

BOLETÍN OFICIAL
B O P A
BOLETÍN OFICIAL

PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

Núm. 573

XI LEGISLATURA

13 de mayo de 2021

SUMARIO

REGLAMENTO DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

PROPUESTA DE REFORMA DEL REGLAMENTO DEL PARLAMENTO

- 11-21/PRR-000002, Propuesta de reforma del Reglamento del Parlamento de Andalucía 2

INICIATIVA LEGISLATIVA

PROPOSICIÓN DE LEY

- 11-21/PPL-000004, Proposición de Ley para la regulación de los procedimientos de emergencia social 9
- 11-21/PPL-000005, Proposición de Ley para la protección de la juventud ante la adicción a los juegos y el riesgo de ludopatía temprana 21

RELACIÓN CON ÓRGANOS E INSTITUCIONES PÚBLICAS

CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

- 11-21/ACA-000001, Informe Anual del Consejo Audiovisual de Andalucía correspondiente al ejercicio 2020 31

REGLAMENTO DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

PROPUESTA DE REFORMA DEL REGLAMENTO DEL PARLAMENTO

11-21/PRR-000002, Propuesta de reforma del Reglamento del Parlamento de Andalucía

Presentada por los Ilmos. Sres. Dña. Teresa Rodríguez-Rubio Vázquez, D. Nacho Molina Arroyo, Dña. Ángela Aguilera Clavijo, D. José Ignacio García Sánchez, Dña. Ana Villaverde Valenciano, D. Diego Crespo García, Dña. María Gracia González Fernández, Dña. Luz Marina Dorado Balmón, Dña. María Vanessa García Casaucau, Dña. María del Carmen García Bueno, y Dña. María Isabel Mora Grande

Sesión de la Mesa del Parlamento de 5 de mayo de 2021

Orden de publicación de 10 de mayo de 2021

La Mesa del Parlamento, en sesión celebrada el día 5 de mayo de 2021, de conformidad con lo dispuesto en la disposición adicional primera del Reglamento de la Cámara, ha acordado la publicación en el *Boletín Oficial del Parlamento de Andalucía* de la Propuesta de reforma del Reglamento del Parlamento de Andalucía, 11-21/PRR-000002, presentada por los Ilmos. Sres. Dña. Teresa Rodríguez-Rubio Vázquez, D. Nacho Molina Arroyo, Dña. Ángela Aguilera Clavijo, D. José Ignacio García Sánchez, Dña. Ana Villaverde Valenciano, D. Diego Crespo García, Dña. María Gracia González Fernández, Dña. Luz Marina Dorado Balmón, Dña. María Vanessa García Casaucau, Dña. María del Carmen García Bueno, y Dña. María Isabel Mora Grande.

Sevilla, 6 de mayo de 2021.

El letrado mayor del Parlamento de Andalucía,
Ángel Marrero García-Rojo.

A LA MESA DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

Los Ilmos. Sres. Dña. Teresa Rodríguez-Rubio Vázquez, D. Nacho Molina Arroyo, Dña. Ángela Aguilera Clavijo, D. José Ignacio García Sánchez, Dña. Ana Villaverde Valenciano, D. Diego Crespo García, Dña. María Gracia González Fernández, Dña. Luz Marina Dorado Balmón, Dña. María Vanessa García Casaucau, Dña. María del Carmen García Bueno, y Dña. María Isabel Mora Grande, conforme a lo dispuesto en la disposición adicional primera del Reglamento de la Cámara, presentan la siguiente

PROPUESTA DE REFORMA DEL REGLAMENTO DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Según las conclusiones de casi todos los estudios y barómetros de opinión publicados en nuestro país y en nuestra tierra, el pueblo andaluz cree que la política es uno de los problemas más graves de la comunidad, junto a cuestiones como la corrupción o el desempleo. A nivel personal, las personas encuestadas también señalan al Gobierno, los políticos, los partidos y la clase política como algunos de sus principales problemas. Esta situación es dramática porque instala en la sociedad el discurso de que la política no es un mecanismo de convivencia colectivo por el que se resuelven los problemas individuales de las personas. En otras palabras, se puede afirmar que la desconfianza en la política supone un riesgo grave que amenaza la resolución democrática de los conflictos.

Este preocupante clima social de desafección política debe servir como llamamiento a la reforma de las instituciones. La persona que ejerce la representación política debe tener a su disposición los recursos que sean necesarios para el desarrollo de sus tareas. Sin embargo, esta premisa no puede convertirse en la excusa perfecta para justificar el acceso a prerrogativas que nada tienen que ver con los derechos y condiciones de vida de la ciudadanía o de las personas que trabajan en la Función Pública. Se debe incidir en que, en muchas ocasiones, no hay motivos que justifiquen el trato diferenciado que se da a un diputado o diputada con respecto al resto de la población.

Eliminar estos privilegios es una medida de regeneración y dignificación de la política, que siempre debe ser entendida como una actividad altruista. La representación de la ciudadanía será mejor y más fiel cuando quien realiza esa función tenga condiciones materiales similares a las del colectivo representado. Éstos son los principales motivos que fundamentan la reforma del Reglamento del Parlamento de Andalucía que se presenta a continuación.

En primer lugar, con esta modificación reglamentaria se exige la justificación de todos los gastos indemnizables realizados por el diputado o diputada para el ejercicio de su función representativa. Además, como medida de transparencia, los detalles de estos gastos serán publicados en el Portal de Transparencia de la Cámara. Se acaba así con una situación anómala derivada del anterior régimen económico del Parlamento de Andalucía. Antes de esta reforma, se indemnizaba al diputado o diputada con una cantidad fija que dependía de su cargo o de la distancia entre su residencia habitual y la sede de la Cámara, sin exigir una mínima justificación de los gastos o actividades desarrolladas y sin publicar esta información en el Portal de Transparencia. Por estos motivos, era posible que un miembro de la Cámara recibiese, como mínimo, unos 1.000 euros mensuales sin justificar por este concepto, que alcanzaba su máximo en el caso de los miembros de la Mesa del Parlamento y los portavoces de los grupos parlamentarios, quienes podían percibir unos 2.500 euros mensuales sin necesidad de justificar ningún gasto.

Por tanto, con las medidas introducidas por esta reforma se eliminan anomalías que han provocado el malestar de la opinión pública. Incluso la Sala de lo Penal del Tribunal Supremo manifestó en 2015, en un auto de archivo de una querrela contra un senador, que era necesaria una regulación suficientemente precisa

de las indemnizaciones con fondos públicos a parlamentarios y parlamentarias, evitando las confusiones entre las funciones oficiales y los desplazamientos privados, ya que la confianza de la ciudadanía en el buen funcionamiento del sistema de representación política constituye la base del Estado de derecho.

En segundo lugar, esta reforma elimina el agravio que se producía al comparar las indemnizaciones de los diputados y diputadas del Parlamento de Andalucía con las indemnizaciones por razón del servicio del personal de la Junta de Andalucía. No había argumentos en los que sustentar este trato diferenciado. Mientras que las indemnizaciones de los parlamentarios y parlamentarias no necesitaban justificación y se concedían de forma fija, según se ha expuesto anteriormente, las indemnizaciones del personal de la Junta de Andalucía sí la exigen y tienen una cuantía asignada que varía según cada tipo de gasto: utilización de vehículo particular, alojamiento y manutención. Resulta llamativo también que, antes de la aprobación de esta iniciativa, el uso del automóvil propio por los diputados y diputadas para su asistencia a las sesiones parlamentarias se abonaba, en este caso sí previa justificación, a 0,25 € por kilómetro, es decir, 0,06 € por kilómetro más de lo previsto para el personal de la Junta de Andalucía.

El nuevo régimen de indemnizaciones establece unos límites diarios que toman como referencia los previstos en la normativa aplicable al personal de la Junta de Andalucía, con especial referencia al Decreto 54/1989, de 21 de marzo, sobre indemnizaciones por razón del servicio de la Junta de Andalucía, y a la Orden de 11 de julio de 2006, por la que se actualizan las cuantías de determinadas indemnizaciones por razón del servicio. Se fomenta también el uso de medios de transporte público y se promueve la austeridad, ya que sólo se indemnizará con el importe del billete de la clase más económica cuando se viaje en un medio que oferte distintas categorías de billete. En el caso de los desplazamientos a la sede del Parlamento de Andalucía y de las actividades vinculadas al cargo que se realicen allí, se exige a los miembros de la Cámara que, cuando soliciten indemnización por los gastos derivados de esta actividad, acrediten su estancia en la sede citada mediante un sistema informático de registro de presencia. Este sistema ya existe en la actualidad para controlar la asistencia del personal al servicio de la Cámara, por lo que la implantación de esta medida no supone costes añadidos.

Como cláusula de cierre, se añade al artículo 8 del Reglamento de la Cámara un nuevo apartado, en el que se fijan unos límites máximos semanales de las cantidades indemnizables. El propósito de estos límites es fomentar la contención en los gastos indemnizables de diputados y diputadas, y garantizar, de esta forma, que se reduce el gasto público en estas cuestiones. Para establecer estas cantidades máximas se toma como referencia la cuantía de las indemnizaciones fijas semanales del régimen anterior a esta reforma, eliminando el trato privilegiado para miembros de la Mesa y portavoces de grupos parlamentarios, cuyas indemnizaciones eran las más altas y no tenían en cuenta el lugar de residencia. Las modificaciones descritas conllevan la modificación del apartado 4 del artículo 8 del Reglamento del Parlamento de Andalucía, con el fin de dotar de rango reglamentario las cuantías y otros aspectos básicos de la regulación de las indemnizaciones, de forma que estas no puedan ser modificadas por acuerdos de la Mesa de la Cámara que se alcanzan a puerta cerrada, sin debate público en una sesión plenaria.

Por otro lado, en este cambio normativo merecen una mención especial las asignaciones económicas temporales que perciben los diputados y diputadas al perder tal condición por extinción del mandato o renuncia, conocidas como «cesantías». Estas asignaciones existen porque los diputados y diputadas no tienen

derecho a una prestación por desempleo tras finalizar su labor representativa. Con acierto, se considera que el Parlamento de Andalucía debe asumir el pago de unas cantidades que permitan la adaptación a la vida laboral o administrativa de quien deja de ser miembro de la Cámara. Sin embargo, la cuantía de estas cesantías es, a todas luces, desproporcionada: mientras que una persona desempleada puede recibir una prestación que, en los mejores casos, no supera los 1.400 euros mensuales en 2017, hasta ahora quien perdía la condición de diputado o diputada podía percibir más de 4.000 euros mensuales, según puede comprobarse en casos reales. Por ejemplo, en la X legislatura se ha reconocido a un diputado el derecho a percibir una asignación económica temporal de 47.632,06 euros, con una asignación íntegra mensual de 4.437,77 euros durante 10 meses y 22 días.

Para corregir el régimen anómalo de las cesantías, se establece que deberán calcularse tomando como referencia el procedimiento para determinar las cantidades y la duración de la prestación contributiva que perciben las personas desempleadas, atendiendo a las distintas circunstancias familiares de cada diputado o diputada y respetando los máximos previstos en la normativa. Además, se introducen otras previsiones que intentan evitar que perciban estas cesantías quienes hayan sido condenados por su implicación en casos de corrupción. Asimismo, se incorporan al Reglamento materias que estaban parcialmente reguladas en disposiciones de rango inferior, ya que antes se recogían en acuerdos de la Mesa: las incompatibilidades para recibir la asignación temporal y la obligación de devolver cantidades que se hayan percibido de forma indebida.

Por otra parte, se realiza otra modificación relacionada con las cesantías, tendente a garantizar que las asignaciones temporales que se reciben entre legislaturas se apliquen de forma correcta y no se conviertan en retribuciones fuera de control para quienes repiten como diputados y diputadas en el Parlamento de Andalucía. Antes de esta reforma, un diputado o diputada saliente podía recibir entre legislaturas, cuando la Cámara estaba disuelta, una cantidad muy similar a su retribución por ejercer el cargo, sin que el Parlamento de Andalucía considerara que estaba percibiendo una cesantía. Esta situación ha permitido que algunas personas hayan percibido sumas importantes de dinero en momentos en los que no ostentaban el cargo de diputados o diputadas, pero sin que estas cantidades se les hayan computado como cesantías, por el simple hecho de que pocos meses después han vuelto a ocupar un escaño en la Cámara. Por razones de técnica legislativa, la nueva regulación de las cesantías se incluye como un nuevo apartado del artículo 8 del Reglamento del Parlamento de Andalucía.

Por último, se establece un mecanismo de control, rendición de cuentas y relación del Parlamento con los senadores y senadoras de designación autonómica mediante la presentación y debate de un informe trimestral de su actividad en el Senado.

El artículo 223 del Estatuto de Autonomía para Andalucía establece que «los senadores elegidos o designados por Andalucía podrán comparecer ante el Parlamento en los términos que establezca su Reglamento para informar de su actividad en el Senado». En términos similares, el artículo 8 de la Ley 19/2007, de Designación de Senadores de Andalucía, reconoce que «los senadores y senadoras que se designen por el Parlamento de Andalucía en representación de la Comunidad Autónoma de Andalucía podrán comparecer ante el mismo para informar de su actividad en el Senado, al amparo de lo establecido en el artículo 223 del Estatuto de Autonomía para Andalucía» y que «dichas comparecencias se producirán en los términos

que determine el Reglamento del Parlamento de Andalucía». Según se indica en la obra monográfica sobre el Estatuto de Autonomía para Andalucía, editada por la Secretaría General del Parlamento de Andalucía, esta medida prevista en la norma estatutaria «puede convertirse en un instrumento eficaz de colaboración entre los senadores andaluces y la Cámara de representación del pueblo andaluz, en beneficio del ejercicio de las competencias autonómicas y de las facultades de la institución parlamentaria». Sin embargo, no se ha estipulado ni llevado a cabo mecanismo alguno para esa necesaria rendición de cuentas y relación entre los senadores y senadoras autonómicos y el Parlamento de Andalucía.

De acuerdo con las recomendaciones expuestas en el párrafo anterior, esta reforma reglamentaria viene a dar respuesta a la necesidad de determinar un procedimiento específico sencillo para que puedan sustanciarse en el Parlamento de Andalucía las comparecencias de senadores y senadoras que representen a la Comunidad Autónoma de Andalucía por designación de la Cámara autonómica andaluza. El trámite para el desarrollo de estas comparecencias se basa en los procedimientos para la presentación del informe del defensor o defensora del pueblo andaluz, que se regula también en el Reglamento del Parlamento de Andalucía.

Artículo único. *Modificación del Reglamento del Parlamento de Andalucía.*

UNO. Se modifica el apartado 1 del artículo 8, que queda redactado como sigue:

«Los miembros de la Cámara tendrán derecho a retribuciones fijas y periódicas, así como a las indemnizaciones por gastos justificados que sean necesarios para poder cumplir eficaz y dignamente sus funciones. Para que estos gastos puedan ser indemnizados, deberán justificarse y acreditarse documentalmente, junto con una declaración responsable por escrito, antes del último día del mes posterior a aquel en el que se produzcan. La cuantía de las indemnizaciones diarias por alojamiento y manutención, con o sin pernocta, no podrá ser superior en ningún caso a las establecidas por el mismo concepto para el personal funcionario de la Junta de Andalucía.

El uso del vehículo propio por los diputados y diputadas para el desarrollo de su actividad parlamentaria se indemnizará por la misma cantidad por kilómetro que se establece para el personal funcionario de la Junta de Andalucía. En caso de utilizar transporte público para tales desplazamientos, los miembros de la Cámara tendrán derecho a recibir una indemnización igual al importe del billete. Si en un medio de transporte hubiera varios tipos de billete, se abonará como máximo el precio correspondiente a la clase más económica.

En los casos en los que se utilicen para el desplazamiento medios gratuitos de la Administración Pública o vehículos oficiales, no se tendrá derecho a recibir una indemnización por este concepto.

Los desplazamientos de un miembro de la Cámara a la sede del Parlamento de Andalucía para el desarrollo de sus funciones representativas que generen gastos por los que se solicite una indemnización se acreditarán mediante un sistema de registro de presencia en la sede del Parlamento de Andalucía.

Todas las indemnizaciones y pago de kilometraje que reciba cada diputado o diputada se publicarán en el Portal de Transparencia del Parlamento de Andalucía, con detalle pormenorizado de la cantidad, el medio de

transporte utilizado, el trayecto, el lugar de pernocta y la fecha de cada uno de los gastos que las originan, junto con los documentos que acrediten dichos gastos, ya sean billetes o facturas».

DOS. Se modifica el apartado 4 del artículo 8, que queda redactado como sigue:

«La Mesa del Parlamento, oída la Junta de Portavoces, fijará cada año la cuantía de las retribuciones fijas y periódicas de los diputados y diputadas, dentro de las correspondientes consignaciones presupuestarias».

TRES. Se añade un apartado 5 al artículo 8, con la siguiente redacción:

«Además de las limitaciones previstas en el apartado 1 de este artículo, la cuantía de las indemnizaciones por gastos de los miembros de la Cámara tendrá los siguientes límites máximos semanales, en función de la distancia entre la residencia habitual de cada diputado o diputada y la sede de la Cámara, excluyendo los gastos de desplazamiento por asistencia a las sesiones parlamentarias:

- De 0 a 100 km: 200 euros.
- De 101 a 200 km: 270 euros.
- De 201 a 300 km: 340 euros.
- Más de 300 km: 410 euros».

CUATRO. Se añade un apartado 6 al artículo 8, con la siguiente redacción:

«Los miembros de la Cámara podrán percibir, previa solicitud, una asignación económica temporal al perder la condición de diputado o diputada por la extinción del mandato, que permita su adaptación a la vida laboral. La cuantía mensual y la duración de esta asignación se calcularán según lo dispuesto en la normativa de las prestaciones contributivas por el desempleo que sea aplicable a la población andaluza, atendiendo a los topes máximos y a las distintas circunstancias familiares previstas en dicha normativa. La información sobre cada una de estas asignaciones se publicará en el Portal de Transparencia del Parlamento de Andalucía.

El derecho a dicha asignación económica, que será devengado mensualmente, decaerá en el momento en que, dentro del periodo en que se perciba, se realizara otra actividad retribuida.

La citada asignación económica será incompatible con la percepción por parte del diputado o la diputada de cualquier tipo de retribución o prestación económica a que tuviese derecho como consecuencia del cese o término del desempeño de algún cargo, actividad o empleo público o privado desarrollado simultáneamente con el mandato parlamentario.

No podrán percibir esta asignación quienes hayan sido condenados con sentencia judicial firme por delitos contra la Administración Pública o delitos de corrupción, excepto si han cumplido su condena.

Quienes, con arreglo a los párrafos anteriores, perciban cantidades indebidas tendrán la obligación de devolverlas. De no procederse a ello, se instruirá expediente administrativo de reintegro por el servicio competente, conforme a los preceptos generales de la Administración Pública.

Se computará como asignación económica temporal recibida aquella que, al extinguirse el mandato por expiración de su plazo o por disolverse la Cámara, perciba el diputado o diputada saliente que no forme parte de la Diputación Permanente si adquiriera nuevamente la condición de diputado o diputada en las elecciones siguientes. En este supuesto, los periodos por los cuales se haya percibido toda o parte de la asignación económica temporal

a la que tenga derecho serán descontados para el cálculo de las sucesivas asignaciones económicas temporales que, en su caso, se asignen posteriormente al diputado o diputada».

CINCO: Se añaden un capítulo y un artículo nuevos al título decimocuarto, que quedaría redactado como sigue:

«CAPÍTULO CUARTO

De las relaciones del Parlamento con los senadores y senadoras de designación autonómica.

Artículo 191.

1. Los senadores y senadoras de designación autonómica deberán presentar un informe trimestral de rendición de cuentas al pleno del Parlamento. El informe se presentará por los grupos políticos, especificando la actividad realizada por cada uno de los senadores y senadoras.

2. Los informes preceptivos se debatirán en el pleno de la Cámara. El debate de los informes se ajustará a las siguientes reglas:

- 1.º Exposición del informe por parte de un senador o senadora de cada uno de los grupos políticos, de menor a mayor, por 10 minutos.
- 2.º Intervención de los representantes de los distintos grupos parlamentarios, de menor a mayor, por 10 minutos, para formular preguntas, hacer propuestas o solicitar aclaraciones a cualquiera de los senadores y senadoras designados.
- 3.º Contestación por parte de uno de los senadores y senadoras de cada grupo político, de menor a mayor, de 10 minutos».

Disposición Derogatoria.

Quedan derogadas, sólo en cuanto contradigan lo dispuesto en la presente norma, las disposiciones del Parlamento de Andalucía de menor rango al reglamentario que se refieran a las indemnizaciones por gastos de los diputados y diputadas y a las asignaciones económicas temporales.

Parlamento de Andalucía, 28 de abril de 2021.

Teresa Rodríguez-Rubio Vázquez,
Nacho Molina Arroyo,
Ángela Aguilera Clavijo,
José Ignacio García Sánchez,
Ana Villaverde Valenciano,
Diego Crespo García,
María Gracia González Fernández,
Luz Marina Dorado Balmón,
María Vanessa García Casaucu,
María del Carmen García Bueno, y
María Isabel Mora Grande.

INICIATIVA LEGISLATIVA

PROPOSICIÓN DE LEY

11-21/PPL-000004, Proposición de Ley para la regulación de los procedimientos de emergencia social

Presentada por los Ilmos. Sres. Dña. Ana Villaverde Valenciano, Dña. Teresa Rodríguez-Rubio Vázquez, Dña. Ángela Aguilera Clavijo, D. Nacho Molina Arroyo, D. José Ignacio García Sánchez, D. Diego Crespo García, Dña. María Gracia González Fernández, Dña. Luz Marina Dorado Balmón, Dña. María Vanessa García Casaucau, Dña. María del Carmen García Bueno, y Dña. María Isabel Mora Grande

Orden de publicación y remisión al Consejo de Gobierno

Sesión de la Mesa del Parlamento de 5 de mayo de 2021

Orden de publicación de 10 de mayo de 2021

La Mesa del Parlamento, en sesión celebrada el día 5 de mayo de 2021, de conformidad con lo previsto en el artículo 124.2 del Reglamento de la Cámara, ha acordado ordenar la publicación en el *Boletín Oficial del Parlamento de Andalucía* y remitir al Consejo de Gobierno, a fin de que muestre su criterio respecto a la toma en consideración, así como conformidad o no a la tramitación si implicara aumento de los créditos o disminución de los ingresos presupuestarios, la Proposición de Ley para la regulación de los procedimientos de emergencia social, 11-21/PPL-000004, presentada por los Ilmos. Sres. Dña. Ana Villaverde Valenciano, Dña. Teresa Rodríguez-Rubio Vázquez, Dña. Ángela Aguilera Clavijo, D. Nacho Molina Arroyo, D. José Ignacio García Sánchez, D. Diego Crespo García, Dña. María Gracia González Fernández, Dña. Luz Marina Dorado Balmón, Dña. María Vanessa García Casaucau, Dña. María del Carmen García Bueno, y Dña. María Isabel Mora Grande.

Sevilla, 6 de mayo de 2021.

El letrado mayor del Parlamento de Andalucía,

Ángel Marrero García-Rojo.

A LA MESA DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

La Ilma. Sra. Dña. Ana Villaverde Valenciano, diputada, junto a los diputados y diputadas Ilmos. Sres. Dña. Teresa Rodríguez-Rubio Vázquez, Dña. Ángela Aguilera Clavijo, D. Nacho Molina Arroyo, D. José Ignacio García Sánchez, D. Diego Crespo García, Dña. María Gracia González, Dña. Luz Marina Dorado Balmón, Dña. Vanessa García Casaucau, Dña. María del Carmen García Bueno, y Dña. María Isabel Mora Grande, abajo firmantes, conforme a lo dispuesto en los artículos 123 y siguientes del Reglamento de la Cámara, presenta la siguiente:

PROPOSICIÓN DE LEY PARA LA REGULACIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS DE EMERGENCIA SOCIAL

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I

En la última década, la población de Andalucía ha venido soportando tasas muy elevadas de pobreza y exclusión social. Según los datos aportados por el Instituto Nacional de Estadística correspondientes al año 2019, el 37,7% de la población andaluza se encuentra en esta difícil situación. Una tasa de pobreza que además supera en un 49 % la media nacional. El último Informe sobre el Estado de la Pobreza en Andalucía, publicado por EAPN (Red Europea de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social) en el año 2019, indica que desde 2008 el índice AROPE se ha incrementado en seis puntos porcentuales, de forma que actualmente se estima que 3,17 millones de personas se encuentran en riesgo de pobreza en la Comunidad Autónoma. Y, dentro de éstas, un 47% se encuentran en situación de pobreza severa o, lo que es lo mismo, forman parte de hogares en los que los ingresos no superan los quinientos euros por unidad de consumo.

La crisis sanitaria provocada por el COVID-19 no ha hecho sino agravar la situación de vulnerabilidad social que muchas personas y familias andaluzas ya sufrían antes de la pandemia. En el Informe de la entidad *Save The Children* «Aniversario COVID-19. ¿Qué nos cuentan las familias?», relativo al análisis de la situación de los hogares vulnerables afectados por la crisis económica y social provocada por la pandemia, se advierte de cómo la reducción de los puestos de trabajo ha supuesto una merma importante en las rentas de las familias vulnerables, empeorando la precaria situación en la que ya vivían antes de esta crisis. A su vez, la pérdida de empleos ha supuesto una reducción importante en las rentas de las unidades familiares, ocasionando a muchas familias andaluzas serias dificultades para hacer frente a los costes de su vivienda o a los derivados de sufragar los suministros básicos.

Al objeto de favorecer la inclusión social de las personas que se encuentran en situación de extrema necesidad y en el entorno de los umbrales de pobreza y atender a los colectivos más vulnerables, se han emprendido distintas medidas en los últimos años. Entre ellas, cabe destacar las reguladas en el Decreto Ley 8/2014, de 10 de junio, de medidas extraordinarias y urgentes para la inclusión social a través del empleo y el fomento de la solidaridad en Andalucía, y la posterior entrada en vigor, en 2018, del Decreto Ley 3/2017, de 19 de diciembre, por el que se regula la renta mínima de inserción en Andalucía, mediante el cual se derogan el Decreto Ley 7/2013 y el Decreto Ley 8/2014, manteniendo su vigencia el programa de refuerzo de la alimentación infantil en los centros docentes públicos de Andalucía y el refuerzo del programa bonificado del servicio de comedor de los centros de participación activa, a través de la Tarjeta sesentaycinco. Sin embargo, a la luz de la evolución de los datos de pobreza y exclusión social en la Comunidad Autónoma, la realidad es que los planes y programas implementados no han resultado ser suficientes para paliar la dramática situación diaria de muchas familias andaluzas.

En este contexto, una de los problemas fundamentales que deben abordarse con urgencia es la demora en los plazos de resolución en el acceso a las prestaciones y ayudas reconocidas en la legislación vigente como derechos de la ciudadanía. El Defensor del Pueblo Andaluz, así como asociaciones y colectivos de personas afectadas, han advertido en numerosas ocasiones el grave problema que supone para las personas solicitantes de la renta mínima de inserción en Andalucía (RMISA) el retraso en su percepción, con una media de un año de demora en las resoluciones definitivas que les otorgan el acceso a la misma.

Esta problemática se observa también en relación a otros derechos y servicios que de igual forma acumulan importantes retrasos en su tramitación. Los plazos de resolución de los expedientes legalmente establecidos se incumplen de forma reiterada. Es el caso de los derechos reconocidos en la Ley 39/2006, de Promoción de la Autonomía Personal y Atención a las Personas en Situación de Dependencia. Según datos del Ministerio de Derechos Sociales, recogidos por la Asociación Estatal de Directores y Gerentes de Servicios Sociales, un total de 47.201 personas fallecieron en las listas de espera de la dependencia en España en 2020, de las cuales, 9.944 residían en Andalucía. Además, el tiempo medio de tramitación completa de un expediente en Andalucía se sitúa en 694 días, cuando el plazo establecido por ley es de 180 días (seis meses). Cuando una persona necesita apoyo para desenvolverse en el día a día, cada día de espera para recibir los servicios y prestaciones adecuadas repercute en el empeoramiento progresivo de su calidad de vida y en la de su entorno familiar, derivando de forma directa en muchos casos en procesos de empobrecimiento y aislamiento social.

En relación a las ayudas disponibles para facilitar el acceso a la vivienda, se produce la misma situación. En el Informe Anual 2020, el Defensor del Pueblo Andaluz concluye que, en lo relativo a las ayudas al alquiler de la vivienda habitual que se han ido plasmando en las diversas convocatorias de ayudas que se han puesto en marcha al amparo de los sucesivos planes de vivienda y rehabilitación de ámbito estatal y autonómico, los retrasos en su tramitación han sido reiterados y generalizados.

Atendiendo a la realidad de pobreza y desigualdad existente en Andalucía, agravada por el incremento de la vulnerabilidad económica y social ocasionado por el COVID-19, es inaplazable la puesta en marcha de un mecanismo que asegure el cumplimiento de los plazos de determinados procedimientos administrativos relativos a la cobertura de necesidades básicas y que garantice que el reconocimiento y recepción efectiva de prestaciones de urgencia social no se demore en el tiempo, perdiendo con ello su eficacia y su capacidad de respuesta ante situaciones vitales de personas y familias que no pueden esperar.

II

Alguna doctrina se refiere al derecho fundamental al «mínimo vital», entendiéndolo como aquel que se deriva de los principios de Estado social y de derecho, dignidad humana y solidaridad, y en concordancia con los derechos fundamentales a la vida, la integridad personal y a la igualdad en la modalidad de decisiones de protección especial a personas en situación de necesidad manifiesta, dado su carácter de derechos directa e inmediatamente aplicables. Aunque no se encuentra recogido entre los derechos fundamentales de la Constitución española en cuanto tal, sí es cierto que figura el reconocimiento del derecho a la vida y a la integridad física y moral (artículo 15) entre ellos.

En la coyuntura actual de crisis, en la que se han incrementado y agravado las situaciones concretas de personas con incapacidad para hacer frente a las necesidades vitales básicas y esenciales, no es concebible que determinados procedimientos administrativos se demoren en su tramitación. Independientemente de cuál sea la causa, ya sea por falta de personal administrativo suficiente, la insuficiencia de recursos presupuestarios o, simplemente, defectos de forma que ralentizan la tramitación de dichos expedientes, es urgente actuar para agilizar los procesos administrativos y reducir los tiempos de espera. Tal es el volumen del retraso acumulado durante los últimos años en la tramitación de determinadas prestaciones que, ante la gravísima situación de emergencia social ocasionada por la pandemia del COVID-19, se han tenido que regular mecanismos extraordinarios que permitiesen dar una respuesta con cierta celeridad.

En este contexto, deviene en fundamental que la Administración Pública andaluza actúe para procurar que se garantice la efectividad de la prestación de servicios públicos y en el reconocimiento de determinadas prestaciones, de forma estructural y no meramente coyuntural. La presente ley pretende regular esa garantía de mínimos mediante una declaración como procedimiento de emergencia social de aquellos servicios públicos que se refieran a la supervivencia de las personas y la cobertura de sus necesidades básicas vitales, en condiciones de dignidad. Éstos, una vez calificados como tales procedimientos de emergencia social, deberán estar sujetos a especificidades en materia de prioridad presupuestaria y de tesorería, de urgencia de plazos y de especial dotación de recursos humanos y materiales para su tramitación.

II

En el marco en que se configura el ordenamiento jurídico español, en lo que se refiere al Derecho administrativo, y más concretamente al procedimiento administrativo, la norma básica en la materia no es otra que la Ley 30/1992, del régimen jurídico de las administraciones públicas y del procedimiento administrativo común (LRJ-PAC, en adelante). Es significativa su exposición de motivos en lo que afecta a las bases del procedimiento administrativo y las competencias de las comunidades autónomas, que establece:

«El artículo 149.1.18 de la Constitución distingue entre las bases del régimen jurídico de las administraciones públicas, que habrán de garantizar al administrado un tratamiento común ante ellas; el procedimiento administrativo común, sin perjuicio de las especialidades derivadas de la organización propia de las comunidades autónomas, y el sistema de responsabilidad de todas las administraciones públicas.

La delimitación del régimen jurídico de las administraciones públicas se engloba en el esquema “bases más desarrollo”, que permite a las comunidades autónomas dictar sus propias normas siempre que se ajusten a las bases estatales. Sin embargo, respecto al procedimiento administrativo común y al sistema de responsabilidad de las administraciones públicas, aunque su formulación jurídica sea la manifestación expresa y la traducción práctica para los ciudadanos de la aplicación regular del propio régimen jurídico, la Constitución las contempla como una competencia normativa plena y exclusiva del Estado».

La citada ley recoge la distribución constitucional de distribución de competencias y regula el procedimiento administrativo común, de aplicación general a todas las administraciones públicas, y fija las garantías mínimas de la ciudadanía respecto de la actividad administrativa. Esta regulación no agota las competencias estatales o autonómicas de establecer procedimientos específicos *ratione materiae*, que deberán respetar, en todo caso, estas garantías. La Constitución establece también la competencia de las comunidades autónomas para establecer las especialidades derivadas de su organización propia, pero además, como ha señalado la jurisprudencia constitucional, no se puede dissociar la norma sustantiva de la norma de procedimiento, por lo que también ha de ser posible que las comunidades autónomas dicten las normas de procedimiento necesarias para la aplicación de su derecho sustantivo, pues lo reservado al Estado no es todo procedimiento, sino sólo aquel que deba ser común y haya sido establecido como tal. La regulación de los procedimientos propios de las comunidades autónomas habrá de respetar siempre las reglas del procedimiento que, por ser competencia exclusiva del Estado, integra el concepto de procedimiento administrativo común.

Con respecto a la regulación que realiza la LRJ-PAC sobre la tramitación de los procedimientos administrativos, su artículo 50, referido a la tramitación de urgencia, dispone:

«1. Cuando razones de interés público lo aconsejen, se podrá acordar, de oficio o a petición del interesado, la aplicación al procedimiento de la tramitación de urgencia, por la cual se reducirán a la mitad los plazos establecidos para el procedimiento ordinario, salvo los relativos a la presentación de solicitudes y recursos.

2. No cabrá recurso alguno contra el acuerdo que declare la aplicación de la tramitación de urgencia al procedimiento».

La motivación en la aplicación de oficio del procedimiento de urgencia para la tramitación de los expedientes administrativos viene aconsejada por razones de interés público. Razones de interés público que pueden también ser determinadas a través de una norma que, de forma genérica, aplique la tramitación de urgencia de determinados procedimientos calificados por una ley de emergencia social.

La Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, de reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía, en su artículo 10, relativo a los objetivos básicos de la Comunidad Autónoma, establece en su apartado primero cómo «la Comunidad Autónoma de Andalucía promoverá las condiciones para que la libertad y la igualdad del individuo y de los grupos en que se integran sean reales y efectivas; removerá los obstáculos que impidan y dificulten su plenitud, y fomentará la calidad de la democracia, facilitando la participación de todos los andaluces en la vida política, económica, cultural y social. A tales efectos, adoptará todas las medidas de acción positiva que resulten necesarias». Y recoge, como uno de sus objetivos básicos, «la cohesión social, mediante un eficaz sistema de bienestar público, con especial atención a los colectivos y zonas más desfavorecidas social y económicamente, para facilitar su integración plena en la sociedad andaluza, propiciando así la superación de la exclusión social».

El Estatuto de Autonomía fija entre sus competencias exclusivas, en el artículo 47.1.1, «el procedimiento administrativo derivado de las especialidades de la organización propia de la Comunidad Autónoma, la estructura y regulación de los órganos administrativos públicos de Andalucía y de sus organismos autónomos, siendo competencias compartidas tanto el régimen jurídico de la Administración de la Comunidad

Autónoma de Andalucía y régimen estatutario de su personal funcionario y estatutario, así como de su personal laboral, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 76 de este Estatuto como el procedimiento administrativo común».

Y la Ley 9/2007, de 22 de octubre, de la Administración de la Junta de Andalucía, en su artículo primero recoge que «la presente ley regula la organización, el funcionamiento y el régimen jurídico de la Administración de la Junta de Andalucía, así como las especialidades del procedimiento administrativo común que le son propias». Indicando además, en su artículo tercero, entre los principios generales de organización y funcionamiento de la Administración de la Junta de Andalucía, en el apartado ñ), la «racionalización, simplificación y agilidad de los procedimientos».

Por otro lado, atendiendo a la materia de la atención social y no en la general referida a los procedimientos administrativos, el texto estatutario establece en el artículo 61, en relación a las competencias en materia de servicios sociales, «que en todo caso incluye: a) La regulación, ordenación y gestión de servicios sociales, las prestaciones técnicas y las prestaciones económicas con finalidad asistencial o complementarias de otros sistemas de protección pública; b) La regulación y la aprobación de planes y programas específicos dirigidos a personas y colectivos en situación de necesidad social; c) Instituciones públicas de protección y tutela de personas necesitadas de protección especial, incluida la creación de centros de ayuda, reinserción y rehabilitación».

En estos términos, se estima que la Comunidad Autónoma ostenta las competencias suficientes en materia de procedimiento administrativo como para dictar una norma con rango de ley que establezca la posible calificación como procedimiento de emergencia social de aquellos procedimientos administrativos que se determinen, bien por anexo a la propia ley o bien mediante el acuerdo del Consejo de Gobierno. Los efectos de tal declaración se limitarán a la tramitación de urgencia dentro de los procedimientos administrativos concretos a que se refieran.

III

Esta proposición de ley tiene por objeto definir el concepto de procedimiento de emergencia social y establecer un conjunto de medidas de carácter urgente y extraordinario eficaces, destinadas a:

a) Atender a las necesidades básicas de personas, familias y colectivos susceptibles de especial protección, como es el caso de las personas menores, las personas mayores y las que se encuentran en situación de exclusión social o en riesgo de estarlo.

b) Dotar de recursos humanos suficientes para la gestión y tramitación de los procedimientos de emergencia a través de las pertinentes reorganizaciones administrativas que aseguren la eficacia y la eficiencia de dichos procedimientos.

c) Dotar de recursos económicos suficientes para la gestión y tramitación de los procedimientos de emergencia social.

d) Generar mecanismos eficaces que permitan agilizar la tramitación de los procedimientos de emergencia.

La estructura de la ley se basa en un capítulo único, con seis artículos destinados a definir el objeto de la ley, su ámbito de aplicación y la definición del procedimiento de emergencia social, la descripción de la tramitación de urgencia, la provisión de medios materiales y económicos, y el régimen de ordenación de los pagos procedentes de los procedimientos calificados como de emergencia social.

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. *Objeto*

La presente ley tiene por objeto definir el concepto de procedimiento de emergencia social y establecer un conjunto de medidas de carácter urgente y extraordinario eficaces, destinadas a:

a) Atender a las necesidades básicas de personas, familias y colectivos susceptibles de especial protección, como es el caso de las personas menores, las personas mayores y las que se encuentran en situación de exclusión social o en riesgo de estarlo.

b) Dotar de recursos humanos suficientes para la gestión y tramitación de los procedimientos de emergencia a través de las pertinentes reorganizaciones administrativas que aseguren la eficacia y la eficiencia de dichos procedimientos.

c) Dotar de recursos económicos suficientes para la gestión y tramitación de los procedimientos de emergencia social.

d) Generar mecanismos eficaces que permitan agilizar la tramitación de los procedimientos de emergencia.

Artículo 2. *Ámbito de aplicación y definición de procedimiento de emergencia social*

1. La presente ley será de aplicación a la Administración de la Junta de Andalucía, así como a las entidades y organismos de ella dependientes

2. Se definen como procedimientos administrativos de emergencia social aquellos procedimientos gestionados por la Administración de la Junta de Andalucía y sus organismos dependientes, destinados a garantizar a las personas los recursos económicos y sociales mínimos para la convivencia en condiciones de dignidad e igualdad.

3. Tendrán la consideración de procedimiento de emergencia social los incluidos en el Anexo de esta ley, así como aquellos que los sustituyan en sus objetivos o personas destinatarias.

4. La Ley de Presupuestos podrá calificar otros procedimientos con igual carácter, en función de las necesidades económicas y sociales reales, y que se entenderán incluidos en el citado Anexo. La Consejería competente por razón de la materia remitirá la propuesta a la Consejería competente en materia de Hacienda, junto a su anteproyecto del estado de gastos.

5. El Consejo de Gobierno podrá declarar de emergencia social aquellos procedimientos que regule a través de las correspondientes normas reglamentarias, pero en ningún caso podrá eliminar los incluidos en el Anexo I de la presente ley.

Artículo 3. *Tramitación de urgencia*

1. Los procedimientos declarados de emergencia social por razones de interés público establecidos en esta ley se tramitarán con carácter de urgencia. A tal efecto, se entienden reducidos a la mitad los plazos máximos establecidos para resolver y notificar el correspondiente procedimiento, salvo para la presentación de solicitudes y recursos.

2. En los procedimientos declarados de emergencia social de los establecidos en el anexo, que reconozcan un derecho subjetivo para sus solicitantes, deberán entenderse estimadas las solicitudes una vez transcurrido el plazo máximo establecido en esta ley, sin perjuicio de la obligación de la Administración de resolver expresamente.

3. Los titulares de los órganos titulares competentes por razón de la materia de los distintos procedimientos calificados de emergencia social serán los responsables de velar por la aplicación de la tramitación de urgencia de los mismos, así como los titulares de los órganos en quien se delegue la tramitación de los mismos.

Artículo 4. *Provisión de medios materiales y económicos*

1. Las personas titulares de las Consejerías o de las Presidencias o Direcciones y Gerencias de los entes instrumentales de la Junta de Andalucía responsables de la tramitación o resolución de los procedimientos declarados de emergencia social garantizarán la provisión de medios materiales y económicos suficientes para el cumplimiento de los plazos previstos en esta ley.

2. En virtud de ello, la cobertura de los puestos adscritos a aquellas unidades donde se tramiten procedimientos calificados como procedimientos de emergencia social será siempre prioritaria a cualquier otra, tanto para formas provisionales como definitivas de provisión de puestos.

Así, no podrán anteponerse necesidades de servicio público por parte de los diferentes órganos administrativos para oponerse, en su caso, a las coberturas provisionales voluntarias de estos puestos y, de la misma manera, en todos los procedimientos de cobertura definitiva que se lleven a cabo en la Administración andaluza habrá que acreditar la suficiencia de medios y personas en las unidades administrativas en las que se tramiten los procedimientos a los que se refiere esta ley, mediante el informe de suficiencia de emergencia.

3. La suficiencia de emergencia será un informe emitido por el órgano administrativo competente en materia de Función Pública, en la que se acredite la cobertura prioritaria de todos los puestos recogidos en las relaciones de puestos de trabajo de las unidades en las que se tramiten procedimientos de emergencia social.

4. Se entenderán excluidas de las previsiones establecidas en el siguiente artículo la Administración educativa y la sanitaria.

Artículo 5. *Limitación de modificaciones presupuestarias*

Durante el ejercicio presupuestario en vigor, no podrá realizarse modificación alguna que suponga una reducción de los importes consignados en los créditos que figuren en los estados de gastos de la Junta de Andalucía o de sus agencias administrativas, destinados a la financiación de los gastos vinculados a los procedimientos de emergencia social.

Artículo 6. *Régimen de ordenación de pagos de los procedimientos de emergencia social*

1. Los órganos de Tesorería de la Junta de Andalucía otorgarán una especial prioridad a los pagos derivados de los expedientes de gasto de los procedimientos calificados como procedimientos de emergencia social, en el marco de las disponibilidades monetarias y sin perjuicio de la restante normativa de aplicación, comunicando las instrucciones necesarias a los órganos periféricos de la Consejería competente en materia de Hacienda.

2. En virtud de ello, no podrán abonarse indemnizaciones por razón del servicio en concepto de dietas, locomoción, traslados u otras indemnizaciones de altos cargos, gastos en atenciones protocolarias y representativas, gastos relacionados con información, divulgación, publicidad, estudios y trabajos técnicos que puedan ser asumidos con personal propio, sin que se hayan garantizado con anterioridad los pagos materiales derivados de la tramitación de los documentos susceptibles de estar incluidos en los procedimientos de emergencia social.

Disposición adicional primera. *De las plantillas presupuestarias*

1. El Consejo de Gobierno, a propuesta de la Consejería de Hacienda y Financiación Europea, en un período no superior a tres meses, previo diagnóstico y estudio de las necesidades materiales facilitadas por las Consejerías competentes por razón de la materia, realizará la planificación de los recursos humanos en las administraciones públicas de Andalucía, conforme a lo establecido en el artículo 69 de la Ley 7/2007, de 12 de abril, del Estatuto Básico del Empleado Público, para asegurar la dotación de recursos materiales suficientes para garantizar la ejecución eficaz de los procedimientos de emergencia social.

2. En ningún caso será de aplicación, con ocasión de esta planificación, lo dispuesto en el artículo 81.2 del Estatuto Básico del Empleado Público. En el mismo sentido, en ningún caso será de aplicación lo dispuesto en el artículo 69.2.d) del Estatuto Básico del Empleado Público, salvo para lo que se refiere a la movilidad voluntaria.

Disposición adicional segunda. *Información al Parlamento de Andalucía*

1. El Consejo de Gobierno remitirá trimestralmente a la Comisión o Comisiones del Parlamento de Andalucía competentes en materia de Hacienda y Administración Pública un informe sobre la situación y el estado de tramitación de los procedimientos de emergencia social, en el que se recogerá el volumen de gasto presupuestado, comprometido, así como el volumen de pago ejecutado derivado de las obligaciones reconocidas y efectivamente abonado y justificado, el número de expedientes tramitados, el estado de tramitación y tiempos de resolución de los procedimientos, y tiempos entre la ordenación formal y material del pago y su abono.

2. La Ley de Presupuestos para cada ejercicio incluirá esta obligación en su articulado.

Disposición transitoria primera. *Régimen transitorio de los procedimientos*

1. A los procedimientos ya iniciados antes de la entrada en vigor de la presente ley no les será de aplicación la misma, rigiéndose por la normativa anterior.

2. A los procedimientos iniciados con posterioridad al término del plazo a que se refiere la disposición final tercera les será de aplicación, en todo caso, lo dispuesto en la presente ley.

Disposición final primera. *Habilitación al Consejo de Gobierno*

1. Se habilita al Consejo de Gobierno a aprobar las normas reglamentarias y a adoptar los acuerdos que sean necesarios para la ejecución de lo previsto en esta ley.

Disposición final segunda. *Habilitación a Consejerías*

1. La Consejería competente en materia de Hacienda, dentro de las disponibilidades presupuestarias, habilitará los créditos necesarios y realizará las oportunas modificaciones presupuestarias para el cumplimiento de lo previsto en esta ley, sin que las mismas puedan suponer un incremento de los créditos ni variación en la naturaleza económica del gasto.

2. La Consejería competente en materia de Administración Pública realizará las adaptaciones y modificaciones necesarias en la relación de puestos de trabajo y plantilla presupuestaria para el cumplimiento de lo previsto en esta ley, sin que las mismas puedan suponer un incremento de los créditos ni variación en la naturaleza económica del gasto.

Disposición final tercera. *Entrada en vigor de la ley*

1. La presente ley entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*, a excepción de lo dispuesto en el apartado siguiente.

2. El artículo 3 de la presente ley entrará en vigor a los tres meses de su publicación en el *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*.

ANEXO 1

PROCEDIMIENTOS DE EMERGENCIA SOCIAL

Tendrán la consideración de procedimientos de emergencia social los siguientes:

1. EN EL ÁREA DE IGUALDAD, POLÍTICAS SOCIALES Y CONCILIACIÓN:

A. Inclusión social:

1. Renta mínima de inserción social en Andalucía (o la prestación que la sustituya con el mismo fin, en su caso).

2. Programa de refuerzo de la alimentación infantil.

3. Subvenciones dirigidas a entidades locales para el diseño, implantación, ejecución y desarrollo de los planes locales de intervención en zonas desfavorecidas.

4. Subvenciones dirigidas a entidades privadas y organizaciones sin ánimo de lucro para el desarrollo de las estrategias locales de intervención en zonas desfavorecidas, en el marco de la Estrategia Regional Andaluza para la Cohesión y la Inclusión Social (ERACIS)

5. Subvenciones a entidades privadas para la realización de programas de acción social que tengan por objeto el desarrollo de las actuaciones que se relacionan a continuación, destinadas a personas inmigrantes.

6. Subvenciones para el mantenimiento de entidades privadas dedicadas al ámbito de la acción social.

7. Ayudas sociales de carácter extraordinario a favor de las personas perceptoras de las pensiones del fondo de asistencia social y de las del subsidio de garantía de ingresos mínimos.

