funciones; encargada de velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en el ámbito de los medios audiovisuales en Andalucía, y por el cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad.

Ejerce sus funciones en el ámbito de los medios de comunicación audiovisual de radiodifusión sonora, televisión y cualquier otro sistema de transmisión de sonido o imagen independientemente de su forma de emisión o tecnología empleada, tanto de los gestionados directamente por la Administración de la Junta de Andalucía, como de los gestionados en virtud de cualquier título habilitante otorgado por la misma. También ejerce sus funciones en relación con aquellos otros medios que realicen emisiones específicas para Andalucía respecto de las mismas.

En relación a los contenidos de la programación y a las emisiones publicitarias, el CAA tiene asignada, de forma expresa, las funciones de:

- * Salvaguardar los derechos de los menores, jóvenes, tercera edad, personas con discapacidad, inmigrantes y otros colectivos necesitados de una mayor protección;
- * Promover la igualdad de género a través de la promoción de actividades, modelos sociales y comportamientos no sexistas,
- * Adoptar medidas a fin de que los medios audiovisuales traten y reflejen la violencia de género en toda su complejidad.
- * Vigilancia del cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual de la publicidad.
- * Recibir peticiones, sugerencias y quejas formuladas por los interesados.

En este marco, el CAA tiene las facultades de requerir el cese o rectificación de la publicidad ilícita o prohibida; y, cuando proceda, disponerlo; incoar y resolver los correspondientes procedimientos sancionadores por las infracciones de la legislación relativa a contenidos y publicidad audiovisuales; y adoptar las medidas necesarias para neutralizar los efectos de la difusión de mensajes o contenidos que atenten contra la dignidad humana y el principio de igualdad.

Igualmente, en estas mismas materias, puede interesar de la Administraciones Públicas con competencias en medios de comunicación audiovisual cuyas emisiones se difundan en Andalucía y no queden sujetas a la competencia del CAA, la adopción de medidas correctoras ante conductas contrarias a la legislación vigente.

Por otra parte, también tiene asignadas funciones de:

- * - Asesorar al Parlamento de Andalucía, al consejo de gobierno y a las Corporaciones Locales.
- * - 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 obras europeas 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.
- * - Promocionar, fomentar e incentivar cuestiones como 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.
- * - Ejercer labores de mediación.



- * - Cooperar con los órganos análogos de ámbito autonómico, estatal y europeo.
- * - Realizar estudios.

1.2 Estructura de la sección

La estructura del Consejo Audiovisual de Andalucía viene recogida en su 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, actuando con voz y sin voto.

El órgano de gobierno del Consejo Audiovisual de Andalucía es el Pleno, formado por la Presidencia y los Consejeros, y asistido por la Secretaría General. Asimismo conforme a lo previsto en la Ley de 1/2004 y en el Reglamento Orgánico y de Funcionamiento, se podrán crear Comisiones para facilitar el adecuado funcionamiento del Consejo.

En la reunión del Pleno del Consejo, tras la renovación , celebrada la segunda quincena de julio de 2019, se aprobaron la nueva composición de las comisiones de Contenidos, Pluralismo Político, Servicio Público y Promoción e Iniciativas, así como una comisión temporal para elaboración de un nuevo Plan Estratégico.

2. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA SECCIÓN

El Consejo definió por primera vez en 2011 un Plan Estratégico en el que enmarcar su actividad con vigencia para el horizonte 2011-2013, posteriormente se definieron unas nuevas líneas generales de actuación cuya vigencia se ha extendido al periodo 2013-2018.

Cabe señalar, por tanto, que se ha puesto en marcha la elaboración de un nuevo plan estratégico, que debe estar concluido durante el curso 2019/2020, y algunas de las líneas de acción se incorporan ya a este documento para su desarrollo durante 2020.

3. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LA SECCIÓN

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

El Consejo se traza como objetivo básico velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios, y por el cumplimiento de la normativa vigente en relación con los contenidos y publicidad de los medios audiovisuales en Andalucía.