8. Ayudas de carácter extraordinario a favor de pensionistas por jubilación e invalidez en sus modalidades no contributivas.

B. Dependencia y discapacidad:

1. Situación de dependencia en la Comunidad Autónoma de Andalucía: reconocimiento y derecho a las prestaciones.

C. Infancia:

1. Subvenciones destinadas a programas para la atención, acogida e inserción social y laboral de menores extranjeros no acompañados.

D. Personas mayores:

1. Centro residencial de personas mayores: ingreso en situación de exclusión social.

E. Violencia de género:

1. Ayudas a mujeres víctimas de violencia que acrediten insuficiencia de recursos y especiales dificultades para obtener empleo.

2. Ayudas económicas para mujeres víctimas de violencia de género.

2. EN EL ÁREA DE SALUD Y FAMILIAS:

A. *Infancia*:

1. Ayudas económicas para menores y partos múltiples.

3. EN EL ÁREA DE VIVIENDA:

1. Ayudas al alquiler de la vivienda habitual.

2. Ayudas a personas en especiales circunstancias de emergencia social, incursas en procedimientos de desahucio o de ejecución.

Sevilla, a 28 de abril de 2021.

Ana Villaverde Valenciano,
Teresa Rodríguez-Rubio Vázquez,
Ángela Aguilera Clavijo,
Nacho Molina Arroyo,
José Ignacio García Sánchez,
Diego Crespo García,
María Gracia González Fernández,
Luz Marina Dorado Balmón,
María Vanessa García Casaucau,
María del Carmen García Bueno, y
María Isabel Mora Grande.

INICIATIVA LEGISLATIVA

PROPOSICIÓN DE LEY

11-21/PPL-000005, Proposición de Ley para la protección de la juventud ante la adicción a los juegos y el riesgo de ludopatía temprana

Presentada por los Ilmos. Sres. D. Nacho Molina Arroyo, Dña. Teresa Rodríguez-Rubio Vázquez, Dña. Ángela Aguilera Clavijo, D. José Ignacio García Sánchez, Dña. Ana Villaverde Valenciano, D. Diego Crespo García, Dña. María Gracia González Fernández, Dña. Luz Marina Dorado Balmón, Dña. María Vanessa García Casaucau, Dña. María del Carmen García Bueno, y Dña. María Isabel Mora Grande

Orden de publicación y remisión al Consejo de Gobierno

Sesión de la Mesa del Parlamento de 5 de mayo de 2021

Orden de publicación de 10 de mayo de 2021

La Mesa del Parlamento, en sesión celebrada el día 5 de mayo de 2021, de conformidad con lo previsto en el artículo 124.2 del Reglamento de la Cámara, ha acordado ordenar la publicación en el *Boletín Oficial del Parlamento de Andalucía* y remitir al Consejo de Gobierno, a fin de que muestre su criterio respecto a la toma en consideración, así como conformidad o no a la tramitación si implicara aumento de los créditos o disminución de los ingresos presupuestarios, la Proposición de Ley para la protección de la juventud ante la adicción a los juegos y el riesgo de ludopatía temprana, 11-21/PPL-000005, presentada por los Ilmos. Sres. D. Nacho Molina Arroyo, Dña. Teresa Rodríguez-Rubio Vázquez, Dña. Ángela Aguilera Clavijo, D. José Ignacio García Sánchez, Dña. Ana Villaverde Valenciano, D. Diego Crespo García, Dña. María Gracia González Fernández, Dña. Luz Marina Dorado Balmón, Dña. María Vanessa García Casaucau, Dña. María del Carmen García Bueno, y Dña. María Isabel Mora Grande.

Sevilla, 6 de mayo de 2021.

El letrado mayor del Parlamento de Andalucía,

Ángel Marrero García-Rojo.

A LA MESA DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

El Ilmo. Sr. D. Nacho Molina Arroyo, diputado, junto a los diputados y diputadas Ilmos. Sres. Dña. Teresa Rodríguez-Rubio Vázquez, Dña. Ángela Aguilera Clavijo, D. José Ignacio García Sánchez, Dña. Ana Villaverde Valenciano, D. Diego Crespo García, Dña. María Gracia González Fernández, Dña. Luz Marina Dorado Balmón,

Dña. Vanessa García Casaucau, Dña. María del Carmen García Bueno, y Dña. María Isabel Mora Grande, abajo firmantes, conforme lo dispuesto en los artículos 123 y siguientes del Reglamento de la Cámara, presenta la siguiente

PROPOSICIÓN DE LEY PARA LA PROTECCIÓN DE LA JUVENTUD ANTE LA ADICCIÓN A LOS JUEGOS Y EL RIESGO DE LUDOPATÍA TEMPRANA

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I

El Estatuto de Autonomía de Andalucía reconoce en el artículo 9 de su Título Preliminar que «todas las personas en Andalucía gozan, como mínimo, de los derechos reconocidos en la Declaración Universal de Derechos Humanos y demás instrumentos europeos e internacionales de protección de los mismos ratificados por España, en particular en los Pactos Internacionales de Derechos Civiles y Políticos, y de Derechos Económicos, Sociales y Culturales; en el Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales, y en la Carta Social Europea».

De otra parte, nuestra principal norma legal de ámbito andaluz declara en su artículo 10 como parte de los objetivos básicos de la Comunidad Autónoma «la consecución de la cohesión territorial, la solidaridad y la convergencia entre los diversos territorios de Andalucía, como forma de superación de los desequilibrios económicos, sociales y culturales, y de equiparación de la riqueza y el bienestar entre todos los ciudadanos, especialmente los que habitan en el medio rural», como recoge en su apartado 8.º, así como lo referido en el 14.º, donde objetiva «la cohesión social, mediante un eficaz sistema de bienestar público, con especial atención a los colectivos y zonas más desfavorecidos social y económicamente, para facilitar su integración plena en la sociedad andaluza, propiciando así la superación de la exclusión social».

En ese sentido, el Estatuto de Autonomía de Andalucía entronca con los contenidos referidos en su Título I, donde se citan los derechos sociales, los deberes y las políticas públicas, para declarar su compromiso legislativo, en su Capítulo II, con la protección a la familia en el artículo 17, para dictar que «se garantiza la protección social, jurídica y económica de la familia...», la protección a las personas menores –infancia y juventud– como colectivos socialmente vulnerables, y así recoge que «las personas menores de edad tienen derecho a recibir de los poderes públicos de Andalucía la protección y la atención integral necesarias para el desarrollo de su personalidad y para su bienestar en el ámbito familiar, escolar y social, así como a percibir las prestaciones sociales que establezcan las leyes», precepto recogido en el artículo 18.

De otra parte, la protección de las personas como consumidoras de bienes y servicios merece la atención, en su artículo 27, en los siguientes términos: «Se garantiza a los consumidores y usuarios de los bienes y servicios el derecho a asociarse, así como a la información, formación y protección en los términos que establezca la ley. Asimismo, la ley regulará los mecanismos de participación y el catálogo de derechos del consumidor».

Por último, y en lo que al marco legislativo en el que se incardina este proyecto de ley se refiere, hacemos constar que uno de los principios rectores de las políticas públicas en Andalucía fija, de acuerdo a lo contenido en el artículo 37.8 el objetivo de «la integración de los jóvenes en la vida social y laboral, favoreciendo su autonomía personal».

II

Andalucía, como buena parte del resto del territorio del Estado, ha vivido un incremento exponencial de las casas de apuestas en su territorio, así como una intensificación constante de la publicidad relacionada con la actividad de este tipo de negocios, tanto en los medios de comunicación audiovisuales como en las redes sociales, que son, como dictaminan expertos, asociaciones de jugadores y jugadoras rehabilitados y profesionales de la salud de nuestra tierra, un factor de riesgo para el incremento de casos de ludopatía en nuestra sociedad.

Sin duda, una sobreexposición al juego, que es asumida como la normalización de la actividad del juego y las apuestas, sin que la sociedad andaluza disponga de herramientas efectivas que permitan filtrar de manera conveniente a aquellos colectivos de personas más vulnerables que pueden ser víctimas de una red que los atrapa y cuyas consecuencias alteran gravemente a las familias en Andalucía, con componentes de tipo personal, familiar, laboral y económico, que coadyuvan a problemas que afectan en este momento a miles de familias donde la ludopatía es una tragedia reconocible.

De otra parte, los observatorios sociales que evalúan y analizan los segmentos de población en los que la ludopatía despliega una mayor presencia en la cuantificación del problema concluyen que hay un significativo deslizamiento de la edad de incorporación al juego hacia personas de menor edad. Así, si hace una década, la franja de los 35 a 50 años era más proclive a caer en la adicción al juego, ahora hay una horquilla muy definida y con un peso cuantitativo cada vez más acusado sobre la afectación de las patologías relacionadas con el juego en el tramo de 18 a 30 años.

Las estadísticas recogen un preocupante incremento de las adicciones al juego entre la juventud andaluza, pero no reflejan a quienes, estando fuera de la edad legal del juego en nuestra Comunidad, están siendo invitadas constantemente en los entornos sociales en los que se desenvuelven. De una parte, la enorme carga publicitaria que consumen, alimentada con profusión desde los medios de comunicación, las redes sociales, la publicidad estática, etc... y, de otra, la presencia en la misma de referencias personales que captan la atención de los segmentos de población desde sus posiciones célebres, como deportistas de élite, personajes de TV o personas influyentes que desde sus espacios en internet son seguidas por cientos de miles de personas a las que se las invita al juego sin filtro alguno.

La normalización del juego se consume por miles de horas de televisión, radio e internet. La juventud andaluza hace deporte con camisetas de clubs de fútbol donde la casas de apuestas son ampliamente publicitadas y los menores de edad se impregnan de un mensaje de alineación con una actividad en la que se enaltece el objetivo de ganar, ser famoso y hacer dinero fácil, vehiculando comportamientos sobre los que los menores de edad son absolutamente vulnerables.

En pocos años se ha cuadruplicado el número de casos de jóvenes atendidos por adicciones vinculadas al juego. Del mismo modo, se ha detectado que un 40% de las personas que han desarrollado juego patológico se iniciaron antes de cumplir los 18 años.

III

El crecimiento de las casas de apuestas en Andalucía nos deja un balance ciertamente significativo de la presencia masiva en los núcleos urbanos con mayor número de habitantes de todas las provincias andaluzas. Los datos que se hacen públicos desde la Administración andaluza sitúan ratios de población respecto de casas de apuestas que son más que inquietantes y, en alguna provincia, alarmante. Su proliferación, además, presenta un rasgo ciertamente preocupante: el asentamiento de estas actividades en barrios y zonas de los núcleos de población donde no se discrimina por el potencial peligro que presentan para la juventud; se encuentran en muchos casos apenas a unos metros de espacios públicos donde la presencia de niñas y niños y jóvenes andaluzas y andaluces es constante. Así, centros de enseñanza, instalaciones deportivas, centros cívicos, parques públicos, bibliotecas, etc., conviven en la misma calle, en la misma acera, o en la de enfrente, de las casas de apuestas en numerosas poblaciones andaluzas, con una propuesta comercial en todos los casos ciertamente llamativa.

El debate público en torno a las casas de apuestas implica la obligación de los poderes públicos de velar por preservar los derechos de las personas frente a todo, tal y como nos mandata nuestro Estatuto de Autonomía de Andalucía, y para ello dotarse de las herramientas jurídicas necesarias, sin menoscabo de los derechos que la libertad de empresa dispone, en estos momentos, para la iniciativa privada y que tampoco éste pueda condicionar y poner en riesgo la necesaria justificación del pleno desarrollo de las personas que sean de especial protección frente a comportamientos que puedan ocasionar un grave deterioro de su personalidad y de la afectación que un trastorno adictivo pueda tener en su ámbito familiar y social.

En ocasiones, la apertura de este tipo de negocios y su concentración en zonas muy concretas han generado malestar en una parte de la comunidad de vecinas y vecinos, pero ello no ha impedido que en determinados entornos el riesgo que entraña el juego haya pasado desapercibido, atrayendo así a clientes muy jóvenes, desconocedores de estar realizando una actividad que, si no se practica con responsabilidad, puede llegar a desembocar en una adicción.

El reconocimiento de la ludopatía como un trastorno por parte de la Organización Mundial de la Salud en 1992 y su inclusión en la Clasificación Internacional de Enfermedades fue un hito para determinar que la ludopatía constituye una auténtica adicción, aunque carente de sustancia. Y que su afectación no sólo es grave en lo individual, sino a todo su entorno familiar, laboral y social, con consecuencias devastadoras de carácter económico y emocional que sobrepasan a la persona que lo padece.

Parece, pues, oportuna y justificada una regulación en orden a impedir que la ubicación de este tipo de negocios se instale en las proximidades de aquellos espacios donde la juventud andaluza pasa muchas horas de estudio, convivencia o asueto.

IV

El Estatuto de Autonomía de Andalucía recoge la competencia exclusiva en materia de juego en la Comunidad. Así, el artículo 81.1 dicta que «corresponde a la Comunidad Autónoma la competencia exclusiva en materia de juegos, apuestas y casinos, incluidas las modalidades por medios informáticos y telemáticos, cuando la actividad se desarrolle exclusivamente en Andalucía».

La Ley del Juego y Apuestas en Andalucía data de 1986 y, aunque recoge algunos preceptos limitativos del acceso de las personas vulnerables a los establecimientos de juego, no es menos cierto que la actual dimensión del problema social del juego se ha visto acrecentada de manera significativa con la aparición de nuevas modalidades de juego más allá de los establecimientos que en los años ochenta acogían la presencia física de las personas, bingos y casinos, con un despliegue ciertamente limitado en comparación con la profusión de casas de apuestas que proliferan por toda la geografía andaluza.

Esta limitación legislativa vigente, que adolece del abordaje del problema que supone el incremento de adicciones al juego entre la juventud andaluza, aconseja disponer de herramientas legislativas capaces de frenar el incremento de la ludopatía en la juventud andaluza que se viene detectando en los últimos años, incorporando al cuerpo legislativo de la Comunidad una ley que actúe en diferentes ámbitos, con el objetivo de preservar a la juventud andaluza de un problema de adicción al juego que puede condicionar gravemente el desarrollo personal y el entorno social y familiar de la juventud andaluza.

A pesar de la dificultad que aún existe para acceder a datos que dimensionen adecuadamente el fenómeno, lo cierto es que, desde las asociaciones, los centros especializados y las y los profesionales que se dedican a tratar con los riesgos y consecuencias del juego, se advierte del aumento de jóvenes jugadores y jugadoras que acuden buscando ayuda, y de la manera en que se instala el juego problemático también entre menores de edad.

Por tanto, es necesario abordar de manera perentoria medidas que, en diferentes ámbitos, interactúen como un todo para levantar una barrera efectiva frente al riesgo de la adicción al juego de la juventud en Andalucía.

Los diferentes informes de la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD), relativos a juego y juventud, publicados en 2020 y 2021, en colaboración con expertos y entidades vinculadas a la juventud, han puesto de manifiesto esa necesidad, y en concreto sobre la importancia de incidir en aspectos concretos que permitan esa profilaxis frente a un riesgo real, detectado y en crecimiento. Así, se nos proponen medidas tendentes a establecer un control urbanístico que regule de manera más estricta la presencia de salones y casas de apuestas en los barrios, como ya vienen haciendo otros territorios del Estado; prestar atención a la aparición de juegos que no requieren dinero para su práctica, pero están implementando de manera subliminal actitudes conductuales hacia el juego entre los jóvenes; mejorar y sistematizar los instrumentos de medida que permitan datos actualizados de cara a elaborar de la mejor manera políticas de prevención en los ámbitos clínicos, personalización de los casos, estudios de prevalencia, caracterizaciones, etc.

Así mismo, destaca la importancia de abrir líneas de trabajo en relación a algunas necesidades educativas que actúen como reforzadores sociales; abordar el juego y sus riesgos también en lo personal,

lo psicológico y lo emocional, frente a la construcción interesada de la concepción grupal y en torno al ocio; atender la brecha social de clase en el momento de enfrentar problemas relacionados con el juego, de manera que personas con menores recursos económicos y culturales puedan resultar invisibilizadas desde el momento en que no piden ayuda; incluir el estudio de cómo afectan las patologías relacionadas con el juego por género, etc.

El Plan Estratégico de la Juventud en Andalucía, aprobado por Acuerdo de 10 de diciembre de 2019, del Consejo de Gobierno, tiene como objeto ofrecer una respuesta integral a las necesidades de la juventud, abordando los retos actuales y futuros que se presenten, como consecuencia de un entorno cambiante y de las demandas de una sociedad en constante evolución.

Para ello, el plan se sustenta, entre otras directrices, en la búsqueda de soluciones para la erradicación en el ámbito juvenil de la ludopatía. Se enmarca, por tanto, la presente ley en los objetivos que se prevén de la acción el Gobierno de la Junta de Andalucía en el ámbito de sus competencias y en las estrategias que se despliegan para abordar un problema social que adquiere cada vez mayor presencia en el seno de las familias y numerosas localidades de Andalucía.

TÍTULO ÚNICO

Artículo 1. *Objeto de la ley.*

La presente ley tiene por objeto:

La prevención de la ludopatía o juego patológico entre la juventud andaluza.

La adopción de medidas en varios ámbitos que coadyuven a la preservación de la juventud andaluza frente a la amenaza de incurrir en comportamientos adictivos del juego y las apuestas dinerarias.

Artículo 2. *Ámbito de la Ley.*

1. La presente ley tiene por objeto implementar, en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Andalucía, acciones y herramientas para impedir la adicción de la juventud andaluza a los juegos y a las apuestas de índole económica.

2. Se interpreta como de aplicación de la presente ley a cualquier persona en Andalucía que no tenga por alcanzada la mayoría de edad en el momento de su aplicación.

3. Quedan excluidos del ámbito de esta ley el juego y las competiciones de puro pasatiempo o recreo constitutivos de usos sociales de carácter tradicional, familiar o amistoso, siempre que no sean objeto de explotación lucrativa por las personas jugadoras u otras personas

Artículo 3. *Medidas de carácter general para la prevención de la ludopatía en la juventud andaluza.*

1. El Gobierno de Andalucía, en el ámbito de sus competencias, deberá llevar a cabo, al menos, las siguientes actividades, con el objetivo de prevenir y atender situaciones de juego patológico, en lo que pueda afectar a las personas menores de edad y jóvenes, en el marco de las competencias atribuidas a las consejerías y organismos dependientes en los siguientes ámbitos de actuación:

a) La realización de talleres y actividades formativas de educación para la salud, información sanitaria y prevención del juego patológico en los ámbitos educativo, sanitario, deportivo y sociolaboral.

b) El establecimiento de protocolos de detección precoz y control de la ludopatía en el ámbito educativo y en el sociosanitario.

c) El fomento del ocio alternativo y el ocio educativo especialmente dirigido a las personas adolescentes y jóvenes.

d) La implantación de unidades multidisciplinarias específicas de tratamiento de la adicción al juego.

e) El desarrollo y puesta en marcha de campañas de información y divulgación sobre los riesgos de adicción a los juegos y apuestas destinados a la juventud andaluza.

2. Las actividades a que se refiere el apartado 1 de este artículo se podrán desarrollar en colaboración con otras administraciones públicas y con las entidades sociales que, con acreditada solvencia y experiencia, vienen trabajando específicamente en la prevención, detección y atención de las personas afectadas por ludopatía temprana.

Artículo 4. *Medidas de control sobre las máquinas de apuestas tipo B*

1. De acuerdo con el artículo 25 de la Ley 2/1986, de 19 de abril, del juego y apuestas de la Comunidad Autónoma de Andalucía, que determina las características de máquinas B, éstas, cuando se encuentren en servicio en locales diferentes a los recogidos en el artículo 16.2 de la citada Ley 2/1986, deberán contar con un sistema de activación-desactivación por control remoto del personal encargado del local, de manera que se evite el acceso al juego a las personas menores de edad. Una vez finalizadas las partidas de juego y durante el tiempo en que la máquina de juego no esté siendo utilizada, permanecerá desactivada, sin emitir estímulos sonoros, visuales o lumínicos. El personal encargado del local en que la máquina esté instalada asume la responsabilidad de hacer cumplir las prohibiciones de juego establecidas en esta ley.

2. No se podrá autorizar la instalación de máquinas de juego de tipo B en terrazas o vías públicas ni en el exterior de los locales habilitados, así como en los bares o cafeterías ubicados en el interior de centros docentes, sanitarios, sociales o juveniles y de recintos deportivos.

Artículo 5. *Medidas de control sobre la ubicación de locales destinados al juego y a las apuestas.*

1. Con carácter general, se dispone la prohibición de instalación de casas de apuestas y salones de juego y cualesquiera otros establecimientos de los relacionados en el artículo 10.2 de la Ley 2/1986, del juego y apuestas en la Comunidad de Andalucía, a una distancia inferior a 500 metros de un centro educativo acedi-

tado por la Consejería competente en materia de Educación para impartir Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato, Ciclo de Formación Profesional Básica y Enseñanzas Artísticas Profesionales.

2. La distancia mínima de separación entre locales de los relacionados en el artículo 10.2 de la Ley 2/1986, de 19 de abril, del juego y apuestas de la Comunidad de Andalucía, no podrá ser inferior a 500 metros.

3. Se faculta a los ayuntamientos de Andalucía para definir en sus instrumentos de planeamiento urbanístico, y específicamente en sus planes generales de ordenación urbana, los mapas de zonas restringidas para la instalación de los establecimientos recogidos en el artículo 10.2 de la Ley 2/1986, de 19 de abril, del juego y apuestas de la Comunidad de Andalucía.

4. Las distancias a que se refieren el apartado 1 y 2 de este artículo se deben medir tomando como referencia las puertas de acceso del establecimiento de juego y siguiendo el viario que tenga consideración legal de dominio público más corto que utilicen los y las peatones. La concreción técnica para la medición de estas distancias estará supeditada reglamentariamente al informe emitido por los servicios de urbanismo del ayuntamiento donde se pretenda ubicar dicho establecimiento.

Artículo 6. *Medidas de carácter sociosanitario*

1. La Consejería competente en materia de Salud, en coordinación con la Consejería competente en materia de Juegos y Apuestas elaborará en el plazo de un año, contado a partir de la entrada en vigor de la presente ley, un estudio que analice el impacto social y sobre la salud pública de las instalaciones de juego existentes (locales específicos de juego y máquinas de juego en locales de hostelería) en Andalucía.

2. Con los resultados que arroje dicho estudio, se elaborará una estrategia sociosanitaria que permita el abordaje de las necesidades que se determinen prioritarias en orden a atender la demanda de atención clínica, psicológica y sociosanitaria de la juventud andaluza en aquellos ámbitos territoriales donde se detecte una mayor incidencia de los riesgos asociados a la ludopatía temprana.

3. La Consejería competente en materia de Salud atenderá con medios propios la prestación de los servicios necesarios, que podrán ser vehiculados a través del tejido asociativo cuya experiencia y trabajo desarrollado en diferentes ámbitos territoriales pueda posibilitar el mejor desarrollo de los mismos. Para ello, se faculta a la consejería competente a la firma de convenios de colaboración con las entidades reconocidas en Andalucía en el ámbito el tratamiento de las adicciones al juego de la juventud andaluza.

Artículo 7. *Medidas de divulgación de los riesgos del juego y las apuestas entre la juventud de Andalucía.*

1. La Consejería competente en materia de Educación elaborará materiales de formación destinados a reforzar la información del alumnado en materia de juegos y adicciones al juego, para ser incorporados a los niveles educativos de la juventud andaluza a partir de los 14 años en el régimen de Enseñanzas Medias,

Educación Secundaria Obligatoria, Formación Profesional y Bachillerato, que deberán ser impartidos con carácter universal en todos los centros educativos públicos y concertados.

2. Dichos contenidos podrán ser impartidos como parte de las actividades complementarias y convenidos con las entidades sociales que vengan prestando una labor de apoyo, divulgación y prevención del riesgo del juego y la ludopatía entre la juventud andaluza.

3. La Junta de Andalucía promoverá la puesta en marcha de campañas informativas sobre el riesgo del juego entre la juventud andaluza, con carácter periódico y al menos una vez al año, preferentemente en canales de comunicación que cuenten con segmentos de audiencia enfocados hacia la población más joven, con especial atención a contenidos webs y de redes sociales.

4. La Radio y Televisión de Andalucía incorporará a sus contenidos informativos y divulgativos acciones de comunicación que tengan por destinataria la audiencia más joven en la Radio y Televisión Pública, y que serán objeto de emisión en torno a la programación que tenga por objetivo captar audiencia del segmento de población más joven en Andalucía.

Artículo 8. *Financiación con cargo a la fiscalidad que rige la actividad del juego.*

1. Para dotar económicamente los programas de atención sociosanitaria que se recogen en el artículo 6 de la presente ley, la Consejería de Hacienda habilitará los créditos necesarios para garantizar una financiación suficiente y adecuada para el cumplimiento de los fines de la presente ley.

2. Los presupuestos de la Junta de Andalucía recogerán de manera específica el importe destinado a estos programas.

Disposición Adicional.

1. A la entrada en vigor de la presente ley se suspende, con carácter temporal, la concesión de nuevas autorizaciones de instalación de nuevas casas de apuestas en todo el territorio de Andalucía.

2. Dicha moratoria está condicionada a la elaboración, por parte de la Consejería competente en materia de Juego, y en colaboración con las Consejerías con competencias en materia de Salud y de Educación, de un estudio integral sobre la configuración territorial del juego en Andalucía, de forma que puedan delimitar de la manera más fidedigna posible las zonas urbanas de especial saturación, la ubicación y los parámetros necesarios que evalúen aquellos espacios de especial riesgo para atender los objetivos que pretende esta ley.

Dicho estudio deberá estar concluido a los doce meses de la aprobación de esta ley.

Disposición Transitoria. *Período transitorio de adaptación de las máquinas de juego tipo B y de las máquinas auxiliares de apuestas.*

En el plazo de doce meses desde la entrada en vigor de esta ley, las máquinas de juego tipo B y las máquinas auxiliares de apuestas situadas en establecimientos de hostelería y similares deben contar con el sistema de activación-desactivación al que se refiere el artículo 4 de esta ley.

Disposición Final.

La presente ley entrará en vigor al día siguiente en su publicación en el *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*.

Sevilla, a 28 de abril de 2021,
Nacho Molina Arroyo,
Teresa Rodríguez-Rubio Vázquez,
Ángela Aguilera Clavijo,
José Ignacio García Sánchez,
Ana Villaverde Valenciano,
Diego Crespo García,
María Gracia González Fernández
Luz Marina Dorado Balmón.
María Vanessa García Casaucau,
María del Carmen García Bueno, y
María Isabel Mora Grande.

RELACIÓN CON ÓRGANOS E INSTITUCIONES PÚBLICAS

CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

11-21/IACA-000001, Informe Anual del Consejo Audiovisual de Andalucía correspondiente al ejercicio 2020

Sesión de la Mesa del Parlamento de 5 de mayo de 2021

Orden de publicación de 6 de mayo de 2021

La Mesa del Parlamento, en sesión celebrada el día 5 de mayo de 2021, de conformidad con lo dispuesto en la Resolución de la Presidencia relativa a la presentación del Informe Anual del Consejo Audiovisual de Andalucía, ha conocido y ordenado su publicación en el *Boletín Oficial del Parlamento de Andalucía*, del Informe Anual del Consejo Audiovisual de Andalucía correspondiente al ejercicio 2021 (núm. de expediente 11-21/IACA-000001).

Así mismo, la Mesa en la sesión arriba citada ha acordado su remisión a la Comisión de Presidencia, Administración Pública e Interior, que deberá tramitarlo siguiendo el procedimiento establecido en el actual artículo 153 del Reglamento de la Cámara, correspondiendo la comparecencia a la persona titular de la Presidencia del citado Consejo.

Sevilla, 5 de mayo de 2021.

El letrado mayor del Parlamento de Andalucía,
Ángel Marrero García-Rojo.

INFORME ANUAL 2020

DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA AL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

MEMORIA 15

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	34
1. Seguimiento de contenidos de programación y publicidad	37
1.1 Planificación, grabación y verificación	37
1.2 Mapa de televisiones y radios de Andalucía	39
1.3 Contenidos	40
1.4 Comunicaciones comerciales	44
1.5 Televisiones sin licencia	50
1.6 Sistema de alertas	51
1.7 Promoción obra europea	55
1.8 Accesibilidad	58
1.9 Regulación del derecho a una comunicación audiovisual transparente	60
2. Líneas generales de actuación	62
2.1 Plan Estratégico 2021-2023	62
2.2 Defensa de los derechos de los menores	64
2.3 Salvaguarda del pluralismo político, social, religioso y cultural	71
2.4 Promoción de la igualdad de género	82
2.5 Derechos de las personas con discapacidad	86
2.6 Informes	89
3. Comunicación con la ciudadanía	97
3.1 Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA)	97
3.2 Barómetro Audiovisual de Andalucía	112

BOLETÍN OFICIAL DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

Núm. 573

XI LEGISLATURA

13 de mayo de 2021

3.3 Jornadas y foros	119
3.4 Página web, redes sociales y blog	123
4. Recomendaciones	125
5. Proyección institucional	128
5.1 Encuentros con otros organismos reguladores	128
5.2 Relaciones institucionales	131
5.3 Convenios y protocolos	132
6. Organización y funcionamiento	133
6.1 Composición y miembros	133
6.2 Organigrama y funciones	135
6.3 Presupuestos	138
6.4 Órganos de gobierno	141
7. Resumen de actividades	145

PRESENTACIÓN

UN AÑO DIFÍCIL Y DIFERENTE

El 2020 ha sido un año complejo y difícil, muy diferente de lo previsible por culpa de una pandemia mundial intensa que no conocían las generaciones actuales. Esa pandemia provocada por la COVID-19 ha trastocado durante muchos meses toda nuestra vida individual y colectiva y lo ocurrido desde principios de ese año no ha dejado de afectar profundamente a un organismo como el Consejo Audiovisual de Andalucía, en sus ritmos de trabajo, en sus prioridades, en sus campos de actuación. Porque la pandemia ha tenido, ante todo, una muy dolorosa incidencia sanitaria, y profunda huella en la economía y el empleo, pero también ha introducido nuevos hábitos o ha dado alas a otros hasta ahora secundarios y muchas de esas novedades tienen su desarrollo en el mundo audiovisual, incidiendo a través de él en las vidas de todos los ciudadanos, entre ellos los andaluces.

Para el Consejo Audiovisual de Andalucía, los acontecimientos que se han sucedido en 2020 y siguen en los primeros meses de 2021 suponen todo un desafío. Ha transformado sus pautas de trabajo habitual, incorporando a gran escala el teletrabajo, desafío al que la institución ha respondido bien e introduciendo, conforme el devenir de los acontecimientos y las preocupaciones colectivas lo aconsejaban, nuevos análisis y nuevas líneas de trabajo. Todo ello sin renunciar a actividades que identifican muy bien sus líneas de trabajo previas. El concurso anual «El Audiovisual en la Escuela», por ejemplo, orientado a facilitar la alfabetización mediática, fue mantenido, ampliando el plazo de recepción de trabajos, y la decisión se vio recompensada por el estimable número de trabajos presentados, superior incluso al de otras convocatorias. La incidencia de la pandemia, las medidas de confinamiento y todas las precauciones inherentes han obligado al Consejo a restringir las actividades en su sede o promovidas por él en otros recintos, esa menor visibilidad ha sido compensada por un intensivo diálogo vía pantalla con personas y entidades u organizaciones, en algunos casos físicamente lejanas, que se ha revelado fructífero y ha contribuido a esa aludida apertura a nuevas inquietudes y nuevas fórmulas. En todo caso, antes de que se iniciasen los confinamientos en casa y medidas complementarias por la COVID-19, se desarrollaron actos como la jornada «La mujer en el cine», en vísperas del 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer, en la sede del Consejo, o la denominada «Dímelo en andaluz», con ocasión de la celebración del 28 de febrero, celebrada en la Facultad de Comunicación de Sevilla, sobre el habla andaluza, su uso y su conocimiento.

En 2020 el Consejo Audiovisual de Andalucía ha cumplido 15 años de existencia, es sin duda una coyuntura que anima al balance crítico y al planteamiento de nuevas iniciativas. A finales de ese año el Consejo aprobaba un nuevo Plan Estratégico, mucho más minucioso, con objetivos renovados y propuestas concretas, que en la práctica van a suponer una nueva e ilusionante etapa para el período 2021-2023. En esa misma línea cabe destacar la aprobación del borrador de un nuevo Reglamento Orgánico y de Funcionamiento del Consejo Audiovisual de Andalucía (ROFCAA), obligado por los cambios sobrevenidos en su composición y otros elementos, que es el tercero del que se dota el Consejo y se ha aprobado por unanimidad de sus integrantes.

Las circunstancias sobrevenidas en estos meses han hecho también más patente, si cabe, la necesidad de colaboración entre instituciones de distinta estructura y ámbito de actuación, pero con las que el Consejo comparte inquietudes y objetivos de acción o análisis. En ese sentido podemos incluir el convenio firmado con el Defensor del Pueblo Andaluz y Defensor del Menor, con propósitos concretos que han comenzado a materializarse, en especial en cuanto se refiere a protección de menores. Se firmó también un convenio con la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, AUTOCONTROL, que incidirá en el ámbito, tan relevante, de la publicidad, en el que el Consejo se propone intensificar su actividad.

En la misma línea puede situarse la amplia presencia del Consejo en el seno de la PRAI, la Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual de Iberoamérica, donde participa en diversas comisiones y mesas de trabajo, coordinando la dedicada a promover la igualdad de género en el ámbito audiovisual.

El Consejo ha proseguido su actividad editora con informes que tienen ya una reconocida trayectoria, pero en los que se han introducido novedades, aconsejadas por las circunstancias vividas y para ampliar su utilidad. Así, el Barómetro Audiovisual de Andalucía ha incluido estudios especiales que reflejan el pensamiento de los andaluces en torno a la pandemia de la COVID-19, siempre en relación con los medios audiovisuales, y se ha encuestado también a la opinión pública andaluza sobre la proliferación de bulos, falsas noticias o manipulación de imágenes. Otra de las publicaciones tradicionales del Consejo, el Informe sobre pluralismo en las televisiones públicas, constata, un año más, que no se avanza como sería deseable en el pluralismo, sobre todo en el ámbito de las televisiones locales. El Consejo publicó asimismo un nuevo número de su colección Cuadernos del Audiovisual, dedicado a la protección de menores en el entorno digital, que reúne las nueve intervenciones en las Jornadas celebradas en noviembre de 2019 en el Parlamento de Andalucía.

Durante 2020 el Consejo ha impulsado diversas iniciativas propias, y fomentado otras junto a diversas instancias. A sugerencia del Consejo, la Dirección General de Comunicación Social promovió a finales de 2020 la campaña «Que el juego no apague tu luz», advirtiendo de los riesgos que para la juventud presentan los juegos de azar vía internet, campaña en medios andaluces que tuvo estimable repercusión. Por iniciativa directa del Consejo, y con una elogiada colaboración desinteresada de numerosos medios de comunicación públicos y privados, desde televisiones a empresas de transporte público, se desarrolló otra campaña, «Pasa del bulo y navega seguro», asimismo con respuesta muy positiva. Previamente, mediado el año, el Consejo Audiovisual de Andalucía elaboraba y difundía un decálogo de recomendaciones para frenar la cada vez más extendida difusión de noticias falsas, como ayuda a padres y educadores a la hora de afrontar esos problemas con los menores, aportando herramientas para detectar bulos o noticias falsas. En paralelo a estas campañas e iniciativas, se ha constatado un notable aumento –del orden del 25%– de las descargas de textos y documentos del Consejo disponibles en su web, como el Barómetro Audiovisual o las bases del concurso «El audiovisual en la escuela», pero también otros como la «Guía para el tratamiento informativo de la Violencia de Género» o el «Informe sobre el tratamiento informativo de la crisis del coronavirus en Canal Sur TV».

El mundo audiovisual español, y el andaluz, atraviesan una coyuntura de cambios profundos que afectan también al ámbito normativo a distintas escalas. Ante todo, la próxima nueva Ley General Audiovisual de ámbito estatal, en tramitación, en la que se introducirán notables modificaciones a la vigente Ley 7/2010, de 31 de marzo. Son modificaciones obligadas para la adaptación de la legislación española a las directrices

europas en ese ámbito, con novedades como las referidas a las plataformas de intercambio de vídeos, en tan intenso crecimiento en los últimos meses. Esa ley tendrá sin duda repercusiones también en el ámbito andaluz. Por ello, el Consejo ha elaborado un análisis del anteproyecto de ley con sugerencias para su mejora, en especial en relación con las actuaciones de organismos de ámbito autonómico como los Consejos Audiovisuales, que ha sido remitido a las correspondientes autoridades de ámbito estatal, Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital.

Pero también en el ámbito andaluz se producen novedades. La Ley Audiovisual andaluza, 10/2018, de 9 de octubre, está pendiente de desarrollo en muchos de sus contenidos, también la de cine, desarrollos a los que el Consejo ha urgido en varias ocasiones. En los primeros meses del año se produjo también la aprobación de un decreto ley del Gobierno de la Comunidad en el Parlamento andaluz sobre reformas para agilizar la Administración que incidía en varios de sus artículos en el sector audiovisual. Texto muy controvertido que llevó al Consejo a pedir el diálogo urgente y la búsqueda de consenso entre gobiernos y partidos políticos con posterior reflejo parlamentario. El Consejo, por otro lado, ha seguido también elaborando informes, a solicitud de otras instituciones, sobre normativas en tramitación como el pedido por el Ministerio de Consumo ante el Proyecto del Real Decreto 958/2020, más conocido como Ley de Publicidad del Juego, sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego.

Todas estas iniciativas se realizan sin menoscabo de otras en ámbitos más tradicionales, como la televisión o la publicidad. En aquel ámbito el Consejo ha desarrollado diversas actuaciones durante 2020 en defensa del televidente, como reforzar el derecho a conocer la programación con suficiente antelación y la identidad de los prestadores audiovisuales o también mejorar la señalización y calificación de los contenidos televisivos para una mejor protección de los menores. En el sector de la publicidad, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha alertado asimismo de la invisibilidad de las personas con discapacidad en la publicidad televisiva y ha reclamado a las administraciones una regulación estricta de la publicidad de alimentos y bebidas dirigida a los menores, y no confiar sólo en la autorregulación. Otros trabajos, como el análisis de contenidos audiovisuales difundidos en línea e insertos en el discurso del odio, han sido iniciados en este año y tendrán su culminación en 2021.

Como podrá comprobarse en las páginas que siguen, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha realizado, en la coyuntura tan peculiar de 2020, un continuado esfuerzo por utilizar plenamente sus recursos y desarrollar sus competencias adaptándose a las nuevas exigencias en su objetivo de ser útil a la comunidad andaluza en un sector estratégico como la comunicación audiovisual.

Antonio Checa Godoy
Presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía.

1. SEGUIMIENTO DE CONTENIDOS DE PROGRAMACIÓN Y PUBLICIDAD**1.1. PLANIFICACIÓN, GRABACIÓN Y VERIFICACIÓN**

El sistema de seguimiento de medios del Consejo Audiovisual de Andalucía es la base no solo del sistema de alertas, sino también de la gran mayoría del material analizado por la Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA), así como del material examinado para los estudios que acomete el órgano y, muy particularmente, para los informes de pluralismo.

Durante el año 2020 se han centrado los esfuerzos en el seguimiento de la Televisión Digital Terrestre y la mayoría del material archivado se corresponde con grabaciones de este medio, aunque también se ha realizado el seguimiento de la radio generalista en el centro autonómico y nacional.

En la siguiente tabla se puede ver la cantidad de horas archivadas en el sistema central agrupadas por el centro de captación donde se grabaron y según el tipo de emisión:

Tabla 1. Horas de material archivado

CENTRO	RADIO	TDT	TOTAL
Autonómico y Nacional	60890	102572	163463
Sevilla		45187	45187
Jerez		32199	32199
Málaga		31441	31441
Marbella		24967	24967
Huelva		24108	24108
Fuengirola		22399	22399
Córdoba		21216	21216
Cádiz		18272	18272
Almería		17773	17773
Jaén		17632	17632
Granada		16472	16472
Algeciras		16348	16348
Écija		11998	11998
Almonte		11855	11855
Ejido		11316	11316
Motril		4859	4859
Palma del río		4663	4663
Antequera		4264	4264
Estepa		3189	3189
Andújar		1672	1672
Total General	60890	444404	505294

En cuanto a las campañas de catalogación que se han llevado a cabo durante 2020 podemos destacar el siguiente reparto de horas:

Tabla 2. Horas de catalogación manual según campañas de catalogación

MES	CAT.EGORÍA GENÉRICA	OBRA EUROPEA	PLURALISMO POLÍTICO	CAMPAÑA PUBLICIDAD	CAMPAÑA SEÑALIZACIÓN	TOTAL
Enero	7580:11:58	1552:52:50	428:00:41	2032:16:38		11593:22:07
Febreror	7369:15:26	1457:02:58	472:24:01	1752:39:50	2249:15:38	13300:37:53
Marzo	10233:56:47	1653:24:20	392:21:38	1465:27:46		13745:10:31
Abril	9422:15:13	1688:10:18	704:38:30	1217:26:09		13032:30:10
Mayo	11149:14:11	1718:53:32	479:01:24	682:52:37		14030:01:44
Junio	14050:31:36	1572:58:51	375:29:41	620:02:27		16619:02:35
Julio	13967:56:30	1648:22:09	331:33:20	425:50:28		16373:42:27
Agosto	10561:42:28	1812:04:21	219:48:08	369:10:43		12962:45:40
Septiembre	12801:49:04	1587:11:51	286:56:11	391:04:04		15067:01:10
Octubre	716:54:36	1627:22:46	24:12:39	1:42:10		2370:12:11
Noviembre		1572:49:43				1572:49:43
Diciembre	14:42:19	1647:42:30	193:43:40			1856:08:29
TOTAL	97868:30:08	19538:56:09	3908:09:53	8958:32:52	2249:15:38	132523:24:40

A partir del nuevo Contrato de servicios de tecnología de la información y telecomunicaciones asociados a un sistema de grabación, archivo, edición y catalogación de material audiovisual y servicios de análisis y de catalogación para el Consejo Audiovisual de Andalucía' que se firmó en octubre, el CAA volvió a disponer de materiales catalogados automáticamente proporcionados por los servicios del Lote C de dicho contrato:

Tabla 3

MES	PROGRAMACIÓN	PUBLICIDAD	TOTAL
Enero		542:26:22	542:26:22
Febreror		541:55:26	541:55:26
Marzo		482:31:32	482:31:32
Abril		293:11:19	293:11:19
Mayo		352:16:15	352:16:15
Junio		374:59:12	374:59:12
Julio		83:22:57	83:22:57
Agosto		69:01:22	69:01:22
Septiembre	2225:34:55	68:08:57	2293:43:52
Octubre	2360:37:09	63:22:27	2423:59:36
Noviembre	2284:24:42	63:02:05	2347:26:47
Diciembre	2380:15:52	78:39:45	2458:55:37
TOTAL	9250:52:38	3012:57:39	12263:50:17

1.2. MAPA DE TELEVISIONES Y RADIOS DE ANDALUCÍA

Durante el año 2020 el Área de Contenidos del CAA ha continuado realizando el seguimiento a la implantación de la TDT en Andalucía y los cambios surgidos de la liberación del dividendo digital. Para realizar este seguimiento se han realizado 74 barridos de televisión digital terrestre y radio digital repartidos por los centros de los que dispone la red fija del CAA.

Tabla 4. Barridos realizados

CENTROS	BARRIDOS TDT Y RD
Algeciras	6
Almería	4
Almonte	4
Andújar	4
Antequera	4
Cádiz	7
Córdoba	5
Écija	4
Ejido	4
Estepa	2
Fuengirola	4
Granada	5
Huelva	5
Jaén	3
Jerez	5
Málaga	5
Marbella	3
Motril	3
Palma del Río	3
Sevilla	8
Huércal-Overa	1
Úbeda	1
Estepona	1
Autonómico y Nacional	1
Total General	92

A finales de 2020 el número de cadenas que se captaban en los centros del CAA eran:

Tabla 5.

MEDIO	ÁMBITO	TITULARIDAD	Nº DE CADENAS			
TDT	Local Andaluz	Privado	36	50	133	160
		Público	14			
	Autonómico Andaluz	Privado	1	6		
		Público	5			
	Nacional	Privado	25	39		
		Público	14			
	Sin Licencia		38	38		
RD	Autonómico Andaluz	Privado	1	4	27	
		Público	3			
	Nacional	Privado	18	23		
		Público	5			

1.3. CONTENIDOS

El CAA analiza anualmente las emisiones de los canales autonómicos y locales mediante un informe que proporciona al sector una radiografía lo más fidedigna posible sobre contenidos audiovisuales, clasificados en 13 géneros y 109 subgéneros televisivos. Por décimo año consecutivo el Consejo ha elaborado un estudio sobre los contenidos audiovisuales emitidos por las cadenas bajo competencia del CAA. Este estudio tiene el valor de que permite conocer una realidad que sería imposible de obtener por otros medios, dado que muchos canales carecen de parrillas de programación, y las que existen son de escasa fiabilidad. El sistema de seguimiento se realiza mediante una red desplegada en veinte municipios de la comunidad autónoma que permite la recepción, grabación y almacenamiento de las emisiones con una amplia cobertura territorial.

Informe sobre los contenidos emitidos por las televisiones bajo competencia del CAA 2019

El Consejo Audiovisual de Andalucía ha analizado una muestra de 80.821 horas de contenidos emitidos por 57 televisiones locales, de las que 17 son de titularidad pública. Estas cadenas presentan, con algunas excepciones, un perfil generalista, en las que tras la preeminencia de la información (22% de los contenidos

analizados, sin cambios respecto 2018), le siguen el entretenimiento (16%, dos puntos menos que el año anterior), los programas culturales (9%, sin cambios) y musicales (8%, 2 puntos menos en 2018).

En líneas generales podemos señalar que los informativos son los contenidos predominantes en las televisiones locales andaluzas, en cuyas programaciones ocupan una media del 22%. En la parrilla de la televisión pública autonómica prevalece el entretenimiento en Canal Sur TV con un 32,4%, mientras que en Andalucía TV sobresalen los espacios culturales con un 37,9 de sus emisiones.

Televisiones autonómicas

El CAA ha analizado 17.500 horas de emisiones durante 2019 de los dos canales con programación diferenciada de la RTVA, Canal Sur TV y Andalucía TV. Canal Sur TV dedicó el 62% de sus contenidos al entretenimiento (32,4) y a la información (29,4). Sus emisiones han registrado pocos cambios respecto a 2018, con la excepción del crecimiento de los espacios culturales, que han pasado del 9 al 13%, y que fueron básicamente documentales y programas divulgativos. Asimismo, el incremento de los programas de teletienda, que se habían duplicado de 2017 a 2018, se ha estancado, manteniéndose en el 4%.

El informe de contenidos del CAA analiza igualmente la programación de los canales en la franja reforzada del horario de protección infantil. Los datos muestran que Canal Sur TV dedicó más tiempo a la información (43%, por 29% en el horario completo) y al entretenimiento (3% más), mientras que descienden géneros como los programas culturales (8% menos), la música (6% menos) o la teletienda (4% menos). Por su parte, Andalucía TV reforzó su programación informativa en la franja reforzada, que ascendió al 37% (31% en el horario general), así como los deportes (4% más) y el entretenimiento (3% más), descendiendo los programas culturales (8% menos), la ficción (4% menos) y la música (3% menos).

Canal Sur TV

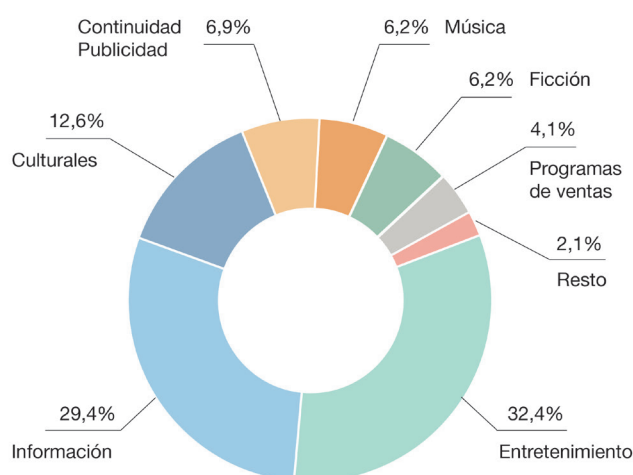
Respecto a la información, los telenoticiarios han sido durante 2019 el subgénero más emitido en Canal Sur, con un 45% (49% en 2018) del tiempo de emisión del género. Siguen en importancia el reportaje de actualidad con 28% (sin cambios), y la información especializada (14%, 11% en 2018).

Por otra parte, el 82% de los programas de entretenimiento de Canal Sur TV son magazines, concursos de talento y espacios enmarcados en los subgéneros denominados docudrama, docusoap o docushow. Sobresalen especialmente los magazines, al que este canal ha dedicado un 49% (33% en 2018) de su tiempo de emisiones, lo que supone un incremento notable respecto al año anterior. Los espacios gastronómicos suponen un 9% dentro de este género, que muestra en general una oferta muy parecida a la del año anterior.

En el género de ficción, los subgéneros predominantes en Canal Sur durante 2019 han sido los largometrajes (65%, 49% en 2018), seguidos de las series (28%, 39% en 2018), y, ya a mucha distancia, de los dibujos animados (3%), que no se habían emitido en 2018.

Entre los programas musicales sufre un descenso de 6 puntos el flamenco, que pasa al 30%, aunque cabe recordar que este subgénero musical sólo suponía el 1% en 2016. Dentro de las emisiones taurinas, que suponen el 1% de los contenidos, destacan más los programas especializados (72%) que las retransmisiones de acontecimientos, principalmente novilladas (21%).

Gráfico 1. Distribución por géneros de las emisiones de Canal Sur TV



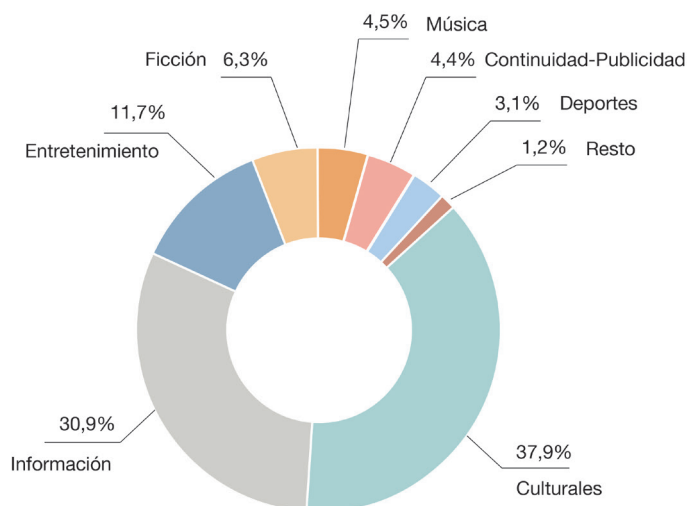
Andalucía TV

Por su parte, las emisiones de Andalucía TV han estado centradas en la cultura (38%, sin cambios), la información (29%, 34% en 2018), y el entretenimiento (12%, sin cambios). Más del 60% de los programas culturales fueron documentales, y el flamenco ocupó el 84% de los espacios musicales en este canal.

Andalucía TV reforzó notablemente en 2019 la programación de largometrajes dentro de la ficción, que pasan al 78% (17% en 2018), en detrimento de los dibujos animados, que descienden al 13% desde el 72% del año anterior. Como en el año anterior, el deporte ha tenido una presencia modesta del 3%, que consistió en programas polideportivos (49%), golf (17%), baloncesto (11%) y fútbol (7%).

Y respecto a la información, Andalucía TV se centró en los noticieros diarios con un 36% (52% en 2018), seguidos de la información especializada (27%, sin cambios) y de los reportajes de actualidad (16%, 7% en 2018), cobrando la opinión mayor relevancia (10%, 5% en 2018).

Gráfico 2. Distribución por géneros de las emisiones de Andalucía TV



Televisiones locales

El informe ha detectado algunas diferencias en la programación según la titularidad de los canales locales. Así, las televisiones públicas tienen una mayor presencia de entretenimiento (20% frente al 13%) y ficción (9% frente al 6%), mientras que los canales privados ofrecen más información (24% frente al 20%), deportes (19% frente al 5%), música (9% por 4%) y contenidos religiosos (9% frente al 5%). Un año más, se mantiene la diferencia en el tablón de anuncios, que ocupa un 9% de la programación de los canales públicos por un 1% en los privados.

En cuanto a los subgéneros informativos con más presencia en las cadenas locales, han sido la información diaria (38%), reportaje de actualidad (20%) y opinión (16%). Los canales privados han concedido considerablemente más tiempo a la opinión (20%) que los públicos (7%), tendencia ya observada en años anteriores. Al contrario, las cadenas públicas han concedido más importancia a los informativos semanales (15%) que las privadas (6%).

Los espacios de entretenimiento más emitidos por las televisiones locales son los magazines con un 42% (45% en 2018), seis puntos más en las públicas que en las privadas. Le siguen en importancia las fiestas populares (11%, con más presencia en las privadas) y las galas (8%, el doble de importantes en las públicas que en las privadas).

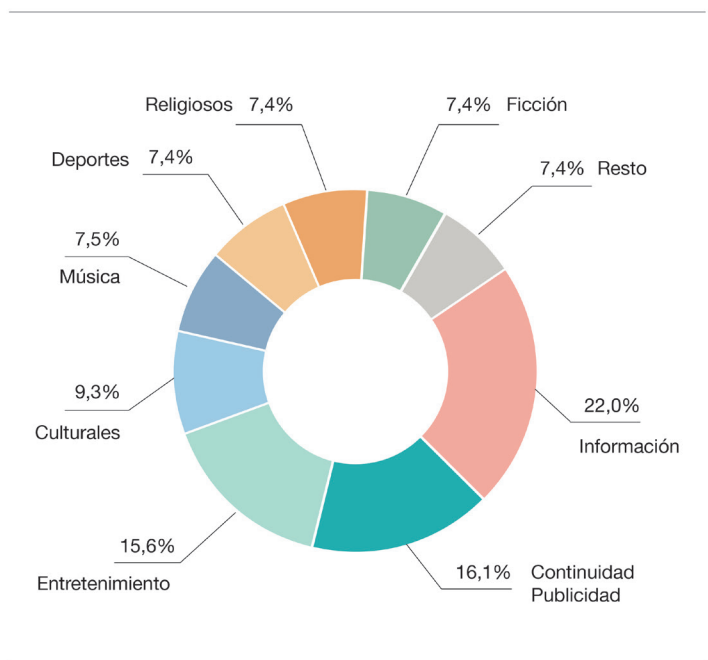
En ficción, destaca la emisión de largometrajes (48%), las series (22%) y las telenovelas (13%, 9% en 2018), siendo el aumento de estas últimas el cambio más relevante. Atendiendo a la titularidad, se aprecia

una preferencia de las cadenas públicas por las emisiones de dibujos animados (19% frente al 6%), mientras que las cadenas privadas han favorecido mucho más que las públicas las series (28% frente a 16%).

El fútbol ha sido con un 58% el subgénero deportivo más emitido, seguido por programas polideportivos (24%), y quedando a mucha distancia el resto de deportes. El predominio del fútbol ha sido mucho más acusado en las cadenas privadas (67%, por 3 1% de las públicas), una tendencia que ya se observó en años anteriores. Por el contrario, los programas polideportivos tienen mucha mayor presencia en las cadenas públicas (51%) que en las privadas (15%), tendencia ya apuntada anteriormente.

Además, los datos de 2019 confirman que las cadenas locales públicas no han emitido espacios de chat, erotismo o videncia, mientras en las privadas sí se han localizado algunos de estos contenidos, aunque de una forma marginal.

Gráfico 3. Distribución por géneros de las emisiones de las cadenas locales



1.4. COMUNICACIONES COMERCIALES

El CAA realiza un pormenorizado seguimiento de las comunicaciones comerciales emitidas por las televisiones y radios andaluzas con el fin de asegurar el cumplimiento tanto de la legislación vigente (Ley 10/2018, de 9 de octubre, Audiovisual de Andalucía) como de los códigos éticos con los que se ha dotado al sector publicitario.

Informe de seguimiento del Código de Conducta Comercial de la RTVA 2019

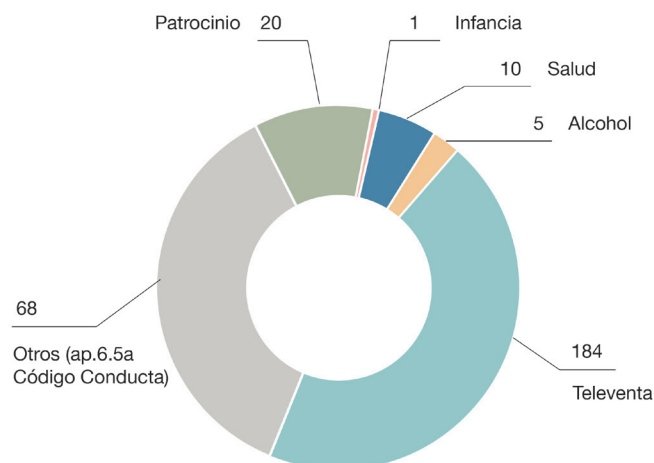
En cuanto a las actuaciones sobre publicidad llevadas a cabo por el Consejo durante 2020 destacamos el informe anual de seguimiento del Código de Conducta Comercial de RTVA 2019, el cual constata un alto grado de cumplimiento tanto por Canal Sur como por Andalucía TV. En concreto, el 88% de los anuncios –un 94% si se atiende al número de emisiones de los mismos– se ajustan a lo establecido en este reglamento, lo que supone sin embargo un retroceso de 2 puntos respecto al 90% del año 2018, por lo que desde este organismo se insta al prestador a aumentar la vigilancia a este respecto para poder acercarse más a un cumplimiento completo. Asimismo, el CAA ha comprobado que el 95% de los anuncios de televenta no respeta alguna de las normas que regulan la transparencia y que obligan a mencionar el precio al contado o a plazos y sus condiciones económicas, las condiciones de envío a domicilio y las de garantía y devolución.

El número de anuncios que no respeta alguna norma del Código de Conducta Comercial es de 243 sobre los citados 2.103, lo que supone un 11,55% del total de anuncios analizados y un 6,64% de las emisiones. El código consta de nueve apartados que de modo transversal regulan diferentes aspectos de la publicidad, y aunque todas las emisiones respetaban la sección de Principios generales, los desajustes detectados corresponden a los capítulos de Protección de la infancia y la adolescencia (1), Protección de la Salud (10), Publicidad de bebidas alcohólicas (5), Televenta (184), Patrocinio (20) y Otros (68).

El pleno de CAA ha decidido instar a la RTVA a que tome medidas para corregir esta situación, además ha advertido a la RTVA de que tanto Canal Sur TV como Andalucía TV deben respetar el límite máximo de dos minutos por hora de autopromociones establecido en su Código de Conducta Comercial.

Para la elaboración de este informe el Consejo analiza la totalidad de las comunicaciones comerciales convencionales emitidas por los dos canales de televisión de la RTVA, así como una muestra del resto de formas publicitarias (884 telepromociones, 688 emplazamientos de producto, 77 SMS-Llamada Premium y 11 sobreimpresiones). De esta forma, se han examinado 2.103 mensajes diferentes de naturaleza publicitaria correspondientes a 92.762 emisiones e, igualmente, se han catalogado 45.788 avances de programación.

Gráfico 4. Número de anuncios que no se ajustan a las normas agrupados según los apartados del Código de Conducta Comercial



Informe sobre adecuación del Código de Conducta Comercial de la RTVA a la normativa vigente

El Código de Conducta Comercial es revisado y aprobado periódicamente por el Consejo de Administración de la RTVA, que se responsabiliza de su control interno. La última versión del Código de la RTVA entró en vigor en mayo de 2020, derogando la anterior de enero de 2017, que sin embargo es la que se ha seguido para este informe al ser la que estaba vigente para la publicidad emitida en 2019. La aprobación del nuevo Código de Conducta de la RTVA se realizó sin la preceptiva comunicación al Consejo Audiovisual de Andalucía, por lo que este órgano instó a la Radio Televisión de Andalucía a que la autorización del mismo se realizara de acuerdo a lo establecido en el artículo 12 de la Ley General de Comunicación Audiovisual (LCGA), que exige su información previa al CAA para que verifique la conformidad con la normativa vigente y, de no haber contradicciones, disponer su publicación. En noviembre de 2020 el CAA emitió un informe en el que se verifica la adecuación del Código de Conducta Comercial de la RTVA a la normativa vigente. El CAA considera que se garantiza, en general, los mínimos establecidos por el Derecho positivo, resultando incluso más estricto para las prestadoras en muchas de sus normas y, por extensión, más proteccionista para las personas usuarias, especialmente en lo que respecta a la regulación de la publicidad dirigida a menores.

Publicidad sobre juegos de azar

Entre las líneas de trabajo del CAA, relacionadas con las comunicaciones comerciales, cabe subrayar las iniciativas que ha desarrollado como respuesta a la creciente inquietud social por la ludopatía, que se está convirtiendo en la nueva droga al alcance fácil de los ciudadanos y, en especial, de los más jóvenes. En Andalucía la edad media de inicio en este tipo de juegos se sitúa en los 21 años, aunque un 36% de personas reconocen que han comenzado a jugar antes de los 18 años. Además, el uso generalizado de los dispositivos móviles convierte a los menores en el objetivo perfecto de los anuncios de juegos de azar y apuestas deportivas online. Ante tales circunstancias el CAA acordó en enero de 2020 instar a los medios de comunicación audiovisuales de la comunidad, tanto públicos como privados, al Gobierno andaluz y a los municipios a que realicen campañas y programas de sensibilización, información y prevención de la ludopatía entre los menores y jóvenes.

El Consejo también reclamó que se prohíba expresamente en la normativa estatal la emisión de publicidad sobre juegos de azar y apuestas deportivas en horario de protección de los menores de edad, tal y como recoge la Ley 10/2018 de 9 de octubre Audiovisual de Andalucía en su artículo 41.2. Actualmente ni la Ley 7/2010 de 31 de marzo General de Comunicación Audiovisual ni el Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades del Juego de 2012 establecen que se incluya de forma expresa y sin excepciones la prohibición de emitir en los medios audiovisuales anuncios de juegos de azar o apuestas deportivas en horario de protección de menores.

Del mismo modo, el CAA instó a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual de la Comisión Nacional del Mercado de la Competencia (CNMC) para que adopte las decisiones oportunas al objeto de que los prestadores de ámbito nacional, cuyas emisiones se reciben en la comunidad andaluza, no emitan publicidad que induzca al juego en horario de protección de menores y que, asimismo, difundan campañas de prevención de la ludopatía entre los menores y los jóvenes.

Informe sobre la publicidad y promoción de actividades de juego en los servicios de comunicación social

Estas decisiones tienen como base los preocupantes resultados de un estudio del CAA, que muestra cómo en 2019 hubo un incremento del 33% en el número de anuncios televisivos sobre juegos de azar y apuestas deportivas respecto a 2017. Es más, el 45% de las comunicaciones comerciales analizadas se emitieron en horario de protección de menores (de 6:00 a 22:00 horas). El estudio revela también la inclusión de anuncios en la franja reforzada de protección de menores por cadenas de ámbito nacional con emisiones en Andalucía, lo que no ocurrió en el mismo periodo examinado hace dos años.

Aparte de los anuncios difundidos en horario de protección de menores, el informe del Consejo ha detectado 27 comunicaciones comerciales (11 de apuestas deportivas y 16 de juegos online) en la franja reforzada. Cabe recordar que en Andalucía el tramo de especial protección comprende de 7:00 a 9:00 de la mañana y de 17:00 a 20:00 horas para los días laborables y de 9:00 a 12:00 horas y de 17:00 a 20:00 para los fines de semana y festivos, periodos horarios en los que tan sólo se pueden emitir contenidos aptos para

menores de 12 años. Este análisis muestra asimismo que ocho cadenas acumulan más de la mitad de las emisiones de anuncios de juegos y apuestas deportivas: Gol TV (7%), BemadTV (7%), Discovery Max (6%), La Sexta (6,3%), FDF-Telecinco (6%), Telecinco (6%), Paramount Network (6%) y Real Madrid HD (6%). En las autonómicas andaluzas el porcentaje es muy bajo, del 1,1%.

Para la elaboración del informe se han computado 382.493 anuncios difundidos entre el 10 de noviembre y el 10 de diciembre de 2019 por RTVA (Canal Sur TV y Andalucía TV), Boom TV y todos los prestadores nacionales de TDT en abierto. De estas comunicaciones, 9.134 corresponden al sector del juego y las apuestas.

Igualmente, el CAA trasladó al Gobierno central y a la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial los incumplimientos detectados por parte de algunos operadores de ámbito estatal del Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales en lo que se refiere a la emisión de este tipo de publicidad en la franja horaria de protección de menores, para que se adopten las resoluciones que estimen oportunas.

Informe sobre el Proyecto de Real Decreto de Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego

En abril de 2020 el CAA elaboró, a petición del Ministerio de Consumo, un informe sobre el proyecto de Real Decreto de Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego. El Consejo considera que la norma supone un avance considerable en relación con la efectiva protección de los intereses de los menores y, en general, de los usuarios y de los colectivos necesitados de especial protección. Se valora asimismo positivamente la extensión de las limitaciones horarias y de contenido a las comunicaciones comerciales difundidas por los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma. No obstante, se estima que este PRD pone demasiado el énfasis en limitar sobremanera las distintas manifestaciones de las comunicaciones comerciales en los medios audiovisuales, en vez de proceder directamente a su prohibición, tal y como el CAA ha solicitado y como recoge en el ámbito normativo autonómico andaluz la Ley 10/2018 de 17 de octubre Audiovisual de Andalucía.



Imagen de la campaña, demandada por el CAA, de prevención de los juegos de azar entre los más jóvenes

Campaña de prevención del juego

«Que el juego no apague tu luz» es el lema de la campaña que la Junta de Andalucía impulsó a finales de 2020. Su objetivo es concienciar sobre los riesgos de los juegos de azar y apuestas online entre los más jóvenes. Esta iniciativa de prevención fue demandada por el Consejo Audiovisual de Andalucía, que alerta desde hace años sobre el incremento de anuncios y de su emisión en horario de protección de menores.

Publicidad de alimentos dirigida a menores

En diciembre de 2020 el Pleno de Consejo acordó reclamar a las administraciones una regulación estricta de la publicidad de alimentos y bebidas dirigida a los menores, y no confiar sólo en la autorregulación voluntaria del sector, como una de las medidas a adoptar para aumentar la protección de los niños y niñas ante las comunicaciones comerciales emitidas durante la franja horaria de protección infantil y luchar así contra el sobrepeso y la obesidad. El CAA hace este requerimiento ante la cada vez más cuestionada eficacia y el bajo nivel de cumplimiento del Código de Autorregulación de la Publicidad de Alimentos y Bebidas dirigida a Menores, Prevención de la Obesidad y la Salud (Código PAOS), único texto normativo específico sobre alimentación, comunicación comercial y menores que nació en 2005 como respuesta a la necesidad de establecer ciertos límites a la promoción de productos destinados al público infantil.

Informe sobre publicidad de alimentos dirigida a menores 2019-2020

El informe 2019-2020 elaborado por el CAA indica que más de la mitad (54%) de las inserciones de publicidad de alimentos dirigidas a menores (PADM) pertenecen a productos susceptibles de un elevado contenido en azúcar: galletas (13,2%), productos de cacao (7,9%), panadería y pastelería (7,9%), bebidas refrescantes (5,6%), dulces de Navidad (5,2%), yogures y postres frescos (5%), cereales (3,3%), chocolates (3,2%) y caramelos y golosinas (2,4%). Estos grupos de productos suponen un 36% respecto al resto de la publicidad de alimentos, por lo que se evidencia que la presión publicitaria con productos azucarados es bastante mayor para el público infantil.

El estudio del Consejo destaca igualmente que no se ha emitido ningún anuncio de productos frescos en la PADM, mientras éstos suponen un 3% del resto de la publicidad. Estos datos ponen de manifiesto que, en general, la publicidad de alimentos está enfocada hacia productos procesados o ultraprocesados (buena parte de ellos azucarados) y hacia los establecimientos de fast food, y que esta realidad es aún más patente en el caso de las comunicaciones comerciales destinadas a menores. El informe constata igualmente que el 79,6% de la publicidad analizada se emite dentro del horario de protección de menores (de 6 a 22.00 horas). También se pide a las administraciones competentes que se impulse una correcta alfabetización audiovisual para que los niños y niñas sean capaces de identificar los objetos persuasivos de la publicidad.

El informe del CAA ha analizado toda la publicidad convencional emitida entre el 1 de noviembre de 2019 y el 29 de febrero de 2020 por los canales autonómicos Canal Sur TV, Andalucía TV y Bom Cine, por los canales nacionales generalistas Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta, y por canales temáticos Boing y Disney Channel. En total, se han examinado 2.587 campañas publicitarias, cuyas inserciones superaron el medio millón de anuncios.

1.5. TELEVISIONES SIN LICENCIA

La ocupación del espacio radioeléctrico por canales de televisión que emiten sin licencia es un problema que afecta a todo el territorio nacional, si bien en Andalucía se conoce su dimensión aproximada mediante el seguimiento y control que se realiza desde el Consejo Audiovisual de Andalucía. La proliferación de estas televisiones ilegales constituye uno de los problemas principales de panorama audiovisual andaluz, que viene a agravar la incertidumbre sobre el futuro del modelo de televisión digital en abierto.

En 2020 el sistema de control del CAA detectó 38 frecuencias distintas ocupadas ilegalmente por 42 cadenas de televisión, una cifra inferior a la de años anteriores (64 en 2019, 85 en 2018 y 112 en 2017) aunque cabe señalar que el número de las mismas es muy difícil de establecer con exactitud y que esta reducción está causada también por la liberación del segundo dividendo digital. La disponibilidad de una nueva parte del espectro radioeléctrico ha provocado que se ocupen muchas frecuencias que estaban libres, por lo que las televisiones sin licencia migran hacia otras que estén vacías. El CAA considera así previsible que el número de frecuencias ocupadas ilegalmente vuelva a aumentar en las próximas fechas, que serán detectadas conforme este organismo vaya realizando los barridos rutinarios de señal en sus centros de captación. Llama también la atención el dato de que el 31% del total de alertas recibidas por el Consejo durante este año procedan de canales piratas frente al 54% de 2019.

El Consejo Audiovisual de Andalucía ha expresado en reiteradas ocasiones su preocupación ante el fenómeno de la ocupación ilegal de frecuencias de TDT, al tratarse de una grave amenaza para un sector integrado por pequeñas empresas sujetas a un marco legal estricto. Además, las televisiones piratas representan un riesgo para la población vulnerable, como los menores de edad, pues gran parte de sus contenidos infringen en mayor o menor medida la legislación.

Prueba de ello es, por ejemplo, que las 'alertas' sobre contenidos pornográficos detectados por el CAA durante 2020 se produjeron todas en televisiones que operan sin concesión administrativa en Andalucía.

Y según el Informe sobre contenidos emitidos por las televisiones bajo competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía durante 2019, la programación de estas cadenas ilegales estuvo dominada, al igual que en 2018, por las emisiones especializadas en videncia o servicios de chat en un 90% de las frecuencias, cifra 8 puntos superior a las del año anterior. Ha disminuido bastante, en cambio, el número de cadenas religiosas (católicas y evangélicas), que pasan a tres frente a las once existentes en 2018. Además, se han detectado cuatro frecuencias detectadas por contenidos de canales generalistas locales o temáticas, un número similar al del año anterior.

Combatir los canales ilegales es una tarea compleja que exige una estrecha y fluida cooperación institucional y ciudadana, y así lo ha reclamado el CAA al Parlamento y la Junta de Andalucía, a quienes ha conminado a que hagan un esfuerzo decidido contra la piratería audiovisual que destroza la libre competencia y debilita el sector.

1.6. SISTEMA DE ALERTAS

Durante 2020, el sistema de seguimiento de medios del Consejo Audiovisual de Andalucía examinó la totalidad de las emisiones televisivas de rango autonómico y una muestra muy amplia del universo de las emisiones locales, según se describe en el apartado anterior de planificación, grabación y verificación.

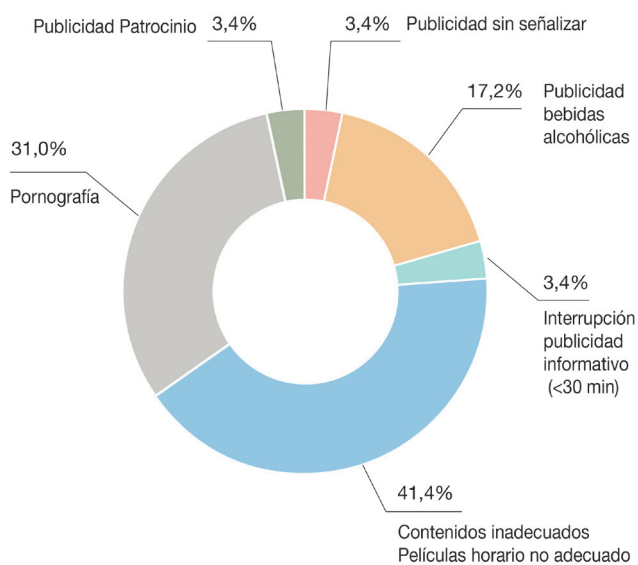
Del estudio de dichas emisiones, el Servicio de Análisis, cuando se estimó que había contenidos que podrían vulnerar la normativa, elaboró un total de 29 alertas que fueron estudiadas por la Comisión de Contenidos, lo que supone aproximadamente la mitad del número de alertas examinadas en 2019.

Este descenso cabe atribuirlo principalmente a la no detección en 2020 de emisiones de videncia en horario no permitido (24 en 2019), o a la mucho menor presencia de publicidad sin señalar (7 en 2019, 1 en 2020). En 2020 se han seguido detectando alertas por emisión de películas en horario de protección de menores cuya calificación por edad no era adecuada (12 alertas, el mismo número que el año anterior, cuando supusieron el 21% de las alertas, aunque en 2020 este porcentaje asciende al 41%). En conjunto, se mantienen respecto a 2019 los porcentajes de alertas relacionadas con publicidad y programación (28% y 72% respectivamente). El número de alertas por pornografía ha subido ligeramente (de 5 en 2019 a 7 en 2020), aunque su porcentaje se eleva hasta el 31% por el menor número global de alertas. Estas emisiones de contenidos pornográficos se han producido sin excepción en televisiones que operan ilegalmente.

Tabla 6. Alertas por causa de presentación

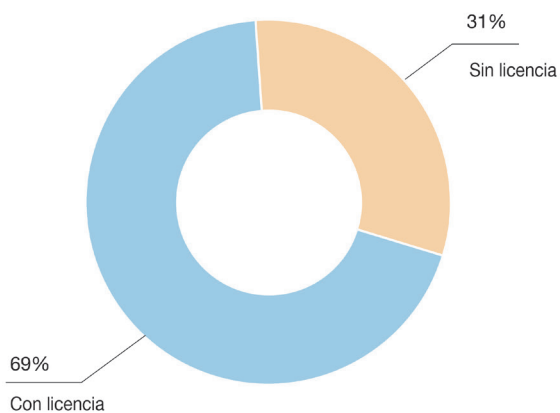
CAUSA	Nº DE ALERTAS	%
Contenidos inadecuados	12	41,4%
Películas horario no adecuado	12	41,4%
Pornografía	9	31,0%
Publicidad	8	27,6%
Patrocinio	1	3,4%
Publicidad sin señalar	1	3,4%
Publicidad bebidas alcohólicas	5	17,2%
Interrupción publicidad informativo (<30min)	1	3,4%
Total general	29	100,0%

Gráfico 5. Alertas por causa de presentación (%)



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 6: Porcentaje de alertas según situación administrativa del prestador



BOLETÍN OFICIAL DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

Núm. 573

XI LEGISLATURA

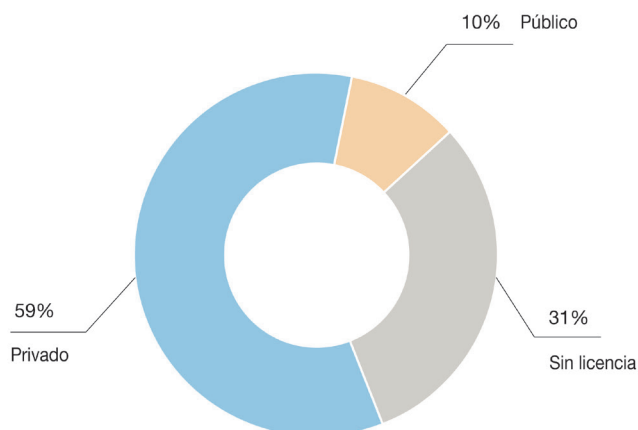
13 de mayo de 2021

Tabla 7: Alertas por prestadores y causa de presentación

DEMARCACIÓN	CANAL	CONTENIDOS INADECUADOS	PORNOGRAFÍA	PUBLICIDAD	TOTAL GENERAL
TV Autonómicas	Canal Sur TV	1		1	2
Algeciras	7 TV algeciras	1			1
Almería	7 TV almería	1			1
Andújar	Canal 45 TV	2			2
Antequera	Tele Antequera-Antaquirá TV			1	1
Cádiz	7 TV Bahía	1			1
Córdoba	Mezquita TV	1		2	3
	PTV Córdoba			1	1
Fuengirola	T.Apache	2			2
Granada	TG7	1			1
Huelva	Teleonuba Huelva			1	1
Jerez Frontera	8 TV Jerez			1	1
Lepe	Teleonuba Costa			1	1
Marbella	101 TV Marbella	1			1
Sevilla	7 TV Sevilla	1			1
Sin Licencia	MUX 50-SID 1-PALMA		1		1
	MUX 51-SID 1-GRANADA		1		1
	MUX 51-SID 5-GRANADA		1		1
	MUX 55-SID 1-SEVILLA		1		1
	MUX 55-SID 5-SEVILLA		1		1
	MUX 55-SID 6-SEVILLA		1		1
	MUX 56-SID 5-ALMERÍA		1		1
	MUX 58-SID 1-CÁDIZ		1		1
	MUX 58-SID 5-CÁDIZ		1		1
Total General		12	9	8	29

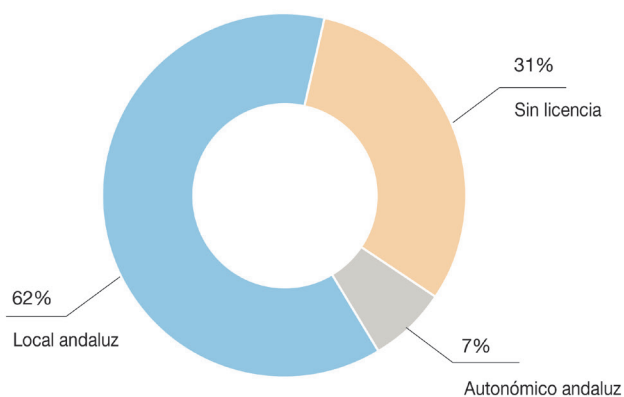
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 7. Porcentaje de alertas según titularidad del prestador



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 8. Porcentaje de alertas según ámbito del prestador



Según puede apreciarse en la tabla y en los gráficos anteriores, casi todas las alertas afectaron a emisiones de prestadores locales (93%, sumando el 62% con licencia y el 31% que emite localmente sin licencia) de titularidad privada (90%, si se considera como cadenas privadas el 31% que opera sin licencia). Resulta evidente, por tanto, la repercusión que las televisiones sin licencia, ya sea que emitan contenidos esotéricos,

pornográficos o publicitarios ilícitos, han tenido en las alertas detectadas durante 2020, aunque, no obstante, su importancia ha descendido notablemente respecto al año anterior.

Las alertas detectadas en 2020 dieron lugar al envío de 11 requerimientos de cese y de 5 advertencias a los prestadores. La tabla siguiente resume las actuaciones llevadas a cabo a partir de las alertas:

Tabla 8: Resumen de las actuaciones llevadas a cabo a partir de las alertas

TIPO DE ALERTA	ADVERTENCIA	REQUERIMIENTO CESE	TOTAL GENERAL
Publicidad	5	2	7
Interrupción publicidad informativo (<30min)		1	1
Publicidad bebidas alcohólicas	5	1	6
Contenidos inadecuados		9	9
Películas horario no adecuado		9	9
Total General	5	11	16

1.7. PROMOCIÓN DE OBRA EUROPEA

La Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA) establece la obligación por parte de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva de cobertura estatal y autonómica de contribuir anualmente a la financiación anticipada de la producción europea de películas cinematográficas y de películas y series para televisión, así como de documentales y películas y series de animación. La norma dispone una aportación del 5% de los ingresos devengados en el ejercicio anterior conforme a su cuenta de explotación por parte de las cadenas de televisión privadas, correspondiente a los canales en que se emiten estos productos audiovisuales con una antigüedad menor a siete años desde su fecha de producción. Este porcentaje será del 6% para las cadenas de titularidad pública ya sean estatales o autonómicas.

Esta financiación de las obras audiovisuales puede consistir en la participación directa en su producción o en la adquisición de los derechos de explotación de las mismas. La ley determina igualmente que el 75% de la inversión, en el caso de los prestadores de titularidad pública, deberá dedicarse a películas cinematográficas de cualquier género, que el 60% será para producciones en alguna de las lenguas oficiales de España y que al menos el 50% se invertirá en obras de productores independientes. Quedan excluidas de estas obligaciones las televisiones locales que no formen parte de una red nacional.

Por su parte, la Ley Audiovisual de Andalucía (LAA) dispone que al menos el 50% de la financiación destinada a la producción en español deberá aplicarse a obras que difundan la cultura andaluza y que estén realizadas por empresas radicadas en la comunidad autónoma.

La LGCA fija también unas cuotas mínimas de emisión de obras audiovisuales europeas e independientes con el objetivo de promover la diversidad cultural y lingüística en el seno de la Unión Europea. Las televisiones de ámbito estatal o autonómico deben reservar a estas producciones el 51% de emisión anual de cada canal o conjunto de canales de un mismo prestador, excluido el tiempo dedicado a informaciones, concursos, manifestaciones deportivas (excepto los programas deportivos), publicidad, continuidad, servicios de teletexto y televenta. A su vez, la mitad de esta cuota tiene que destinarse a contenidos en cualquiera de las lenguas españolas. Asimismo, se reserva el 10% del total de la emisión a productores independientes del prestador del servicio –personas jurídicas ajenas a la cadena de emisión- y la mitad de las obras incluidas en ese porcentaje debe haber sido producida en los últimos cinco años. El incumplimiento en más de un 10% de los estos deberes se considera una infracción muy grave de la ley. La LAA ordena igualmente la obligación de dedicar un 5% del tiempo de emisión a producciones o coproducciones que difundan la cultura andaluza.

Informe sobre el cumplimiento de la obligación de financiación anticipada de la producción europea por parte de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva de ámbito autonómico

La Ley Audiovisual de Andalucía encomienda al Consejo Audiovisual de Andalucía la elaboración de un informe anual sobre el cumplimiento de la obligación de financiación anticipada de la producción europea por parte de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva de ámbito autonómico. El estudio correspondiente a 2019, que fue remitido a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) en 2020, constata que la inversión durante este año por parte de la RTVA fue sustancialmente inferior a la de 2018, con una diferencia de 4.217.753 euros menos. La cadena autonómica destinó así 2.945.746 euros en 2019 a la producción de películas, series y documentales, mientras que el año anterior la cifra ascendió a 7.163.500 euros.

La Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía declara como computable para el cumplimiento de este deber una cifra de negocio en 2018 de 14.472.205 euros (16,3 millones en 2017), por lo que el importe mínimo de inversión serían 868.332 euros de acuerdo al 6% establecido en la Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA). Para este cómputo no se tienen en cuenta las transferencias globales de los fondos públicos percibidos.

De forma desglosada, la RTVA informa haber invertido 2.188.746 euros en películas cinematográficas de largometraje, todas en lengua española y de productores independientes, 80.000 euros en películas para la televisión, 430.000 euros en series para televisión y 247.000 euros para documentales de televisión.

Respecto al único prestador autonómico de titularidad privada, Bom TV, la entidad Squirrel Inversiones SLU ha señalado al Consejo de que a lo largo del año 2019 no ha emitido ninguna película cinematográfica, película o serie para televisión, documental o película o serie de animación que tuviese una antigüedad menor a siete años desde su fecha de producción, por lo que no está obligada a contribuir a la financiación anticipada de la producción de obras audiovisuales europeas.

Informe sobre el porcentaje de obras europeas y de productores independientes en las televisiones autonómicas andaluzas

Otra de las actuaciones del Consejo Audiovisual de Andalucía a favor de la promoción de la producción audiovisual europea es la elaboración de un informe anual sobre el porcentaje de estas obras y de productores independientes en las televisiones autonómicas andaluzas. En 2020 se publicó el estudio correspondiente al año anterior, en el que se evidencia que los dos canales de la RTVA superaron en 2019 ampliamente el umbral mínimo de emisión de obras europeas establecido por ley, al alcanzarse el 98% en Canal Sur TV y el 94,4% en Andalucía TV, lo que hace una media del 96,1%.

Para la elaboración del informe, el CAA ha analizado el total de las emisiones de Canal Sur TV y Andalucía TV, que supone 10.743 horas de programación. También se han catalogado 5.783 horas de contenido de prestador autonómico privado BOM TV, en el que la emisión de obra europea no llega al 51% fijado por la ley, y se queda en un 37,63%, 7,4 puntos menos que en 2018.

Respecto a la RTVA, el estudio del CAA ha constatado que cumple con todas las obligaciones de la normativa al observarse que casi la totalidad de la emisión sigue siendo de origen europeo: 98% en Canal Sur TV (99% en 2018) y 94,4 % (95,4% en 2018). Asimismo, el 97% de estos contenidos en Canal Sur TV se emitieron en alguna lengua española, y en Andalucía TV, el 96,7%.

Las obras europeas de productores independientes supusieron un 19,6% del tiempo computable de emisión en 2019 de Canal Sur TV (30,6% en 2018) y un 17,1% de Andalucía TV (18,5% en 2018), superando así el 10% mínimo dispuesto por la Ley General de Comunicación Audiovisual. La RTVA cumple igualmente con la cuota mínima del 5% exigida para fomentar la emisión de obras independientes producidas en los últimos cinco años, con un 13,3% (24,3% en 2018) del tiempo de emisión en CSTV y un 5,4% en Andalucía TV (4,3% en 2018).

Por otro lado, los espacios que difunden la cultura andaluza alcanzaron un 67,5 de la programación en Canal Sur TV y un 73,6% en Andalucía TV, rebasando el 5% marcado por la LAA.

De acuerdo a los resultado de este informe, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía decidió advertir a BOM TV de que es una infracción muy grave el incumplimiento en más de un diez por ciento de los deberes de reservar el porcentaje de emisión anual indicados en la LGCA y LAA, lo que podrá ser sancionado con multa de 80.001 hasta 1.000.000 de euros. Si BOM TV no alcanza el mínimo del 51% de obra europea con un 37,6%, también se mantiene por debajo de lo marcado en cuanto a lengua española, con un 35,5% (29,4% en 2018). Toda la programación de esta cadena está realizada por productores independientes, incluyendo la obra europea, y el porcentaje de estos contenidos producidos en los últimos cinco años asciende al 4,8% del total (3% en 2018).

1.8. ACCESIBILIDAD

La accesibilidad universal a los servicios de comunicación audiovisuales es un objetivo clave en el reto general de asegurar la calidad de vida y la igualdad de oportunidades a las personas con problemas auditivos y visuales, mermadas gravemente cuando no es posible disfrutar de los contenidos que ofrecen los medios en la sociedad contemporánea, donde la televisión es un instrumento esencial para satisfacer derechos y

libertades, como el derecho a la información y la libertad de expresión, o el acceso a la cultura, el entretenimiento, la educación y la participación ciudadana. Así se ha entendido en Andalucía, donde las exigencias establecidas en la Ley 7/2020, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual (LGCA) para el conjunto de las televisiones de ámbito estatal y autonómico se han ampliado considerablemente a través de la Ley 10/2018, de 9 de octubre, Audiovisual de Andalucía (LAA). Las obligaciones de accesibilidad en nuestra comunidad son así muy superiores a las existentes en el resto del Estado y en el conjunto de Europa.

Esta legislación establece en su artículo 6 garantías de accesibilidad universal a los servicios de comunicación audiovisual a toda la población, sin que pueda existir discriminación por razón de discapacidad, circunstancias económicas, geográficas o por cualquier otra condición o circunstancia personal o social relacionada con el sexo, el origen racial o étnico, la religión o creencia, la edad o la orientación sexual. Además, en el artículo 9 se concretan los derechos de las personas con discapacidad, estableciendo límites concretos en cuanto a medidas de subtitulación, interpretación con lengua de signos y horas audiodescritas para el servicio de comunicación audiovisual televisivo de cobertura autonómica y en el ámbito local (mismos límites ya sea público o privado).

Para el ámbito autonómico establece que se subtitule el 100% de los programas y cuente con un mínimo de 15 horas diarias; en cuanto a interpretación con lengua de signos se deben traducir todos los programas informativos y de entretenimiento; y en cuanto a horas audiodescritas establece al menos 15 horas diarias y todas las correspondientes a programas informativos. En la disposición transitoria primera se establece un calendario con los límites que se deberán alcanzar, a 31 de diciembre de cada año:

No obstante, 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, modificó la LAA y eliminó el calendario de obligaciones de accesibilidad en la televisión pública y privada de ámbito local establecido en la disposición transitoria primera de la Ley y mantiene el anterior calendario para la televisión autonómica pública y privada.

Tabla 9. Calendario de medidas de accesibilidad en la televisión pública autonómica

Accesibilidad en la televisión pública autonómica				
	2018	2019	2020	2021
Subtitulación	100%	100%	100%	100%
Horas diarias lengua de signos	5	8 y todas las informativas	12 y todas las informativas	15 y todas las informativas
Horas diarias audiodescripción	5	8 y todas las informativas	12 y todas las informativas	15 y todas las informativas

Accesibilidad en la televisión privada autonómica y pública y privada de ámbito local				
	2018	2019	2020	2021
Subtitulación	25%	45%	65%	75%
Horas diarias lengua de signos	1	2 y todas las informativas	4 y todas las informativas	8 y todas las informativas
Horas diarias audiodescripción	1	2 y todas las informativas	4 y todas las informativas	8 y todas las informativas

En este contexto, el Consejo Audiovisual de Andalucía tiene entre sus funciones evaluar anualmente la implantación de las medidas de accesibilidad dispuestas en la legislación con el propósito de eliminar la barreras que impiden acceder a la comunicación televisiva a las personas con discapacidad sensoriales. Esta labor se realiza mediante el seguimiento y análisis de la subtitulación, la traducción a la lengua de signos y la audiodescripción de la programación de las televisiones autonómicas, según marca la Instrucción sobre accesibilidad a los contenidos audiovisuales en las televisiones de Andalucía.

Informe sobre accesibilidad a los contenidos audiovisuales en televisiones bajo competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía 2019

El Consejo considera que la RTVA presenta elevados niveles de accesibilidad a sus contenidos para las personas con discapacidades sensoriales, sobre todo en Canal Sur 2 y, en menor medida, en Andalucía TV, pese a no alcanzarse lo establecido por una legislación de máximos como es la Ley Audiovisual de Andalucía (LAA).

En 2019, Canal Sur 2 subtuló el 92% de su programación, tradujo a la lengua de signos el 56% y audiodescribió el 97% de los contenidos de ficción emitidos, mientras que el canal autonómico privado BOM TV siguió sin adoptar ninguna medida de accesibilidad, según muestra el último informe elaborado sobre este asunto. El CAA ha valorado positivamente el esfuerzo realizado por la RTVA y se le anima a que continúe en esa línea con el objetivo de alcanzar los niveles exigidos por la ley, teniendo en cuenta además la difícil coyuntura provocada por la pandemia.

La LAA establecía para 2019 en la televisión pública autonómica que la subtitulación diaria debía ser del 100%, así como una traducción a la lengua de signos española (LSE) y emisión de programas audiodescritos superior a 5 horas y cercana a las 8 horas al día y total de los informativos. Además, en el contrato programa de la RTVA se determina que toda la producción propia debe ser traducida a la LSE. En el caso de la televisión autonómica privada, la obligación era de una subtitulación del 45% e interpretación con lengua de signos y audiodescripción de dos horas y de todas las emisiones informativas en 2019.

Para la realización del 'Informe sobre accesibilidad a los contenidos audiovisuales en televisiones bajo competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía (2019)', el CAA ha analizado 7.019 horas de programación en Canal Sur 2, 7.858 en Andalucía TV y 5.786 horas de BOM TV sobre las que deben aplicarse medidas de accesibilidad, y entre las que se excluye la publicidad, los programas musicales y las retransmisiones deportivas y taurinas.

El estudio constata que Canal Sur 2, que emite los mismos contenidos que Canal Sur TV pero con medidas de accesibilidad, ha subtulado el 92% de su programación, lo que supone 1,6 puntos más respecto a 2018. Según el análisis diario de los datos, se aprecia que la mayoría de los días (204) se subtuló más del 95% de los contenidos computables.

Respecto a la lengua de signos, CS2 tradujo el 56% de su programación, 1,1 puntos más que el año pasado, el 58% de programas de producción propia y el 98% de las horas de informativos. De acuerdo a los resultados diarios, durante 243 días del año pasado se emitieron más de 8 horas de contenidos traducidos a la LSE.

La emisión de programas audiodescritos en Canal Sur 2 durante 2019 fue del 12%, 3,3 puntos más que en 2018, y se eleva hasta el 97% para los contenidos de ficción, lo que supone una subida de 15,7 puntos. En cuanto a la distribución diaria por horas, en 314 días se emitieron entre 0 y 5 horas de contenidos audiodescritos; en 49 días, entre 5 y 8 horas; y en dos días, más de 8 horas

Durante 2019 mejoraron también las medidas de accesibilidad en el canal Andalucía TV de la RTVA, en el que se subtuló el 72% de su programación, 7,7 puntos más que en 2018. Asimismo, se emitieron más de 558 horas de programación traducida a LSE, lo que supone un 7,1% de la programación, y 939 horas de contenidos audiodescritos, un 12% del total, con un 20% de espacios de ficción.

Por su parte, el único canal autonómico de titularidad privada, BOM TV, que comenzó sus emisiones en agosto de 2016 sustituyendo a EHS TV, seguía a fecha de 31 de diciembre de 2019 sin aplicar ninguna medida de accesibilidad, por lo que el CAA ha reiterado el requerimiento que ya se le hizo el año anterior de que informe a este organismo sobre los planes de adecuación de su programación.

1.9. REGULACIÓN DEL DERECHO A UNA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL TRANSPARENTE

El Consejo aprobó en 2020 una Instrucción sobre el derecho a la información de las personas usuarias respecto de los contenidos y los prestadores audiovisuales con el objetivo de garantizar el deber de transparencia de los operadores que emiten de forma específica en la comunidad autónoma y satisfacer el derecho a la información de la ciudadanía. De acuerdo a esta orden, y entre otras disposiciones, los prestadores de servicios de televisión sujetos al ámbito de actuación del CAA deberán hacer pública su programación con una antelación mínima de tres días, y la información deberá ser accesible a las personas con discapacidad.

La Ley General de la Comunicación Audiovisual establece en su artículo 6 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 al Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) quien haga efectiva esta potestad.

A través de esta instrucción, el CAA fija las exigencias de forma y contenido de esta obligación de información y la vinculación de la programación para evitar modificaciones abruptas, a la vez que se dota de una herramienta de interpretación de la normativa reguladora en beneficio de los principios de seguridad jurídica y que sirve de orientación al conjunto de prestadores de servicios de comunicación audiovisual televisivos de Andalucía.

Respecto al conocimiento de la identidad del prestador, la instrucción establece que éstos deben indicar en su página web de forma permanente, fácilmente localizable, directa, gratuita y accesible el nombre; la dirección del establecimiento y de los estudios de producción; teléfono; correo electrónico y otros medios para establecer una comunicación directa y rápida; y el procedimiento para solicitar la rectificación de cualquier información emitida.

También se debe mostrar las empresas que forman parte de su grupo y su accionariado; el equipo directivo; los servicios de comunicación bajo su control y los resultados de explotación anual. Asimismo, han de incluir una referencia al Consejo Audiovisual de Andalucía como órgano superior en materia de contenidos y publicidad.

Con el fin de garantizar la eficacia del derecho a la información de las personas usuarias de los servicios de televisión, la instrucción señala que los prestadores bajo la competencia del CAA deberán hacer pública su oferta de programación con una antelación mínima de tres días respecto a la fecha a la que se refiera dicha programación, y esta información deberá ser accesible a las personas con discapacidad.