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



PRESUPUESTO DE LA COMUNIDAD AUTONOMA DE ANDALUCIA 2020

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 rubrica 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	2020	%
1 GASTOS DE PERSONAL	2.767.506	61,5
2 GTOS.CORRIENTES BIENES Y SERV.	994.236	22,1
3 GASTOS FINANCIEROS		
4 TRANSFERENCIAS CORRIENTES	4.066	0,1
5 FONDO DE CONTINGENCIA		
Operaciones Corrientes	3.765.808	83,7
6 INVERSIONES REALES	733.000	16,3
7 TRANSFERENCIAS DE CAPITAL		
Operaciones de Capital	733.000	16,3
OPERACIONES NO FINANCIERAS	4.498.808	100,0
8 ACTIVOS FINANCIEROS		
9 PASIVOS FINANCIEROS		
OPERACIONES FINANCIERAS		
TOTAL	4.498.808	100,0

4.2 Resumen de las partidas cuantitativamente más importantes

En una perspectiva dinámica, el estado de gastos para 2020 registra valores a nivel general muy similares a los del ejercicio precedente, aunque se producen diferencias en algunos apartados, fundamentalmente en lo que respecta a las operaciones de capital (inversiones).

Analizando con mayor detalle la evolución del Presupuesto del CAA a nivel de partidas y Capítulos de la Sección Presupuestaria, observamos en primer lugar que los Capítulo I y II no sufren variaciones significativas respecto al ejercicio precedente.

La partida de Inversiones (Capítulo VI) crece en 2020 respecto a la dotación de 2019, este aumento viene motivado por la necesidad de renovación de los equipos informáticos del CPD presupuestados y el aumento de la dotación del contrato de catalogación de emisiones en previsión de la incorporación de nuevas líneas de trabajo (emisiones radiofónicas, en internet, etc).

5. PRINCIPALES NOVEDADES RESPECTO AL PRESUPUESTO VIGENTE



La previsión en este momento para 2020 es la continuidad de la actividad estructural del Consejo Audiovisual de Andalucía consolidada ya en años anteriores y aunque se pondrán en marcha líneas de actuación encaminadas a reforzar la presencia y visibilidad del Consejo Audiovisual en la sociedad, entre otras, en principio no se prevé que estas acciones tengan repercusión significativa sobre la estructura actual estructura presupuestaria.

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	2020	%
11H AUTORIDAD Y ASESORAMIENTO AUDIOVISUAL DE LA CAA	4.498.808	100,0
TOTAL	4.498.808	100,0

PROGRAMA 11H- AUTORIDAD Y ASESORAMIENTO AUDIOVISUAL DE LA CAA

6.1 Diagnóstico de la situación que justifica la intervención pública

El Estatuto de Autonomía para Andalucía define el Consejo Audiovisual 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 tanto por el Estatuto de Autonomía de Andalucía, como por su ley de creación, por la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual y por la Ley Audiovisual de Andalucía de 9 de octubre de 2018, así como por el diagnóstico de la realidad social en que la normativa le encuadra sus funciones.

La Ley General de la Comunicación Audiovisual insta a las autoridades audiovisuales a promover entre los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva el impulso de códigos de conducta en relación con la comunicación comercial audiovisual inadecuada, que acompañen a los programas infantiles o se incluyan en ellos. En este caso se encuentra la publicidad de alimentos y bebidas, el CAA considera adecuado abordar esta cuestión y adoptar acciones dirigidas a la co-regulación.

El CAA y el Consejo Andaluz de Asuntos de Menores coinciden en la necesidad de impulsar la modificación del Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia puesto que adolece, según ambas instituciones, de una enorme indefinición a la hora de establecer cuáles son los contenidos susceptibles de perjudicar a los menores de edad, desde el CAA se instará a su revisión.

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, con base en 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 el marco de la Red de Instituciones Reguladoras Mediterráneas con el objetivo de consensuar unos criterios que permitan identificar y, en su caso, actuar de forma efectiva cuándo determinado programa o publicidad emitida por radio o televisión incluya contenidos discriminatorios hacia las mujeres.