La programación se hará pública en la página web del prestador a través de un servicio de información de programación en internet mediante un archivo procesable por máquinas, de formato descargable, cuya estructura deberá ser de conocimiento público. También puede darse a conocer adicionalmente mediante una guía electrónica de programas, redes sociales, avances de programación o por cualquier otro medio.

La información de la programación comprenderá todos los programas, salvo los de duración inferior a 15 minutos, y deberá especificar, como mínimo, el título, el tipo o el género de los programas y la hora de emisión prevista. También se deberá incluir la calificación por edades de los diferentes espacios, que tiene que coincidir con la señalización que se realice de la emisión.

Además, en los largometrajes cinematográficos, deberá identificarse el título, director o directora, año de producción y nacionalidad. En el resto de obras audiovisuales de ficción deberá indicarse el título de la obra y, si procede, el del episodio programado. Por último, en las retransmisiones de acontecimientos y actos deportivos, deberá señalarse el hecho que será objeto de la retransmisión.

La instrucción del CAA establece igualmente que la programación sólo podrá ser alterada por sucesos ajenos a la voluntad del prestador o por acontecimientos sobrevenidos de interés informativo o de la programación en directo. La cadena deberá informar en la página web de manera clara y visible de las modificaciones y comunicarlas al Consejo Audiovisual de Andalucía como máximo dentro de los tres días posteriores a la emisión, al correo electrónico info.caa@juntadeandalucia.es. Los desajustes de horarios en la emisión en un máximo de quince minutos no se considerarán modificaciones de la programación.

El CAA realizará de oficio el seguimiento y control de la obligación de los prestadores de informar con antelación suficiente tanto de los contenidos como de sus horarios de emisión. No obstante, podrá requerir a las cadenas que faciliten los datos adicionales, con el detalle necesario, que permitan comprobar el cumplimiento de las obligaciones establecidas.

Los usuarios tienen derecho también a dirigirse al Consejo Audiovisual de Andalucía, a través de la Oficina de Defensa de la Audiencia, para interponer una queja ante la detección de cualquier incumplimiento de las exigencias establecidas.

Corresponde al CAA el ejercicio de la vigilancia, control y potestad sancionadora. Las infracciones y sanciones aplicables a los prestadores serán las determinadas en el capítulo III del título VI de Ley 10/2018, de 9 de octubre, Audiovisual de Andalucía.

2. LÍNEAS GENERALES DE ACTUACIÓN

2.1. PLAN ESTRATÉGICO 2021-2023

El Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) ha aprobado a finales de este 2020 un nuevo Plan Estratégico para los próximos tres años (2021-23) que incluye, entre otras actuaciones, la elaboración de un informe y una guía sobre publicidad institucional, la realización de estudios de pluralismo político sectorizados o ante acontecimientos concretos, un análisis de la imagen de la comunidad gitana en los medios de comunicación, distintas acciones de alfabetización mediática para combatir las noticias falsas y campañas de sensibilización contra los juegos de azar y la ciberpornografía.

Ante los profundos y constantes cambios que experimenta la comunicación audiovisual, el CAA ha considerado necesario dotarse de este Plan Estratégico 2021-23 para adaptarse a las nuevas prácticas y demandas de la sociedad, en especial todas las derivadas de internet y de sus nuevos usos, como las plataformas de intercambio de videos, y de las redes sociales. También busca dar respuesta a las preocupaciones actuales de los ciudadanos: la protección de los menores en el entorno digital, el incremento de la publicidad de juegos de azar y apuestas online, las noticias falsas, etcétera.

En relación a la incidencia de internet en la sociedad andaluza, para el CAA resulta prioritario informar, alertar y concienciar sobre los riesgos de la desinformación, a la vez que se impulsa el pensamiento crítico entre los ciudadanos. Así, y dentro de sus propuestas de alfabetización digital, este organismo celebrará jornadas sobre técnicas para detectar noticias falsas y sus repercusiones, promoverá campañas de sensibilización dirigidas especialmente a los más jóvenes y suscribirá acuerdos con los medios de comunicación públicos para que se informe y formen sobre este tema en su programación.

Otras actuaciones que se desarrollarán son la creación en la web del CAA de un portal especial sobre noticias falsas y cómo combatirlas y la puesta en marcha de una plataforma sobre educación digital, en colaboración con entidades ciudadanas e instituciones públicas. Además, se instará a los medios de comunicación para que realicen una cobertura crítica de la desinformación, como principio fundamental de su servicio público y por su responsabilidad social.

Por otro lado, el CAA trabaja en la elaboración de una base de datos de prestadores on line dentro de la comunidad autónoma andaluza, que supera ya el millar de potenciales operadores, para afrontar la Directiva Europea 2018/1808 de Servicios de Comunicación Audiovisual a la que la nueva Ley General de Comunicación Audiovisual tiene que adaptarse para ampliar su ámbito de aplicación a los servicios de intercambio de vídeos a través de las plataformas y a las redes sociales.

Informes sectorizados de pluralismo político

El Consejo Audiovisual de Andalucía mantendrá durante los próximos tres años sus objetivos básicos, que son la defensa del pluralismo político en los medios, la protección de los menores en el ámbito audiovisual, el respeto de la igualdad de género, la salvaguarda de los derechos de las minorías y el impulso de la

alfabetización mediática, entre otros. Todos estos fines se enmarcan en el cometido principal de vigilar el cumplimiento de la normativa sobre medios audiovisuales y publicidad.

Vinculadas a estas finalidades, el CAA elaborará un informe y una guía sobre publicidad institucional y, junto al estudio anual sobre pluralismo en las televisiones públicas andaluzas, fomentará la realización de análisis más sectorizados o ante acontecimientos concretos que así lo aconsejen.

Asimismo, y dentro del objetivo general de velar por que los medios públicos sirvan y favorezca al interés general de la ciudadanía, el Consejo continuará con sus campañas de sensibilización ante el auge de la publicidad de los juegos de azar, en colaboración con la Junta e instituciones como el Defensor del Pueblo Andaluz. También se prevé desarrollar junto a la Federación Andaluza de Municipios y Provincias estrategias a escala local y provincial de concienciación sobre los riesgos de la ludopatía dirigidas a los más jóvenes.

Lucha contra la ciberpornografía

Otros propósitos que se plantea el CAA para los próximos tres años son el fomento de las buenas prácticas en el uso de los videojuegos, la lucha contra la ciberpornografía y la promoción del buen uso del teléfono móvil entre los menores. En las actuaciones destinadas a los más jóvenes, el Plan establece como prioritaria la colaboración con las instituciones educativas y los ayuntamientos.

El consumo de pornografía en red es frecuente desde los 10 años de edad y mayoritario entre la adolescencia, a partir de los 14 años, según alertan muchos estudios. Y su impacto sobre las conductas y en el proceso de maduración sexual de los niños y jóvenes resulta evidente, con cambios relevantes en las relaciones interpersonales.

Ante este aumento de la pornografía distribuida vía internet, cuyo consumo e incidencia en la adolescencia y juventud es uno de los asuntos más preocupantes del actual panorama audiovisual, el Consejo asume como tarea concienciar a la sociedad andaluza de la magnitud del problema y, en paralelo, advertir a los gobierno tanto de este peligro como del agravamiento que supone la frecuente pasividad ante ellos.

Cabe también, en otro ámbito de actuación, aportar posibles opciones de control legal en el acceso de los menores de edad y de limitaciones de contenidos que muestren prácticas de riesgos y especialmente los violentos y vejatorios. Una adecuada educación, tanto en el ámbito de la escuela como en el de la familia, y con un papel también relevante de los medios de comunicación públicos, constituye una herramienta indispensable para su prevención.

Respecto a la vigilancia y promoción activa de la igualdad de género en los contenidos audiovisuales que ejerce este organismo desde su creación como línea prioritaria de trabajo, se continuará con la realización de estudios sistemáticos de ámbito andaluz, recomendaciones y guías a la vez que se reconoce la necesidad de prestar atención a la redes sociales y otras nuevas formas de comunicación, que encierran también problemas de violencia y discriminación.

De este modo, el Consejo aboga por el fomento de la cooperación con todo tipo de entidades oficiales y organizaciones civiles que luchan contra la violencia de género y contra la desigualdad y por una mayor presencia de las mujeres, sus problemas y sus aportaciones, en los medios.

Colectivos desfavorecidos y minorías

En su función de salvaguardar los derechos de los colectivos vulnerables, el nuevo Plan Estratégico 2021-2023 incluye como novedad la realización de un análisis de la evolución de la imagen de la comunidad gitana en los medios de comunicación, la organización de jornadas de debate y la difusión desde el CAA de mensajes positivos que fomenten una percepción distinta y más real de esta cultura.

También se actualizarán y ampliarán las recomendaciones, que datan del año 2007, sobre el tratamiento de la inmigración y, especialmente, los contenidos referidos a menores. Igualmente, el Consejo proseguirá con la realización de informes anuales sobre las personas con discapacidad y sus condiciones de accesibilidad universal a los medios, a la vez que promoverá la celebración periódica de actividades para un mejor y mayor conocimiento de la realidad de este colectivo.

Otro reto para los próximos tres años será impulsar la participación ciudadana en el análisis de los contenidos audiovisuales, a través de la presentación de sus quejas y reclamaciones ante la Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA), lo que lleva aparejado lograr un mayor conocimiento de la funciones del CAA por parte de la sociedad andaluza.

Por otro lado, el Consejo potenciará la colaboración con organizaciones de consumidores, televidentes y usuarios de la comunicación, con las que hasta ahora se había mantenido muy escasos contactos, para aunar esfuerzos en la mejora de contenidos, denuncia de irregularidades o defensa del pluralismo. Se continuará asimismo con la línea de trabajo emprendida recientemente de cooperación con los festivales de cine andaluces, con sus áreas educativas, para avanzar en alfabetización mediática, y con la industria audiovisual para propiciar su crecimiento y la creación de contenidos de calidad que difundan la cultura de Andalucía.

El Plan ofrece también una radiografía del sector, en la que se destaca que la proliferación de televisiones ilegales constituye uno de los problemas principales del panorama audiovisual andaluz, y español, siendo un motivo habitual de queja ante el Consejo por parte de las cadenas legalmente constituidas. La erradicación de estas emisiones sin la licencia correspondiente es competencia de la Dirección General de Comunicación Social, que es informada regularmente por parte del CAA de las frecuencias detectadas.

2.2. DEFENSA DE LOS DERECHOS DE LOS MENORES

Ante los nuevos hábitos de consumo audiovisual, el CAA considera necesario, por un lado, un comportamiento activo de padres y educadores y, por otro, el establecimiento de sistemas homogéneos y coherentes independientemente del soporte o medio a través de los que se acceden a los contenidos: televisión, plataformas de intercambio de vídeos, cine, videojuegos, etcétera. Asimismo, determinados horarios y periodos requieren de una sensibilidad especial de las prestadoras para evitar que las personas menores de edad accedan a contenidos inadecuados. Por todo ello, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía aprobó en noviembre de 2020 una Instrucción sobre señalización y calificación de contenidos audiovisuales televisivos.

Instrucción sobre señalización y calificación de contenidos audiovisuales televisivos

Esta instrucción fija los criterios de avisos acústicos y visuales y el sistema de clasificación por edades que deben aplicar los prestadores audiovisuales bajo la competencia de este órgano. El objetivo es salvaguardar el derecho que tienen los menores, padres, madres y educadores a disponer de la información y los medios adecuados para un acceso responsable a los programas. El CAA busca así una mejor protección de los más jóvenes ante los contenidos audiovisuales, a través de facilitar el control parental y de fomentar la alfabetización mediática al proporcionarse una selección crítica de los programas. Estos criterios serán además los que utilice el Consejo en sus labores de vigilancia y control de la adecuada calificación por parte de las cadenas.

La instrucción estipula que los prestadores de servicio de comunicación audiovisual televisiva bajo competencia del Consejo deben calificar y señalar los contenidos que emiten de acuerdo con los criterios establecidos en el Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia, aprobados y verificados por la autoridad audiovisual nacional. El sistema de calificación y señalización se aplicará a los programas y también a los contenidos promocionales de los mismos. Los prestadores del servicio de televisión, tanto lineal como a petición, deben incluir los indicativos acústicos y visuales de la calificación en todos los espacios que emitan, a excepción de los programas informativos y diferentes acontecimientos como los deportivos, musicales, culturales, etc.

La instrucción se ha elaborado de acuerdo con los estándares y criterios básicos establecidos a nivel nacional. De esta forma, se desarrolló lo dispuesto en la Ley General de la Comunicación Audiovisual (LGCA) y en el Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia, así como en la Ley Audiovisual de Andalucía (LAA), que extiende la obligación de señalización a los servicios a petición no sometidos a restricciones horarias.

El CAA realizará de oficio el seguimiento y control de estas obligaciones de señalización y calificación de contenidos que deben acatar las prestadoras de servicios audiovisuales, y podrá requerirles que faciliten los datos adicionales, con el detalle necesario, que permitan comprobar el cumplimiento de estas exigencias.

Además, los usuarios tienen derecho a dirigirse al Consejo, a través de la Oficina de Defensa de la Audiencia, para interponer una queja ante la detección de cualquier incumplimiento de las obligaciones establecidas. Las sanciones aplicables por el CAA a las cadenas sujetas al ámbito de actuación de esta instrucción son las establecidas en la Ley Audiovisual de Andalucía.

Fomento de la alfabetización mediática

El Consejo, a través de las diversas iniciativas que ha abordado en los últimos años, cumple con la recomendación de la Comisión Europea, que considera la formación digital y en comunicación audiovisual un reto de la sociedad europea. Asimismo, la Ley Audiovisual de Andalucía señala a las autoridades reguladoras del audiovisual como una de las instituciones públicas encargadas de fomentar la alfabetización mediática entre la población y recoge, además, la inclusión de esta materia en los contenidos curriculares de las distintas etapas educativas.

El 24 de enero de 2020, con motivo del Día de la Educación el presidente del Consejo y la consejera, Pilar Távora, participaron como invitados en el programa de radio 'El Churumbel' del CEIP Andalucía en el Polígono Sur de Sevilla. La entrevista realizada por el alumnado del centro educativo se centró en el uso del móvil y la redes sociales, las ventajas e inconvenientes que tiene para el desarrollo de la infancia.

La pandemia de la COVID-19 ha provocado una auténtica explosión de bulos, con la multiplicación de producciones informativas falsas, manipulaciones gráficas, teorías conspiratorias, contenidos descontextualizados, etcétera. Ante tales circunstancias y consciente de que los menores son uno de los colectivos más vulnerables en la red, el CAA ha llevado a cabo las siguientes iniciativas.

1. CAMPAÑA «PASA DEL BULO Y NAVEGA SEGURO»

El pasado mes de julio se inició un nuevo proyecto de sensibilización mediática para los menores. Para ello el CAA se reunió con la jefa de Informativos de Canal Sur TV, Esther Martín, la vicepresidenta de la Asociación de Operadores de Telecomunicaciones Locales de Andalucía (ACUTEL), Nuria López, el director de Informativos de 7TV Andalucía, Pedro García, el director de Comunicación y el productor ejecutivo del Sevilla FC TV, Jesús Gómez y Joaquín López respectivamente, y el redactor jefe de RTV Betis, Nacho González. Todos ellos se vieron dispuestos a colaborar en este proyecto. Por parte del Consejo estuvieron presentes en la reunión, para explicar la propuesta, el presidente, Antonio Checa, y las consejeras Ana Millán y Pilar Távora. El CAA pidió la colaboración de los prestadores audiovisuales en la difusión de una campaña de alfabetización mediática dirigida a los menores con el fin de protegerlos en el entorno digital.



Ilustración de la campaña de alfabetización mediática del Consejo para evitar las noticias falsas

Esta labor de pedagogía forma parte de una de las principales líneas de actuación del Consejo Audiovisual de Andalucía, la alfabetización mediática entre los jóvenes. El Consejo se encuentra profundamente concienciado con la necesidad de aumentar el nivel de conocimiento sobre la red entre la población andaluza. Cuanta más información se tenga sobre el mundo online y la web, más fácil es protegerse, y por lo tanto, se puede navegar con mayor libertad y seguridad.



Decálogo elaborado por el CAA para proteger a los menores ante los bulos

El núcleo central de esta misión de alfabetización ha sido la realización del decálogo #PasaDelBulo, y navega seguro, en el que se dan herramientas clave para que menores y adultos a cargo de éstos puedan navegar seguros por la red y así estar protegidos de los bulos y la desinformación. Mediante una serie de consejos recogidos en el decálogo, el Consejo Audiovisual de Andalucía pretende crear una barrera protectora entre los menores y los riesgos de internet. Esta campaña ayuda a crear una conciencia crítica para no dejarse llevar por los engaños en la web. Un consumo responsable es la solución para evitar la manipulación mediática.

Los diez consejos que aparecen en el decálogo son los siguientes; pregúntate si estás ante un bulo, investiga la fuente de la noticia, que no te la cuelen con la URL, comprueba fecha y formato, aplica el sentido común, compara el off-line con el on-line, piénsatelo antes de compartir, navega por la red con respeto, educa a los más pequeños y analiza sin prisa la información.

El decálogo de recomendaciones se difundió en páginas webs y redes sociales durante el verano y en octubre se presentó el spot de la campaña para la televisión, que resume alguna de estas recomendaciones. El anuncio #PasaDelBulo se ha emitido en TVE-Andalucía, Canal Sur TV, ATV, 7TV, Onda Cádiz, Sevilla FC TV, Betis TV y los operadores de ACUTEL, así como en las pantallas de los metros de Sevilla, Málaga y Granada y de los autobuses urbanos de las capitales malagueña y sevillana.

2. PROYECCIONES EDUCATIVAS EN FESTIVALES DE CINE

Desde 2019 los esfuerzos del CAA por el fomento de la alfabetización mediática se han centrado fundamentalmente en los Premios Andaluces 'El Audiovisual en la Escuela', que estimula el espíritu crítico y el interés y reflexión sobre la actualidad entre los más jóvenes, y en la colaboración con festivales de cine para proyecciones educativas.

Festival de Cine Europeo de Sevilla

En 2020 el Consejo colaboró por segundo año consecutivo con el Festival de Cine Europeo de Sevilla, que se celebró del 6 al 14 de noviembre, en las actividades del programa educativo que tiene entre otros objetivos acercar al alumnado el cine como herramienta de conocimiento y para estimular su formación como espectadores críticos. En concreto, el CAA participó en 'La ventana cinéfila', una nueva sección online gratuita para los centros docentes a través de la plataforma FILMIN. El Consejo apoyó la difusión de la película *Aves de paso*, de Olivier Ringer, y la elaboración de una guía didáctica de apoyo a los docentes centrada en el tratamiento de las personas con discapacidad en los medios audiovisuales. La obra narra una historia sencilla y emotiva sobre la amistad, la discapacidad, la sobreprotección de los padres y la superación de los límites.

Premiada en numerosos certámenes internacionales, entre ellos el propio Festival de Cine de Sevilla donde recibió el Premio Giralddillo Junior en 2016, *Aves de paso* cuenta cómo Cathy recibe de su padre como regalo por su décimo cumpleaños un huevo de pato para que lo incube y se convierta en su madre cuando nazca. Pero cuando el pato sale del huevo la primera persona que ve e identifica como madre es Margaux, la mejor amiga de Cathy que está en silla de ruedas. Los padres de Margaux no creen que su hija pueda hacerse cargo del animal e intentan deshacerse de él, lo que lleva a las dos niñas a emprender una aventura para salvar al patito.

Junto a *Aves de paso*, que está recomendada a partir de 8 años y que se puede ver tanto en versión original en francés como doblada al español, la sección «La ventana cinéfila» estuvo integrada por otros nueve títulos participantes en anteriores ediciones del Festival de Sevilla. Previa solicitud los centros educativos andaluces disfrutaron durante un mes de forma gratuita de estas películas y del material didáctico en las aulas (o en casa cuando el centro tenga formación semipresencial).

Festival de Cine Africano de Tarifa y Tánger

El programa educativo 'Espacio Escuela' del XVII Festival de Cine Africano de Tarifa-Tánger (FCAT), que ofrece a centros educativos de España y Marruecos el visionado online de cuatro películas y sus correspondientes fichas didácticas, también contó con la colaboración del CAA. Esta iniciativa tiene como objetivo transmitir a los escolares valores de diversidad cultural, cooperación y solidaridad, así como para formar a nuevos espectadores con espíritu crítico.

En concreto, el Consejo participó en la difusión entre los estudiantes de *Foreigner*, obra del sevillano Carlos Violadé, que estuvo nominada a Mejor Cortometraje de Ficción en los Premios Goya de 2019. La cinta reflexiona sobre el concepto de sentirse extranjero a través de la historia de un joven y exitoso inglés que acaba de empezar sus vacaciones de verano en el sur de España, donde vivirá una aventura inesperada y

extrema. Este filme fue el más visto de la selección de títulos de dicho programa educativo, según afirmó Mane Cisneros, directora del FCAT.

El Espacio Escuela del FCAT, dirigido a los escolares de España y de los centros hispanohablantes marroquíes, superó en 2020 todas las expectativas con la participación de 15.532 escolares de 143 centros educativos, que han podido trabajar desde sus aulas y hogares sobre las temáticas de las películas. En España participaron centros educativos de todas las provincias andaluzas y de diferentes puntos del país. En Marruecos se consiguió la participación de centros educativos de varias ciudades del país como Alhucemas, Larache, Rabat, Tánger y Tetuán.

3. PREMIOS ANDALUCES «EL AUDIOVISUAL EN LA ESCUELA»

Desde el año 2014 el Consejo Audiovisual de Andalucía convoca los Premios Andaluces 'El Audiovisual en la Escuela', un certamen que persigue estimular entre la población más joven la capacidad de análisis crítico ante los mensajes que reciben a través de la prensa, la radio, la televisión e internet, introduciendo así la alfabetización mediática en los centros escolares andaluces. Los premios se convocan en seis modalidades distintas, cinco por cada una de las fases del ciclo educativo (Inicial, Medio y Superior de Educación Primaria, Educación Secundaria y Secundaria Postobligatoria) y una para el profesorado. Cada premio está dotado con 1.000 euros, que los centros deben destinar a la realización de actividades o compra de material que tengan relación con la comunicación audiovisual. Los vídeos ganadores son emitidos por los canales de televisión pública andaluza, siempre que superen los parámetros de calidad establecidos por Canal Sur TV.

El 21 de octubre de 2020 tuvo lugar la gala de entrega de galardones de la VI edición de este concurso, conducida por los actores Alfonso Sánchez y Alberto López, «Los Compadres», en la sede de la Fundación Cajasol, entidad colaboradora. El acoso, la violencia de género, la solidaridad entre compañeros y la utilización de medios audiovisuales en las aulas son los principales temas abordados por los trabajos ganadores.

El presidente del CAA, Antonio Checa, destacó en su intervención que los vídeos reflejan la puesta en marcha de nuevas experiencias educativas de integración y motivación del alumnado y que son trabajos hechos «con espíritu crítico, con visible rebeldía juvenil, con afán de denunciar y de aportar soluciones». «La alfabetización mediática nos parece imprescindible para el desarrollo de la juventud como ciudadanos de una sociedad marcada por lo audiovisual, y, en este sentido, la misma Ley Audiovisual de Andalucía recoge esa inquietud y la necesidad de trasladarla a los programas educativos reglados», señaló el presidente de CAA.

Por su parte, el presidente de la Fundación Cajasol, Antonio Pulido, subrayó que «en estos tiempos de pandemia mundial y crisis social y económica sin precedentes, la formación y la información veraz de los ciudadanos es fundamental. Por este motivo, la labor educativa de estos premios entre los jóvenes estudiantes, y el trabajo general de las instituciones que los promueven, cobran una nueva categoría y un extra de responsabilidad en este contexto». Además, Antonio Pulido mostró su satisfacción por que «estos galardones se consoliden en cada edición con mayor participación y calidad técnica de los trabajos, sin olvidar la sensibilidad y creatividad de los temas y los grandes valores sociales que promueven».

El acto de entrega de premios contó también con la asistencia de la secretaria general de Educación y Formación Profesional de la Consejería de Educación y Deporte, Olaia Abadía, y del director general de la RTVA, Juan de

Dios Mellado. Abadía resaltó la importancia de trabajar en la formación de alumnado y profesorado en comunicación audiovisual, para lo cual la Junta desarrolla diferentes proyectos como «Aula de Cine», «El cole en casa con la Banda» o este certamen, mientras Juan de Dios Mellado hizo hincapié en la calidad de los trabajos ganadores y el valor de los mensajes reflejados, «por lo que veo mucha cantera aquí y os animo a seguir acercándonos al mundo audiovisual, donde hay mucho futuro con la cada vez mayor demanda de contenidos por parte de las plataformas».

A esta sexta edición se presentaron 38 vídeos, que se suman a los 230 de anteriores años, participación que el CAA considera muy satisfactoria al haberse tratado de un curso muy atípico por la pandemia. El jurado estuvo integrado por representantes del Consejo Audiovisual de Andalucía y de la Fundación Cajasol, y presidido por Pilar Távora, consejera del CAA y cineasta, quien destacó el esfuerzo y la dedicación de los alumnos y profesores participantes, así como la relevancia y compromiso de los mensajes transmitidos a través de los cortos: igualdad de género, compañerismo, prevención contra el grooming, etcétera.

En la categoría del ciclo medio de Educación Primaria (8-9 años), el jurado premió el vídeo «La radio escolar. Grabamos un podcast», del CEIP San Sebastián de Fiñana (Almería). Los alumnos de 4.º de Primaria de este colegio muestran los pasos a seguir para elaborar un podcast para la radio escolar sobre la celebración del Día Mundial Contra la Obesidad Infantil, proyecto que sirve a este centro para mejorar la expresión oral y la comprensión lectora de los estudiantes a través de la utilización de la radio como herramienta pedagógica.

El vídeo premiado en la modalidad del ciclo superior de Educación Primaria (10-11 años) fue «Lucha por tu libertad», del CEIP Índalo de Almería, un trabajo para prevenir la violencia de género y concienciar sobre la importancia de luchar contra esta lacra social. A través de distintas escenas grabadas en una vivienda, se reflejan actitudes de maltrato psicológico y de discriminación hacia la mujer; sin llegar a mostrar violencia física o verbal para que no sean imágenes demasiado crudas, el trabajo consigue retratar situaciones reales que se dan en el seno de algunas familias. Dentro de este mismo apartado del ciclo superior de Educación Primaria, el jurado otorgó una mención especial a «Bicho Gurí», del alumno Iván Guijarro Gallardo del CEIP El Trovador de Chiclana de la Frontera (Cádiz), un trabajo de animación en volumen con bolas de plastilina sobre el acoso, la solidaridad y la unión para luchar contra los miedos. También recibió una mención global el CEIP San Francisco Solano de Montoro (Córdoba) por su serie de vídeos presentados bajo el título de «Brigada policial ortográfica», divertidos cortos sobre la detección de faltas ortográficas en medios audiovisuales y prensa escrita a cargo de una patrulla de alumnas-policías.

En la modalidad de Educación Secundaria Obligatoria (12-16 años), el corto galardonado fue «Kollaboratives Lernen» (Trabajo colaborativo), del IES Albayzín de Granada, que realizado en alemán con subtítulos en español promueve la colaboración entre los compañeros, refuerza la competencia oral del alumnado y desarrolla sus habilidades creativas. En el audiovisual se muestra a los estudiantes-actores cada uno en su habitación trabajando en una tarea, a modo de videoconferencia, aunque llega un momento en que se pasan el material escolar para ayudar a un compañero que se le ha olvidado en clase, rompiéndose así la relación lógica del espacio.

El cortometraje premiado en el apartado de Educación Postobligatoria fue el interesante y muy bien realizado «Proyecto Banksy», del IES Diego Macías de Calañas (Huelva). A través del acercamiento práctico a la obra del artista grafitero Banksy y del aprendizaje por proyectos con los alumnos de la Formación Profesional Básica, se busca motivar, subir la autoestima y desarrollar las capacidades de adolescentes que llevan acumulada una experiencia más o menos prolongada de fracaso escolar.

Por último, dentro de la modalidad de profesorado, a la que concurrieron diez trabajos, el jurado premió «Grooming. A true story» del IES Vicente Aleixandre de Sevilla. Rodado en inglés por los alumnos de 4.º de Educación Secundaria Obligatoria y ambientada en la Inglaterra del siglo XVI, en la corte de Enrique VIII, el cortometraje ofrece una reflexión sobre el problema del acoso a los menores, el grooming, a través de la figura de la joven princesa y futura reina Isabel I de Inglaterra.

2.3 SALVAGUARDA DEL PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL, RELIGIOSO Y CULTURAL

El Consejo Audiovisual de Andalucía tiene entre sus funciones principales la de velar por el cumplimiento de los principios constitucionales y estatutario en los medios audiovisuales, especialmente los referidos al pluralismo político, social, religioso y cultural, a la objetividad y a la veracidad informativa. La ciudadanía tiene derecho a que los prestadores del servicio de comunicación audiovisual incluyan en su programación una suficiente variedad de géneros, de manera que se dé una adecuada respuesta a los gustos y demandas de los distintos grupos sociales y, además, estos operadores tienen que afrontar el reto de garantizar una información plural desde todos los puntos de vistas.

Todos los medios de comunicación, y de forma fundamental los de carácter público, están obligados a favorecer el pluralismo, reflejando de forma proporcionada las diferentes corrientes políticas e ideológicas presentes en la sociedad.



Pluralismo político

Los medios de comunicación tienen el deber de reflejar fielmente la sociedad, lo que incluye el reparto de la representatividad política como forma de mostrar las corrientes políticas e ideológicas existentes en la actualidad. El pluralismo político está reconocido universalmente como un elemento fundamental para el asentamiento de la democracia, y los medios de comunicación tanto públicos como privados están obligados a favorecer su fortalecimiento.

El CAA tiene encomendada la función de supervisar que se produzca el máximo equilibrio entre la realidad de la sociedad actual y el reflejo que ésta tiene en los medios de comunicación audiovisuales. Según el Barómetro Audiovisual de Andalucía de 2020 que elabora el Consejo, el 35% de los andaluces considera que no hay suficiente pluralismo político en las cadenas de televisión, lo que significa que se incrementa la desconfianza de los ciudadanos al subir en seis puntos respecto a 2019 el número de personas que mantienen esta opinión.

Al objeto de que se cumpla el principio fundamental del pluralismo político, el CAA realiza desde el año 2009 informes periódicos sobre esta materia para conocer con detalle la conducta de las televisiones públicas. Para ello se utiliza una metodología objetiva que analiza distintos aspectos de los informativos emitidos, destacando el reparto de los tiempos de palabra de los actores políticos según rol (institucional y de partido) y género, así como la temática que abordan.

Estos estudios abarcan las emisiones de la RTVA (que incluyen Canal Sur TV, las desconexiones provinciales y Andalucía TV), los informativos de la desconexión para Andalucía de La 1 de TVE y las televisiones públicas municipales.

Para la elaboración del estudio se analiza una muestra aleatoria representativa de la programación de cada cadena, con un margen de error del 3% y un nivel de confianza del 95% para los informativos diarios y resúmenes semanales y un margen de error del 5%, con un nivel de confianza también del 95%, para la presencia de actores políticos en programas que sean susceptibles de contar con sus intervenciones, como magazines que incluyan debates y entrevistas.

Los informes mantienen su periodicidad anual, y en el caso de las televisiones autonómicas públicas el análisis corresponde al año 2019 completo mientras que el estudio de las cadenas locales abarca del 16 de junio de 2019 hasta el 15 de junio de 2020, ya que se toma como referencia este mes por ser la fecha de constitución de las corporaciones locales.

Aunque la metodología para la realización de los informes permanece invariable, basándose en la medición exclusivamente cuantitativa de los tiempos de voz de los actores políticos, el CAA está trabajando en la mejora del análisis de los datos obtenidos y, en consecuencia, de la evaluación de la observancia del principio de pluralismo en los distintos prestadores de televisión. Con este objetivo de mejora, se está estudiando la manera más adecuada de atender los elementos diferenciales que por su naturaleza, características o ámbito territorial tienen los informativos de los distintos prestadores. Así, es objetivo de este Consejo adaptar sus informes a la nueva situación sociopolítica y avanzar en el análisis de la representatividad política y su traslación al reparto de los tiempos de palabra buscando el equilibrio entre la realidad política existente, mucho más compleja que hace unos años por la mayor diversidad de partidos que conforman las corporaciones municipales y, en muchos casos los gobiernos municipales, y el reflejo de la misma en los informativos de los prestadores públicos de televisión de nuestra comunidad.

De este modo, el Pleno del Consejo del 15 de octubre de 2019 abordó la necesidad de modificar la asignación de los tiempos de antena del Gobierno andaluz a los partidos políticos, como consecuencia de su nueva estructura bipartidista. En esta misma línea, el acuerdo plenario de 3 de noviembre de 2020 dejó sin efecto los indicadores de pluralismo hasta ahora vigentes con el objetivo de mejorar los instrumentos que tiene el CAA para cumplir su función y avanzar en mecanismos que sirvan al Consejo para reclamar la observancia del pluralismo político por parte de los prestadores, de forma que las decisiones sobre este asunto tengan mayor utilidad y un efecto real sobre el objetivo final de garantizar el pluralismo político en las televisiones públicas de Andalucía. Así, el Pleno ha encargado a la Comisión correspondiente que estudie qué medidas se podrían adoptar para corregir los persistentes incumplimientos en materia de pluralismo de algunos prestadores locales.

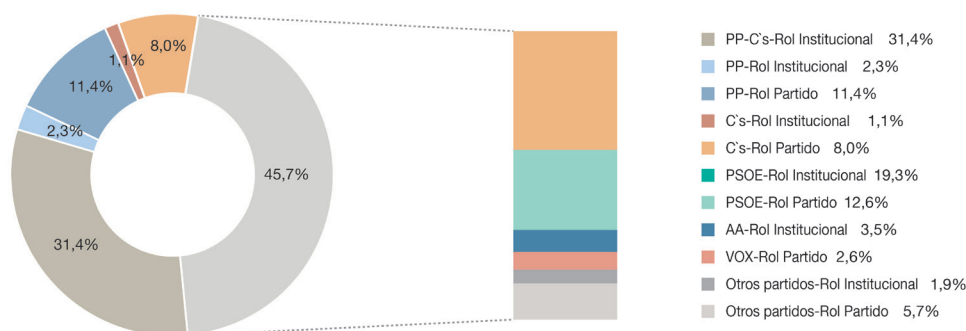
Televisiones autonómicas públicas

En el caso de Canal Sur TV, el informe revela que el Gobierno de coalición de la Junta concentró el 31,4% del tiempo de palabra, más un 13,8% de los restantes políticos del PP y un 9,1% de los demás políticos de Ciudadanos, lo que suma un 54,3%. Por su parte, el PSOE obtuvo un 31,9%, Adelante Andalucía un 3,5% y Vox un 2,6%, lo que asciende al 38% para la oposición. Otros partidos, que no forman parte como tales del Parlamento de Andalucía, ocupan el restante 7,7%.

Asimismo, los actores con más tiempo de palabra en Canal Sur TV, teniendo en cuenta la suma de las intervenciones tanto con rol institucional como de partido, han sido Juan Manuel Moreno Bonilla (Gobierno de Andalucía-PP, 10%), Pedro Sánchez Pérez-Castejón (Gobierno de España-PSOE, 5%), Juan A. Marín Lozano (Gobierno de Andalucía-Ciudadanos, 5%), Pablo Casado Blanco (PP, 4%) y Susana Díaz Pacheco (PSOE, 3%).

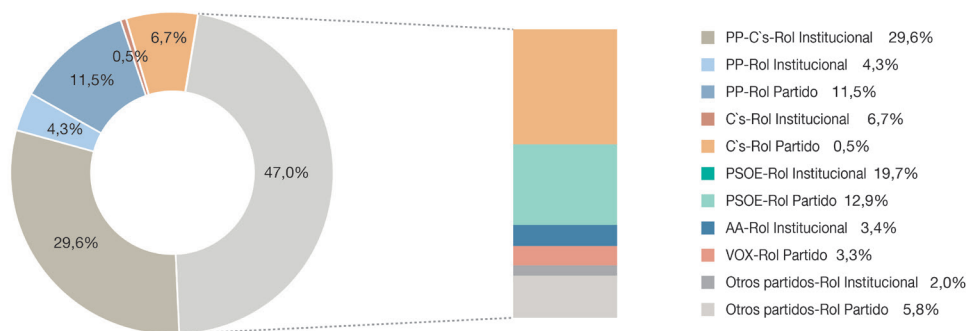
El estudio analiza también las **desconexiones provinciales de Canal Sur**, con los siguientes resultados sobre las intervenciones de los políticos: PSOE, con un promedio del 32%, que va desde el 51% de Sevilla al 22% de Almería; PP-Ciudadanos, 25% (del 35% de Cádiz al 18% de Sevilla); PP, 21% (del 34% de Almería al 9% de Cádiz); y Ciudadanos, 8% (del 15% de Granada al 4% de Huelva). Otras 38 formaciones se repartieron el 14% restante.

Gráfico 9. Tiempo de palabra de actores políticos agrupados por partido político. Canal Sur TV.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 10. Tiempo de palabra de actores políticos agrupados por partido político. Andalucía TV



En cuanto a los informativos autonómicos de Andalucía TV, el segundo canal de la RTVA, el Gobierno andaluz contó con un 29,6%, más el 15,8% del PP y el 7,6% de Ciudadanos, lo que supone un 53%. Por su parte, el PSOE tuvo un 32,6%; Adelante Andalucía, un 3,4% y Vox, un 3,3%, lo que suma para los grupos de la oposición un 39,3% (38,2% en 2018). Las formaciones que no están representadas como tales en el Parlamento de Andalucía obtuvieron el restante 7,8%.

Y si se suma el tiempo de palabra tanto con rol institucional como de partido, los actores con más tiempo de palabra en Andalucía TV fueron: Juan Manuel Moreno Bonilla (Gobierno de Andalucía-PP, 9%), Pedro Sánchez Pérez-Castejón (Gobierno de España-PSOE, 5%), Pablo Casado Blanco (PP, 3%) Juan A. Marín Lozano (Gobierno de Andalucía-Ciudadanos, 3%), y Susana Díaz Pacheco (PSOE, 3%).

Los informativos de la desconexión territorial de La 1 de TVE en Andalucía concedieron al Gobierno de la Junta un 27,6% del tiempo de palabra, más el 14,1% que obtuvieron los restantes políticos del PP y el 6,4% de los de Ciudadanos, lo que suma un 48,1%. Por su parte, el PSOE dispuso de un 35,9%; Adelante Andalucía, un 6,3% y Vox, un 4,3%, lo que supone que los grupos de la oposición coparon el 46,5% de la duración de las intervenciones. Los representantes de formaciones que no forman parte del Parlamento andaluz disfrutaron del restante 5,4%.

Los actores con más tiempo de palabra en TVE-1, teniendo en cuenta tanto los roles de partido como de los institucionales, han sido Juan Manuel Moreno Bonilla (Gobierno de Andalucía-PP, 12%), Susana Díaz Pacheco (PSOE, 6%), Dolores López Gabarro (PP, 4%), Elías Bendodo Benasayag (Gobierno de Andalucía-PP, 4%), y Juan Antonio Marín Lozano (Gobierno de Andalucía-Ciudadanos, 4%).

Estos datos muestran un descenso de la presencia del Gobierno andaluz y de los partidos que lo forman, así como un incremento del tiempo de palabra del resto de grupos políticos, en los informativos de Canal Sur TV, la desconexión territorial de La 1 de TVE y Andalucía TV durante 2019. Los representantes de los partidos del Gobierno (PP y Ciudadanos) dispusieron, sumando los roles institucionales y de partido, de un 54,3% del tiempo total de palabra de los actores políticos en los programas informativos de Canal Sur TV, presencia que en el informe anterior fue del 58%. En los informativos de la desconexión territorial de La 1 de TVE, los partidos del Gobierno ocuparon el 48,1% de la duración de las intervenciones frente al 52,4% del pasado estudio, y en Andalucía TV obtuvieron un 53%, dos puntos menos (55%) que en 2018.

El CAA destaca el trabajo realizado por las televisiones públicas de ámbito autonómico para mantener los parámetros de pluralismo político que son exigibles en una sociedad democrática. Y aunque los datos evidencian el interés de los prestadores por reflejar de forma proporcionada la realidad política y plural de la comunidad autónoma, hay que tener en cuenta para la comparativa el cambio en el Gobierno de España en junio de 2018, con lo que se produjo una coincidencia en el color político durante medio año a nivel nacional y andaluz.

Tabla 11. Tiempo de palabra de los actores políticos agrupados por partido. La 1 de TVE (Andalucía)

PARTIDO Y ROL	TIEMPO	% TIEMPO
PP-C's-Rol Institucional	1:22:59	27,6%
PP-Rol Institucional	0:04:45	1,6%
PP-Rol Partido	0:37:36	12,5%
C's-Rol Institucional	0:04:17	1,4%
C's-Rol Partido	0:15:00	5,0%
PSOE-Rol Institucional	0:42:40	14,2%
PSOE-Rol Partido	1:05:12	21,7%
AA-Rol Partido	0:18:50	6,3%
VOX-Rol Partido	0:12:55	4,3%
Otros partidos-Rol Institucional	0:02:07	0,7%
Otros partidos-Rol partido	0:14:08	4,7%
Total general	5:00:29	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

Televisiones municipales

Los resultados obtenidos sobre las televisiones locales públicas muestran que, en general, retroceden en el cumplimiento del principio de pluralismo político, ya que en doce de las dieciséis televisiones analizadas se ha detectado un incremento del tiempo de palabra destinado a los gobiernos municipales y a los partidos políticos que los apoyan respecto a periodos anteriores.

El CAA muestra su preocupación por esta tendencia y recuerda a los prestadores del servicio audiovisual en Andalucía que tienen la obligación de respetar el derecho de la ciudadanía a tener una información políticamente plural en virtud del ordenamiento jurídico existente y en cumplimiento de lo recogido en la Constitución, el Estatuto de Autonomía, la Ley General de la Comunicación Audiovisual (LGCA) y la Ley Audiovisual de Andalucía (LAA).

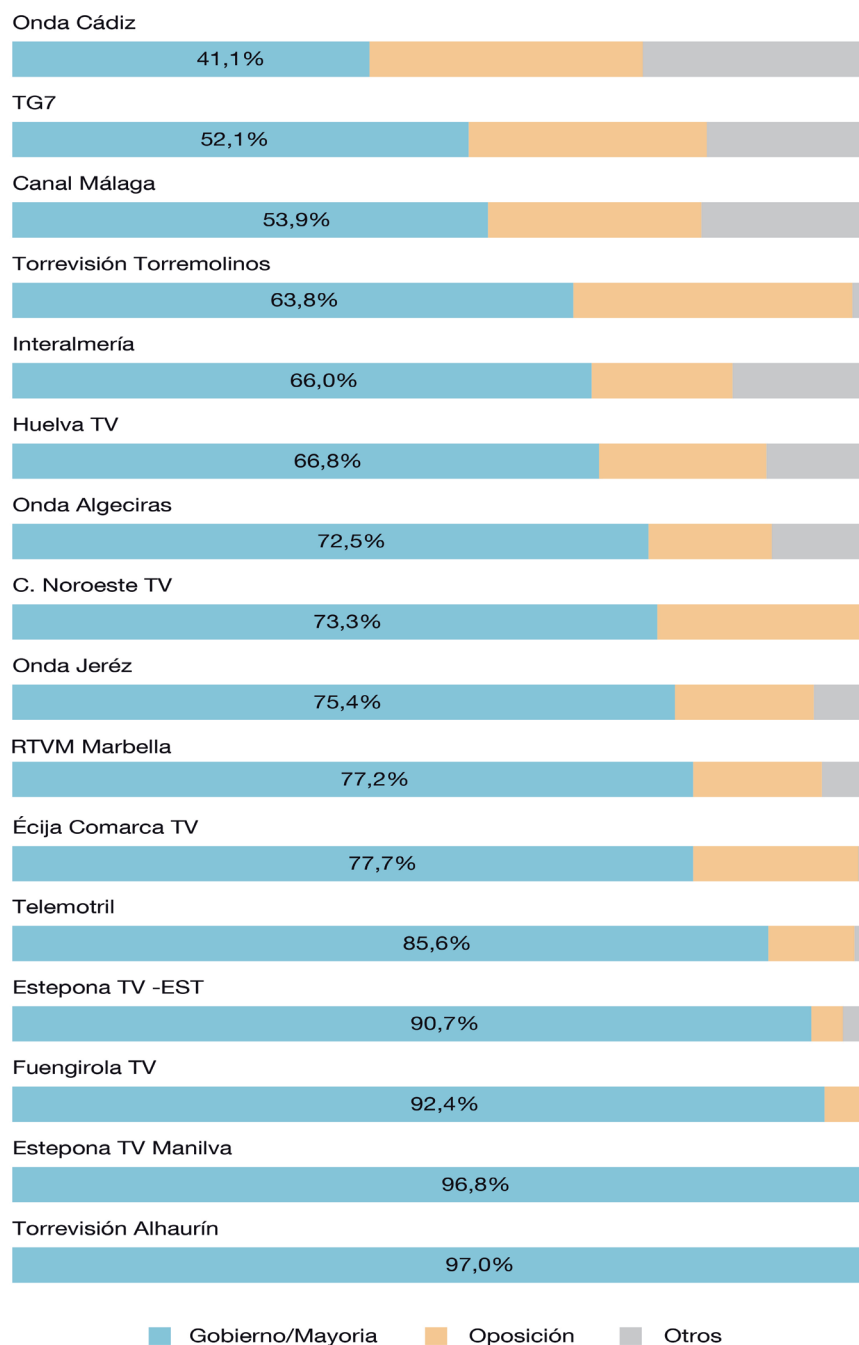
El informe revela que tan sólo cuatro cadenas (TG7, Huelva TV, Interlmería y Onda Algeciras) han otorgado menos tiempo a los ejecutivos locales y que, en cambio, en todas las televisiones desciende, y en algunas de ellas considerablemente, la presencia de la oposición. Así, el Consejo ha advertido, en concreto, a Torrevisión Alhaurín, Estepona TV-Manilva, Fuengirola TV, Estepona TV-Estepona y Telemotril de que deben adoptar las medidas correctoras necesarias para conceder más espacio a los grupos políticos de la oposición. Este organismo realizará un seguimiento exhaustivo y continuado para comprobar que se toman dichas disposiciones.

Los resultados de las 16 televisiones examinadas y su variación respecto al informe anterior son las siguientes (Gobierno/Oposición/Formaciones Extraconsistoriales):

- **Onda Cádiz:** 41,1% (+1,8) / 30,6% (-18,4%) / 28,3% (+16,6)
- **TG7:** 52,1% (-0,3) / 26,9% (-9,2) / 21%(+9,5)
- **Canal Málaga:** 53,9% (+6,1) / 24,3% (-15,2) / 21,8% (+9,1)
- **Torrevisión Torremolinos:** 63,8% (+18,3) / 31,2% (-18) / 5% (-0,5)
- **Interalmería:** 66% (-4,6) / 15,6% (-5,1) / 18,4% (+9,7)
- **Huelva TV:** 66,8% (-2,8) / 19% (-3,2) / 14,2% (+6)
- **Onda Algeciras:** 72,5% (-1,2) / 13,8% (-5,7) / 13,7% (+6,9)
- **Noroeste TV:** 73,3% (+18,9) / 23,3% (-16,7) / 3,4% (-2,2)
- **RTV Marbella:** 77,2% (+6,5) / 14,6% (-7,4) / 8,3% (+1)
- **Écija TV:** 77,7% (+15,6) / 18,3% (-12,4) / 4% (-3,1)
- **Onda Jerez:** 75,4% (+4,7) / 15,5% (-8,5) / 9,1% (+3,8)
- **Telemotril:** 85,6% (+5,3) / 9,4% (-3,1) / 5% (-2,2)
- **Estepona TV:** 90,7% (+1,9) / 3,4% (-6,1) / 5,9% (+4,2)
- **Fuengirola TV:** 92,4% (+0,4) / 5,9% (-1,7) / 1,7% (+0,3)
- **Estepona Manilva:** 96,8% (+2,6) / 2,2% (-2,8) / 1% (+0,2)
- **Torrevisión Alhaurín:** 97% (+2,2) / 1,9% (-1,9) / 1,1% (-0,5)

No obstante, el CAA reconoce también el trabajo de los prestadores que cumplen con los principios de pluralismo, otorgando suficiente visualización a la oposición como para que la ciudadanía tenga conocimiento de sus posiciones, así como a la de los gobiernos locales.

Gráfico 11. Reparto del tiempo de palabra entre los representantes de los gobiernos municipales y la oposición en los informativos de las televisiones locales públicas



Pluralidad temática

Los informes de pluralismo del CAA aportan también datos sobre las principales temáticas tratadas por los informativos tanto de las televisiones municipales como de las cadenas autonómicas públicas, así como sobre los tiempos de palabra según sexo y rol. En el caso de las emisoras locales, se da una gran variedad de temas aunque el asunto predominante en la mayoría es sociedad (25% de promedio), salvo en Canal Málaga, RTVM Marbella y Telemotril, donde destacan la economía y los negocios. Aumenta asimismo el tiempo dedicado a la salud, lo que parece tener como motivo el interés ciudadano por las noticias sobre la pandemia del coronavirus.

Por otro lado, el tiempo de palabra femenino se sitúa entre el 20,4% de los informativos de Manilva en Estepona TV y el 58,6% de Fuengirola TV. La media de las televisiones locales estudiadas es del 34,3% (2 puntos por encima del informe anterior). Las cadenas con mayor porcentaje de intervenciones de mujeres coinciden, en general, con ciudades donde la corporación municipal está presidida por una mujer: Fuengirola TV, Telemotril y Onda Jerez. No obstante, solamente en la cadena fuengiroleña se da un porcentaje de tiempo de palabra femenino superior al masculino.

Respecto a los tiempos de palabra de los actores según tipo de rol, la media del conjunto de los canales locales indica que los no políticos obtienen un 48% (mínimo de Estepona TV-Manilva con 17,5% y máximo de Estepona TV-Estepona con 80%), los roles políticos institucionales un 44,5% (del 18,7% de Estepona TV-Estepona al 80,4% de Estepona TV-Manilva) y los roles de partido un 7,5% (del 1,3% de Estepona TV-Estepona al 16% de Canal Málaga).

En comparación con el informe anterior, se verifica un descenso notable de los roles de partido, que habían subido entonces por efecto de las elecciones municipales. No obstante, la distribución por tipos de rol de cada cadena muestra en general datos parecidos, incluso habiendo cambio de corporaciones locales, lo que sugiere una estructura de los informativos bastante consolidada en cada televisión.

Si se tienen en cuenta únicamente los roles políticos, los institucionales suponen, en promedio, el 85,6% de los tiempos de palabra (mínimo de 65,9% en Canal Málaga y máximo del 97,5% en Estepona TV-Manilva) y los de partido el 14,4% (del 2,5% de Estepona TV-Manilva al 34,1% de Canal Málaga). Respecto al informe anterior, los roles de partidos registran un descenso de más de 10% como consecuencia del incremento ya citado en el año anterior por las elecciones municipales.

En cuanto a los roles institucionales, los operadores municipales estudiados otorgan el primer puesto en tiempo de palabra al alcalde o alcaldesa de la localidad en casi todos los casos, salvo Estepona TV-Manilva (donde lo es el segundo teniente de alcalde).

Y si se suman tanto los roles institucionales como los de partido, los actores políticos con más tiempo de palabra son en todos los casos (salvo el ya mencionado de Manilva) los alcaldes o alcaldesas, algo lógico si se tiene en cuenta que los primeros ediles son quienes más tiempo de palabra institucional ostentan y que los tiempos de palabra institucionales son en general bastante más extensos que los de partido.

La temática de los informativos de Canal Sur TV ha estado dominada por deportes (15%, 10% en el informe anterior), sociedad (14%, 18% en 2018) y crónica política (13%, sin cambios). También sobresalieron en La 1 Andalucía las noticias sobre deportes (15%, sin cambios) y, con el mismo porcentaje el arte y la cultura, seguida de la crónica política (14%, sin cambios).

Los temas predominantes en Andalucía TV fueron, en cambio, las informaciones sobre sociedad (16%, 19% anteriormente), política (14%, 12% en el informe anterior), arte y cultura (13%, sin cambios), y economía y negocios (11%, sin cambios).

En los informativos de todas las desconexiones provinciales de Canal Sur, la temática preponderante fue arte y cultura (17%, sin cambios) y sociedad (16%, 18% en 2018). Por provincias, las noticias sobre arte y cultura fueron los temas sobresalientes salvo en Cádiz y Córdoba, donde en ambas fue sociedad, y Jaén, con economía y negocios como tema dominante.

El 71% de las voces que aparecieron en los informativos de Canal Sur TV correspondieron a roles no políticos, lo que supone 2 puntos más respecto al informe de 2018. Las personas como más tiempo de palabra en la televisión autonómica fueron así los actores ocasionales (19%, sin cambios), actores deportivos (11%, 7% anteriormente), partidos políticos (9%, sin cambios), Gobierno de Andalucía (9%, sin cambios), y personas expertas (7%, sin cambios), por lo que destaca tan sólo el ascenso de los actores deportivos.

En los informativos territoriales de TVE, predominaron también los roles no políticos aunque con un porcentaje algo inferior, un 62% (60% anteriormente). Desglosando estos datos, quienes más intervinieron en esta cadena fueron igualmente los actores ocasionales (15%, sin cambios), partidos políticos (14%, 16% en el informe anterior), Gobierno de Andalucía (11%, sin cambios), y actores culturales (10%, sin cambios).

Por su parte, los roles no políticos en los informativos autonómicos de Andalucía TV alcanzaron un 67%, sin cambios respecto a 2018, y, de nuevo, las personas con más tiempo de palabra fueron los actores ocasionales (21%, dos puntos más que en el periodo anterior), partidos políticos (11,4%, un punto más), Gobierno de Andalucía (9,7%, medio punto más), y personas expertas (7%, sin cambios).

El tiempo de intervención de mujeres en los informativos de Canal Sur TV durante 2019 se situó en el 28,3%, lo que significa un descenso de 3,3 puntos respecto al año anterior. En Andalucía TV la presencia femenina también bajó 2 puntos hasta el 30%, mientras que las desconexiones provinciales de Canal Sur mantuvieron la misma media del 31%, con duraciones que van desde el 28% de Sevilla y Huelva hasta el 37% de Córdoba. Las voces de mujeres sufrieron también un leve descenso en los espacios informativos de La 1 Andalucía, hasta situarse en el 29,6%, casi un punto por debajo del informe de 2018.

Cobertura de la crisis sanitaria en Canal Sur TV

El CAA ha elaborado un Informe sobre el tratamiento informativo de la crisis del coronavirus en Canal Sur TV, que consta tanto de un análisis cuantitativo como cualitativo, y que fue realizado para dar respuesta a las quejas recibidas en la Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA) sobre un posible quebrantamiento del pluralismo y la neutralidad informativa de la cadena autonómica pública en el tratamiento de la pandemia.

Respecto al informe cuantitativo, y en relación a la medición de los tiempos de palabra de los actores políticos agrupados por partido y en todos los tipos de programas analizados, los datos muestran un equilibrio en las intervenciones y respeto al principio de pluralismo político al obtener PP y Cs un 52% de su duración.

Asimismo, dentro de las intervenciones examinadas los roles institucionales suponen el 53% de la duración de los tiempos de palabra totales, con un 25% del Gobierno de Andalucía y un 24% del Gobierno de España.

Para la elaboración de este informe cuantitativo, el CAA ha estudiado 6.929 intervenciones de actores con tiempos de palabra emitidas por Canal Sur TV entre el 14 de marzo y el 30 de abril de 2020 en 210 programas informativos (128 informativos diarios, 3 eventos especiales, 49 comparecencias y 30 tertulias de opinión) con una duración de 199 horas.

Según los datos del estudio, la crisis sanitaria provocada por la COVID-19 copó el 89% de las noticias emitidas por Canal Sur TV y el 84% de la duración de las mismas en los informativos diarios.

El informe cualitativo, para el que se han estudiado diez informativos entre el 22 de marzo y el 30 de abril de 2020, revela en algunas informaciones falta de imparcialidad, ausencia de pluralidad de puntos de vista en el relato de los hechos o poca separación entre información y opinión por parte de Canal Sur TV. El análisis pone igualmente de manifiesto que en los noticiarios se realiza una selección de la información que destaca los aspectos positivos de la gestión del Gobierno autonómico.

También se detecta en el informe parcialidad y tendencia editorialista en las intervenciones y preguntas de la periodista Mariló Montero en los informativos analizados, siendo su entrevista del 30 de marzo al alcalde de Jaén objeto específico de una de las quejas presentadas ante la ODA por el ayuntamiento jiennense.

Aunque la falta de imparcialidad de la presentadora de Canal Sur está amparada por la libertad de prestación del servicio por parte de la RTVA, tal como dispone el artículo 10 de la Ley General de la Comunicación Audiovisual y por el ejercicio de la libertad de expresión y del derecho a la información reconocidos por la Constitución Española, el CAA considera que constituye una práctica poco recomendable desde el punto de vista de la ética periodística y que se ha vulnerado el código deontológico del propio prestador. Este código recomienda que el periodista «debe abstenerse de opinar sobre asuntos controvertidos, presentando la información sin prejuicios o sesgos subjetivos y manteniendo la independencia editorial del canal que representan, evitando interpretaciones que puedan quebrar el principio de independencia editorial».

Ante estas prácticas no aconsejadas por el código deontológico del prestador televisivo, el Consejo recomienda extremar la cautela a la hora de informar y respetar lo marcado tanto en el «Libro de Estilo» de la propia RTVA como en los Indicadores y metodología para evaluar la imparcialidad informativa de los medios audiovisuales de titularidad pública, elaborados por este Consejo y disponible en su página web.

El Consejo Audiovisual de Andalucía considera que este estudio ha tenido por objeto un periodo de evidente excepcionalidad en el terreno informativo, por lo que los resultados no tienen por qué responder a la pauta general del prestador. Asimismo, el CAA reconoce el trabajo realizado por la RTVA y sus trabajadores para ofrecer una amplia cobertura de la pandemia, incluyendo numerosas informaciones de servicio público, en lo que ha supuesto un considerable esfuerzo de todos los profesionales del medio, que han tenido que trabajar en condiciones poco favorables.

2.4 PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD DE GÉNERO

El desequilibrio entre sexos sigue siendo una realidad en la sociedad palpable en diferentes ámbitos, incluido el sector audiovisual, es por ello que la defensa de la paridad entre hombres y mujeres constituye una de las líneas prioritarias de actuación del Consejo Audiovisual de Andalucía. Esta institución vela por el cumplimiento por parte de las radios y 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. La elaboración de informes es uno de los trabajos que lleva a cabo el Consejo para analizar la realidad del sector audiovisual y reclamar medidas que promuevan la igualdad de género tanto a los grupos políticos del Parlamento de Andalucía como a las cadenas estudiadas.

Informe sobre la distribución entre hombres y mujeres de los tiempos de palabra en los informativos de las televisiones públicas andaluzas 2019

Las televisiones públicas están obligadas a reforzar su compromiso con la igualdad y a fomentar una opinión pública plural, y para garantizar que se cumpla el Consejo realiza desde 2009 un informe con periodicidad anual que analiza tanto las intervenciones como los tiempos de palabras masculinos y femeninos en las noticias que a lo largo del año ofrecen todos los telenoticiarios de la RTVA y los informativos territoriales de la RTVE, así como las desconexiones provinciales de Canal Sur TV.

Las intervenciones de mujeres en los informativos de las televisiones públicas andaluzas alcanzaron un 36,5% durante 2019, lo que supone un leve ascenso de menos de un punto (0,8) respecto al año anterior, según los datos del último informe sobre el reparto de los tiempos de palabra elaborado por el CAA. Aunque se trata del porcentaje más alto de presencia femenina en todo el periodo estudiado por el Consejo (2009-2019), este organismo advierte de que se produce una ralentización en estos avances y pide que se redoblen los esfuerzos para erradicar la enorme disparidad que aún existe entre la representación de hombres y mujeres en el ámbito informativo.

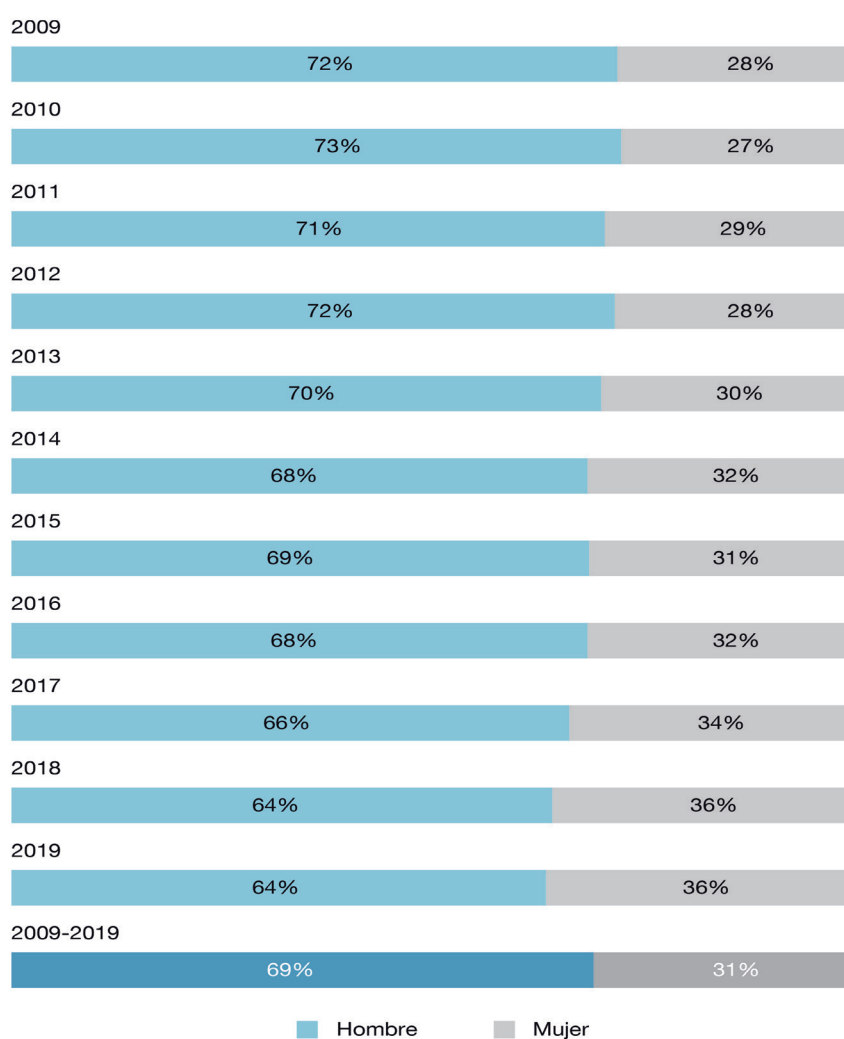
La progresión positiva, que ha hecho que en once años se acorte de 44 a 27 los puntos de brecha entre hombres y mujeres en cuanto a porcentaje de tiempos de palabra, continúa pero en menor medida que el año pasado, que lo hizo con una subida de 1,8 puntos, y sigue sin reflejar el peso poblacional de este colectivo que supone el 50,71% de la sociedad. En términos globales se incrementa así tanto el porcentaje de intervenciones femeninas como el de su duración. Este último se sitúa en 2019 en un 35,1%, lo que significa también el registro más elevado de toda la serie estudiada e, igualmente, sube en menor medida que el pasado año, ya que en este caso el ascenso es de 1,7 puntos, mientras que en 2018 lo hizo en casi tres puntos.

En el periodo 2009-2019, los hombres hablaron 5.930 horas (70,2%) y las mujeres 2.513 horas (29,8%). Además, la duración de las intervenciones masculinas sigue siendo más largas que las femeninas: 19,1 segundos de los hombres frente a 17,9 de las mujeres. Esta diferencia por género en la duración del tiempo de voz

se explica por el elevado número de mujeres que intervienen sin identificar en noticias de sociedad y sucesos, donde las intervenciones suelen ser más cortas. De ahí la importancia de que cada vez haya menos mujeres sin identificar o como actores ocasionales y más participaciones femeninas en calidad de expertas, como mejor forma de eliminar las diferencias por razón de género y los estereotipos en los medios de comunicación. El Consejo ha recomendado en reiteradas ocasiones a los medios de comunicación que adopten las medidas que pongan fin al desequilibrio de género entre las personas expertas entrevistadas y entre quienes aparecen sin identificar.

El CAA hace también hincapié en que la presencia femenina, tanto en número de intervenciones como de tiempo, sigue siendo mayor en las cadenas locales analizadas, como en anteriores ediciones de este informe. Así, en 2019 las televisiones locales dedicaron un 36,8% de tiempo a las mujeres, seguidas por las desconexiones provinciales de Canal Sur (31,3%), Andalucía TV (30,1%), TVE (29,6%) y Canal Sur TV (28,2%).

Gráfico 12. Distribución por sexo de los tiempos de palabra por año (todos los pretadores, % de Intervenciones)



Respecto a la distribución temática de los tiempos de antena, los datos evidencian que se sigue reforzando una proyección estereotipada de la imagen de hombres y mujeres al asociarse con roles y funciones tradicionalmente asignados a los respectivos sexos. En la media de los datos del periodo 2009-2019, se aprecia que las mujeres tienen un mayor porcentaje de duración en las noticias de educación (46,6%), sanidad (41,7%) y sociedad (37,8%), mientras que las temáticas con tiempos de palabra abrumadoramente masculinos son la información deportiva (94,1%), meteorológica (78,5%), de ciencia y tecnología (76,9%), de crónica internacional (75,6%) y de tráfico y transportes (74,8%). A pesar de los avances, la diferencias sigue siendo muy notables en el caso de la información deportiva, que es el área temática donde se produce, una vez más, la mayor brecha entre los dos géneros, con una separación de 76,6 puntos.

La muestra estudiada corresponde a noticias catalogadas entre el 1 de enero de 2009 y el 31 de diciembre de 2019. En 2019 se ha monitorizado también una selección de informativos emitidos por 17 televisiones locales. El Consejo ha analizado así 1.624.959 tiempos de palabras, con una duración de 8.444 horas. Este informe y su decisión sobre el mismo se han remitido a los grupos políticos del Parlamento de Andalucía y a las cadenas analizadas con el fin de que incorporen las medidas necesarias de corrección para mejorar la representación de hombres y mujeres en sus programas informativos.

Violencia de género

El Consejo Audiovisual de Andalucía debe velar para que los medios audiovisuales sobre los que ejerce sus funciones traten y reflejen la violencia de género en toda su complejidad, de acuerdo a lo dispuesto en la normativa y en los códigos de autorregulación. El Consejo reconoce el importante papel que los medios de comunicación ejercen en la concienciación social sobre la violencia de género y valoran su dedicación por mantenerla entre los temas de mayor interés informativo, con un tratamiento correcto y riguroso. No obstante, este organismo subraya la necesidad de que los medios redoblen esfuerzos en la difusión de los recursos públicos de ayuda a la víctima y su entorno, como el teléfono de atención 016.

Coincidiendo con la celebración el 25 de noviembre, del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer, el CAA hizo público el análisis cuantitativo que realiza anualmente desde 2010 para evaluar la relevancia de esta problemática en los noticiarios de las cadenas públicas, y que en 2020 se complementó con un estudio cualitativo. Ambos informes coinciden en destacar que las noticias sobre violencia de género siguen teniendo una gran relevancia, aunque continúa la tendencia a la baja iniciada en 2018 con un descenso de 0,14 puntos en el número de informaciones emitidas.

Informe cuantitativo sobre la presencia de la violencia de género en los informativos de las televisiones públicas andaluzas 2019

La violencia de género fue durante 2019 el segundo asunto de actualidad más importante en los informativos de las televisiones públicas andaluzas, tanto en número de noticias como en duración de las mismas,

sólo superado por las elecciones municipales de ese año, según constata el CAA. Señala también que sería conveniente presentar una mayor diversidad de voces y pluralismo social en este tipo de noticias, frente al actual peso de los roles institucionales que sigue al alza, así como incrementar la participación de personas expertas, cuyo tiempo de palabra permanece estancado desde hace tres años. Se advierte igualmente de la excesiva concentración puntual de noticias en noviembre, que contrasta con una acusada bajada durante otros meses, fundamentalmente en el periodo estival, y de la feminización del problema a través de los medios, lo que puede contribuir a una percepción errónea de que la violencia machista atañe solo a las mujeres.

Estas informaciones no quedan circunscritas exclusivamente a noticias sobre agresiones o asesinatos, sino que también hacen referencia al esfuerzo social e institucional por luchar, prevenir y concienciar contra esta lacra y por convertir el asunto en tema de actualidad. De esta forma, la mayoría de las noticias sobre violencia de género se trataron dentro de la temática de sociedad (49,7%), seguida de los sucesos que copan el 16%, lo que significa una presencia de éstos ocho veces superior a lo normal en el conjunto de informaciones. No obstante, se aprecia en 2019, como también ocurrió el año anterior, un descenso de la importancia de los sucesos en las noticias sobre violencia de género, que en 2017 supusieron un tercio de las mismas.

Respecto a la distribución por sexo de los tiempos de palabra, la presencia femenina, una vez más, sigue siendo abrumadora, tanto a nivel general como entre las personas expertas, con un 69% y más peso en las televisiones locales que en las autonómicas. El CAA ha advertido así reiteradamente sobre la feminización del problema a través de los medios, lo que puede contribuir a crear la percepción errónea de que la violencia machista atañe sólo a las mujeres, e incide en la necesidad de aumentar mucho más la aparición de hombres en estas noticias, ya que los pasos dados hasta ahora se demuestran claramente insuficientes.

El informe cuantitativo es el resultado del análisis y catalogación de 2.350 horas de programación informativa emitidas en 2019 por la RTVA, tanto en sus canales autonómicos como en sus desconexiones provinciales, por las desconexiones de RTVE para Andalucía y por quince televisiones locales públicas (Canal Málaga, Costa Noroeste TV, Écija Comarca Televisión, Estepona TV, Fuengirola TV, Huelva TV, Interlmería, Onda Algeciras, Onda Cádiz, Onda Jaén, Onda Jerez, RTVM Marbella, Telemotril, TG7 y Torrevisión). El estudio está referido exclusivamente a los telenoticiarios y no al conjunto de la programación informativa ni a otros espacios que, como los magazines, abordan este asunto.

Informe sobre el tratamiento de la violencia de género en los informativos de las televisiones públicas andaluzas 2019

En cuanto al análisis cualitativo se han evaluado los informativos autonómicos de la RTVA y TVE-Andalucía y los locales de las quince cadenas municipales durante los meses de enero, abril y septiembre; en total, 902 telenoticiarios, 21.982 noticias y más de 550 horas de emisión. En el estudio se deduce un descenso en la importancia dada a la noticia en el relato de los informativos: si en 2018 el 28% de las noticias sobre violencia de género ocuparon los titulares de las televisiones públicas de Andalucía, en 2019 fueron titular en el 18,62% de los casos. La mayoría de los titulares lo fueron por agresiones (42%), crónica judicial (23,21%)

y acciones sociales y programas de concienciación (21,43%). Por prestadores, TVE-Andalucía es la que más lleva el tema a titulares y de las locales, Huelva TV.

Este informe evidencia que los programas y medios analizados respetan, en general, las recomendaciones para asegurar un tratamiento adecuado de la información sobre violencia de género, respetuoso con la ética profesional y con los códigos de autorregulación vigentes, aunque con algunas variaciones respecto a ejercicios anteriores. Sólo el 5% de las noticias analizadas utilizan imágenes que pueden contribuir a espectacularizar la información, como primeros planos de manchas de sangre o armas. En el 0,95% (tres noticias) se incluyen gritos de vecinos o familiares y en otra dos noticias se realizan sendas recreaciones de una agresión, otro tipo de recurso visual empleado para convertir la información en espectáculo.

El CAA considera correcto y riguroso el tratamiento dado por los profesionales a este tipo de informaciones. Sólo se ha registrado una noticia (0,32% de la muestra) en la que se vierten comentarios que pueden contribuir a trivializar el problema, una menos que en 2018, pero en esta ocasión –a diferencia del año anterior– sí se han hallado algunas expresiones que pueden provocar un efecto de dramatismo en el 2,84 de las noticias analizadas.

Asimismo, el mayor número de intervenciones ya no están protagonizadas, como estuvo en 2018, por personas expertas (30%), sino por políticos (45,5%), por lo que el informe cualitativo refleja también la tendencia ya mostrada en el cuantitativo de fuerte presencia institucional. Además, en 2019, y a diferencia de 2018 (6%), no se ha dado tiempo a ninguna víctima, como tampoco hay tiempo de palabra para ningún agresor.

El Consejo cree, por otro lado, que se sitúan en un porcentaje bajo las noticias sobre los recursos públicos de atención a las víctimas y sus familias (13,9%), como el teléfono 016, las casas de acogida, centros municipales de información o el Sistema VioGén. Esta proporción se mantiene respecto al año anterior, aunque cabe destacar que las informaciones de las cadenas locales incluyen estos datos en un 30% de las noticias frente al 9,3% de las autonómicas. Llama la atención, por ejemplo, que mientras en 2018 el 12,40% de las informaciones hacían referencia al teléfono de atención a las víctimas, este año sólo aparece en un 4% de las noticias de las televisiones autonómicas.

2.5. DERECHOS DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

La Ley andaluza de los Derechos y la Atención a las Personas con Discapacidad, aprobada en septiembre de 2017, dedica un capítulo específico a los medios de comunicación y al sector de la publicidad con el objetivo de mejorar la información y el conocimiento sobre la discapacidad en Andalucía, y transmitir una imagen real y positiva de estas personas para evitar su estigmatización social. Por su parte, la Ley Audiovisual de Andalucía de 2018 garantiza la accesibilidad universal a los servicios de comunicación a toda la población, para lo que regula así las medidas de accesibilidad mínimas que deben asegurar los servicios de comunicación audiovisual públicos y privados en la comunidad autónoma, elevando las ratios previstas en la legislación nacional.

Entre los instrumentos y medidas que ambas normativas establecen para la consecución de estos fines, se incluye la realización por parte del Consejo Audiovisual de Andalucía de un informe anual sobre el tratamiento de la imagen

de las personas con discapacidad en los medios de comunicación audiovisuales, así como el análisis del cumplimiento de las condiciones de accesibilidad universal por parte de los prestadores sujetos a su ámbito de actuación. El CAA tiene entre sus funciones principales la de salvaguardar los derechos de este colectivo en el ámbito audiovisual.

Informe sobre la imagen de la discapacidad en la publicidad 2019

El CAA elaboró en 2020 un informe sobre la imagen de la discapacidad en la publicidad audiovisual, que constata que sólo 21 de los 2.286 anuncios televisivos analizados muestran a personas con discapacidad, lo que significa un 0,92%, cifra muy inferior al peso demográfico de este colectivo, que en Andalucía supone casi el 10% de la población. Estos resultados han llevado al Consejo a advertir ante la opinión pública de que el sector de la publicidad televisiva no transmite una imagen real de las personas con discapacidad que contribuya a evitar su invisibilidad social y promueva su integración social.

El estudio muestra igualmente los bajos porcentajes de incorporación de medidas como los subtítulos (10,98%) o la lengua de signos (1,09%), por lo que el CAA considera necesario un desarrollo reglamentario que garantice el acceso efectivo de este colectivo a la comunicación audiovisual de productos y servicios esenciales. De este modo, el informe incide especialmente en la publicidad de medicamentos, donde se ha detectado un 31,7% de anuncios no accesibles a personas que sufren discapacidades auditivas y sensoriales.

El CAA demanda así una mayor regulación normativa de la accesibilidad a la publicidad por parte de las personas con discapacidad, tanto desde el ámbito estatal como autonómico. Para avanzar en este acceso universal a los servicios de comunicación audiovisual y en la imagen que éstos reflejan de la discapacidad, el Consejo subraya que sería deseable que el Gobierno andaluz iniciara los trámites para desarrollar la Ley 10/2018, de 9 de octubre, Audiovisual de Andalucía, y no solo en sus aspectos relacionados con la publicidad y las personas con discapacidad.

Para la elaboración de este estudio los técnicos del CAA han analizado 2.286 anuncios diferentes, emitidos por las televisiones autonómicas andaluzas en 2019. Esto constituye, por un lado, el 100% de los spots, televentas, patrocinios, publirreportajes y otras formas de publicidad (2.190 anuncios) emitidos por Canal Sur TV, Andalucía TV y BOM TV durante ese año; y, por otro lado, una muestra de 96 emisiones de un total de 2.019 (4,75%) de aquellas formas de comunicación comercial en la que cada emisión es diferente: telepromociones, emplazamientos, sobreimpresiones y SMS-Llamada Premium.

La presencia de este colectivo se mantiene en un porcentaje muy similar al del año pasado y, de este modo, la publicidad sigue obviando en gran parte a las personas con discapacidad como consumidores y usuarios de los productos que promocionan. Y es que con las excepciones de las comunicaciones comerciales de audífonos y centros auditivos, el anuncio de un caja de ahorros como patrocinador del Equipo Paralímpico Español y el de Lotería y Apuestas del Estado, toda la publicidad que muestra a personas con discapacidad es institucional o promociona al grupo social ONCE.

Por otro lado, y a diferencia de lo reflejado en el informe de 2018, no se han encontrado en la muestra de 2019 ningún anuncio que fomente estereotipos. El 100% de la publicidad con presencia de personas con discapacidad transmite una imagen normalizada, activa y no dependiente del colectivo.

El 1,09% de la publicidad analizada incorpora la lengua de signos y un 10,98% incluye subtítulos. Estos porcentajes suponen un incremento de las medidas de accesibilidad respecto al informe de 2018, con un 0,67% y un 9,24% respectivamente.

La lengua de signos fue sólo empleada por parte de la publicidad institucional y la ONCE. En la comunicación comercial subtitulada, por sectores predomina el de servicios públicos y privados, que acapara el 48,61% de todos los anuncios con subtítulos, seguido por varios (19,92%), salud (14,74%), hogar (7,17%), belleza e higiene (5,58%), finanzas y seguros (1,99%); por debajo de un 1% figuran los sectores de la cultura, enseñanza y medios de comunicación, la alimentación, los deportes y el tiempo libre y la distribución y restauración.

Respecto a la comunicación institucional, el CAA ha comprobado que más de la mitad de los anuncios promovidos por órganos administrativos y entidades dependientes de la Junta de Andalucía en el periodo evaluado incorporan la subtitulación y sólo uno de los spots incluye la lengua de signos.

Estos datos suponen un retroceso sobre el año 2018, en el que todos estaban subtitulados aunque ninguno con lengua de signos, aunque hay que tener en cuenta que si se exceptúan las telepromociones y los patrocinios, sólo en dos de estas campañas institucionales no aparece escrita la alocución. Hay que señalar que el requisito de accesibilidad es una práctica encomendada de forma genérica por ley a la Dirección General de Comunicación Social de la Junta pero no regulada expresamente.

Asimismo, la mayor parte de los anuncios de organismos estatales están subtitulados y traducidos a la lengua de signos, al igual que los de la Fundación ONCE. No existen medidas concretas sobre la accesibilidad de las comunicaciones comerciales del conjunto de las administraciones públicas de la comunidad autónoma, como las que desarrollan los ayuntamientos y diputaciones, muy frecuentes en las televisiones locales, y como consecuencia, sólo se ha encontrado una campaña institucional municipal con subtítulos.

En este sentido, el CAA cree razonable que los mensajes de la publicidad institucional lleguen a toda la población sin restricciones, ya que el propósito de estos anuncios es la promoción de valores y conductas, la implicación de la ciudadanía para alcanzar el progreso social y el conocimiento de derechos y obligaciones, así como la difusión del funcionamiento de las propias instituciones públicas. Según el Consejo, deberían concretarse con claridad y mediante una regulación específica las medidas de accesibilidad universal exigibles en Andalucía a la publicidad institucional que impulsen todas las administraciones públicas.

Publicidad de medicamentos

Por otro lado, el informe constata que 16 de los 51 (31,37%) anuncios de medicamentos de la muestra analizada no incluyen subtítulos ni lengua de signos, lo que impide a las personas con discapacidad acceder a estos contenidos en las mismas condiciones que el resto del público, pese a lo dispuesto en las normas estatales que buscan asegurar la accesibilidad universal a la publicidad de estos productos. Estas cifras suponen, no obstante, un notable avance respecto a los resultados del informe de 2018 donde ninguna comunicación comercial de medicamentos estaba subtitulada.

El CAA advierte así de que la regulación básica estatal resulta insuficiente y presenta lagunas que, en la práctica, implica que estos anuncios de medicamentos no estén incorporando los instrumentos de accesibilidad, y subraya que este vacío normativo podría ser cubierto por el Gobierno andaluz o el Parlamento autonómico, ya que la comunidad autónoma tiene competencia exclusiva en materia de publicidad.

2.6. INFORMES

Informes preceptivos

Entre las funciones atribuidas al Consejo Audiovisual de Andalucía se encuentra la emisión de informes y dictámenes, tanto de carácter preceptivo como otros emitidos por propia iniciativa o a solicitud del Parlamento de Andalucía, el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía o las corporaciones locales, en materias relacionadas con la ordenación y regulación del sistema audiovisual.

Durante 2020 el CAA emitió 11 informes preceptivos, de los cuales dos son memorias sobre procedimientos sancionadores incoados y otros dos analizan novedades legislativas. Uno analiza el cumplimiento de la obligación de financiación anticipada de la producción europea de los prestadores autonómicos. Dos estudian el Código de Conducta Comercial y el Contrato Programa de la RTVA, respectivamente, y los cuatro restantes corresponden a propuestas de renovación de concesiones administrativa para la gestión directa municipal de servicio público de televisión digital local.

Otros informes

A lo largo del año 2020, el CAA emitió 17 informes no preceptivos, en su mayoría a iniciativa propia. Entre ellos se incluyen todos los relacionados con la actividad de seguimiento de las emisiones de los medios audiovisuales andaluces para el análisis de algunas de sus vertientes, muchos de los cuales ya han sido referidos en capítulos anteriores de esta memoria y que se realizan anualmente (contenidos de las televisiones bajo competencia del CAA, producción europea, accesibilidad, distribución por sexo del tiempo de palabra en los informativos, presencia de violencia de género en los telenoticiarios y pluralismo político en las televisiones públicas). También se han emitido informes relacionados con la función de seguimiento y garantía de derechos que le compete al CAA como el tratamiento informativo dado por las televisiones a la crisis de la COVID-19, la discapacidad en la publicidad o la publicidad de alimentos dirigida a menores. De algunos de estos informes ya se ha dado cuenta en distintos capítulos de la memoria. A continuación se reflejan los restantes. En el capítulo 7 de esta memoria aparece la relación completa de los informes emitidos por el CAA en el año 2020.

Además de los trabajos reseñados anteriormente, durante 2020 el Área de Contenidos ha elaborado otros 12 informes más, de carácter mensual, sobre la actividad de varios organismos reguladores audiovi-

suales. Estos informes recopilan y resumen las novedades más destacadas publicadas en las sedes web de distintos organismos reguladores, nacionales e internacionales, que tienen competencias similares o se ocupan de materias que interesan al Consejo, para informar de las últimas novedades en informes, legislación, etc., así como de las líneas de actuación y los intereses de los siguientes organismos:

- Consejo Audiovisual de Cataluña.
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.
- Consejo Nacional de Televisión (Chile).
- Ofcom (Reino Unido).
- Conseil Supérieur de L’Audiovisuel (Francia).
- EPRA (European Platform of Regulatory Authorities).
- Observatorio andaluz de la publicidad no sexista.
- Autocontrol. Asociación para la autorregulación de la comunicación comercial.
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social (Portugal).
- Conseil Supérieur de L’Audiovisuel (Federación de Valonia-Bruselas. Bélgica)
- Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España.

Informe jurídico sobre el Decreto Ley 2/2020, de 9 de marzo, de mejora y simplificación de la regulación para el fomento de la actividad productiva en Andalucía

Los Servicios Jurídicos del Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) elaboraron, a solicitud de su presidente, Antonio Checa, un informe sobre 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 el que se modifican las leyes de creación del CAA y Audiovisual de Andalucía. Reseñamos a continuación algunos de los aspectos destacados del informe, así como el acuerdo adoptado por el Pleno del CAA.

Consideraciones jurídicas

Justificación de las medidas establecidas. Mediante el referido decreto ley se establecen medidas administrativas extraordinarias y urgentes en el ámbito económico y social como consecuencia de la situación ocasionada por el coronavirus (COVID -19), modificando un total de 21 leyes y 6 decretos. El mismo ha sido convalidado por la Diputación Permanente del Parlamento de Andalucía en la sesión celebrada el 2 de abril

de 2020, dado el estado de alarma declarado. Entre las leyes modificadas se encuentran la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía y la Ley 10/2018, de 9 de octubre, Audiovisual de Andalucía (LAA).

Como se establece en la extensa exposición de motivos, la adopción del mismo se justifica en la coyuntura económica problemática actual: «partiendo de la limitación de las herramientas de que dispone la Administración de la Junta de Andalucía para luchar contra los envites de un ciclo económico, se pone el acento en las políticas económicas de oferta, esto es, tratar de elevar mediante reformas estructurales la eficiencia y competitividad del tejido productivo andaluz».

Las propuestas contenidas en el Decreto Ley es parte del resultado de los trabajos desarrollados por un grupo de experto designados por la Comisión Delegada para Asuntos Económicos, que han identificado las normas y en las que se concentran las barreras y trabas administrativas y las razones para su remoción. Como se establece en la exposición de motivos» se propone llevar a cabo una batería de reformas normativas que sumadas sean capaces de mejorar los fundamentos de la economía andaluza y que le permitan en definitiva contrarrestar la desaceleración económica que ya se experimenta. (...) Como se ha adelantado, cada una de estas medidas, de forma aislada, no serían capaces de alcanzar los objetivos propuestos motivados en la urgente necesidad. Sin embargo, las reformas estructurales basadas en la mejora de la regulación y en la eliminación de trabas procedimentales exige de la toma en consideración conjunta de cualquiera de las medidas propuestas e implica una eliminación de barreras, una reducción de costes tanto para las empresas como para las personas consumidoras, o la eliminación o simplificación de trámites que penalizan la creación de valor».

La adopción de una norma con rango de Ley por el Gobierno se justifica en las excepcionales circunstancias en las que nos encontramos. El Decreto Ley requiere como presupuestos necesarios para su adopción, la extraordinaria y urgente necesidad, de acuerdo con lo establecido en el artículo 110 del Estatuto de Autonomía para Andalucía. Son estos motivos los que amparan que no se siga el procedimiento para el ejercicio de la iniciativa legislativa previsto en el artículo 43 de la Ley 6/2006, de 24 de octubre, del Gobierno de la Comunidad Autónoma de Andalucía, que sin duda es más garantista y permite la participación de los colectivos u organizaciones interesadas.

Por lo que se refiere al ámbito audiovisual, las reformas adoptadas se fundamentan en la grave situación económica que justifica la necesidad urgente de impulsar actuaciones para fomentar la actividad productiva en el sector de la comunicación audiovisual en la comunidad autónoma de Andalucía. Según se expone, “los medios de comunicación se enfrentan a un entorno digital que ha reformulado la cadena de valor y a una audiencia fragmentada por la explosión de canales, así como a una reducción de la inversión publicitaria y la restricción del gasto público, a ello se suma un alto nivel de desempleo y una gran precariedad laboral”.

«Diversos informes y estudios realizados por entidades representativas a nivel nacional, tales como la Asociación de la Prensa de Madrid, la consultora Barlovento Comunicación o la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA), reflejan la necesidad de actuar de manera urgente con el fin de eliminar trabas burocráticas e implantar medidas que favorezcan la actividad económica en el sector de la comunicación audiovisual».

«(...) En este contexto actual, la modificación de los preceptos de la Ley 10/2018, de 9 de octubre, Audiovisual de Andalucía, incluida en el artículo 28 del presente Decreto -ley, responde a la conveniencia

de agilizar la tramitación de algunos procedimientos, así como de favorecer el avance y consolidación del sector privado de la comunicación audiovisual en Andalucía».

Incidencia en el ámbito competencial del Consejo. De acuerdo con el artículo 4, en la redacción dada por la LAA, el CAA tenía entre sus competencias emitir informe, a los efectos de garantizar el pluralismo y la libre concurrencia en el sector y prevenir situaciones de concentración de medios y abuso de posición dominante, sobre las propuestas de pliegos de condiciones relativas a los procedimientos de adjudicación de títulos habilitantes en materia audiovisual. A los mismos efectos, le correspondía informar preceptivamente las propuestas presentadas en los concursos de otorgamiento de concesiones y licencias para la gestión de emisoras de radiodifusión sonora y de televisión, en lo que se refiere a la composición accionarial de los licitadores, a fin de garantizar el pluralismo y la libre competencia en el sector, para prevenir situaciones de concentración de medios y abuso de posición dominante. También debía informar, con carácter previo, sobre las propuestas de resolución en los procedimientos de renovación, extinción, autorización de cambio de accionariado y negocios jurídicos de licencias en materia audiovisual.

Dicho artículo ha sido modificado, según consta en la exposición de motivo, como consecuencia de la interpretación que el propio Consejo Audiovisual de Andalucía da a la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, y plasmada en diversos informes preceptivos emitidos por éste, en los que se indica que en el ámbito local la legislación básica no establece limitaciones a la participación en el capital social de los prestadores, ni impone ninguna restricción a los servicios de comunicación audiovisual de ámbito local tras la derogación de la Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada. Por ello, se procede a eliminar las funciones establecidas en los apartados 4 y 5 in fine, suprimiendo así el informe preceptivo sobre las propuestas presentadas en los concursos y manteniendo el asociado a las propuestas de resolución de los mismos, contribuyendo a agilizar en gran medida la tramitación de estos procedimientos.

Por tanto, el CAA deberá emitir informe sólo respecto a los servicios radiofónicos y los televisivos autonómicos en los procedimientos de renovación, extinción, autorización de cambio de accionariado y negocios jurídicos de licencias.

A este respecto procede realizar las siguientes observaciones: En primer lugar, la legislación básica no establece limitaciones a los prestadores de los servicios televisivos, pero sí a los radiofónicos. Por tanto, se prescinde del control del CAA al eliminar la emisión del informe respecto a los pliegos que rijan las futuras convocatorias de licencias radiofónicas. Junto a ello, se ha de manifestar que, aun no existiendo limitaciones en el ámbito televisivo, los pliegos de condiciones relativas a los procedimientos de adjudicación de títulos habilitantes en materia audiovisual contienen previsiones sobre materias competencias del CAA no sólo relativas al pluralismo sino también en materia de contenidos. Es por ello, que la emisión de un informe del CAA respecto a los pliegos o condiciones que van a regir la convocatoria quedaría justificado.

Modificaciones del régimen de gestión de los servicios públicos de comunicación audiovisual local.

Queda anulada la restricción de la participación de las entidades privadas en la participación de la gestión de los servicios públicos de comunicación audiovisual local del artículo 46.1 de la Ley, puesto que, según se expone, dificulta la actividad económica del sector privado de comunicación audiovisual en Andalucía permitiendo, además, a las corporaciones locales decidir libremente sobre la forma de gestionar un servicio

público para el que se les ha otorgado concesión. Esto afecta a los artículos 37.b), d) y e), 44, 66.3.a).4.º y 72.e) de la Ley 10/2018, de 9 de octubre.

La nueva regulación opta por eliminar la exigencia de su gestión directa para el servicio público local, flexibilizar las obligaciones en materia de programación y permitir que la producción y edición de los programas informativos pueda ser externalizada. Concretamente, de acuerdo con la legislación básica y dentro de este marco de distribución de competencias:

a. Admite las emisiones en cadena, así como la posibilidad de conectarse a los servicios de comunicación audiovisual de las personas prestadores privadas de carácter comercial y compartir emisiones en red.

b. Flexibiliza la obligación de emisión de programación de interés local. La misma no debe ser exclusivamente de interés local sino preferentemente. Se mantiene la obligación de incluir programas de carácter informativo local con una duración total de, al menos, diez horas semanales. Se introduce la previsión de determinar reglamentariamente el concepto de programación de contenido de interés local, así como sus características y limitaciones.

c. Los programas informativos no tendrán que ser realizados por profesionales, aunque se favorecerá su realización por los mismos.

d. Conforme a la modificación operada en el 2012 en la LGCA, la producción y edición de los programas informativos podrá ser externalizada.

e. Se eliminan las referencias a la obligación de gestión directa del servicio, respecto a la prestación de estos servicios por parte de la Administración de la Junta de Andalucía, las entidades locales, las universidades públicas y los centros docentes públicos no universitarios (art s. 44 y 46 de la LAA).

f. Con el fin de agilizar las renovaciones del servicio público de comunicación audiovisual, las corporaciones locales concesionarias no tendrán que solicitar la renovación cada cierto tiempo, puesto que se producirán de oficio o de manera automática.

g. Se permite la interrupción y suspensión temporal del servicio de comunicación audiovisual y se remite a un posterior desarrollo reglamentario. El plazo máximo se mantiene en dos años y se prevé que un reglamento determinará aquellas situaciones en las que sólo basta la comunicación sin necesidad de autorización (arts. 33.b) y 49).

h. No será necesaria la emisión continuada del servicio durante dos años para por celebrar negocios jurídicos (art 63.2).

i. Tampoco se exige disponer de estudios de producción operativos en el ámbito territorial del servicio de comunicación audiovisual (arts. 36.1.d), 37.c) y 38.1.c)). Esta medida se justifica en acercar la legislación a la realidad social, sobre todo respecto a las emisoras de radio FM, mercado en el que sólo la adhesión de las emisoras a alguna cadena parece asegurar la viabilidad económica de las mismas.

Prohibición de difundir o contratar comunicaciones comerciales audiovisuales con servicios que no dispongan del correspondiente título habilitante. Queda eliminada esta prohibición, al resultar desproporcionada y perjudicial para la publicidad de entidades, empresas y autónomos que ejercen actividades económicas en Andalucía.

En opinión de esta Área Jurídica la supresión de esta prohibición no supone que se reconozca la posibilidad de difundir o contratar en dichos medios, sino que se elimina la carga establecida para los anunciantes, agencias de publicidad, de medios y terceras personas, de conocer si el prestador dispone o no de título habilitante. Es la Administración competente la que debe llevar a cabo las actuaciones necesarias para que no emitan prestadores que no cuentan con el respectivo título habilitante.

Sobre el Estatuto de Autonomía. Se suprime la disposición adicional cuarta relativa a la creación del estatuto de la información. Según se justifica se trata de una cuestión cercana a la regulación profesional que iría en contra de la tendencia europea y nacional, además de ser una materia de competencia nacional. En citada disposición se establecía que «En el transcurso de un año desde la aprobación de esta Ley se aprobará el Estatuto de la Información. Este Estatuto deberá contener, como mínimo, la descripción del informador o informadora como sujeto activo en el proceso de creación de la comunicación social, el código deontológico, las cláusulas de conciencia y medidas para la protección de la independencia del informador.

El Estatuto de la Información será desarrollado de manera conjunta con los colegios profesionales, las organizaciones sindicales representativas y otras entidades del sector».

A este respecto cabe señalar que el Estatuto de Autonomía para Andalucía atribuye a la Comunidad Autónoma, en su artículo 79.3. b), competencias exclusivas sobre Colegios profesionales y ejercicio de las profesiones tituladas de acuerdo con el artículo 36 de la Constitución, en la que se establece una reserva de ley, y con la legislación del Estado.

A diferencia de otros países de Europa, la actividad periodística en España carece de una ley estatal que la reconozca como profesión regulada con todas las garantías que ello puede implicar.

Modificaciones en materia de accesibilidad. Las obligaciones de accesibilidad en la televisión pública y privada de ámbito local se eliminan. Las razones esgrimidas son el enorme riesgo que supone para la viabilidad económica de las personas prestadoras del servicio de comunicación audiovisual televisivo privado de ámbito local y la dificultad de emisión en directo.

La LAA presta una destacada atención a las personas con discapacidad, de acuerdo con los principios de no discriminación, accesibilidad universal e igualdad de oportunidades, tal y como se determina en los apartados quinto y sexto del artículo 37 del Estatuto de Autonomía para Andalucía y en el artículo 2.1 e) de la propia LAA. El artículo 9, modificado por el Decreto Ley, establecía unas obligaciones para los prestadores locales a cumplir en cuanto al tiempo para la subtitulación, lengua de signos y audiodescripción muy exigentes atendiendo a la dimensión y realidad social de estos prestadores. Exigencias que se equiparaban a los prestadores privados de ámbito autonómico.

La nueva regulación mantiene esas obligaciones sólo respecto a los prestadores de ámbito autonómico.