Asimismo en cuanto a la presencia de la mujer, 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 no presenta cambios significativos en los últimos años. Por el contrario, señala que los medios reflejan y ayudan a consolidar las desigualdades aún existentes. Es necesario, por tanto, insistir en 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 dirigirá actuaciones tendentes a fomentar la co-regulación en esta materia y analizar 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 por que 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 con base en 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. Con el objetivo de reforzar las acciones de la ODA se considera adecuado elaborar una estrategia de comunicación, difusión y sensibilización, además de revisar los procedimientos internos de recepción y resolución de las reclamaciones para agilizar y facilitar el acceso de los ciudadanos a esta herramienta. Dar a conocer la existencia de la ODA y las posibilidades que ofrece al ciudadano andaluz será tarea preferente del Consejo en los próximos meses.

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.



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 en 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 reciente 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, 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. El Consejo ha reclamado en varias ocasiones la necesidad establecer una base legal que recoja unos criterios objetivos para avanzar y profundizar en la evaluación del pluralismo político. El Parlamento Andaluz ya ha registrado dos PNLC en las que se propone otorgar capacidad de actuación al CAA ante la ausencia de pluralismo y la adopción normativa de dichos criterios. El Consejo seguirá impulsando esta línea de trabajo. En este sentido el CAA abordará el estudio de otros pluralismos como el pluralismo deportivo, social y/o religioso. Para ello evaluará el cumplimiento de estos pluralismos en la oferta televisiva de Andalucía, con un análisis específico para los prestadores públicos.

En cuanto a los contenidos publicitarios, el CAA abordará análisis sistemáticos de campañas publicitarias para vigilar que respetan la legislación, así como los diferentes tipos de comunicaciones comerciales que se utilizan en las series y programas de entretenimiento, para comprobar que están bien señalizados y emitidos en sus franjas horarias correspondientes.

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.

Los servicios de comunicación audiovisual están difundiendo una variopinta tipología de mensajes que publicitan o autopromocionan actividades de juegos y apuestas. Es sobre todo frecuente la publicidad de apuestas deportivas en programas y retransmisiones deportivas de radio y televisión (fútbol, tenis) así como la emisión de comunicaciones comerciales y autopromoción de actividades y/o programas de juegos como ruleta o poker. El CAA considera necesario realizar un informe que determine posibles actuaciones del Consejo sobre estas actividades en el ámbito de sus competencias.

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, la emisión por parte de prestadores de carácter estatal de publicidad de productos milagrosos o de programas con contenidos de esoterismo en horario protegido, en estos casos se ha dado traslado a la Secretaría de Estado para las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (SETSI) que ha actuado a instancias del CAA. 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 y Mediterránea 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.

También las leyes aludidas instan a los poderes públicos y a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual a contribuir a la alfabetización mediática de los ciudadanos. El CAA incluyó esta cuestión en su plan estratégico 2011-2013. Continuando con esta línea y en colaboración con otras instituciones concede de unos premios de carácter anual a trabajos realizados en los centros escolares que contribuyan al fomento de la alfabetización mediática, que se otorgarán asimismo en el curso 2019/2010. El CAA organizará sesiones formativas dirigidas a profesorado, AMPAS, alumnado para reforzar las competencias audiovisuales de la comunidad educativa, en colaboración con otras instituciones.

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.

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 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.

ACT.1.1.1 Análisis de los contenidos de las emisiones

Realizar el análisis de los contenidos de las emisiones de los operadores audiovisuales en Andalucía.

ACT.1.1.2 Tramitación y resolución de las quejas presentadas en la Oficina de Defensa de la Audiencia

Tramitar y resolver las quejas presentadas en la Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA).



OO.1.2 Favorecer la igualdad de género en el conjunto de las programaciones que se ofrecen en Andalucía

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.

ACT.1.2.1 Análisis de los contenidos de las emisiones

Realizar el análisis de los contenidos de las emisiones de los prestadores audiovisuales en Andalucía en relación a favorecer la igualdad de género.

ACT.1.2.2 Tramitación de quejas presentadas ante la Oficina de Defensa de la Audiencia

Tramitar y resolver las quejas presentadas ante la ODA sobre igualdad de género y/o la existencia de comportamientos sexistas.

ACT.1.2.3 Informes sobre la presencia de la mujer en los medios

Elaborar un informe anual sobre la presencia de la mujer en los informativos de las TV públicas.