En el servicio de comunicación audiovisual televisivo de cobertura autonómica, se establece que se subtitule el 100% de los programas, 15 horas diarias (como mínimo) e informativos con lenguaje de signos y que se audiodescriban 15 horas diarias (como mínimo) e informativos.

Acuerdo del Pleno del Consejo

El Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía acordó por mayoría hacer un llamamiento al diálogo y el consenso sobre los contenidos del Decreto Ley 2/2020, de 9 de marzo, de mejora y simplificación de la regulación para el fomento de la actividad productiva de Andalucía en aras de lograr un mejor futuro para el sector audiovisual andaluz.

El CAA consideró que el anuncio de que la norma fuese a ser debatida en el seno del Parlamento andaluz y negociada entre los gobiernos andaluz y central, abría una oportunidad de diálogo, «y ese es el ámbito, y no otro, donde debe producirse el deseable consenso en lo que se refiere a los contenidos del citado decreto ley».

Este organismo analizó en profundidad la situación planteada con esta reforma legal, que puede tener influencia en el futuro de empresas e instituciones audiovisuales y que modifica también la propia Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía. El Pleno del Consejo estimó que, de acuerdo con la ley de creación de este órgano, una institución independiente como ésta no tiene potestad para realizar valoraciones sobre una normativa vigente cuya observancia tiene encomendada. «Entre las funciones que nos otorga la Ley no hay ninguna que nos habilite para pronunciarnos sobre textos normativos ya aprobados, como sí se hace, por ejemplo, en la Ley de creación del Consejo Consultivo», se señalaba en el acuerdo.

El Pleno decidió trasladar a la presidenta del Parlamento toda la información derivada del debate que se ha mantenido en el Consejo en relación al Decreto Ley 2/2020, incluyendo los escritos recibidos desde el sector audiovisual y el informe jurídico del CAA. Asimismo, mostró su firme confianza en que su aportación contribuya, desde la independencia que les marca la Ley, al mejor acuerdo posible entre las instituciones.

Crisis sanitaria de la COVID-19

La pandemia mundial ha tenido una profunda repercusión en la sociedad y en el sector audiovisual, de lo cual el CAA no ha sido ajeno. Es más, en 2020 se han elaborado dos informes relacionados con el tratamiento informativo de la crisis sanitaria. El primero –del que ya se ha informado en el apartado sobre pluralismo– se promovió para dar respuesta a las quejas recibidas en la Oficina de Defensa de la Audiencia sobre un posible quebrantamiento del pluralismo y la neutralidad informativa de la cadena autonómica pública en el tratamiento de la pandemia, mientras que el segundo muestra el impacto que la pandemia de la COVID-19 ha tenido sobre el panorama audiovisual andaluz en materias tales como la programación, los informativos o la emisión de publicidad.

Informe sobre el panorama audiovisual andaluz durante el primer estado de alarma por la pandemia de la COVID-19

El «Informe COVID-19» estudia el impacto del coronavirus durante el primer estado de alarma de 2020 (14 de marzo-21 de junio) en los ámbitos de la programación en general –y la información en particular– y la publicidad en los prestadores bajo competencia del CAA, estableciendo además comparaciones con cadenas

nacionales en el caso de las comunicaciones comerciales. Durante este periodo, las noticias referentes a la pandemia supusieron el 84% de las emitidas por los informativos de las televisiones autonómicas públicas, el 46% en las desconexiones provinciales de Canal Sur y el 63% en las televisiones locales.

Canal Sur TV aumentó dos puntos su programación informativa durante el estado de alarma frente a 2019 (31,5% frente a 29,4%), y tras este periodo se ha situado en el 21,5%. Andalucía TV, por el contrario, pasó de un 30,9% de información en 2019 a un 14,5% durante los meses de marzo a junio; en el periodo posterior a la alarma, este canal ha disminuido más aún su porcentaje de información, situándose en un 8,8%. Las televisiones locales no muestran en general grandes diferencias en su programación respecto a 2019, aunque en las privadas sí se aprecian cambios más significativos: aumentos de 4 puntos en música y 3,6 en programas religiosos, con descensos de 6,7 puntos en entretenimiento y 3,8 en información.

Por roles concretos, para el conjunto de los prestadores, durante el estado de alarma los que obtienen mayor protagonismo son el Gobierno de Andalucía con un 10,7% de las intervenciones y un 26,2% del tiempo (aumento de 4,4 puntos en el número de intervenciones y de 16,6 puntos en la duración respecto a 2019), el Gobierno de España con un 7,9% de las intervenciones y un 18,7% de la duración (aumentos de 4,6 y 14,9 puntos respectivamente) y los actores ocasionales con un 23% de las intervenciones y un 7,6% del tiempo (descensos de 8,4 y 11,1 puntos respectivamente). Otros roles que sufren variaciones significativas son los actores sanitarios (pasando del 1,7% al 4,7% de las intervenciones, aunque su porcentaje de tiempo es más modesto, 3,1%) y los actores económicos (del 4,2% al 5,9% de las intervenciones). Entre los roles que pierden importancia en el estado de alarma cabe destacar, aparte de los ya mencionados actores ocasionales, a los actores culturales, que pierden un 5% de duración.

Los datos de emisión de publicidad muestran un descenso muy notable durante el estado de alarma en todos los prestadores analizados, pero de forma más acusada en las cadenas nacionales que en las autonómicas (aunque en éstas los valores absolutos son mucho más modestos). Así, la diferencia porcentual entre el promedio diario de emisión de anuncios de noviembre de 2019 y de abril de 2020 fue de -66,8% en general y por canales -28,2% en Canal Sur TV, -31,1% en Andalucía TV, -37% en Bom TV, -71,2% en Antena 3, -76,4% en Cuatro, -55,8% en Telecinco y -76,9% en La Sexta.

Este descenso general del 66,8% entre noviembre de 2019 y de abril de 2020 del conjunto de los prestadores estudiados afectó de manera bastante dispar a los distintos sectores publicitarios. De este modo, estuvieron por encima del 67%, viéndose muy afectados, sectores como textil y vestimenta (descenso del 98%), equipos de oficina y comercio (94%); automoción (94%); objetos personales (92%); o telecomunicaciones (87%). Por el contrario, sólo dos sectores, construcción (aumento del 4%) y, sobre todo, energía (aumento del 22%) vieron incrementarse su cuota de mercado.

Anteproyecto de la Ley General de Comunicación Audiovisual

En diciembre de 2020 el Consejo Audiovisual de Andalucía presentó ante el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital un informe con alegaciones al anteproyecto de la nueva Ley General de Comunicación Audiovisual, entre las que se incluyen la falta de reconocimiento de las funciones atribuidas

a las autoridades reguladoras independientes como este consejo y el posible menoscabo de competencias autonómicas en materia de regulación y control de los servicios de comunicación audiovisual.

El CAA destaca igualmente que el anteproyecto de ley deja en manos de la autorregulación y la corrección el establecimiento de medidas y mecanismos para proteger los derechos de los menores, personas con discapacidad y consumidores en general cuando la experiencia no ha demostrado la eficacia de este sistema en España. Aunque pueden desempeñar un complemento a la regulación, el Consejo considera que no pueden sustituir a las obligaciones que garantizan la salvaguarda de los menores y otros colectivos menos favorecidos que han de estar establecidas legalmente. Además, a ello se une el hecho de que los compromisos adquiridos no serán sancionables al haberse eliminado el incumplimiento de estos códigos como infracción.

El CAA ejerce a nivel autonómico funciones de supervisión de contenidos, control del pluralismo, alfabetización mediática, protección de menores y otros colectivos vulnerables, supervisión de la igualdad de género, defensa de los valores constitucionales, seguimiento de la promoción de la obra audiovisual europea, etcétera, que el anteproyecto de ley no recoge al mencionar exclusivamente a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). El Consejo señala así en su informe que sería aconsejable una referencia expresa a las autoridades autonómicas o establecer mecanismos de colaboración o consulta en estas cuestiones.

El informe subraya también que el anteproyecto regula ciertas materias que podrían menoscabar las competencias autonómicas de desarrollo legislativo o, incluso, las exclusivas en materia de organización de los servicios públicos de comunicación audiovisual. En este sentido, se advierte asimismo que la regulación proyectada tendrá incidencia en la normativa autonómica, básicamente en la Ley 10/2018, de 9 de octubre, Audiovisual de Andalucía (LAA) y en la Ley 18/2007, de 17 de diciembre, de la Radio y Televisión de titularidad autonómica gestionada por la Agencia Pública de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA).

La nueva norma, que modifica la ley de 2010 para adaptarse a la Directiva Europea 2018/1808 de Servicios de Comunicación Audiovisual, presenta como principal novedad que ya no se limita su objeto a la radio y la televisión, sino que amplía su ámbito de aplicación a los servicios de intercambio de vídeos a través de plataformas y a las redes sociales.

De acuerdo con el informe del Área Jurídica del CAA, las competencias que tiene atribuida la comunidad autonómica justifica que cuando los servicios audiovisuales, independientemente de la tecnología empleada, se presten desde Andalucía y para el público de Andalucía queden bajo control de la autoridad audiovisual autonómica. El Consejo entiende que el hecho de que el acceso a internet sea posible desde cualquier territorio no constituye razón suficiente como para desplazar la competencia al Estado.

3. COMUNICACIÓN CON LA CIUDADANÍA

3.1. OFICINA DE DEFENSA DE LA AUDIENCIA (ODA)

Todas las quejas recibidas a través de este servicio son analizadas para detectar aquellas que puedan suponer un incumplimiento de la normativa o de los códigos deontológicos. Cuando la queja se refiere a un

canal nacional y, por tanto, fuera de las competencias del CAA, se canaliza desde la ODA hacia el organismo correspondiente. Esta oficina recibe y tramita las quejas formuladas por cualquier persona física o jurídica, de manera individual o colectiva y de forma personal o a través de representación.

Las quejas pueden presentarse en soporte papel, por medios informáticos, electrónicos o telemáticos y para ello existe un teléfono gratuito y permanente todos los días del año (900 159 159), así como la propia página web del Consejo (www.consejoaudiovisualdeandalucia.es) en la que se detallan y explican todos los pasos necesarios para la formulación de las reclamaciones.

Procedimiento de recepción y tramitación de quejas, sugerencias y peticiones

En 2020 ha continuado utilizándose la ventanilla electrónica de la Administración de la Junta de Andalucía como cauce para la interposición de reclamaciones en el Consejo Audiovisual de Andalucía, en el caso de contar con identificación legal (DNI electrónico o certificado digital). Por su parte, las quejas sin identificación legal se interponen en el portal web del CAA, recepcionándose, al igual que las anteriores, a través del Registro General del CAA.

Se ha continuado con la utilización de notificaciones electrónicas mediante el Sistema de Notificaciones Notific@ de la Junta de Andalucía para todos aquellos ciudadanos que así lo solicitaron al presentar su reclamación. Además de esta vía telemática, se mantiene la presentación de quejas directamente a través del registro del CAA o en los registros de cualquier órgano administrativo, así como por correo postal.

Reclamaciones recibidas

Durante el año 2020 la Oficina de Defensa de la Audiencia ha recibido un total de 29 reclamaciones, catalogadas todas ellas como «quejas».

De ellas, 8 reclamaciones fueron remitidas de manera anónima, es decir, sin identificación legal. Otras 21 reclamaciones se presentaron de manera identificada, dividiéndose entre 8 interpuestas por particulares, 5 por partidos políticos, 5 por sindicatos, 1 de un ayuntamiento y 2 de una asociación.

Tipo de reclamantes	Nº	%
No identificado	8	27,6%
Particular con identificación legal	8	27,6%
Partidos políticos	5	17,2%
Sindicatos	5	17,2%
Ayuntamientos	1	3,4%

Tipo de reclamantes	Nº	%
Asociaciones	2	6,9%
Total reclamaciones	29	100,0%

Respecto al modo de presentación de las reclamaciones, los medios mayoritarios fueron los telemáticos, a través de los cuales se recibieron todas las reclamaciones recibidas. Por registro físico se recibieron también algunas de las reclamaciones debido a fallos informáticos en la presentación. Se asienta por tanto la tendencia de años anteriores a la interposición de quejas con certificado digital o DNI electrónico.

En 2020 el primer asunto de las quejas fue el referido a pluralismo, imparcialidad y veracidad informativa, con 13 reclamaciones, seguido de cuestiones referidas a emisiones ilegales de radio y televisión (4) y contenidos difamatorios (4). Otros asuntos planteados son los referidos a ausencia de lenguaje inclusivo en la programación (1), contenidos inadecuados para menores (2), denegación de acceso a medios de comunicación a colectivos y asociaciones (2), falta de rigor (1), incumplimiento de obligaciones en materia de financiación audiovisual (1) y otros (1).

RECLAMACIONES POR CAUSA	Nº	%
Pluralismo, imparcialidad y veracidad informativa	13	44,8%
Emisiones ilegales de radio y tv	4	13,8%
Contenidos difamatorios	4	13,8%
Denegación acceso a colectivos y asociaciones	2	6,9%
Contenidos inadecuados para menores	2	6,9%
Falta de rigor	1	3,4%
Ausencia lenguaje inclusivo	1	3,4%
Incumplimiento financiación audiovisual	1	3,4%
Otros	1	3,4%
Total reclamaciones	29	100,0%

El prestador que más reclamaciones acumula en 2020 es la RTVA, con 16 reclamaciones, todas referidas a Canal Sur TV y una, además, a Canal Sur Radio. Dentro de las cadenas nacionales, también recibió 2 reclamaciones la Cadena COPE, 1 la Cadena SER y 1 el canal de televisión FDF. En el ámbito de los prestadores locales, RTV Estepona fue objeto de 2 reclamaciones, mientras Solúcar Radio, Alhaurín el Grande TV, Radio Torrox, RTV Motril e Interlmería cuentan con una cada uno. Por último, 2 de las reclamaciones recibidas no estaban vinculada a ningún prestador.

PRESTADOR	Nº RECLAMACIONES	%
RTVA	16	55,2%
Cadena COPE	2	6,9%
Cadena SER	1	3,4%
FDF	1	3,4%
RTV Estepona	2	6,9%
Solúcar Radio	1	3,4%
Alhaurín el Grande TV	1	3,4%
Radio Torrox	1	3,4%
RTV Motril	1	3,4%
Interalmería	1	3,4%
No identificado	2	6,9%
Total general	29	100,0%

De acuerdo con la Resolución de fecha 31 de octubre de 2012, por la que se dictan las instrucciones para la tramitación de las quejas, sugerencias y peticiones presentadas ante el CAA, tras evaluar y analizar su contenido, se admitieron a trámite 18 reclamaciones y se inadmitieron 11.

En el caso de las reclamaciones no admitidas, 5 fueron canalizadas a los organismos que tenían las competencias de actuación sobre la materia referida en cada una de ellas, en concreto a la Dirección General de Comunicación Social y a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

ACTUACIÓN REALIZADA	Nº	%
Admitidas	18	62,1%
To admitidas	11	37,9%
(de las cuales, canalizadas)	5	17,2%
Total	29	100,0%

Respecto al tipo de contenido audiovisual al que se refieren las reclamaciones, hay una mayoría referidas a contenidos de la programación (28), frente a 1 de publicidad. Por género, los programas informativos son los que agrupan mayor número de reclamaciones (14), seguidos de programas de entretenimiento (4) y programación sin concretar (10).

TIPO DE CONTENIDO	GÉNERO	Nº	%
Programación	Programas informativos	14	48,3%
	Entretenimiento	4	13,8%
	Programación sin concretar	10	34,5%
Publicidad		1	3,4%

En cuanto al tipo de medio, 19 de las reclamaciones hacen referencia a contenidos televisivos, 8 a contenidos de radio, 1 a contenidos de internet y 1 a otros emitidos en salas comerciales de cine.

TIPO DE MEDIO	Nº	%
Televisión	19	65,5%
Radio	8	27,6%
Internet y salas cine	2	6,9%
Total general	29	100,0%

Los contenidos de difusión autonómica son los que más reclamaciones acumulan (16), seguidos de los locales (9) y los de difusión nacional (1). Un total de 3 reclamaciones no definen la difusión.

ÁMBITO DE DIFUSIÓN	Nº	%
Autonómico	16	55,2%
Local andaluz	9	31,0%
Nacional	1	3,4%
No definido	3	10,3%
Total	29	100,0%

Por último, respecto a la titularidad del medio, hay 23 reclamaciones sobre medios públicos, 5 sobre medios privados y 1 sin definir.

TITULARIDAD DEL MEDIO	Nº	%
Público	23	79,3%
Privado	5	17,2%
Sin definir	1	3,4%
Total general	29	100,0%

Acuerdos adoptados: Resoluciones y decisiones

En 2020, el Consejo ha emitido un total de 18 resoluciones, 4 de ellas procedentes de otras tantas quejas presentadas en 2019.

Los prestadores de servicio afectados son mayoritariamente públicos. En concreto, los prestadores de servicio a los que se refieren las correspondientes resoluciones son RTVA, Canal Sur TV, Radio Marca Sevilla, Interálmería, RTV Tarifa, Solúcar Radio, RTV Estepona, RTVM Motril y Radio municipal de Torrox.

Con estas 18 resoluciones, la ODA alcanza un total de 231 desde su puesta en marcha en 2006.

En el siguiente listado se recogen las 18 resoluciones ODA mencionadas:

– Resolución 1/2020 del Consejo Audiovisual de Andalucía sobre el tratamiento informativo de un pleno extraordinario en la RTV Tarifa

Tipología: Pluralismo político e imparcialidad informativa

Prestador: RTV Tarifa

Motivo de la queja: Queja presentada por el grupo municipal del PP de Tarifa sobre falta de imparcialidad y pluralismo en la televisión municipal RTV Tarifa. Se trata, en concreto, del tratamiento informativo dado al Pleno extraordinario del Ayuntamiento del 25 de octubre de 2019, sobre el que se denuncia, por un lado, un tiempo de palabra de la portavoz del PP muy inferior al del alcalde o de los demás portavoces en el informativo y, por otro, la emisión sólo de la primera parte del Pleno.

Acuerdo adoptado: El Consejo Audiovisual de Andalucía considera que el prestador debería ajustar la aparición de los diferentes grupos políticos de manera más equilibrada en las noticias referidas a debates políticos, con el fin de evitar la sobrerrepresentación de unos grupos o posturas sobre otros. Y respecto a la omisión de una parte del Pleno en su primera emisión, el Consejo señala que no hay elementos para determinar que se hiciese de forma deliberada, que se advirtió a la audiencia del error cometido (por motivos técnicos, según la cadena) y que se volvió a emitir, esta vez sí de manera íntegra, ese mismo día.

– Resolución 2/2020 en relación con una supuesta falta de imparcialidad y pluralismo en el programa Hoy en día, de Canal Sur TV

Tipología: Pluralismo político e imparcialidad informativa

Prestador: Canal Sur TV

Motivo de la queja: Queja de un particular sobre una supuesta falta de imparcialidad y pluralismo en el programa matinal Hoy en día, de Canal Sur TV. La reclamación hace referencia al tratamiento informativo dado a una noticia sobre los presupuestos andaluces.

Acuerdo adoptado: El CAA no ha localizado elementos que supongan una vulneración de la neutralidad en la presentación de la noticia, ya que el prestador no toma de manera explícita partido por

ninguna de las dos posturas en confrontación: la del Gobierno central (que habla de plan de ajuste de los presupuestos) y la de la Junta de Andalucía (que califica el hecho de intervención de las cuentas). Tampoco aprecia que el programa modificara su escaleta de contenidos habitual, como aduce el reclamante, y señala que el tratamiento de la noticia guarda coherencia tanto con el de otras informaciones como con el propio formato del espacio.

El Consejo constata, no obstante, un claro desequilibrio en la difusión de tiempos de voz, directos e indirectos, al centrarse estos de manera casi absoluta en una de las posturas del conflicto, concretamente, la de la Junta. Por ello este organismo reitera a los medios de comunicación que la comprensión y análisis de un hecho informativo pasan necesariamente por un tratamiento plural que recoja en igualdad de condiciones las distintas versiones de las tesis enfrentadas.

– Resolución 3/2020 sobre supuestos comentarios ofensivos para la afición bética en Radio Marca Sevilla

Tipología: Contenidos discriminatorios

Prestador: Radio Marca Sevilla

Motivo de la queja: El Consejo Audiovisual de Andalucía recibió la queja de un particular sobre unos supuestos insultos del presentador del programa Directo Marca Sevilla, de Radio Marca, a la afición del Real Betis Balompié. El reclamante denunciaba que el presentador Agustín Varela había llamado “ratas” a los aficionados del Betis que habían ganado un sorteo a través de Twitter para asistir a la presentación del futbolista Juanmi y que, igualmente, el día anterior había denominado “arrastrapechos” a los compañeros que no son de su misma opinión respecto a los dirigentes del club.

Acuerdo adoptado: El Consejo considera que los comentarios emitidos por Radio Marca Sevilla no van dirigidos a la afición del Real Betis Balompié y que, por tanto, no constituyen ofensa para sus seguidores, sino que son, por un lado, una queja del conductor del programa a causa de la parcialidad informativa de algunos medios de comunicación y, por otro, una crítica a las personas que utilizan el anonimato en las redes sociales para insultar y menospreciar a los periodistas deportivos. Las opiniones críticas expresadas a título personal, a juicio de este órgano, forman parte del derecho al ejercicio legítimo de la libertad de expresión.

– Resolución 4/2020 sobre el tratamiento informativo dado por la RTVA a la noticia de la adjudicación de una plaza a la hermana del presidente de la Junta de Andalucía

Tipología: Pluralismo político e imparcialidad informativa

Prestador: RTVA

Motivo de la queja: Queja presentada por el PSOE de Andalucía sobre el tratamiento informativo dado por la RTVA al asunto de la adjudicación de una plaza a la hermana del presidente de la Junta de Andalucía

en el Conservatorio de Málaga. La reclamación hacía referencia a que informaciones trascendentes de este caso no habían sido emitidas o publicadas por los medios de la RTVA.

Acuerdo adoptado: El CAA no ha hallado elementos que justifiquen la interpretación que hace la queja sobre una supuesta información insuficiente y parcial del tema en cuestión. Así, el Consejo ha comprobado que la noticia fue seguida por Canal Sur TV y Canal Sur Radio desde el principio de su trayectoria mediática en agosto de 2019 hasta el cierre del asunto por parte de la Fiscalía en febrero de 2020. Este organismo entiende que la RTVA ha respetado los principios de pluralismo político e imparcialidad informativa al ofrecer de forma sostenida en el tiempo las opiniones distintas tanto del Gobierno andaluz como de los grupos políticos, y concluye que se ha cumplido con el deber de informar inherente a un medio de comunicación, máxime si se trata de medios de titularidad pública, que requiere el seguimiento del hecho noticioso y la presentación de los distintos puntos de vista en caso de controversia.

– Resolución 5/2020 sobre la emisión de comentarios personales supuestamente ofensivos en el programa La Tarde, aquí y ahora de Canal Sur TV

Tipología: Contenidos ofensivos

Prestador: Canal Sur TV

Motivo de la queja: La Oficina de Defensa de la Audiencia del Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) ha recibido dos quejas, una de la sección sindical de CC.OO. en la RTVA y otra de un particular derivada desde el Defensor del Pueblo Andaluz, sobre la emisión de comentarios supuestamente ofensivos en el programa La Tarde, aquí y ahora de Canal Sur TV. Las declaraciones realizadas por el presentador de este espacio, Juan y Medio, hacían referencia al empresario Amancio Ortega y a quienes criticaban sus donaciones para la compra de material contra el coronavirus.

Acuerdo adoptado: El Consejo Audiovisual de Andalucía considera que los comentarios emitidos por el presentador de La Tarde, aquí y ahora, de Canal Sur TV, el día 31 de marzo de 2020, constituyen una opinión crítica expresada a título personal que forma parte del derecho al ejercicio legítimo de la libertad de expresión. El CAA aconseja, no obstante, extremar las cautelas en la emisión de opiniones personales sobre asuntos de relevancia informativa, tal y como recomienda la deontología periodística, así como evitar el uso de lenguaje grosero o que incluya expresiones peyorativas susceptibles de convertirse en motivo de agravio.

– Resolución 6/2020 sobre derecho de acceso de colectivos a la radio municipal de Sanlúcar la Mayor

Tipología: Derecho de acceso

Prestador: Solúcar Radio

Motivo de la queja: La Oficina de Defensa de la Audiencia ha recibido una queja del Observatorio Municipal de Sanlúcar la Mayor en la que se denuncia un supuesto veto a la participación de colecti-

vos ciudadanos en la programación de la radio municipal de la localidad, Solúcar Radio, y se solicita la mediación de este organismo.

Acuerdo adoptado: El CAA entiende que Solúcar Radio tiene la responsabilidad editorial en la organización de los contenidos de su programación informativa, tanto en lo relativo a quienes participan como en los asuntos que se tratan en función de la naturaleza de cada espacio. Corresponde al Consejo de Administración elaborar los criterios rectores de la dirección editorial de la emisora pública, que debe contar con normas que regulen el derecho de acceso y de participación respetando el pluralismo político y social. Es, por tanto, una responsabilidad del medio decidir el tiempo de antena de los representantes de los grupos políticos, así como los temas que se abordan con independencia e imparcialidad, anteponiendo siempre el interés general y el respeto a los principios y derechos de nuestro ordenamiento jurídico para garantizar una participación equilibrada de los grupos políticos teniendo en cuenta su representación institucional y social.

– Resolución 7/2020 sobre imparcialidad, pluralismo y neutralidad en el tratamiento informativo de la COVID-19 en Canal Sur TV

Tipología: Pluralismo político e imparcialidad informativa

Prestador: Canal Sur TV

Motivo de la queja: Queja presentada por el grupo parlamentario de Adelante Andalucía sobre una supuesta falta de pluralidad y utilización partidista de los informativos de la RTVA durante la crisis del coronavirus.

Acuerdo adoptado: El informe elaborado por el Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) sobre la cobertura informativa de Canal Sur TV a la crisis del coronavirus muestra equilibrio en los tiempos de voz en las intervenciones analizadas, por lo que se ha respetado el principio de pluralismo político. No obstante, se han localizado en el periodo analizado algunas prácticas no recomendadas por el código deontológico del prestador, por lo que se recomienda extremar la cautela a la hora de informar, tal y como marcan tanto el Libro de Estilo de la propia RTVA como los Indicadores y metodología para evaluar la imparcialidad informativa de los medios audiovisuales de titularidad pública, de 2013, disponibles en la página web del Consejo.

– Resolución 8/2020 sobre imparcialidad, pluralismo y neutralidad en el tratamiento de la COVID-19 en Canal Sur TV

Tipología: Pluralismo político e imparcialidad informativa

Prestador: Canal Sur TV

Motivo de la queja: Reclamación presentada por el grupo parlamentario del PSOE Andalucía sobre una supuesta falta de pluralidad y parcialidad en los informativos de la RTVA durante la crisis del coronavirus.

Acuerdo adoptado: El informe elaborado por el Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) sobre la cobertura informativa de Canal Sur TV a la crisis del coronavirus muestra equilibrio en los tiempos de voz en las intervenciones analizadas, por lo que se ha respetado el principio de pluralismo político. No obstante, se han localizado en el periodo analizado algunas prácticas no recomendadas por el código deontológico del prestador, por lo que se recomienda extremar la cautela a la hora de informar, tal y como marcan tanto el Libro de Estilo de la propia RTVA como los Indicadores y metodología para evaluar la imparcialidad informativa de los medios audiovisuales de titularidad pública, de 2013, disponibles en la página web del Consejo.

– **Resolución 9/2020 sobre pluralismo y vulneración de la libertad de expresión en un especial informativo de la COVID-19 en Canal Sur TV**

Tipología: Pluralismo político e imparcialidad informativa

Prestador: Canal Sur TV

Motivo de la queja: Queja del sindicato CC.OO. Andalucía referida a una supuesta falta del pluralismo y ejercicio de la libertad de expresión en un programa especial informativo sobre el coronavirus en Canal Sur TV. La reclamación aduce impedimentos al ejercicio de la libertad de expresión de las organizaciones sindicales más representativas de Andalucía.

Acuerdo adoptado: El informe elaborado por el Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) sobre la cobertura informativa de Canal Sur TV a la crisis del coronavirus muestra equilibrio en los tiempos de voz en las intervenciones analizadas, por lo que se ha respetado el principio de pluralismo político. No obstante, se han localizado en el periodo analizado algunas prácticas no recomendadas por el código deontológico del prestador, por lo que se recomienda extremar la cautela a la hora de informar, tal y como marcan tanto el Libro de Estilo de la propia RTVA como los Indicadores y metodología para evaluar la imparcialidad informativa de los medios audiovisuales de titularidad pública, de 2013, disponibles en la página web del Consejo.

– **Resolución 10/2020 sobre imparcialidad, pluralismo y neutralidad en el tratamiento informativo de la COVID-19 en Canal Sur TV**

Tipología: Pluralismo político e imparcialidad informativa

Prestador: Canal Sur TV

Motivo de la queja: Queja presentada por el sindicato de periodistas andaluces de CC.OO. referida a una supuesta falta de pluralidad y parcialidad en los informativos de la RTVA durante la crisis del coronavirus.

Acuerdo adoptado: El informe elaborado por el Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) sobre la cobertura informativa de Canal Sur TV a la crisis del coronavirus muestra equilibrio en los tiempos de voz en las intervenciones analizadas, por lo que se ha respetado el principio de pluralismo político. No obstante, se han localizado en el periodo analizado algunas prácticas no recomendadas por el código deontológico del prestador, por lo que se recomienda extremar la cautela a la hora de informar, tal y como marcan tanto el

Libro de Estilo de la propia RTVA como los Indicadores y metodología para evaluar la imparcialidad informativa de los medios audiovisuales de titularidad pública, de 2013, disponibles en la página web del Consejo.

– Resolución 11/2020 sobre parcialidad en una entrevista al alcalde de Jaén en el informativo CSN2 de Canal Sur TV

Tipología: Pluralismo político e imparcialidad informativa

Prestador: Canal Sur TV

Motivo de la queja: Reclamación presentada por el Ayuntamiento de Jaén referida a una supuesta falta de imparcialidad en la entrevista realizada por la presentadora del informativo Noticias 2 de Canal Sur TV al alcalde de Jaén.

Acuerdo adoptado: El Consejo Audiovisual de Andalucía considera que se ha vulnerado el código deontológico de la RTVA, que recomienda que el periodista debe abstenerse de opinar sobre asuntos controvertidos, presentando la información sin prejuicios o sesgos subjetivos y manteniendo la independencia editorial del canal que representan. No obstante, y pese a constituir una práctica poco recomendable desde el punto de vista de la ética periodística, esta falta de imparcialidad de la presentadora de CSN2 se encuentra amparada por la libertad de prestación del servicio por parte del prestador, tal como dispone el artículo 10 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual y por el ejercicio de la libertad de expresión y del derecho a la información, reconocidos por la Constitución Española.

– Resolución 12/2020 sobre supuesta denegación del derecho de acceso a Izquierda Andalucista a la radio municipal de Torrox.

Tipología: Derecho de acceso

Prestador: Radio municipal de Torrox

Motivo de la queja: Queja presentada por Izquierda Andalucista de Torrox en la que se denuncia un supuesto veto a su organización en la radio municipal de este municipio.

Acuerdo adoptado: La denegación o impedimento del acceso de Izquierda Andalucista de Torrox a la radio pública municipal es un hecho que este Consejo no puede deducir de las alegaciones presentadas por el consistorio, en las que matiza que su participación se ha venido realizando en calidad de plataforma ciudadana y no de grupo político, al carecer de representación en la corporación municipal. Como garante del ejercicio efectivo del derecho de acceso a los servicios públicos y comunitarios sin ánimo de lucro de comunicación audiovisual por parte de las entidades representativas o significativas de la diversidad política, social y cultural de Andalucía, respetando el pluralismo de la sociedad, el CAA ha acordado por mayoría instar al prestador a no hacer dejación de su responsabilidad y a que regule este derecho, ya sea a través de su Consejo de Administración o por el Pleno de la entidad local, mediante el establecimiento de un procedimiento que posibilite su ejercicio.

– **Resolución 13/2020 sobre falta de rigor en relación con la memoria histórica andaluza en el concurso Atrápame si puedes de Canal Sur TV**

Tipología: Falta de rigor

Prestador: Canal Sur TV

Motivo de la queja: El Consejo Audiovisual de Andalucía recibió la queja de un particular referida a una supuesta falta de rigor en relación con la memoria histórica de Andalucía durante la emisión de un concurso en Canal Sur TV. En el programa Atrápame si puedes, el presentador preguntó por la década en que «falleció» Blas Infante y, tras errar el concursante en su respuesta, se señaló que falleció en los años 30, en 1936, por «la guerra y todo esto».

Acuerdo adoptado: El CAA considera que la pregunta del concurso Atrápame si puedes de Canal Sur TV relativa a la muerte de Blas Infante faltó al obligado rigor histórico al referirse a su fusilamiento como «allecimiento» por «la guerra y todo esto». El Consejo advierte a la RTVA, como medio de comunicación público de Andalucía, de la necesidad de extremar el rigor en cuestiones susceptibles de generar amplia sensibilidad en la sociedad, como son las que ocupan este caso.

– **Resolución 14/2020 sobre pluralismo e imparcialidad en los informativos de RTV Estepona**

Tipología: Pluralismo político e imparcialidad informativa

Prestador: RTV Estepona

Motivo de la queja: Queja presentada por el grupo IULV-CA de Estepona sobre una supuesta falta de pluralismo en los informativos del prestador municipal RTV Estepona.

Acuerdo adoptado: El Consejo Audiovisual de Andalucía considera que existe falta de pluralismo en el reparto de tiempo de voz de los representantes políticos en los informativos televisivos de RTV Estepona, lo que perjudica a los miembros de la oposición, conformada por el grupo municipal PSOE, frente a los del equipo de gobierno (PP). En la muestra analizada, el porcentaje destinado a declaraciones de miembros del equipo de gobierno es del 91% frente al 0,98% de la oposición. El pleno del CAA ha decidido por unanimidad advertir a RTV Estepona de que debe respetar el pluralismo político, principio básico de los medios de comunicación de titularidad pública, así como asegurar a todos los grupos políticos representativos el acceso y su participación en la RTV pública.

– **Resolución 15/2020 sobre pluralismo y transparencia en la RTVM de Motril**

Tipología: Pluralismo político e imparcialidad informativa

Prestador: RTVM Motril

Motivo de la queja: Queja presentada por el grupo IU-Equo de Motril referida a una supuesta falta de pluralismo informativo en la RTVM de Motril “desde la incorporación, en julio de 2019, de sus nuevos

responsables políticos y de gestión”, según se recoge en la reclamación. También se denuncia ausencia de transparencia en la gestión de la televisión al realizarse presuntamente al margen de su consejo de administración, aduciendo que se ha modificado sustancialmente la programación y otros aspectos de la gestión de la empresa municipal de forma unilateral por parte de la dirección.

Acuerdo adoptado: El Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) considera que existe desequilibrio en el reparto del tiempo de voz de los representantes políticos en los informativos televisivos de RTVM Motril que perjudica a los miembros de la oposición, conformada por los grupos municipales IU y PSOE, frente a los del equipo de gobierno (PP, PMAS y C's). En la muestra analizada, el porcentaje destinado a declaraciones de miembros del equipo de gobierno es del 76,1% frente al 0,8% de la oposición municipal de IU y PSOE. Estos datos, teniendo presente la heterogeneidad del gobierno municipal, alcanzan el 89,65% cuando se suman los cuatro partidos que lo apoyan en cualquiera de sus roles. El Pleno de CAA ha decidido por unanimidad advertir a RTVM Motril de que debe respetar el pluralismo político, principio básico de los medios de comunicación de titularidad pública, así como asegurar a todos los grupos políticos representativos el acceso y su participación en la RTV pública.

– **Resolución 16/2020 sobre imparcialidad, pluralismo y neutralidad en el tratamiento informativo de la COVID-19 en Canal Sur TV**

Tipología: Pluralismo político e imparcialidad informativa

Prestador: Canal Sur TV

Motivo de la queja: Queja presentada por la sección sindical CGT-RTVA sobre una supuesta falta de imparcialidad y utilización partidista de los informativos de la RTVA durante la crisis del coronavirus.

Acuerdo adoptado: El informe elaborado por el Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) sobre la cobertura informativa de Canal Sur TV a la crisis del coronavirus muestra equilibrio en los tiempos de voz en las intervenciones analizadas, por lo que se ha respetado el principio de pluralismo político. No obstante, se han localizado en el periodo analizado algunas prácticas no recomendadas por el código deontológico del prestador, por lo que se recomienda extremar la cautela a la hora de informar, tal y como marcan tanto el Libro de Estilo de la propia RTVA como los Indicadores y metodología para evaluar la imparcialidad informativa de los medios audiovisuales de titularidad pública, de 2013, disponibles en la página web del Consejo.

– **Resolución 17/2020 sobre supuestas descalificaciones personales en el programa La Tertulia de Interalmería**

Tipología: Contenidos ofensivos

Prestador: Interalmería

Motivo de la queja: Queja de un particular referida a la emisión de supuestos insultos y descalificaciones contra él en un programa de la televisión pública municipal Interalmería.

Acuerdo adoptado: El Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) considera que los comentarios vertidos por un colaborador del programa La Tertulia, de InterAlmería Televisión, incluían expresiones insultantes hacia un particular (J.M.F.F.) que pudieran haber vulnerado su honor. El tertuliano, además, mencionó de manera explícita el nombre y apellido del reclamante, así como otros datos que facilitaron su identificación, como son los relativos al puesto de trabajo ocupado. El CAA valora la respuesta contundente del prestador en sus alegaciones, rechazando lo que califica como indeseables comportamientos y su compromiso de actuar. En este sentido, le insta a extremar las precauciones para evitar situaciones que pudieran afectar al honor, la intimidad y la propia imagen de las personas, recordándole además que, como medio de titularidad municipal, tiene encomendada en su función de servicio público la de velar por el respeto de los derechos fundamentales.

– **Resolución 18/2020 sobre contenidos supuestamente difamatorios contra la Legión en un informativo de Canal Sur TV**

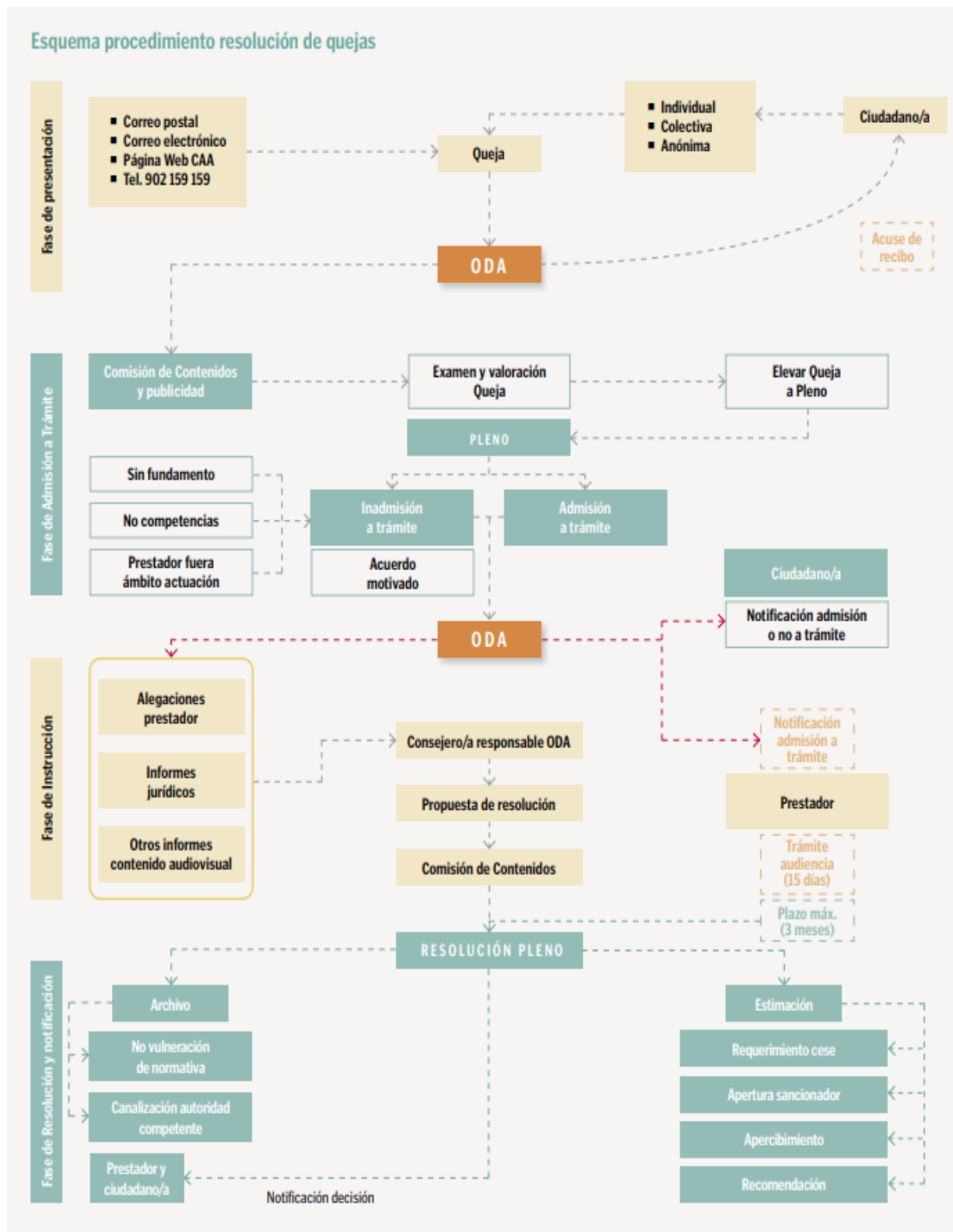
Tipología: Contenidos ofensivos

Prestador: Canal Sur TV

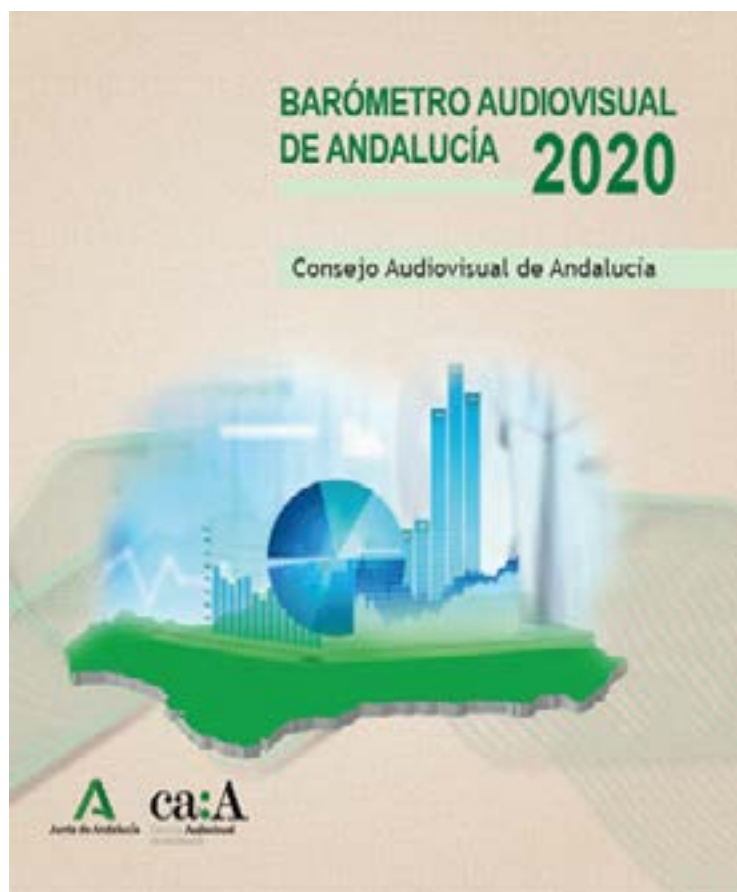
Motivo de la queja: La Oficina de Defensa de la Audiencia del Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) recibió la queja de un particular sobre la emisión de contenidos supuestamente difamatorios contra la Legión en un informativo de Canal Sur TV. La periodista se refirió a la Legión como “un cuerpo militar creado en 1920 por el militar fascista Millán Astray” durante la visita del presidente de la Junta al cuartel de Montejaque, en Ronda, con motivo de su centenario.

Acuerdo adoptado: El CAA considera que la crónica del aniversario de la Legión por parte de una periodista de Canal Sur TV no contiene elementos difamatorios contra el mencionado cuerpo ni contra sus miembros o fundador, el militar José Millán Astray. Asimismo, el Consejo no advierte en la narración periodística ningún elemento que pueda suponer una vulneración de los principios deontológicos de la profesión recogidos por el Libro de Estilo del ente público autonómico.

Esquema procedimiento resolución de quejas



3.2 BARÓMETRO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA



El Barómetro Audiovisual de Andalucía (BAA) es un estudio demoscópico que recoge las opiniones, hábitos y expectativas de los andaluces sobre los medios de comunicación audiovisuales, ya sea en los formatos convencionales como en los cada vez más extendidos canales digitales en la red. Se trata de un instrumento de gran valor no sólo para el Consejo Audiovisual de Andalucía, sino también para el sector audiovisual y la sociedad en general porque permite conocer las apreciaciones que los ciudadanos tienen sobre estos medios de comunicación, el uso que hacen de ellos, sus motivaciones, lo que les demandan y si satisfacen suficientemente o no sus intereses y necesidades, como por ejemplo si consideran que hay prácticas que consideran abusivas o engañosas, informaciones sensacionalistas o que producen alarmas social.

Por su temática y tamaño es un estudio único en Andalucía. Para elaborar el BAA de 2019 se han realizado 3.020 encuestas a personas mayores de 16 años en las ocho provincias andaluzas. Es ya la decimocuarta edición de esta investigación, que en su metodología mantiene unos temas troncales permanentes que permiten obtener una serie interanual de indicadores, a los que se añaden temáticas de interés surgidas de la propia evolución del sector audiovisual o capítulos monográficos sobre cuestiones relacionadas con las actuaciones previstas por

el CAA. El conjunto de todas estas ediciones ofrece así una interesante panorámica sobre cómo ha cambiado la relación entre los medios de comunicación y los ciudadanos durante todos estos años.

Además de los temas habituales sobre el acceso, uso y valoración que los andaluces hacen de los medios de comunicación audiovisuales, en la edición de 2020 se ha abordado de manera específica tres bloques temáticos. Se mantiene el tradicional monográfico «Comparativa entre hogares con menores de entre 13 y 18 años y hogares sin menores» y se añaden dos nuevos estudios: «Tratamiento de la información durante la crisis sanitaria producida por la COVID-19» y «Percepción de la población andaluza sobre las fake news».

El BAA señala que el 72% de la población andaluza dice saber de la existencia de las noticias falsas, aunque un significativo 19,4% no tiene conocimiento de ellas. Un 60,8% de las personas encuestadas admite que nunca comprueba la autenticidad de las informaciones; un 27,5% lo hace a veces y sólo un 10,8% dice verificarlo siempre. El perfil de quienes afirman no contrastar la veracidad de las noticias es el de ciudadanos entre 55 y 74 años, con ingresos en sus hogares de menos de 1.000 euros mensuales.

En cuanto a los mecanismos de comprobación de la falsedad o veracidad, un 67,5% afirma utilizar las herramientas disponibles para tal fin en internet (Google imágenes, Maldito Bulo, Newtral, Tragabulos, Wikitribune, etcétera) mientras que un importante 45,2% dice que se deja llevar por su olfato y consulta las fechas de publicación y la autenticidad de la fuente de información. Mucho menores son los porcentajes de quienes consultan a la Guardia Civil (7,4%) o la Policía (5,4%).

La gran mayoría de las personas encuestadas responden que nunca generan noticias falsas (96,8%) ni las difunden (90,1%). Un 2% reconoce que a veces ha creado este tipo de bulos y sólo el 0,4% dice hacerlo de manera frecuente. Asimismo, un 0,6% confiesa que en alguna ocasión, siendo consciente de la falsedad de la información, las ha difundido.

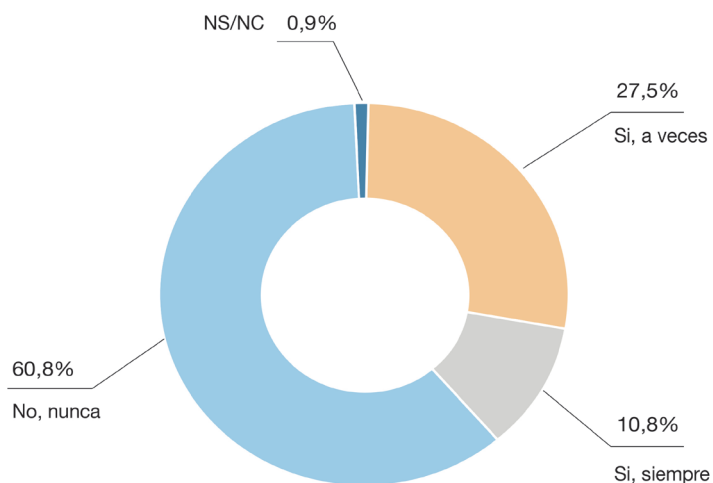
Respecto a los motivos por los que se difunden las «fake news», el 35% de los andaluces contesta que por desconocimiento. La siguiente razón es «para reafirmar mi forma de pensar», con un 16,1% de tasa de respuesta; el 11,6% lo hace por ideología política; el 11,2% para desahogarse; el 6,3% indica que para «señalar culpables» y, en último lugar, se sitúa la opción de «para obtener likes/me gusta» con un 3,1%.

Estos datos sobre desinformación y consumo de noticias falsas adquieren mayor significado si se relacionan con los resultados del Barómetro sobre la utilización de internet para informarse, lo que emplea el 78,5% de la población andaluza. Y es que tras los diarios digitales, al que recurren un 59,5% de los encuestados para obtener información con un incremento de casi 5 puntos respecto al año 2019, el 47% de los usuarios de internet afirma que lo hace a través de las redes sociales, lo que supone un notable aumento de 9 puntos sobre la edición anterior del BAA.

Le siguen en orden de preferencia el uso del WhatsApp, con un 21,9%, mientras que un 7,1% accede a la información a través de alertas o suscripciones a algún medio o servicio de noticias. El uso de la radio y la televisión en línea siguen siendo opciones muy poco utilizadas por la población andaluza, con un 0,4 y 0,6% respectivamente.

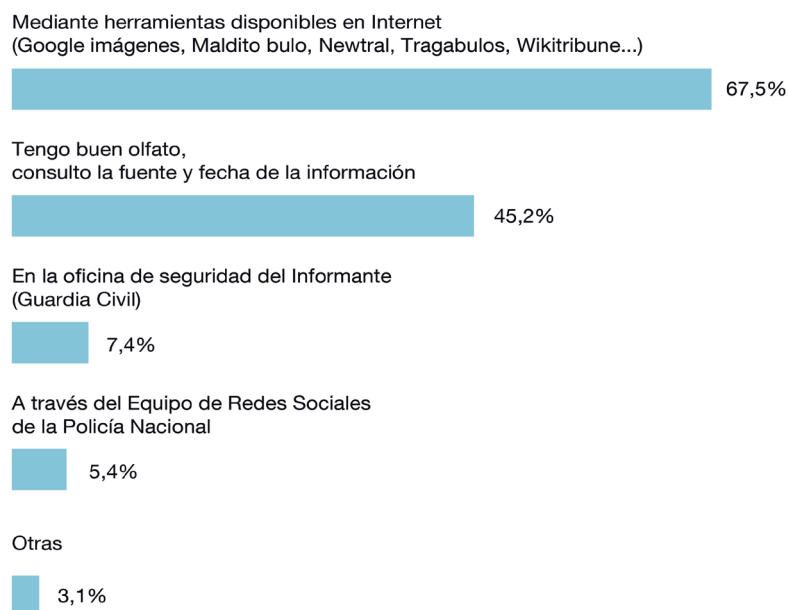
No obstante, y aunque el uso de internet como medio de información ha ido en aumento, la televisión sigue siendo el medio audiovisual preferido por los andaluces en un 61,4%, lo que supone más de 10 puntos por encima a los datos de 2019, mientras que un 26,8% se inclinan por internet, con un descenso de casi 3 puntos. La predilección de la radio como opción informativa se sitúa en el 7,6%, que es la más baja de toda la serie analizada por el CAA, descenso que también continúa experimentando entre las preferencias de los andaluces la prensa diaria con un 2,8% de tasa de respuesta.

Gráfico 13. Comprobación de la falsedad/veracidad de la información consumida



Fuente: BAA edición 2020. Base: población andaluza de 16 años o más.

Gráfico 14. Mecanismos de comprobación de la falsedad/veracidad de la información consumida



Fuente: BAA edición 2020. Base: población andaluza que afirma comprobar la falsedad/veracidad de la información. Respuesta múltiple, los porcentajes suman más de 100%, pues su base no es el total de las respuestas, sino los individuos que eligen cada una de ellas.

Tratamiento informativo durante la pandemia

Durante la crisis sanitaria producida por la COVID-19, la televisión fue también el medio de comunicación preferido para informarse sobre los asuntos relacionados con la pandemia por un 69,9% de los andaluces. Se situó en segundo lugar la prensa digital (12,5%), seguida de las redes sociales (7,5%), la radio (6,9%) y, en último lugar, la prensa escrita (1,5%). Un 60,8% de los andaluces dice haber aumentado el consumo de información durante esta situación.

Respecto a la confianza otorgada a los medios en relación con el tratamiento de la información sobre el coronavirus, todos aprueban o rozan el aprobado, salvo las redes sociales (Youtube, WhatsApp, Facebook, Twitter e Instagram) que, en su conjunto, reciben una puntuación media de 3,5.

De las televisiones, la que mayor credibilidad obtiene es Canal Sur TV (5,9), seguida de TVE (5,6) y Antena 3 (5,4), y las que menos son Tele 5 (4,5) y La Sexta (4,8). Respecto a las emisoras de radio, también es Canal Sur la que consigue un mayor índice de confianza por parte de la población andaluza con un 6, seguida de la Cope y la Ser (ambas con un 5,6) y por RNE y Onda Cero (5,5)-

En cuanto a la prensa escrita, reciben una valoración media de 5 El País, El Mundo, ABC y La Vanguardia; muy cerca del aprobado está La Razón con un 4,87 de nota. En el caso de los diarios digitales, salvo El Confidencial, con una puntuación de 5,14, todos suspenden aunque con calificaciones muy cercanas al aprobado: el Diario.es recibe un 4,97; Público, 4,89; El Español, 4,74 y 0K Diario, el que menor puntuación consigue, un 4,37.

Otro dato destacable de este estudio monográfico sobre la COVID-19 es que la mayoría de los andaluces (53,6%) opina que mucha de la información difundida por los medios de comunicación sobre la pandemia es sensacionalista y produce alarma social. La respuesta de la población andaluza sobre la manera en que se ha abordado la información durante la pandemia evidencia en general registros muy polarizados: un 45,1% opina que los medios no han sido responsables, y a la vez un 41,5% cree lo contrario.

Además, el 73,7% de la población andaluza considera que la información disponible sobre la COVID-19 está condicionada por las distintas ideologías políticas. Y, en general, la mayoría (60,7%) cree que los medios han hecho un gran esfuerzo para tranquilizar a la población en los momentos más duros de la pandemia, aunque un significativo 32,2% opina lo contrario.

Menores y uso de internet

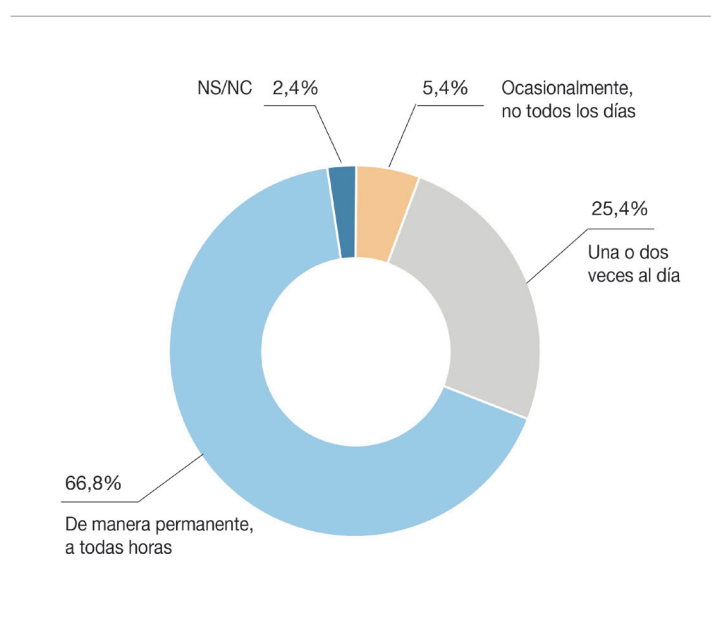
El Barómetro 2020 revela, por otro lado, un aumento de 3,3 puntos en el número de menores de 18 años que permanecen conectados a las redes sociales de forma permanente, hasta situarse en el 66,8%. Las redes más utilizadas por estos jóvenes son WhatsApp (77,5%), seguida por Instagram (65,8%), y a mayor distancia se sitúan Tik Tok (29,7%), Youtube (16,8%) y Facebook (10,5%), mientras que las menos empleados son Twitter (5,1%), Snapchat (4,5%) y Spotify (2,4%).

Otro dato significativo del BAA es que el 38% de los menores de 18 años comienza a hacer uso de internet antes de los 8 años; el 33,4% lo hace entre los 8 y los 10 años; el 25,1%, entre los 11 y los 13 años y sólo un 3,5% empieza a navegar por la red después de los 13 años.

Respecto al tiempo dedicado por este segmento de población al uso de internet, el 30,4% de entre 13 y 17 años y el 8,8% de los menores de 13 años están permanentemente conectados a internet. Más igualados están ambos grupos de edad en el caso de la utilización de internet durante más de 5 horas, con un 21,4% de entre 13 y 17 años y un 17,1% de los menores de 13 años.

En cuanto a los usos principales de internet por estos jóvenes, aumenta considerablemente su empleo para estudiar y hacer tareas, con un 70,4% frente al 38% del año 2019, debido sin duda a las consecuencias de la pandemia, el confinamiento y el cierre de los centros educativos durante el primer estado de alarma. Sube igualmente el número de menores que utilizan la red para jugar online, con un 47,9% frente al 28,3 del Barómetro anterior. Y un 1,8% realiza apuestas a través de internet (1,1% en 2019).

Gráfico 15. Frecuencia de conexión de los menores de 18 años a las redes sociales



La mayoría de los perfiles en redes sociales de los menores de 18 años es de acceso privado (53,6%); el 24,2% lo tiene de acceso limitado a determinadas personas y un 14,4% lo tiene de acceso público.

Más tiempo ante la TV y navegando

Casi un 94% de las personas encuestadas dicen ver a diario la televisión y un 69,6% acceden a internet también habitualmente. El tiempo medio diario de consumo de televisión es de 2 horas y 58 minutos, mien-

tras que el uso de internet es de 3 horas y 23 minutos, lo que supone un ascenso respecto al año anterior (2:27 de tv y 3:14 de internet) de 31 y 9 minutos respectivamente.

Así, el BAA 2020 constata un incremento del uso de internet con fines de entretenimiento casi 17 puntos más respecto a la edición de 2019, hasta situarse en el 32,4%. No obstante, la televisión sigue siendo el medio preferido por los andaluces para entretenerse situándose en el 46,5%.

El informe pone también de manifiesto una subida en 4,6 puntos de los andaluces que descargan contenidos en línea o la carta, hasta representar el 39,6% de la población, porcentaje que asciende al 58,1% en el caso de las personas que tienen entre 16 y 24 años. Y para una gran mayoría de ellos (97,8%) el principal medio de acceso son las plataformas de pago, seguida de las descargas en streaming a través de plataforma web (60,4%).

Imparcialidad y pluralismo en los medios de comunicación audiovisual

Según los datos del BAA 2020, los andaluces consideran que la televisión es el medio de comunicación audiovisual menos plural e imparcial en comparación con la radio e internet. Las personas encuestadas suspenden con un 4,8 sobre 10 de nota media a la televisión en pluralismo político y evalúan con un 5,5 su imparcialidad informativa o capacidad para presentar los hechos sin sesgos o perjuicios, con inclusión de distintos puntos de vista.

La población andaluza otorga el mayor grado de confianza en pluralismo político a internet (5,4), seguida de la radio (5,3) y, en último lugar, la televisión que baja su puntuación media de un 5,1 en 2019 a este 4,8. Aumenta igualmente en seis puntos el número de encuestados que opinan que la televisión no es un medio plural hasta situarse en el 35%.

Por su parte, la imparcialidad informativa de los medios audiovisuales ha sido valorada por los andaluces con una nota de 6 para internet y la radio y de 5,5 para la televisión, lo que muestra una tendencia ascendente iniciada ya en 2019. Más de la mitad (64%) de la población andaluza cree así en la imparcialidad de la televisión, aunque otro destacable 24,1% la suspende en el cumplimiento de estos principios.

Además, la gran mayoría (85%) de las personas consultadas piensan que la televisión está politizada. Un 27,8% ha manifestado que La Sexta distorsiona la realidad por intereses políticos; un 11,9% opina lo mismo de La 1 de TVE; un 8,3% lo cree de Tele 5 y un 8,2% afirma que lo hacen todas. En menor medida señalan a Antena 3 (5,9%), las televisiones locales (4,3%), Canal Sur (3,3%) y a Cuatro (1,7%).

Valoración de la televisión

El BAA dedica un apartado también a la valoración de los contenidos emitidos por la televisión por parte de los andaluces, que en un 25,4% consideran que lo peor de este medio es que «se manipula la información» mientras que otra cuarta parte (25,3%) de la sociedad andaluza opina que existen «demasiados programas del corazón».

Asimismo, un significativo 18% de los encuestados ha señalado que la televisión emite «excesiva publicidad». Para un 9,8% existe «falta de educación y civismo» en el desarrollo de algunos programas televisivos y un 3,5% califican al medio de «muy sensacionalista».

En comparación con los resultados del BAA en 2019, los andaluces críticos con la manipulación informativa se han incrementado en 7,3 puntos, bajan los quejas por la excesiva publicidad en 6,8 puntos y se mantiene en porcentaje similares las personas que creen que hay demasiados programas del corazón.

Por el lado contrario, el entretenimiento en el aspecto mejor valorado de la televisión por un 41,4% de los encuestados. Le siguen a distancia las personas (17,6%) que opinan que la televisión «informa de muchos temas»; un 10,8% afirma que le ayuda a desconectar; otro 10,5% destaca que le informa en directo y un 9,1% considera que le hace compañía.

Pese a las críticas de los andaluces a la pequeña pantalla, su uso sigue siendo masivo y sólo un 5,3% no usa este medio diariamente. Este consumo generalizado se incrementa aún más, hasta el 97,3%, entre las personas de más de 45 años. La mayoría (61,4%) prefiere ver la televisión para informarse.

En el caso de internet, un 69,6% de las personas consultadas consumen internet diariamente, frente a un significativo 30,4% que dice no hacerlo de forma habitual o sólo esporádicamente. El porcentaje de quienes usan internet a diario asciende hasta un 94,5% en el caso de andaluces con edades comprendidas entre los 16 y los 34 años.

Riesgos y ventajas de internet

La mayor inquietud de los andaluces respecto al uso de internet es la vulneración de la privacidad de datos en el entorno virtual. Así, un 58,4% de los encuestados dice sentir preocupación por este asunto, seguido por la prevención a los timos y fraudes (39%) y el robo de datos personales y bancarios (35,6%). En menor proporción están aquellas personas que señalan estar preocupadas por la suplantación de personalidad (9,6%) y por los ataques y daños al sistema y equipos (5,1%).

Por el otro lado, el 70% de la población andaluza destaca que una de las mayores satisfacciones que proporciona internet es el poder acceder a la información de manera inmediata. Otras de las principales ventajas de internet es que fomenta la comunicación interpersonal y que permite el entretenimiento sin salir de casa, opciones elegidas por un 30% y un 28% de los encuestados. Un 18,5% cree que la mayor satisfacción es que facilita el trabajo en línea y un 9,6% opina que favorece la formación.

Regulación de contenidos

El Barómetro refleja igualmente que más de la tercera parte de la población andaluza considera, en mayor o menor grado, que los contenidos de los medios de comunicación audiovisual deben ser regulados.

Un 95,9% de los encuestados opina que este control debe recaer en los padres, madres o tutores legales; un 19% entiende que deben ser las plataformas que administran y difunden los contenidos y las cadenas quienes deben responsabilizarse de ello y un 16,7% piensa que deben ser los organismos públicos quienes lo asuman.

La opción de otorga a los progenitores y tutores legales el control de los contenidos ha ido ganando peso con el tiempo, siendo la elegida en mayor medida en los últimos cinco años y, de hecho, en esta nueva edición del BAA sube 2,9 respecto a 2019.

Respecto a la regulación concreta del uso de internet, que queda fuera del ámbito de actuación del CAA, el 83,8% de la población manifiesta estar a favor de que sea este organismo el encargado de llevar a cabo esta tarea de ordenación. Y sobre las funciones que la ciudadanía demanda del Consejo, el 85% de las personas encuestadas consideran que debería centrarse en señalar los contenidos inadecuados para los menores de edad; un 68,8% indica que ha de dedicar sus esfuerzos a la eliminación de aquellos mensajes que incitan al odio por raza, religión, etcétera y más de la mitad (56%) cree que debe regular los contenidos relacionados con juegos y apuestas en internet.

3.3 JORNADAS Y FOROS

«Dímelo en Andaluz»

Con motivo de la celebración del 28 de febrero, Día de Andalucía, el Consejo Audiovisual de Andalucía y la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla organizaron la jornada «Dímelo en andaluz». El objetivo de este encuentro fue reivindicar el uso del habla andaluza en los medios de comunicación audiovisuales, el cine y el teatro, a la vez que instar a prestigiarla y desechar la autocensura por parte de los profesionales del sector.

En la inauguración del acto, el presidente del Consejo, Antonio Checa, subrayó que la utilización que los medios hacen del idioma es una de las preocupaciones de este organismo y que, con motivo de la celebración del Día de Andalucía, se hacía conveniente reflexionar «de manera amplia y plural» sobre el habla andaluza. Por su parte, la consejera del CAA y cineasta Pilar Távora destacó que lleva toda su trayectoria profesional luchando contra la imposición del castellano y llamó a empoderar el andaluz.

Con el periodista especializado en información de cine y teatro y director general de ASECAN, Javier Paisano, como moderador, la primera de las mesas redondas de la jornada contó con el profesor de Lengua Española de la Universidad de Málaga, Ígor Rodríguez, quien denunció la existencia de «una inferiorización lingüística contra Andalucía» y que a muchos andaluces se les cuestiona o excluye de sus puestos de trabajo, sobre lo que ha puesto como ejemplos los casos de una docente de Inglés en el norte de España, a una profesora de español en el Instituto Cervantes de Italia o el de un militar, de la Guardia Real, apellidado García y al que recriminaban por pronunciar «Garsía». Tras un amplio trabajo de campo lingüístico, que incluyó las emisoras del Grupo Prisa, y en el que ha basado su tesis doctoral, Ígor Rodríguez aseguró que los

presentadores andaluces suelen cambiar su forma de hablar, incluso en Canal Sur, pero en cambio eso no sucede en otros colectivos como jueces, fiscales o abogados. El lingüista reclamó así desechar la idea de que nuestra lengua sea inferior, poco seria o menos formal, lo que conlleva a una autocensura o autorepresión.

Por su parte, la actriz y profesora de Arte Dramático Concha Távora, que participó también en la primera de las mesas redondas, lamentó que el andaluz esté considerado «una lengua para la comedia pero no para la tragedia» y que haya «mutilación en la formación y expresión desde los escenarios y los platós». Explicó así que en la Escuela Superior de Arte Dramático de Sevilla se enseña a interpretar en castellano, a excepción de la asignatura opcional que ella imparte dedicada al teatro de su padre, Salvador Távora.

La publicidad institucional no habla andaluz

En esta misma línea, ya en la segunda mesa redonda, se manifestó también la actriz, presentadora y directora de doblaje Mercedes Hoyos, quien incidió en que en las series y películas los personajes que hablan en andaluz suelen ser gente inculta o de barrios bajos. También ha llamado la atención sobre el hecho de que la publicidad institucional de la Junta se siga haciendo en castellano.

El profesor de Lengua y Literatura Manuel Rodríguez Illana, autor del libro *Por lo mal que hablamos*, ha hecho igualmente hincapié en que el andaluz sea la lengua de los chistes y chascarrillos, de personajes de baja extracción social en el cine, mientras que Antonio Manuel Rodríguez, profesor de Derecho Civil de la Universidad de Córdoba, escritor y activista cultural, animó a los asistentes «a sentirnos orgullosos de hablar andaluz, pero entendiéndolo no como una evolución del castellano, lo que es un error, sino como un habla propia, anterior a la romanización». Tras ilustrar su teoría con numerosos términos y sonidos que han perdurado hasta nuestros días, Antonio Manuel Rodríguez afirmó que el habla andaluza es una de las «prueba más contundentes de la historia milenaria de Andalucía».

Por último, el periodista de radio y televisión Rafael Cremades, que recordó que en sus inicios pudo comprobar cómo era considerada inadecuada su forma de hablar, señaló que en Canal Sur «nos dejan hablar como queramos», «que debemos hablar como lo sentimos», siempre que el mensaje llegue, y que se ha avanzado mucho aunque permanezcan algunos estereotipos.

El acto incluyó la proyección de fragmentos de documentales, series y películas que, según Pilar Távora, muestran que «se pueden hacer locuciones en andaluz, recitar poemas en andaluz, narrar historias en andaluz, y que no se pierde nada por ello». Las imágenes correspondían a cintas como *Los invitados*, *Cavilaciones*, *La voz dormida*, *La isla mínima*, *Yerma*, etcétera.

Jornada «La Mujer en el cine»

En marzo de 2020, el Consejo organizó una mesa redonda titulada «La mujer y el cine» con motivo del Día Internacional de la Mujer. Este evento contó con la participación de seis profesionales del sector audiovisual y

académico, con el fin de reivindicar una mayor presencia de las mujeres haciendo cine y más personajes protagónicos femeninos, que además ofrezcan una imagen real alejada de estereotipos sexistas. Las participantes en el acto coincidieron en la necesidad de reclamar acciones positivas y de la intervención gubernamental, pero también de una más fuerte concienciación de sus capacidades y talentos y un mayor empuje por parte de las mujeres.

En la apertura de este encuentro, el presidente del CAA, Antonio Checa, recalcó que dos de las «inquietudes» y líneas de trabajo de este organismo son la difusión del cine andaluz y la defensa de un tratamiento igualitario de la mujer en los medios audiovisuales, temas que se aúnan en la organización de esta mesa redonda. Checa llamó también la atención sobre el hecho de que las mujeres representan el 65% del alumnado licenciado en los estudios audiovisuales de las universidades andaluzas, pero ocupan menos del 7% en los puestos de decisión creativa o técnica. Asimismo, la consejera del CAA y cineasta Pilar Távora, que ejerció de moderadora de la mesa redonda, señaló que hace ahora 95 años se dirigió la primera película por una mujer y «no hemos avanzado mucho, los datos no son alentadores y eso hace que nos tengamos que convertir en nuestras propias productoras». Hoy en día el 80% de las cintas están dirigidas por hombres y, además, el coste medio de las películas de las mujeres es de 1,4 millones de euros, mientras que en el caso de los hombres se eleva a 2,7 millones de euros, afirmó Pilar Távora, quien también reclamó que se comience ya a desarrollar la ley andaluza del cine.

Esta visión pesimista fue compartida también por Agus Jiménez, productora y vicepresidenta de la Asociación Andaluza de Mujeres de los Medios Audiovisuales (AAMMA), quien destacó que en los años 70 y 80 había en Andalucía más directoras que ahora y apuntó que se hace necesaria la elaboración de un diagnóstico del sector en la comunidad para conocer su estado real. Modificar esta situación es el objetivo principal de AAMMA, para lo cual esta asociación ha participado en la elaboración de las leyes del cine y del audiovisual, desarrolla múltiples iniciativas en los festivales de cine andaluces y trabaja en un plan de apoyo para mujeres que rueden su primer cortometraje entre otras actividades. Agus Jiménez afirmó también que «la adopción de medidas de acción positiva por parte de la administración es la única forma de que esto cambie, incorporándolas a las leyes y a las normas reguladoras».

En ello también coincidió Inés Romero, periodista, productora y actual delegada de la Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales (CIMA), para quien la igualdad de género en el cine pasa por la intervención estatal. «Hay que hablar de empoderamiento, porque hay que creérselo, pero ahora es momento de hablar, sobre todo, de intervención», señaló Romero convencida de que la acción gubernamental es decisiva a la hora de erradicar los desequilibrios entre hombres y mujeres.

Por su parte, la realizadora y guionista Ana Graciani indicó que «a lo mejor, parte del problema reside en nosotras mismas», porque éste es un sector difícil en cuanto a estabilidad, de difícil conciliación familiar y en el que el número de alumnas en las facultades y escuelas de cine no se refleja después en el campo profesional, «se pierde mucho talento por el camino, sobre todo, en el tramo de los 30 y los 40 años con la maternidad». Así, pidió a las mujeres «más confianza», «hacernos fuertes» y «creer en nuestras capacidades y talentos».

Papeles masculinos

Ana Graciani alertó igualmente sobre la construcción de personajes femeninos estereotipados y en función del hombre protagonista. En este sentido, señaló que en el cine uno de cada tres papeles son masculinos, lo que aumenta más cuando se trata del personaje protagónico, o en los casos de personajes de mayores de 40 años y, sobre todo, de más de 60 años. Lo mismo ocurre, según Graciani, con las líneas de diálogos, «las cuales una de cada tres son para personajes masculinos incluso en las películas de princesas».

Irene Raya, profesora de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Sevilla y coordinadora del libro *El viaje de la heroína. 10 iconos femeninos épicos del cine y la televisión*, trató sobre cómo «la mujer siempre es objeto o premio para el hombre, pero no sujeto del que parten las aventuras» y de sus dos tipos de representaciones: hipersexualizada y como mujer fálica o masculinizada. Raya señaló que «las mujeres tenemos que atrevernos a crear productos de épica, de fantasía» y, como espectadores, a consumir productos que no caigan en los reproducción de los tópicos.

Por último, Cristina Abad, periodista, crítica de cine y subdirectora de la revista *Fila Siete*, se mostró más optimista y esperanzada sobre el futuro de la mujer dentro de la industria audiovisual, aunque incidió en que la poca presencia femenina se da también en el caso de la crítica cinematográfica.

El CAA: un punto de encuentro

El Consejo Audiovisual de Andalucía ofrece sus instalaciones al servicio de aquellas entidades relacionadas con la protección de los derechos de la ciudadanía o con el sector audiovisual con el fin de dar mayor visibilidad a las actividades que organicen. En los meses de enero y febrero de 2020 la sede del CAA acogió dos reuniones, una promovida por la Asociación de Emisoras Municipales y Ciudadanas de Andalucía de Radio y Televisión (EMA-RTV) y otra de la Asociación para el Progreso de la Comunicación. En concreto, la APC celebró una concurrada Asamblea General en la sede del CAA para elegir a la nueva Junta Directiva y el nuevo Consejo Consultivo de esta asociación.

En la apertura de la jornada Propiedad Intelectual en los medios de comunicación públicos y ciudadanos, organizada por la EMA-RTV y la Federación Andaluza de Municipios y Provincias (FAMP), Checa afirmó que «las apropiaciones de trabajo intelectual, las copias literales de artículos ajenos, van claramente en contra del periodismo de calidad», por lo que subrayó la relevancia de los mecanismos de protección. El objetivo de este encuentro fue profundizar y debatir sobre la administración de los derechos de propiedad intelectual respecto a los medios públicos y ciudadanos, la Ley de Propiedad Intelectual aprobada en 2019, las tarifas generales para la comunicación pública de fonogramas o los instrumentos para mejorar el control y la rendición de cuentas por las entidades de gestión.

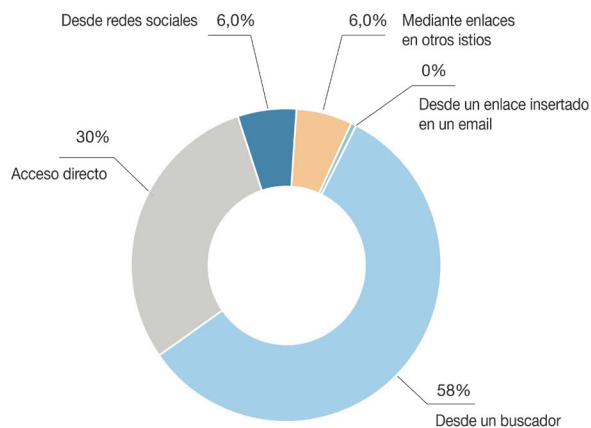
3.4. PÁGINA WEB, REDES SOCIALES Y BLOG

El Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) ha continuado durante 2020 potenciado el contenido y funcionamiento de la web (<https://consejoaudiovisualdeandalucia.es>), que ofrece una completa y detallada información sobre toda la actividad que desarrolla este organismo, incluidas las decisiones adoptadas por el pleno, informes técnicos, acuerdos, resoluciones de las reclamaciones presentadas ante la Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA), informes y los eventos organizados. La página web registró a lo largo del año pasado 97.349 visitas.

La duración media de las visitas a la web fue de 3 minutos y 24 segundos. La vía de entrada más frecuente a la página fue, en primer lugar, desde un buscador (58%), seguida por el acceso directo a la URL (30%). Otras opciones de acceso fueron las redes sociales (6%) y mediante enlace en otros sitios web (6%).

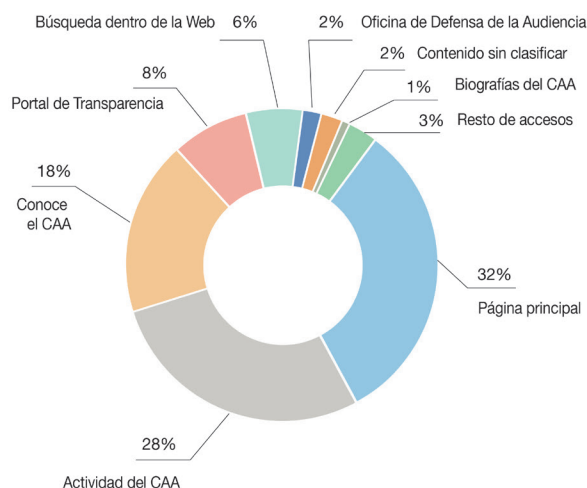
La sección más visitada de la web del CAA, excluida de la página de inicio, fue la de Actividad del Consejo, que concentró casi un tercio de los accesos con 26.830 visitas y un 27,56% del total, seguida de Conoce el CAA (17.811 visitas y 18% del total). El resto de entradas se encauzaron fundamentalmente hacia el Portal de la Transparencia (7.764 visitas, 8%), Búsqueda dentro de la Web (6.070 visitas, 6%) y la Oficina de Defensa de la Audiencia (2.401 visitas, 2,5%).

Gráfico 16. Vías de acceso a la web del CAA



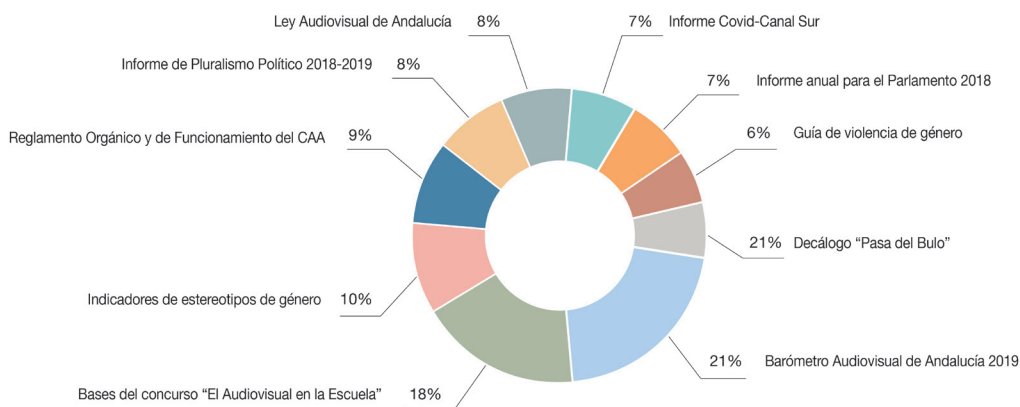
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 17. Secciones más visitadas de la web del CAA



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 18. Documentos más descargados desde la web del CAA



Fuente: Elaboración propia

Durante 2019 se contabilizaron 5.554 descargas de documentos desde la web del CAA, lo que supone un 25% más que el año anterior. Los archivos más descargados fueron el Barómetro Audiovisual de Andalucía 2019, las bases de la convocatoria de la sexta edición de los Premios Andaluces «El Audiovisual en la Escuela», los Indicadores de Estereotipo de Género, el Reglamento Orgánico y de Funcionamiento del Consejo, el Informe de Pluralismo Político 2018-2019, la Ley Audiovisual de Andalucía, el Informe sobre el tratamiento informativo de la crisis del coronavirus en Canal Sur TV, el Informe Anual para el Parlamento, la Guía para el Tratamiento Informativo de la Violencia de Género y el Decálogo #Pasa del Bulo y navega seguro, recomendaciones para proteger a los menores de las noticias falsas y la desinformación.

El Consejo Audiovisual de Andalucía ha acrecentado en 2020 su presencia en las redes sociales con más visualizaciones y nuevos seguidores a través de Facebook, Twitter y Youtube, así como con su estreno en Instagram. En el canal de Youtube CAudiovisualAndaluz se pueden ver, entre otros vídeos sobre actuaciones y recomendaciones de este organismo, los trabajos ganadores de las seis ediciones celebradas de los Premios Andaluces «El Audiovisual en la Escuela».

Brújula para Internautas Libres

Una de las principales líneas a seguir por el Consejo Audiovisual de Andalucía es la alfabetización mediática centrada en el mundo web. Con ella se pretende enseñar a la población andaluza el buen uso de Internet para que esté protegida en la Red. En este sentido, en 2020 desde el blog, que se encuentra en la página web del CAA, se difundieron una serie de artículos para crear navegantes críticos y protegidos en el mundo web llamada «Brújula para internautas libres». En estas entradas del blog se abordan distintas problemáticas que la

Red puede causar a sus usuarios. Phishing, Fake News, Sexting, El filtro burbuja o el Ciberacoso, son los cinco problemas sobre los que tratan estas entradas del blog.

El primer artículo es «Brújula para internautas libres», publicado el 15 de mayo de 2020, sirve de introducción para el resto de artículos y hace un pequeño recorrido por los puntos que se tratarán en los siguientes. Centra la atención en la importancia de hacer un buen uso de la Red para así poder sacarle el máximo partido posible ya que, esta tiene muchas ventajas pero a la vez también muchos peligros.

La segunda entrada con esta temática es «Brújula para internautas libres: Phishing» publicada el 8 de junio de 2020. El phishing o estafa digital se podría definir como la recopilación de información confidencial a partir de la usurpación de la identidad de empresas, personas u organizaciones con el fin de estafar económicamente a los usuarios. Este es uno de los mayores problemas causado de la vulnerabilidad en la Red y el desconocimiento de esta. Captan a los internautas con anuncios falsos en los correos que son a simple vista difíciles de ver su falsedad. Para evitar esto se presentan unas sencillas recomendaciones.

El 3 de agosto de 2020 se publicó la siguiente entrada de la Brújula, dedicada al sexting, que se define como la emisión o recepción de contenido textual o audiovisual de carácter sexual a través de las nuevas tecnologías. En sí esta práctica no es negativa, realmente el problema está en que en muchas ocasiones deriva en ciberacoso es decir, chantajean a la persona que ha enviado voluntariamente sus fotos a otro usuario con la difusión de los contenidos. El ciberacoso sexual por parte de adultos a menores o grooming es también igual de importante.

«Brújula para internautas libres: El filtro burbuja» se publicó el 15 de septiembre de 2020. Este artículo trataba sobre el proceso mediante el cual un servidor web muestra al usuario resultados ajustados a sus intereses, tomando información previa como ubicación, gustos o búsquedas realizadas.

El último post de la Brújula estuvo centrado en el ciberacoso o cyberbullying, que se define como el uso indebido de las herramientas online con el fin de amenazar, intimidar, molestar, insultar o acosar a una persona, desgraciadamente esto suele ocurrir con mucha frecuencia entre los jóvenes.

4. RECOMENDACIONES

El Consejo Audiovisual de Andalucía actúa como intermediario entre los medios de comunicación y la sociedad, en aras de garantizar que el ejercicio del derecho a la información sea compatible con los derechos fundamentales que como ciudadanos tienen los protagonistas de las noticias. Para alcanzar dicho fin el CAA elabora recomendaciones dirigidas a los profesionales de la comunicación y a la sociedad en general.

Recomendaciones acerca de la información sobre supuesto desabastecimiento en superficies comerciales por la crisis del coronavirus

En marzo de 2020 el Consejo aprobó unas recomendaciones sobre el tratamiento informativo de los supuestos episodios de desabastecimiento en superficies comerciales por la crisis sanitaria del coronavirus,

en las que se apela a los medios de comunicación para que se informe con responsabilidad, de forma que se evite la espectacularización y la repetición innecesaria de imágenes alarmistas de estantes vacíos.

Asimismo, y en el mismo sentido en que se están expresando las asociaciones de profesionales del periodismo, el CAA instó a que se extreme el rigor y no se difundan imágenes sin comprobar fehacientemente que corresponden al momento actual en nuestro país. Según el Consejo, estas recomendaciones son, si cabe, de especial valor para la difusión por los medios de las noticias mediante sus redes sociales, dada la premura y la inmediatez que suele caracterizar a este tipo de comunicación.

Este organismo expresó así su preocupación ante el posible efecto que la proliferación de noticias sobre desabastecimiento en supermercados podía causar en la población. El CAA reiteró los llamamientos a la calma realizados por las autoridades, recordando que no existían motivos de preocupación respecto al abastecimiento de los productos básicos y que, por tanto, los medios tienen la obligación de ser conscientes de su enorme influencia en la población, por lo que no deben contribuir a aumentar una alarma que podría promover el acaparamiento de estos productos básicos por una parte de la ciudadanía.

El Consejo recordó también que las consideraciones anteriores no deben aplicarse solamente a las noticias sobre desabastecimiento, sino que se hacen extensivas a toda información sobre un asunto tan sensible como la crisis sanitaria del coronavirus, en donde debe primar la profesionalidad, el rigor, la calma y la responsabilidad por parte de los medios de comunicación. No obstante, el CAA reconoció la labor de los profesionales en Andalucía que durante la pandemia están haciendo un ejercicio de responsabilidad y que están afrontando una situación de escala internacional que pone a prueba a los medios informativos.

Recomendaciones para la protección de menores en el entorno digital

El confinamiento y la crisis sanitaria provocada por la COVID-19 han puesto de manifiesto la importancia de internet, que se ha convertido, más si cabe, en parte fundamental de nuestras vidas y que ha hecho de la alfabetización digital una necesidad imperativa. De la red han dependido muchas estructuras, entre ellas la educativa, organizada y materializada en formato online. Ante esta situación el Consejo publicó en junio de 2020 un nuevo documento de «Recomendaciones para la protección de menores en el entorno digital», con el objetivo de apoyar la tarea educativa de los padres y educadores y hacer de la red un lugar más provechoso y seguro para los más jóvenes. El CAA, en su función de salvaguardar los derechos de los menores, busca contribuir así a que internet sea un buen aliado y no un peligroso adversario.

En este sentido, el CAA subraya en sus recomendaciones la importancia de poder enseñar a distinguir entre el uso personal y el uso público de la red. El primero se dirige a familiares y amigos, el segundo a un receptor desconocido. Hay que cuidar lo que se publica, no solo por preservar la intimidad de cada cual, sino también para formar nuestro yo digital (nuestra identidad a partir de lo publicado en redes sociales). De esta forma, hay que enseñarles a que accedan a su información sólo aquellas personas que ellos elijan; que eviten que sus perfiles sean una puerta abierta a su propia intimidad o que nunca faciliten información personal de terceros sin su consentimiento.

El Consejo Audiovisual aconseja, por otra parte, limitar el tiempo que pasan los menores en internet. Sobrepasar las dos horas seguidas es negativo y puede contribuir a la creación de un estilo de vida sedentario, así como generar el llamado síndrome FOMO (miedo a estar desinformado). Además, es conveniente que los padres eduquen a sus hijos a convivir y respetar dentro del entorno digital, tal y como lo hacen fuera de él.

La ciberseguridad es otro apartado en el que inciden las recomendaciones del CAA. La seguridad total en internet no existe, pero sí los comportamientos seguros. El conocimiento de las técnicas empleadas por los ciberdelincuentes ayudará a los menores a desenvolverse con mayor precaución. Deben ser informados sobre estrategias de engaño como el sexting (envío de información con carácter sexual), cyberbullying (daño intencionado repetido entre iguales) o el grooming (acercamiento de un adulto a un menor con fines sexuales), así como prevenidos sobre la existencia de falsas identidades y de las consecuencias que podría tener quedar con alguien contactado a través de internet, sin la supervisión de un adulto y sin informar de la cita a familiares o amigos.

Una de las principales preocupaciones de padres y educadores es la brecha digital, que sin duda tiene una explicación generacional. El CAA recomienda al respecto que conviene hacer un esfuerzo por parte de los adultos con menores a su cargo, formándose, estudiando y conociendo a fondo el buen uso de estas herramientas digitales.

Decálogo para proteger a los menores ante los bulos y noticias falsas en la red

El Consejo elaboró en julio de 2020 un decálogo de recomendaciones para frenar la cada vez más extendida difusión de fake news. El objetivo es apoyar a padres y educadores a la hora de afrontar esta problemática con los menores, dotándolos de las herramientas necesarias para detectar bulos o noticias falsas. Con la difusión de estos consejos y advertencias en redes sociales, el Consejo pone en marcha una nueva iniciativa, enmarcada dentro de su labor de alfabetización mediática, que tendrá continuidad este otoño con una campaña en televisión a través de pequeños anuncios y con la colaboración de prestadores audiovisuales de la comunidad autónoma. El CAA continúa así con su tarea de velar por la protección del menor en el entorno digital y, en este caso, los esfuerzos se centran en evitar la desinformación y la manipulación. Para ello es necesario actuar con sentido crítico y enseñar a los jóvenes que no todo lo que se publica en la red es cierto.

Detrás de cada noticia falsa suele haber intereses económicos, políticos o comerciales que, en última instancia, buscan manipular al receptor y crear en él una imagen distorsionada de la realidad. En ocasiones, incluso, el envío masivo de un mismo bulo puede hacernos tomar decisiones erradas o dar por válidas informaciones que en absoluto lo son.

Internet ha cambiado las reglas de juego, también para el periodismo, que ha tenido que adecuarse a un nuevo contexto donde prima la instantaneidad. Sin embargo, el primer consejo de este decálogo es, precisamente, el de concienciar a los menores del trabajo que requiere elaborar un buen reportaje o una noticia contrastada, y se recomienda desconfiar de las «noticias bomba» y preguntarse si estamos ante un bulo.

El remitente de la supuesta información puede poner también en aviso ante un posible bulo. De este modo, el CAA recomienda investigar la fuente de las noticias y poner atención en la persona, organización o entidad que remite la historia, analizando si se trata o no de un emisor desconocido, comprobando que sea una fuente con buena reputación por su rigor y veracidad y contrastando lo leído con otras publicaciones.

La propia dirección URL, que debemos igualmente revisar, puede confirmar o no la autenticidad de un determinado sitio web. Son habituales cambios de nomenclatura casi imperceptibles, como por ejemplo «Facebok» o «Twiiter», en lugar de Facebook y Twitter, por lo que analizar el enlace y comprobar también si empieza por «https», incluyendo la letra «s», es crucial.

Los elementos formales que componen la noticia pueden, de la misma manera, dejar entrever que nos encontramos ante una noticia falsa, por lo que hay que comprobar el formato. Las imágenes de dudoso cuidado o un texto mal redactado suelen ser indicios de que, efectivamente, se trata de un bulo, aunque la manipulación puede ser más sutil. Es habitual, por ejemplo, difundir noticias reales, pero absolutamente descontextualizadas y de fechas pretéritas, por lo que hay que prestar atención también a las fechas.

Aplicar el sentido común y actuar como haríamos fuera del entorno online (off-line vs on-line) es necesario y bastaría para evitar, por ejemplo, técnicas tales como el «clickbait». Titulares sensacionalistas o supuestos sorteos buscan sólo y exclusivamente el acceso a un enlace carente de contenido y, en ocasiones, malicioso para nuestros dispositivos. Aquella información que cuesta creer que sea cierta fuera de la red, hay que ponerla en duda también al verla publicada en internet. Ante la duda, no hacer clic.

Internet es ya parte de nuestra rutina y, como tal, se debe navegar con respeto y educación por la red. El ciberacoso es uno de los grandes temas a solucionar, sobre todo entre los jóvenes. No se debe emitir contenidos que atenten contra la integridad de los demás y tampoco compartirlos, puesto que todos, a fin de cuentas, forman parte de esa difusión. Hay que pensar antes de compartir y no se deben reenviar mensajes en cadena de tipo alarmista, especialmente aquellos que contengan enlaces a sitios web o a descargas de apps que se desconocen.

Las recomendaciones del Consejo Audiovisual de Andalucía inciden especialmente en la necesidad de educar a los más jóvenes y desarrollar en ellos una mirada crítica y reflexiva, capaz de afrontar los muchos riesgos que existen en la red y para hacer de ella un complemento beneficioso pero sin caer en la manipulación y la desinformación. Se aconseja igualmente evitar las prisas, para favorecer un análisis más detenido y amplio que ayude a dilucidar qué es real y qué no en la red, y fomentar el razonamiento de niños y adolescentes con el objetivo de animarles a que sean más críticos con lo que comparten y a buscar contenidos positivos de calidad en internet.

5. PROYECCIÓN INSTITUCIONAL

5.1. ENCUENTROS CON OTROS ORGANISMOS REGULADORES

Plataforma Europea de Autoridades Reguladoras (EPRA)

El CAA es miembro de la Plataforma Europea de Autoridades Reguladoras (EPRA) desde 2009. Esta red internacional de consejos audiovisuales está compuesta por 54 autoridades de 47 países. Creada en 1995, la

EPRA tiene como objetivo el debate e intercambio de experiencias entre las autoridades reguladoras sobre los retos comunes que se presentan en el sector audiovisual a nivel europeo, nacional y regional. En estos encuentros participan, además de las autoridades audiovisuales, representantes de la Comisión Europea, el Observatorio Audiovisual Europeo y el Consejo de Europa que comunican a la plataforma cuestiones de actualidad audiovisual en sus respectivos ámbitos de competencias.

En 2020 las dificultades derivadas de la crisis sanitaria alteraron la dinámica de trabajo de esta plataforma, que tenía establecida la celebración bianual de reuniones presenciales en distintas localizaciones europeas. Los encuentros previstos para mayo en Amberes (Bélgica) y octubre en Róterdam (Países Bajos) fueron cancelados, no obstante, se organizaron seminarios virtuales (*webinars*) para mantener vivo el propósito de esta red de generar foros de reflexión sobre la actualidad audiovisual. El CAA asistió a estas reuniones en las que se abordaron asuntos como la publicidad en los juegos de apuestas online, el pluralismo informativo, la alfabetización mediática, la regulación de las plataformas de intercambio de vídeos y, en especial, los retos que implica la aplicación de la nueva Directiva Europea 2018/1808 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Asimismo, el Consejo envió a la EPRA dos informes semestrales (*country reports*) relativos a su actividad para dar a conocer su labor al resto de miembros de la plataforma.

Red de Instituciones Reguladoras Mediterráneas (RIRM)

La Red de Instituciones Reguladoras Mediterráneas (RIRM) está compuesta por 26 autoridades audiovisuales de 23 países distintos de ambas orillas del Mediterráneo. En 2006 el Consejo Audiovisual de Andalucía se unió a esta plataforma y desde entonces ha participado en las asambleas plenarias que se han celebrado. Sin embargo, el nuevo equipo del CAA todavía no ha tenido la oportunidad de presentarse oficialmente en una Asamblea Plenaria de la RIRM, ya que el encuentro organizado por la Agencija za Elektroničke Medije (AEM) de Croacia en las ciudades croatas de Cavtat y Dubrovnik ha sido pospuesto en dos ocasiones (primero en mayo y luego en octubre) ante los problemas ocasionados por la pandemia. La AEM, como regulador que asume la vicepresidencia de la RIRM, ha propuesto una nueva fecha, mayo de 2021, pero su celebración dependerá de la evolución de la crisis de la COVID-19 en Europa.

La RIRM tiene por objetivo fortalecer las relaciones entre sus miembros a través de la creación de dos grupos de trabajo sobre los medios de comunicación con perspectiva de género y la alfabetización mediática, respectivamente. El 17 de diciembre de 2020 el CAA participó en el taller virtual sobre género organizado por el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, que lidera este grupo en el que participa el Consejo. En este encuentro se aprobó por unanimidad el Estudio sobre el tratamiento informativo de la violencia de género en el espacio audiovisual mediterráneo y las Recomendaciones sobre el tratamiento de la violencia de género, que se presentarán en la próxima asamblea.

PRAI

El Consejo forma parte de la Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual de Iberoamérica (PRAI) desde la fundación de esta red en 2015. Las acciones de la PRAI se basan en el intercambio de experiencias y la coordinación de iniciativas conjuntas relacionadas con la regulación audiovisual. Actualmente está compuesta por reguladores de Argentina, Chile, España, Perú, Portugal, Ecuador, México, Colombia y Brasil; además de Costa Rica y Marruecos en calidad de miembros observadores.

El 25 de junio de 2020 el CAA asistió virtualmente a la Asamblea General Extraordinaria de la PRAI, donde se valoró el impacto de la pandemia en el sector y se ratificó la incorporación del Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) de Argentina y de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) de Colombia. Por parte del Consejo fueron convocados a este encuentro el presidente, Antonio Checa, y las consejeras Pilar Jimeno y María Luisa Suero, que lideran dentro de la plataforma un grupo de trabajo sobre estereotipos de género e igualdad. La intervención de Antonio Checa, primera en una asamblea General desde que es presidente, se centró en desgranar la actuación del CAA ante el nuevo panorama provocado por la crisis sanitaria, en el que se ha producido un notable aumento del consumo audiovisual. De manera previa a la asamblea, los miembros de la PRAI retomaron sus actividades de trabajo en grupo durante cinco jornadas abiertas, organizadas semanalmente durante los meses de mayo y junio de 2020 con el objetivo de resolver cuestiones administrativas y abordar temas de importancia a través de varios seminarios. Entre los asuntos tratados el CAA acordó enviar un cuestionario a todos los miembros de la plataforma, con el propósito de conocer si las autoridades reguladoras realizan una tarea de monitoreo y análisis de los contenidos audiovisuales para promover una representación equilibrada y no estereotipada de hombres y mujeres y contribuir a luchar contra la violencia de género.

Los resultados de dicha encuesta fueron presentados el 30 de noviembre de 2020 durante la celebración de la Asamblea General Ordinaria de la PRAI. Las consejeras Jiménez y Suero expusieron las conclusiones del dicho cuestionario, el cual constata que una amplia mayoría de los reguladores iberoamericanos encuestados tienen legislación, competencias y capacidad para actuar en materia de igualdad y estereotipos de género. Los resultados más positivos en este ámbito los encontramos en la realización de informes sobre violencia de género, ya que, según las respuestas, el 73% de los organismos elaboran este tipo de análisis. De los ocho reguladores que lo realizan, dos lo hacen anualmente, tres bajo demanda, uno semanalmente y los dos últimos lo hacen con otra periodicidad. Por otra parte, más de la mitad, el 54% cuenta con criterios orientadores de conductas sexistas. Para finalizar, Pilar Jimeno y María Luisa Suero propusieron dos líneas de actuación diferenciadas en el grupo de trabajo que lideran. Por un lado, la elaboración de un documento de recomendaciones para impulsar la representación de la mujer en la programación televisiva y el adecuado tratamiento de la violencia de género. Por otro, la redacción de un documento común de indicadores y criterios para la identificación, seguimiento y evaluación de contenidos audiovisuales en relación con la Igualdad y la Violencia de Género.

5.2. RELACIONES INSTITUCIONALES*Parlamento de Andalucía*

En julio de 2020, Antonio Checa, presidente del CAA, entregó a la presidenta del Parlamento, Marta Bosquet, el Informe Anual 2019 de la institución, que recoge las resoluciones, informes, publicaciones y actividades realizadas a lo largo de ese año, así como un resumen de las infracciones detectadas y de las reclamaciones recibidas por vulnerarse la normativa en materia. Asimismo, compareció ante la Comisión de Presidencia, Administración Pública e Interior del Parlamento andaluz para presentar dicha memoria correspondiente al ejercicio 2019. Durante su exposición afirmó que es imprescindible «una acción decidida» de los poderes públicos contra la piratería audiovisual, «y que el propio Parlamento tome también conciencia del problema». Checa se refirió igualmente a la falta de avances significativos en el pluralismo político de las televisiones locales, y destacó también que la defensa de los menores en el entorno digital y la atención a los problemas específicos de las minorías fueron tareas prioritarias de esta institución durante 2019.

Antonio Checa señaló que desde su creación el Consejo viene advirtiendo sobre la persistencia en la comunidad autónoma de altos niveles de piratería audiovisual, tanto en la radio como en la televisión, «con muchas emisiones ilegales que prolongan su actividad en el tiempo y, entre otras consecuencias, destrozan la libre competencia y debilitan el sector». Por otro lado, el presidente del CAA lamentó que no se hayan producido avances «continuados y significativos» en el ámbito del pluralismo político, fundamentalmente entre las televisiones locales públicas. De hecho, el principal tema de las quejas recibidas a través de la Oficina de Defensa de la Audiencia es el pluralismo, imparcialidad y veracidad, seguido por los contenidos discriminatorios u ofensivos para colectivos y la igualdad y género.

Tras la renovación de la composición del Consejo en julio de 2019, con la reducción de sus miembros de once a nueve consejeros y consejeras, Antonio Checa explicó que se ha iniciado una nueva etapa en la que se mantienen las tareas encomendadas por ley a la entidad, como la protección e impulso del pluralismo político, la defensa de la igualdad o la protección de los menores en el ámbito audiovisual, pero también «se han introducido ya las primeras iniciativas y frutos de la renovación, con nuevas inquietudes y nuevas actuaciones». Y todo ello además, subrayó el presidente, «con un compromiso de transparencia sobre su organización y funcionamiento».

El presidente defendió la utilidad de la institución como herramienta indispensable en la sociedad actual. «La creciente complejidad del mundo audiovisual y los desarrollos que se vislumbran, la inmediatez y amplitud con que circula todo tipo de información o contenidos en los medios, y la influencia que ejercen, hacen necesarios órganos como los consejos audiovisuales», recalcó el presidente. Y concluyó afirmando que esta institución lleva más de 15 años «luchando por hacer más transparente el mundo audiovisual andaluz», y aunque «queda mucho por hacer y no faltan nuevas exigencias», la comunidad tiene en el Consejo «un instrumento que entre todos debemos mejorar, pero que en las sociedades de hoy resulta imprescindible».

5.3. CONVENIOS Y PROTOCOLOS**1. Convenio de Colaboración con la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL)**

En 2020 reforzaron su colaboración el Consejo Audiovisual de Andalucía y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL) con la firma de un nuevo convenio con el objetivo de cooperar en la detección, corrección y supresión de la publicidad ilícita o desleal a través de la autorregulación. Este acuerdo fue firmado el 13 de julio por el presidente del CAA, Antonio Checa y el director general de AUTOCONTROL, José Domingo Gómez.

Este nuevo convenio viene a sustituir el ya firmado en 2006 y además renovar los ámbitos de la colaboración ya que deben adecuarse a la nueva normativa vigente (Ley 40/2015, de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público). Ambas instituciones se comprometen a estar en constante comunicación sobre las acciones de divulgación, formación o estudio que realizan, así como colaborar entre ambas para hacerlas efectivas.

La Asociación AUTOCONTROL es la encargada de regular las comunicaciones comerciales en España para asegurarse que se rigen por la ética publicitaria y no actúan contra los derechos de los consumidores. Para ello se encarga de revisar previamente las campañas publicitarias y controlar al órgano que se encarga de resolver las reclamaciones, el Jurado de la Publicidad.

Bajo este convenio el Consejo tiene el derecho de solicitar a AUTOCONTROL información acerca de si una determinada comunicación comercial audiovisual ha obtenido informe positivo en el procedimiento de consulta previa, así como si ha sido objeto de una resolución de controversias en el seno del Jurado de la Publicidad.

También podrá el Consejo poner en conocimiento de AUTOCONTROL un caso concreto para que el Jurado de la Publicidad se pronuncie e, igualmente, podrá trasladarle las quejas o reclamaciones que reciba sobre la licitud o corrección deontológica de determinados anuncios, para que este jurado se pronuncie sobre los mismos.

Ambos sacarán adelante las acciones que consideren necesarias para facilitar el seguimiento y control de las comunicaciones comerciales dentro del ámbito de competencia de la comunidad autónoma andaluza.

2. Protocolo General de Actuación con el Defensor del Pueblo Andaluz

El presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA), Antonio Checa y el Defensor del Pueblo Andaluz, Jesús Maeztu firmaron el 9 de noviembre un Protocolo General de Actuación dirigido especialmente a la defensa de los derechos de los menores en los medios de comunicación.

Esta colaboración entra dentro de la estrategia del CAA de promover la alfabetización mediática en la ciudadanía andaluza, con el fin de que esta tenga las herramientas necesarias de protección ante el mal uso de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC). Igualmente se enmarca en el Convenio Marco de Colaboración que firmaron en 2006 ambas instituciones.

Las actuaciones conjuntas, promovidas por ambos organismos, irán encaminadas a enseñar a decodificar el gran número de mensajes que se reciben diariamente, así como visibilizar las herramientas necesarias para poder protegerse de las noticias falsas y la desinformación.

Ambas entidades tienen especial interés en la protección de los menores, que se han visto en los últimos años más expuestos al mal uso de las TIC, a las que tienen una mayor accesibilidad. Igualmente es preocupante para el Consejo el fácil acceso de los jóvenes a los juegos en línea, dando lugar a que aumenten las adicciones a este tipo de entretenimiento, una práctica que en muchas ocasiones conduce a la ludopatía.

El CAA ya ha comenzado con la puesta en marcha de las primeras acciones, en concreto, la campaña «Pasa del bulo y navega seguro» y el decálogo para proteger a los menores ante los bulos y noticias falsas en la Red. Este listado de recomendaciones está accesible en la web y en las redes sociales del Consejo y consta de una serie de consejos explicativos de cómo estar seguro en el entorno digital.

6. ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO

6.1. COMPOSICIÓN Y MIEMBROS

La Ley 1/2004, de 17 de diciembre abordó la creación en 2005 del Consejo Audiovisual de Andalucía, como autoridad pública, de autogobierno e independiente. Es una institución integrada por personas de reconocido prestigio en los ámbitos de la comunicación audiovisual, científico, educativo, cultural o social, según establece su Ley de Creación. Los miembros del Consejo Audiovisual de Andalucía, incluida su Presidencia, son nombrados por periodo igual al de la legislatura y pueden ser reelegidos. Una vez agotado el mandato, continuarán ejerciendo sus funciones hasta la elección del nuevo Consejo. El Parlamento de Andalucía procederá a dicha elección en el plazo máximo de un año desde su constitución.

El Consejo es un órgano colegiado, es decir, sus decisiones se acuerdan en Pleno, compuesto por nueve miembros, respetando la paridad de género, elegidos por el Parlamento de Andalucía por mayoría de tres quintos de sus miembros, y nombrados por el Consejo de Gobierno, según la Ley 2/2019, de 26 de junio. Esta normativa ha supuesto la reducción del número de miembros para lograr, sin afectar a la eficacia y pluralidad, una reducción del coste de altos cargos para aprovechar al máximo los recursos propios con los que cuenta la Junta de Andalucía. El Consejo Audiovisual de Andalucía está integrado actualmente por nueve consejeros y consejeras, elegidos por el Parlamento de Andalucía, de los cuales uno es nombrado para la Presidencia, mientras que el Secretario General es designado por la Presidencia. A fecha 31 de diciembre de 2019, el Pleno estaba compuesto por 10 altos cargos: presidente, secretario general, tres consejeros y cinco consejeras.

La persona que ocupa la Presidencia, como máxima representante legal del Consejo Audiovisual de Andalucía –art. 12 de su Reglamento orgánico y de funcionamiento– es propuesta por el Pleno de entre sus miembros y nombrada por el/la Presidente/a de la Junta de Andalucía, mediante decreto acordado por el Consejo de Gobierno - art. 5 de su Ley de Creación. La persona titular de la Presidencia está asistida técnicamente y asesorada por el Gabinete de la Presidencia, constituido por dos miembros (personal eventual), puestos cubiertos en su totalidad. Durante 2019 como consecuencia de la aprobación del Decreto 439/2019 de 2 de abril los efectivos eventuales del Gabinete experimentaron una disminución del 50%, pasando de cuatro a los dos actuales.

COMPOSICIÓN

Presidente

D. Antonio Checa Godoy

Consejeros/as

D. Joaquín Durán Ayo

D. Paulino García García

D^a Pilar Jimeno Llerena

D^a Ana Millán Muñoz

D. Mateo Rísquez Madrdejos

D^a Juana Amalia Rodríguez Hernández

D^a María Luisa Suero Muñoz

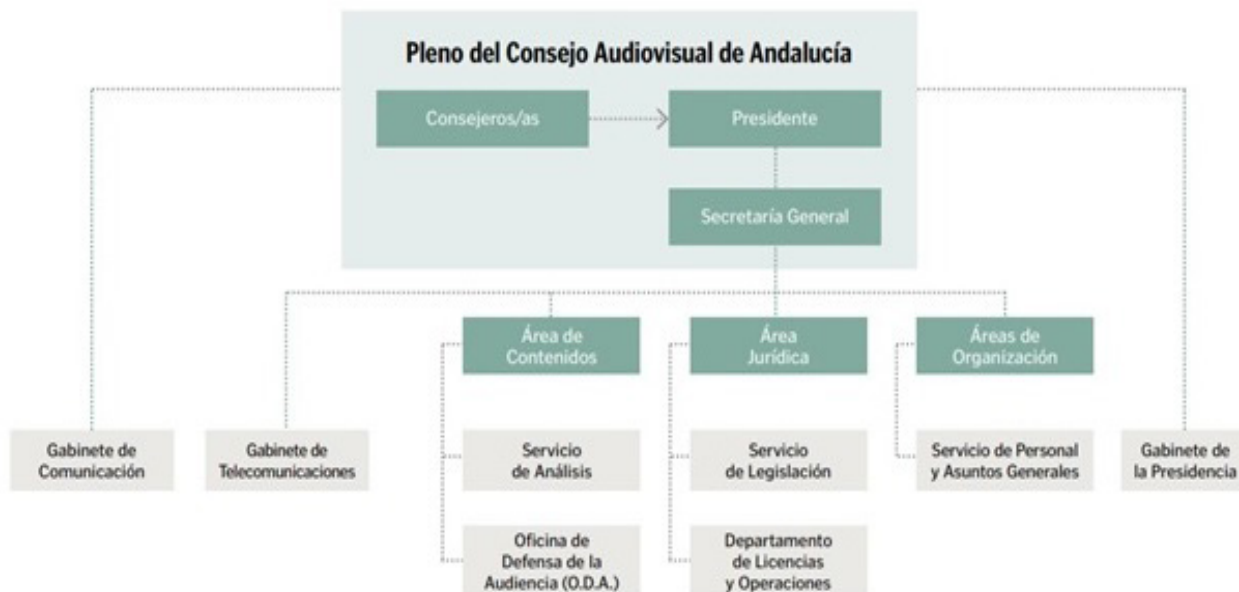
D^a Pilar Távora Sánchez

Secretario general

D. Daniel Ramos Illanes

6.2. ORGANIGRAMA Y FUNCIONES

El Consejo Audiovisual de Andalucía dispone de una organización articulada en tres áreas administrativas: Contenidos, Jurídica y Organización, con un personal funcionario adscrito según procedimientos comunes a la Junta de Andalucía. Además, cuenta con una Secretaría General que, junto a la presidencia, los consejeros y consejeras, componen el Pleno de la Institución.



Las funciones de la Secretaría General y las áreas administrativas son las siguientes:

		Responsabilidades
Secretaría general		<ul style="list-style-type: none"> Administración al servicio del Consejo. Jefatura inmediata del personal y la dirección de las áreas. Convocatorias para la celebración de las sesiones del Pleno y otros órganos del Consejo.
Áreas	Área de Organización	<ul style="list-style-type: none"> Presupuesto, recursos humanos, instalaciones y mobiliario, además de otros servicios.
	Área Jurídica	<ul style="list-style-type: none"> Análisis jurídico de todos los asuntos que conoce el Consejo.
	Área de Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> Análisis y seguimiento de programas de los medios de comunicación audiovisual en Andalucía.

Recursos Humanos

Los recursos humanos con los que cuenta el Consejo Audiovisual de Andalucía pueden agruparse en tres grandes categorías:

El Consejo Audiovisual de Andalucía está integrado actualmente por nueve consejeros y consejeras elegidos por el Parlamento de Andalucía, de los cuales uno será nombrado para la Presidencia y un Secretario General designado por la Presidencia. A fecha 31 de diciembre de 2020, estaba compuesto por 10 altos cargos: presidente, secretario general y ocho consejeros y consejeras.

La persona titular de la Presidencia está asistida técnicamente y asesorada por el Gabinete de la Presidencia, constituido por dos miembros (personal eventual), según lo dispuesto en el Decreto 439/2019, de 2 de abril, por el que se determinan los puestos de personal eventual de la Junta de Andalucía y sus condiciones retributivas (*BOJA* núm. 66 de 5 de abril).

En tercer lugar, el Consejo Audiovisual de Andalucía es asistido para su funcionamiento por personal funcionario y laboral adscritos a la relación de puestos de trabajo aprobada por Decreto 216/2005¹, de 4 de octubre y por el Decreto 91/2006 de 2 de mayo². La misma cuenta con un total 43 de puestos de trabajo, de los que se encontraban ocupados a fecha 31 de diciembre de 2020, un total de 30 puestos: 27 correspondientes a personal funcionario y 3 a personal laboral. El desglose por adscripción a las distintas Áreas y grupos se refleja en los siguientes cuadros:

FUNCIONARIOS	GRUPO A1		GRUPO A2		GRUPO C1		GRUPO C2		TOTAL		
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	Total
Área organización	2	1	0	1	2	2	0	0	4	4	8
Área jurídica	2	2	0	0	0	1	0	0	2	3	5
Área contenidos	3	3	0	1	0	0	0	0	3	4	7
Departamento Informática	0	0	1	0	1	0	0	0	2	0	2
Secretarios/as	0	0	0	0	1	4	0	0	1	4	5
Total	7	6	1	2	5	7	0	0	12	15	27

(*)H: Hombres

(*)M: Mujeres

¹ <http://juntadeandalucia.es/boja/2005/208/d26.pdf>

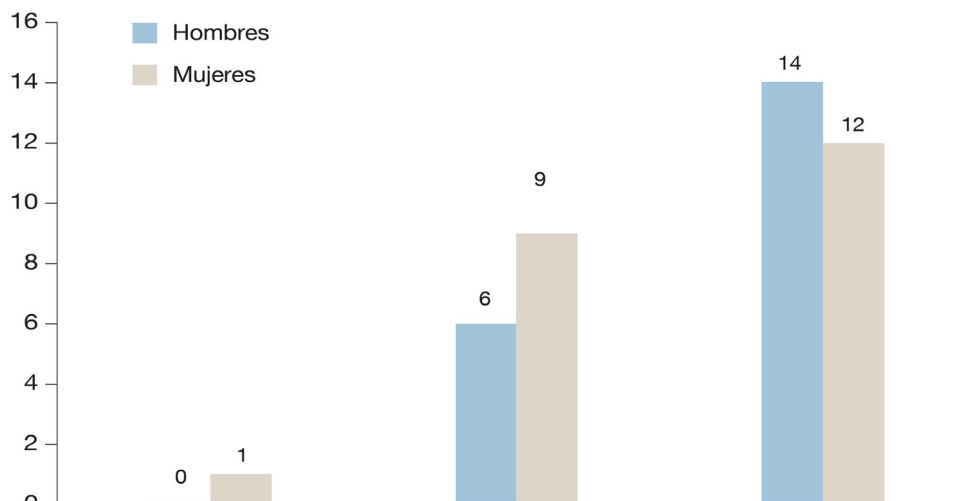
² *BOJA* núm. 147 de 29 de julio de 2013

LABORALES	GRUPO IV		GRUPO V		TOTAL		
	Sexo	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Conductor		1	0	0	0	1	0
P.S.G.		0	0	2	0	2	0
Total		1	0	2	0	3	0

TOTAL PERSONAL POR CATEGORÍA			
SEXO	Hombres	Mujeres	Total
Altos cargos	5	5	10
Eventuales	0	2	2
Funcionarios	12	15	27
Laborales	3	0	3
Total	20	22	42

Total puestos ocupados a 31-12-20³

En resumen, la composición del Consejo desglosado por grupo de edad y sexo es el siguiente:



Asimismo, durante el año 2020 desde el Consejo Audiovisual de Andalucía no se ha llevado a cabo ningún plan de formación, ni becas, como tampoco ha recibido beneficios sociales.

³Fuente: Relación de Puestos de Trabajo del Sistema Integrado de Recursos Humanos de la Junta de Andalucía «Sirhus» a fecha 31-12-20.

6.3. PRESUPUESTO

El CAA cuenta con unos recursos presupuestarios que se recogen en la Sección 06.00 y el Programa Presupuestario 11H «Autoridad y Asesoramiento Audiovisual de la Comunidad Autónoma» del Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Para el ejercicio 2020 el presupuesto del Consejo se dotó con un crédito inicial de 4.498.808,00 euros, lo que representó una cuantía un 2,3% inferior al presupuesto de 2019, continuándose la senda de contención del gasto corriente e inversiones iniciada años atrás, en consonancia con las medidas de austeridad adoptadas por el Gobierno de la Junta de Andalucía.

El presupuesto se distribuyó en cuatro Capítulos: Capítulo I «Gastos de Personal»; Capítulo II «Gastos Corrientes en Bienes y Servicios»; Capítulo IV «Transferencias Corrientes» y Capítulo VI «Inversiones Reales». (Cuadro 1).

El importe de los créditos por Capítulos, así como el peso específico de los mismos sobre el total del presupuesto, se refleja en el cuadro 1. De los datos contenidos en el mismo cabe subrayar que el mayor importe del crédito, concretamente el 62,70%, correspondió a Gastos de Personal.

Durante el ejercicio 2020 no se realizó por parte del Consejo ninguna modificación presupuestaria que afectara a la distribución por capítulos, sin embargo los Capítulos II y VI se vieron afectados por un acuerdo de no disponibilidad aprobado por el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía para dotar un fondo de lucha contra la pandemia de la COVID-19, lo que supuso una disminución del crédito inicial por importe de 100.000 euros, quedando los créditos definitivos totales en 4.398.808 euros.

Tabla 12. Programa Presupuestario 11h: «Autoridad y Asesoramiento Audiovisual». Ejercicio 2020

Capítulo	Crédito inicial	% Capítulo/presupuesto	Crédito definitivo	% Capítulo/presupuesto
Capítulo I. Gastos de personal	2.767.506,00	61,52	2.767.506,00	62,91
Capítulo II. Gastos corrientes en bienes y servicios	994.236,00	22,10	964.236,00	21,92
Capítulo IV. Transferencias corrientes	4.066,00	0,09	4.066,00	0,09
Capítulo VI. Inversiones reales	733.000,00	16,29	663.000,00	15,07
Total	4.498.808,00	100,00	4.398.808,00	100,00

Respecto a la distribución de los créditos definitivos, los gastos de personal (Capítulo I) como caracteriza al Presupuesto del Consejo representan casi el 63% del total, los gastos corrientes o de funcionamiento (Capítulo II) representaron en 2020 un 21,92 % del presupuesto total del Consejo, porcentaje prácticamente algo inferior a los de años precedentes.

Los créditos definitivos del Capítulo VI (Inversiones) en 2020, ascendieron a 663.000,00 euros, cifra muy superior a la del año anterior, representando el 15,07 % del presupuesto total.

Por último, aunque poco significativo, cabe señalar que los créditos del Capítulo IV (transferencias corrientes), han contado con una dotación de 4.066,00 euros lo que representa el 0,09 % del presupuesto del CAA, partida que ha permanecido estable durante los dos últimos ejercicios presupuestarios.

Durante el ejercicio 2020 se reconocieron obligaciones, en contabilidad previa, por importe de 3.584.270,38 euros, alcanzándose un nivel de ejecución del 81,48% sobre el crédito disponible total, nivel de ejecución y de obligaciones reconocidas ligeramente inferior a la del ejercicio precedente (2%), lo que teniendo en cuenta las circunstancias tan excepcionales no supusieron una bajada significativa en la ejecución presupuestaria.

En cuanto a la ejecución por Capítulos (Cuadro 2), cabe subrayar que se sigue acentuando la contención de gasto en la ejecución del Capítulo II, como consecuencia de las medidas de austeridad adoptadas en gastos corrientes, alcanzado las obligaciones reconocidas en Gasto Corriente la cifra de 663.983,75 euros, lo que supuso un porcentaje de ejecución del 68,86%, también hay que señalar que durante 2020 no se presentaron al cobro ninguna de las facturas de suministro eléctrico derivado de incidencias de la compañía comercializadora adjudicataria del contrato centralizado adjudicado por la Dirección General de Patrimonio, lo que representa una inejecución de aproximadamente 30.000 euros que tendrán que ser abonados en ejercicios posteriores.

Tabla 13. Ejecución por Capítulos Programa Presupuestario 11h: Descritos los créditos definitivos pasamos al análisis y comentario sobre la ejecución de los mismos.

Capítulo	Crédito definitivo	Obligaciones reconocidas	% Ejecución Presupuesto 2019
Capítulo I.	2.767.506,00	2.445.839,58	88,38
Capítulo II	964.236,00	663.983,75	68,86
Capítulo IV	4.066,00	3.600,00	88,54
Capítulo VI	663.000,00	470.847,05	71,02
Total	4.398.808,00	3.584.270,38	81,48

Nota: Cifras de ejecución en contabilidad previa

Por otro lado hay que destacar que en el Capítulo VI (Inversiones Reales) las obligaciones reconocidas ascendieron a 470.847,05 euros, cuyo nivel de ejecución respecto a los créditos definitivos fue del 71,02%, aunque la cifra absoluta es similar a la registrada en el ejercicio precedente. La ejecución de este Capítulo VI ha sido posible por la optimización de la gestión de los contratos de actividad, de carácter tarifarios, que ha permitido conseguir al finalizar el ejercicio ciertos ahorros en el Capítulo de Inversiones, ello por el contrario no significa que la totalidad de los créditos no deban estar a disposición de los compromisos contractuales en el presupuesto inicial, ya que ese mínimo ahorro ha podido producirse por la ausencia de incidencias que podrían producirse y además por una gestión "al límite" de lo imprescindible que puede verse alterada

por el encargo al CAA por el Parlamento o el Gobierno de cualquier análisis que incidiría en el gasto de las partidas de este capítulo.

Por último, señalar que el Capítulo I (Gastos de Personal) se ejecutó al 88,38 %, como es sabido en este epígrafe su dinámica y nivel de ejecución dependen exclusivamente de la política retributiva de la Junta de Andalucía, así como de la composición orgánica del Consejo en cuanto a su estructura de recursos humanos y al régimen retributivo legalmente aplicable. La estructura de personal del Consejo aparece detallada en el apartado de Recursos Humanos.

En cuanto a la ejecución presupuestaria teniendo en cuenta la Clasificación Económica del Gasto Público, las Operaciones Corrientes, reflejada el cuadro 3 y que comprenderían los Gastos de Personal (Capítulo I), los Gastos Corrientes en Bienes y Servicios (Capítulo II) y las Transferencias Corrientes (Capítulo IV), que en conjunto han supuesto un peso del 84,93% del presupuesto definitivo del CAA en 2020 y fueron ejecutadas globalmente al 86,86%.

Las Operaciones de Capital, que incluye exclusivamente las Inversiones Reales (Capítulo VI) en el caso del CAA, supusieron el 17,07% de los créditos definitivos de la Sección y que fueron ejecutadas en un 71,02%.

Tabla 14.

Clasificación económica	Crédito definitivo	% Sobre crédito definitivo	Obligaciones reconocidas	%Ejecución
Operaciones corrientes	3.735.808,00	84,93	3.113.423,33	83,30
Operaciones de capital	663.000,00	17,07	470.847,05	71,02

En relación a los ejercicios presupuestarios anteriores, los resultados comparativos de los tres últimos ejercicios aparecen reflejados en el Cuadro 4 siguiente:

Cuadro 4

2018				2019			2020		
Capítulo	Crédito definitivo	Oblig. reconocidas	%Ejec.	Crédito definitivo	Oblig. reconocidas	%Ejec.	Crédito definitivo	Oblig. reconocidas	%Ejec.
Cap. I.	2.868.587	2.628.138,95	91,62%	2.826.000	2.466.121,73	87,27%	2.767.506	2.445.839,58	88,38%
Cap II	1.108.898,	862.830,84	77,81%	1.089.236	837.771,54	76,91%	964.236	663.983,75	68,86%
Cap.IV	4.066	2.400	59,03%	4.066	3.400	83,62%	4.066	3.600	88,54%
Cap. VI	585.000	493.711,06	84,40%	588.000	469.253,11	79,80%	663.000	470.847,05	71,02%
Total	4.566.551	3.987.080,85	87,31%	4.507.302	3.776.546,38	83,79%	4.398.808	3.584.270,38	81,48%

La disminución de los créditos y del gasto en el Capítulo I registrada en los ejercicios 2011 y siguientes obedeció a la incidencia total en dicho capítulo de las medidas de austeridad adoptadas al objeto de paliar la situación de crisis económica. A partir de 2015 cambia la tendencia hacia una cifra más o menos estable, que sigue consolidándose durante 2017, 2018, 2019 y 2020 por la recuperación de las retribuciones del personal funcionario que fueron suprimidas en los ejercicios anteriores. Así, el volumen de los créditos ejecutados correspondientes a los Gastos de Personal (obligaciones reconocidas) en 2020 representó el 68,24% del total del presupuesto ejecutado por el Consejo.

En relación al Capítulo II, las obligaciones reconocidas de este capítulo en 2020 fueron inferiores a las de los ejercicios anteriores, mostrando un porcentaje de ejecución también inferior respecto a los años precedentes, tanto debido a la no presentación al cobra de las facturas de suministro eléctrico, como ya se ha señalado, como por ahorros derivados de la situación originada por la crisis sanitaria.

Respecto a la evolución del Capítulo IV, la cuantía de los créditos disponibles se ha mantenido en idéntica cifra durante el cuatrienio 2017-2020, y se enmarca igualmente dentro de la política de austeridad y contracción del gasto, ejecutándose durante 2020 al 88,54%, señalando no obstante que este capítulo representa menos del 0,10% del Presupuesto del Consejo.

En cuanto al Capítulo VI, se observa que la cuantía de los créditos definitivos permanece en cifras absolutas prácticamente similares durante los últimos tres ejercicios anteriores 2017-2019, experimentando un ligero aumento respecto a la cifra de 2016. Durante el pasado 2020 volvió a experimentar un aumento en las dotaciones de créditos iniciales y definitivos, pese a la indisponibilidad de crédito aprobada por el Consejo de Gobierno para atender a la emergencia sanitaria y que supuso una disminución de 70.000 euros en este Capítulo de inversiones, las obligaciones reconocidas en este pasado ejercicio se situaron en niveles similares al año precedente, ejecutándose al 71,02% respecto al crédito autorizado para el ejercicio 2020.

A modo de resumen del trienio, puede destacarse que el total del crédito definitivo total continua su tendencia decreciente y vuelve a caer por debajo de los niveles del trienio 2017-2019, años que experimentaron aumentos tras una continua y paulatina disminución de los créditos totales iniciada ya hace más de cinco años y que entre 2013 y 2016 supuso un descenso superior al medio millón de euros en los presupuestos del Consejo. También se destaca que las obligaciones reconocidas en su conjunto durante el pasado 2020 descienden respecto a los años precedentes situándose 2020 en el nivel de ejecución más bajo de los últimos cuatro años tanto como reflejo de las medidas de ahorro y austeridad que se llevan a cabo en el Consejo Audiovisual de Andalucía como también de la incidencia en el funcionamiento normal originadas por la crisis sanitaria que estamos padeciendo.

6.4. ÓRGANOS DE GOBIERNO

Pleno

El Pleno es el órgano colegiado del Consejo Audiovisual de Andalucía, su órgano superior de decisión y el encargado de establecer sus líneas de actuación. Está compuesto por los consejeros y consejeras, y se encuentra asistido por el secretario general, que actúa con voz, pero sin voto. En el año 2020, se celebraron 26 sesiones plenarias que tuvieron lugar en la sede del CAA en Sevilla.

Comisiones

Comisiones Permanentes:

Comisión de Contenidos se encarga de:

- El estudio de las alertas detectadas a través del sistema de seguimiento de medios.
- En consecuencia, la elaboración de decisiones, instrucciones o recomendaciones derivadas de contenidos audiovisuales o de publicidad.
- La supervisión de la edición anual del Barómetro Audiovisual de Andalucía.

Comisión de Pluralismo y Regulación se encarga de:

- El planteamiento y debate de cuestiones relacionadas con la salvaguardia de los principios de pluralismo político en los medios.
- La elaboración final de los estudios anuales sobre pluralismo.
- Elaborar las propuestas de modificaciones legislativas y las propuestas de acuerdos que hayan de elevarse al Pleno en los procedimientos sancionadores.
- Estudiar los impactos en la regulación audiovisual que se deriven de la aparición de nuevos servicios o demandas audiovisuales.

Comisión de Fomento de Servicios Público se encarga de:

- La atención al cumplimiento de las funciones de servicio público en los medios autonómicos y locales en aspectos como espacios obligatorios, campañas de sensibilización o publicidad gratuita.
- La elaboración de metodologías, si fuese aconsejable, para la aplicación de la función de servicio público en los medios andaluces.
- El fomento de la emisión de programas audiovisuales de formación para los ámbitos infantil y juvenil, aspectos del consumo u otros que pudieran recomendarse.

Comisión de Promoción, Mediación e Iniciativas se encarga de:

- La promoción del conocimiento de las actividades de todo tipo desarrolladas por el Consejo más allá del ámbito de actuación usual de los Gabinetes de prensa.
- El aporte de iniciativas de actividades o líneas de trabajo sobre el mundo audiovisual atendiendo a nuevas necesidades o tendencias detectadas en el seno de la sociedad andaluza.
- Fomento de las relaciones institucionales y convenios de colaboración.

E igualmente, se crea la Comisión Temporal para la elaboración del Plan Estratégico, que tiene a su cargo la elaboración de un plan estratégico para el Consejo Audiovisual de Andalucía.

COMPOSICIÓN DE LAS COMISIONES

Comisión de contenidos

Presidente

Sr. Consejero Mateo A. Rísquez Madrideojos

Miembros

Sr. Consejero Paulino García García

Sra. Consejera Ana Millán Muñoz

Sra. Consejera María Luisa Suero Muñoz

Sra. Consejera Pilar Távora Sánchez

Secretario: Coordinador del Área de Contenidos

Consejera responsable de la ODA: Sra. Consejera Pilar Jimeno Llerena

Comisión de pluralismo y regulación

Presidente

Sr. Consejero Joaquín Durán Ayo

Miembros

Sr. Consejero Paulino García García

Sra. Consejera Pilar Jimeno Llerena

Sra. Consejera Ana Millán Muñoz

Sra. Consejera J. Amalia Rodríguez Hernández

Secretaria: Coordinadora del Área Jurídica.

Comisión de fomento de servicio público

Presidente

Sr. Consejero Paulino García García

Miembros

Sr. Consejero Mateo A. Rísquez Madrideojos

Sra. Consejera J. Amalia Rodríguez Hernández

Secretario: Coordinador del Área de Organización.

Comisión de promoción, mediación e iniciativas

Presidenta

Sra. Consejera Ana Millán Muñoz

Miembros

Sr. Consejero Joaquín Durán Ayo

Sr. Consejero Paulino García García

Sra. Consejera Pilar Jimeno Llerena

Sra. Consejera Pilar Távora Sánchez

Secretaria: Coordinadora del Área Jurídica.

Comisión temporal para la elaboración del plan estratégico

Presidente

Antonio Checa Godoy

Miembros

Sra. Consejera Ana Millán Muñoz

Sr. Consejero Mateo A. Rísquez Madrideojos

Sra. Consejera María Luisa Suero Muñoz

Sra. Consejera Pilar Távora Sánchez

Secretario: Secretario General del CAA

7. RESUMEN DE ACTIVIDADES

En el año 2020 el Pleno del CAA resolvió 66 acuerdos: 27 decisiones (23 adoptadas por unanimidad y cuatro por mayoría con votos particulares), 18 resoluciones de la ODA (8 por unanimidad y 10 por mayoría con votos particulares), nueve informes preceptivos (7 por unanimidad y 2 por mayoría con votos particulares), siete acuerdos (uno por unanimidad y seis por mayoría con votos particulares), tres recomendaciones (todas por unanimidad) y dos instrucciones (ambas por unanimidad).

Decisiones del pleno

- Decisión 1/2020 del Consejo Audiovisual de Andalucía por la que se efectúa un segundo requerimiento de cese de contenidos potencialmente perjudiciales para menores en horario no permitido al prestador privado autonómico andaluz Bom TV.
- Decisión 2/2020 por la que se advierte al prestador Mezquita Tv de la inserción en contenidos patrocinados de imágenes de bebidas alcohólicas.
- Decisión 3/2020 del Consejo Audiovisual de Andalucía por la que se insta a los medios de comunicación audiovisuales de Andalucía, al Gobierno andaluz y a los municipios andaluces a que emitan campañas y programas de sensibilización y de prevención de la ludopatía destinadas a los menores y jóvenes.
- Decisión 4/2020 del Consejo Audiovisual de Andalucía por la que se requiere al prestador Mezquita TV el cese de inserciones publicitarias en informativos de menos de treinta minutos.
- Decisión 5/2020 del Consejo Audiovisual de Andalucía por la que se advierte al prestador local Teleonuba Costa de la emisión de comunicaciones comerciales sin señalar.
- Decisión 6/2020 por la que se advierte en relación con la inserción de patrocinios dentro del informativo del prestador local Mezquita TV.
- Decisión 7/2020 sobre los contenidos emitidos por las televisiones bajo competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía durante 2019.
- Decisión 8/2020 por la que se requiere el cese de contenidos potencialmente perjudiciales para menores en horario no permitido al prestador privado T. Apache. –
- Decisión 9/2020 por la que se requiere el cese de contenidos potencialmente perjudiciales para menores en horario no permitido al prestador privado Canal 45 TV (Andújar).
- Decisión 10/2020 sobre el pluralismo político de las televisiones públicas andaluzas de ámbito autonómico en 2019.
- Decisión 11/2020 por la que se advierte al prestador PTV Córdoba sobre la presencia de bebidas alcohólicas en programas de cocina.

- Decisión 12/2020 sobre la representación de hombres y mujeres en los informativos de las televisiones públicas andaluzas.
- Decisión 13/2020 por la que se advierte al prestador Teleonuba Huelva sobre la presencia de bebidas alcohólicas en programas de cocina.
- Decisión 14/2020 sobre el Informe de Seguimiento del Código de Conducta Comercial de la RTVA (2019).
- Decisión 15/2020 por la que se advierte sobre la presencia de bebidas alcohólicas de menos de veinte grados en el programa ‘La receta de la semana’ de 8 TV Jerez.
- Decisión 16/2020 por la que se requiere el cese de contenidos potencialmente perjudiciales para menores en horario no permitido al prestador privado T. Apache
- Decisión 17/2020 por la que se advierte sobre la presencia de bebidas alcohólicas de menos de 20 grados en el programa «Las 4 esquinas» de Antaquira TV.
- Decisión 18/2020 por la que se requiere el cese de contenidos potencialmente perjudiciales para menores en horario no permitido al prestador público TG7 (Granada).
- Decisión 19/2020 por la que se requiere el cese de contenidos potencialmente perjudiciales para menores en horario no permitido al prestador Publicaciones del Sur S.A. (7TV Sevilla, 7TV Bahía, 7TV Algeciras y 7TV Almería).
- Decisión 21/2020 sobre accesibilidad a los contenidos audiovisuales en televisiones bajo competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía (2019).
- Decisión 22/2020 por la que se requiere el cese de contenidos potencialmente perjudiciales para menores en horario no permitido al prestador Mezquita TV.
- Decisión 23/2020 sobre el porcentaje de obra europea e independiente en las televisiones autonómicas bajo competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía (2019.)
- Decisión 24/2020 por la que se requiere el cese de comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas de menos de 20 grados en horario no permitido a Canal Sur TV.
- Decisión 25/2020 sobre los informes de presencia y tratamiento de la violencia de género en los informativos de las televisiones públicas andaluzas.
- Decisión 26/2020 sobre la imagen de la discapacidad en la publicidad televisiva.
- Decisión 27/2020 por la que se requiere el cese de contenidos potencialmente perjudiciales para menores en horario no permitido al prestador 101 TV Marbella.
- Decisión 28/2020 sobre el pluralismo político en las televisiones públicas locales de Andalucía 2019-2020.

Resoluciones y acuerdos ODA

- Resolución 1/2020 sobre el tratamiento informativo de un pleno extraordinario en la RTV Tarifa
- Resolución 2/2020 sobre una supuesta falta de imparcialidad y pluralismo en el programa ‘Hoy en día’ de Canal Sur TV
- Resolución 3/2020 sobre supuestos comentarios ofensivos para la afición bética en Radio Marca Sevilla
- Resolución 4/2020 sobre el tratamiento informativo dado por la RTVA a la noticia de la adjudicación de una plaza a la hermana del presidente de la Junta de Andalucía
- Resolución 5/2020 sobre la emisión de comentarios personales supuestamente ofensivos en el programa «La Tarde, aquí y ahora» de Canal Sur TV
- Resolución 6/2020 sobre derecho de acceso de colectivos a la radio municipal de Sanlúcar la Mayor
- Resolución 7/2020 sobre imparcialidad, pluralismo y neutralidad en el tratamiento informativo de la COVID-19 en Canal Sur TV
- Resolución 8/2020 sobre imparcialidad, pluralismo y neutralidad en el tratamiento de la COVID-19 en Canal Sur TV
- Resolución 9/2020 sobre pluralismo y vulneración de la libertad de expresión en un especial informativo de la COVID-19 en Canal Sur TV
- Resolución 10/2020 sobre imparcialidad, pluralismo y neutralidad en el tratamiento informativo de la COVID-19 en Canal Sur TV
- Resolución 11/2020 sobre parcialidad en una entrevista al alcalde de Jaén en el informativo CSN2 de Canal Sur TV
- Resolución 12/2020 sobre supuesta denegación del derecho de acceso a Izquierda Andaluza a la radio municipal de Torrox
- Resolución 13/2020 sobre falta de rigor en relación con la memoria histórica andaluza en el concurso «Atrápame si puedes» de Canal Sur TV
- Resolución 14/2020 sobre pluralismo e imparcialidad en los informativos de RTV Estepona
- Resolución 15/2020 sobre pluralismo y transparencia en la RTVM de Motril
- Resolución 16/2020 sobre imparcialidad, pluralismo y neutralidad en el tratamiento informativo de la COVID-19 en Canal Sur TV
- Resolución 17/2020 sobre supuestas descalificaciones personales en el programa ‘La Tertulia’

- Resolución 18/2020 sobre contenidos supuestamente difamatorios contra la Legión en un informativo de Canal Sur TV

Recomendaciones

- Recomendaciones acerca de la información sobre supuesto desabastecimiento en superficies comerciales por la crisis del coronavirus.
- Recomendaciones para la protección de menores en el entorno digital.
- Decálogo para proteger a los menores antes los bulos y noticias falsas en la red.

Informes

- Informe sobre la publicidad y promoción de actividades de juego en los servicios de comunicación social.
- Informe sobre las emisiones en cadena en televisión.
- Informe sobre el Anteproyecto de Ley de Tasas y Precios Públicos de la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- Informe sobre los contenidos emitidos por las televisiones bajo competencia del Consejo Audiovisual de 2019.
- Informe jurídico sobre 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 el que se modifica las leyes de creación del CAA y Audiovisual de Andalucía.
- Estudio sobre el pluralismo político en las televisiones autonómicas públicas de Andalucía 2019.
- Informe sobre la distribución entre hombres y mujeres de los tiempos de palabras en los informativos de las televisiones públicas andaluzas 2019.
- Informe de seguimiento del Código de Conducta Comercial de la RTVA 2019.
- Informe sobre el tratamiento informativo de la crisis del coronavirus en Canal Sur TV.
- Informe sobre accesibilidad a los contenidos audiovisuales en televisiones bajo competencia del CAA.
- Informe sobre el porcentaje de obras europeas y de obras europeas de productores independientes en televisiones autonómicas andaluzas durante 2019.

- Informe sobre el tratamiento de la violencia de género en los informativos de las televisiones públicas andaluzas 2019.
- Informe sobre la presencia de la violencia de género en los informativos de las televisiones públicas andaluzas 2019.
- Informe sobre la imagen de la discapacidad en la publicidad 2019.
- Informe sobre el panorama audiovisual andaluz durante el primer estado de alarma por la pandemia de la COVID-19.
- Informe de comunicación audiovisual televisiva de ámbito autonómico.
- Informe sobre publicidad de alimentos dirigida a menores 2019-2020.

Estudios

- Barómetro Audiovisual de Andalucía 2020

Informes preceptivos

- Informe sobre el Proyecto de Real Decreto de Comunicaciones Comerciales de las Actividades de juego.
- Informe sobre el Anteproyecto de la Ley General de Comunicación Audiovisual.
- Informe sobre la propuesta de acuerdo del Consejo de Gobierno por la que se concede la renovación de la concesión administrativa para la gestión directa municipal del servicio público de televisión digital local otorgada al Ayuntamiento de Granada.
- Informe sobre la propuesta de acuerdo del Consejo de Gobierno por la que se concede la renovación de la concesión administrativa para la gestión directa municipal del servicio público televisión digital local otorgada al Ayuntamiento de Huelva.
- Informe sobre la propuesta de acuerdo del Consejo de Gobierno por la que se concede la renovación de la concesión administrativa para la gestión directa municipal del servicio público televisión digital local otorgada al Ayuntamiento de Jaén.
- Informe sobre la propuesta de acuerdo del Consejo de Gobierno por la que se concede la renovación de la concesión administrativa para la gestión directa municipal del servicio público televisión digital local otorgada al Ayuntamiento de El Ejido.

- Informe sobre el cumplimiento de la obligación de financiación anticipada de la producción europea en el ejercicio 2019, por parte de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva de ámbito autonómico.
- Informe sobre la adecuación del código de conducta comercial de la RTVA a la normativa vigente.
- Informe en relación con el proyecto del contrato-programa acordado por el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía con la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) para el período 2021/2023.
- Memoria sobre los procedimientos sancionadores incoados durante el año 2020 y estado de tramitación. –
- Memoria sobre los procedimientos sancionadores incoados durante el año 2018, 2019 y 2020. Estudio comparativo.

Instrucciones

- Instrucción sobre el derecho a la información de las personas usuarias respecto de los contenidos y los prestadores audiovisuales
- Instrucción de señalización y calificación de contenidos audiovisuales

Otros acuerdos

- Resolución del 6 de octubre del recurso de reposición interpuesto por la Asociación Observatorio Ciudadano Municipal Sanlúcar La Mayor contra la resolución 6/2020 sobre derecho de acceder colectivos a la radio municipal.
- Resolución del 6 de octubre del 2020 del recurso de reposición interpuesto por Comisiones Obreras de Canal Sur y RTVA contra la resolución 10/2020 sobre imparcialidad, pluralismo y neutralidad en el tratamiento de la COVID_19 en Canal Sur TV.
- Resolución del 6 de octubre del 2020 del recurso de reposición interpuesto por la sección sindical de Comisiones Obreras en Canal Sur y RTVA contra la resolución 5/2020 sobre la emisión de comentarios personales supuestamente ofensivos en el espacio «La tarde aquí y ahora».
- Acuerdo sobre adecuación de los indicadores de valoración del pluralismo político en las televisiones públicas de Andalucía.
- Acuerdo sobre la propuesta sobre la solicitud de informe relacionada con una posible omisión en el informativo N2 de Canal Sur de una información sobre una sentencia firme del Tribunal Supremo al PP por el caso Gürtel.

- Acuerdo del 1 de diciembre del 2020 sobre la emisión de comunicaciones comerciales de alimentos y bebidas destinadas a los menores en los medios de comunicación audiovisuales.
 - Plan Estratégico 2021/2023 para el Consejo Audiovisual de Andalucía.
-