ACT.1.2.4 Informes sobre el tratamiento de la violencia de género en los medios

Elaborar un informe anual sobre el tratamiento informativo de la violencia de género en las TV públicas.

OO.1.3 Facilitar la accesibilidad a los contenidos audiovisuales de las personas con discapacidad auditiva y/o visual

Verificar el nivel de accesibilidad a los contenidos audiovisuales de las personas con discapacidad auditiva o visual establecido en la normativa.

ACT.1.3.1 Análisis de los contenidos de las emisiones

Realizar el análisis de los contenidos de las emisiones de los prestadores audiovisuales (TV) en Andalucía en relación al nivel de accesibilidad a las mismas.

ACT.1.3.2 Tramitación de quejas presentadas ante la Oficina de Defensa de la Audiencia

Tramitar y resolver las quejas presentadas en la ODA relacionadas con la accesibilidad a los contenidos audiovisuales.

ACT.1.3.3 Informe sobre accesibilidad a los contenidos audiovisuales

Realización de informe anual sobre accesibilidad a los contenidos audiovisuales.

OO.1.4 Verificar el grado de cumplimiento del pluralismo político en los medios audiovisuales

Verificar el grado de cumplimiento del pluralismo político en los medios audiovisuales públicos que operan en



Andalucía.

ACT.1.4.1 Análisis de los contenidos de las emisiones

Realizar el análisis de los contenidos de los programas informativos de los operadores audiovisuales públicos (TV) en Andalucía en relación la pluralismo político.

ACT.1.4.2 Tramitación de quejas presentadas en la Oficina de Defensa de la Audiencia

Tramitar y resolver las quejas presentadas en la ODA relacionadas con el pluralismo político.

ACT.1.4.3 Informe de pluralismo político

Elaborar informe anual de pluralismo político de los programas informativos de las TV públicas de Andalucía.

OO.1.5 Eliminar los supuestos de publicidad ilícita o irregular

Eliminar los supuestos de publicidad ilícita o irregular.

ACT.1.5.1 Análisis de los contenidos de las emisiones

Realizar el análisis de los contenidos de las emisiones de los operadores audiovisuales en Andalucía con la finalidad de detectar y eliminar los supuestos de publicidad ilícita o irregular.

ACT.1.5.2 Tramitación quejas presentadas ante la Oficina de Defensa de la Audiencia

Tramitar y resolver las quejas presentadas en la ODA relacionadas con los supuestos de publicidad ilícita o irregular.

OO.1.6 Controlar las obligaciones de emisión y financiación anticipada de obras europeas

Controlar el cumplimiento de las obligaciones de emisión y financiación anticipada de obras europeas de acuerdo con los artículos 5.2 y 5.3 de la Ley 7/2010 General de Comunicación Audiovisual.

ACT.1.6.1 Informe sobre control de emisión y financiación de obras europeas y propias

Elaborar informe sobre la emisión de obras europeas de acuerdo con el artículo 5.2 de la Ley 7/2010 General de Comunicación Audiovisual.

OO.1.7 Mejorar el conocimiento sobre el sector público andaluz

Mejorar el conocimiento sobre el sector audiovisual andaluz, los contenidos audiovisuales de los operadores andaluces, los hábitos de consumo y el grado de pluralismo social de la programación de los operadores públicos andaluces.

ACT.1.7.1 Estudio sobre operadores de TV sin licencia

Realizar un estudio sobre operadores de TV que emiten sin licencia.



ACT.1.7.2 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.1.7.3 Celebración de reuniones y contactos institucionales

Celebración de contactos institucionales y reuniones con otros organismos reguladores.

ACT.1.7.4 Participación en foros y plataformas 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.1.7.5 Celebración de jornadas y debates

Celebración de jornadas de análisis y debate centradas en la actualidad del sector.

ACT.1.7.6 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.1.7.7 Premios andaluces "El Audiovisual en la Escuela"

Convocatoria de los premios andaluces "El Audiovisual en la Escuela"

ACT.1.7.8 Informe sobre contenidos emitidos

Elaboración de informe sobre los contenidos emitidos por las televisiones bajo competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía.