

# BOLETÍN OFICIAL B O P A

## BOLETÍN OFICIAL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA



30 de noviembre de 2009

VIII Legislatura

Núm. 349

---

### SUMARIO

---

#### RELACIÓN CON ÓRGANOS E INSTITUCIONES PÚBLICAS

##### CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

- 8-09/IACA-000001, Informe Anual del Consejo Audiovisual de Andalucía correspondiente al año 2008

2

## RELACIÓN CON ÓRGANOS E INSTITUCIONES PÚBLICAS

### CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

#### **8-09/IACA-000001, Informe Anual del Consejo Audiovisual de Andalucía correspondiente al año 2008**

*Sesión de la Mesa del Parlamento de Andalucía de 4 de noviembre de 2009*

*Orden de publicación de 5 de noviembre de 2009*

#### PRESIDENCIA DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

La Mesa del Parlamento, en sesión celebrada el día 4 de noviembre de 2009, 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 8-09/IACA-000001, correspondiente al año 2008.

Así mismo, la Mesa en la sesión arriba citada ha acordado su remisión a la Comisión de Presidencia, que deberá tramitarlo siguiendo el procedimiento establecido en el actual artículo 153 del Reglamento de la Cámara, correspondiendo la comparecencia al Presidente del citado Consejo

Sevilla, 5 de noviembre de 2009.

P.D. El Letrado Mayor del Parlamento de Andalucía,  
José Antonio Víboras Jiménez.

### MEMORIA 3

#### INFORME 2008 DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA AL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

#### ÍNDICE

<b>PRESENTACIÓN DEL PRESIDENTE DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA</b> .....	5
<b>1. MARCO JURÍDICO DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA</b> .....	8
1.1. Competencias y funciones.....	8
1.2. Ordenamiento jurídico aplicable.....	10
<b>2. ORGANIZACIÓN DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA</b> .....	11
2.1. Composición y miembros.....	11
2.2. Plenos .....	12
2.3. Comisiones .....	13
2.3.1. Comisión permanente de Contenidos.....	13
2.3.2. Comisión permanente de Normativa .....	15
2.3.3. Comisión permanente de Organización y Presupuesto .....	16
2.3.4. Comisión permanente de Pluralismo .....	17
2.3.5. Comisión permanente de Estudios .....	17
2.3.6. Comisión temporal de RTVA .....	18
2.4. Grupos de trabajo .....	18
2.4.1. Grupo de trabajo de Infancia y Televisión.....	18
2.4.2. Grupo de trabajo de Barómetro Audiovisual de Andalucía .....	21
2.4.3. Grupo de trabajo de Internet y Nuevas Tecnologías .....	24
2.4.4. Grupo de trabajo de Televisión Autonómica .....	25
2.4.5. Grupo de trabajo de Radio.....	25
2.4.6. Grupo de trabajo de Cultura Andaluza.....	26
2.5. Comités mixtos .....	27
2.5.1. Comité mixto CAA - Organizaciones gitanas.....	27
2.5.2. Comité mixto CAA - Entidades Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI) .....	28

<b>3. ACTIVIDADES DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA</b> .....	29
3.1. Vigilancia del cumplimiento de la legislación audiovisual en materia de contenidos, publicidad, patrocinio y televenta .....	29
3.1.1. Sistema de Seguimiento de Medios .....	30
3.1.2. Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA).....	34
3.1.3. Actividad de la Oficina de Defensa de la Audiencia.....	36
3.1.4. Decisiones adoptadas derivadas de la ODA.....	38
3.2. Recomendaciones y códigos deontológicos .....	48
3.2.1. Recomendaciones de Información política en periodo electoral.....	48
3.2.2. Recomendaciones de Publicidad de juguetes .....	48
3.2.3. Recomendaciones de Violencia en el deporte.....	49
3.3. Informes y dictámenes emitidos por el Consejo Audiovisual de Andalucía .....	49
3.3.1. Informes preceptivos sobre las propuestas de Acuerdos del Consejo de Gobierno para la renovación de las concesiones para la gestión de emisoras de radiodifusión sonora, de carácter tanto municipal como comercial.....	50
3.3.2. Informes preceptivos sobre las propuestas de resolución en los procedimientos de transferencia de titularidad de concesiones en materia audiovisual .....	51
3.3.3. Informes preceptivos sobre anteproyectos de ley y proyectos de reglamento relacionados con la ordenación y regulación del sistema audiovisual.....	51
3.4. Elaboración de informes y estudios sobre el sector Audiovisual.....	52
3.4.1. Barómetro Audiovisual de Andalucía, edición 2008.....	52
3.4.2. Barómetro de infancia y televisión en Andalucía .....	57
3.4.3. Informe sobre la emisión de anuncios de contactos sexuales en televisión .....	61
3.4.4. Género y deporte en televisión .....	62
3.4.5. Informe general sobre menores y televisión en Andalucía, 2008 .....	66
3.4.6. Avance de tendencias sobre publicidad y juguetes, campaña 2008-2009 .....	71
3.4.7. La publicidad del sector de limpieza: Modelos y representaciones de género.....	75
3.4.8. Estudio sobre la programación cinematográfica en la RTVA.....	78
3.4.9. Estudio sobre Vista Pública .....	79
<b>4. RELACIONES INSTITUCIONALES DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA</b> .....	80
4.1. Relaciones con organismos de regulación nacionales .....	80
4.1.1. Plataforma Española de Consejos Audiovisuales (PECA).....	80
4.1.2. Agencia de la Calidad de Internet (IQUA).....	80
4.2. Relaciones con organismos de regulación internacionales .....	80
4.2.1. Red de Instituciones Reguladoras Mediterráneas (RIRM).....	80
4.2.2. Plataforma Europea de Autoridades Reguladoras (EPRA).....	81
4.2.3. Autoridades de Regulación de la Península Ibérica .....	81
4.3. Convenios de colaboración.....	81
4.4. Participación social del Consejo Audiovisual de Andalucía .....	83
4.5. Eventos organizados por el Consejo Audiovisual de Andalucía .....	88
<b>5. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA</b> .....	90
5.1. Publicaciones.....	90
5.2. Página Web del Consejo Audiovisual de Andalucía .....	90
5.3. El Consejo Audiovisual de Andalucía en los medios de comunicación.....	90
<b>6. ASPECTOS GENERALES DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA</b> .....	93
6.1. Organigrama .....	93
6.2. Plantilla orgánica.....	94
6.3. Becas .....	95
6.4. Infraestructura y equipamiento.....	96
6.4.1. Sede .....	96
6.4.2. Informática y telecomunicaciones .....	96

6.4.3. Centro de archivo, documentación y biblioteca .....	97
6.5. Presupuesto del Consejo Audiovisual de Andalucía .....	98
6.5.1. Ejecución del presupuesto del ejercicio 2008 .....	98
6.5.2. Informe de Evaluación de Impacto de Género del presupuesto 2008 .....	99

**ANEXOS**

Anexo I	Instrucciones de Régimen Interior del Consejo Audiovisual de Andalucía .....	100
Anexo II	Declaración Institucional del Consejo Audiovisual de Andalucía con motivo de la celebración del 8 de Abril como día Internacional del Pueblo Gitano .....	106
Anexo III	Recomendaciones sobre Información política en periodo electoral .....	108
Anexo IV	Recomendaciones sobre Publicidad de Juguetes .....	110
Anexo V	Recomendaciones sobre Violencia en el Deporte .....	111
Anexo VI	Decisión del Consejo Audiovisual de Andalucía sobre la emisión de deporte femenino en televisión .....	114
Anexo VII	Declaración de la RIRM sobre la regulación de contenidos audiovisuales .....	115

## PRESENTACIÓN DEL PRESIDENTE DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

Por tercer año consecutivo el Consejo Audiovisual de Andalucía hace pública su memoria de actividades anuales. Desde que en octubre de 2005 se comenzó a conformar la institución, de forma muy incipiente, al amparo de su Ley de creación de diciembre de 2004, han transcurrido ya cuatro años en los que puedo atreverme a asegurar que el Consejo ha logrado asentarse como autoridad audiovisual de Andalucía.

La dimisión en mayo de 2008 de su primer Presidente, D. Manuel Ángel Vázquez Medel, llevó al Parlamento de Andalucía a cubrir ese puesto vacante de consejero con la propuesta de mi persona, que tras recibir el apoyo unánime de la Cámara sería elegido como presidente de la institución por mayoría de los once miembros del Pleno del Consejo el 17 de julio de 2008. Sirvan por tanto estas primeras palabras de presentación de esta memoria de actividades del año 2008 como agradecimiento por el apoyo prestado por el parlamento y los miembros del Consejo, en primer lugar para formar parte de esta institución, y posteriormente para ocupar la presidencia de la misma. La responsabilidad asumida al aceptar este cargo me compromete a responder ante el Parlamento y ante el Pleno del Consejo en cuota siempre muy superior a la confianza tan generosa que se me ha conferido. El compromiso de trabajo leal, ecuánime e imparcial con el que me ligué en mi toma de posesión como consejero primero y como presidente después, no es más que una reafirmación en los valores y principios que recogen el Estatuto de Autonomía para Andalucía y la Constitución Española, sobre las que formulé mi promesa de acatamiento en el ejercicio de mis funciones y responsabilidades.

En ese trabajo, como ya adelantaba en las primeras líneas, se camina sobre las bases de la labor desarrollada en estos últimos tres años y medio por los consejeros y consejeras que han integrado el Pleno durante este periodo, bajo la Presidencia de D. Manuel Ángel Vázquez Medel. Tras casi un año de inmersión en el núcleo del Consejo, considero justo y necesario, reconocer públicamente la valiente y eficaz labor que han desarrollado los miembros del mismo, los que lo conforman en el momento actual y los que con anterioridad han formado parte del Consejo y por diversas circunstancias se han visto obligados a abandonar el mandato para el que habían sido elegidos en octubre de 2005 por el Parlamento de Andalucía. Quisiera representar en la persona del anterior Presidente este esfuerzo de entrega y generosidad con la institución, sobre todo en los momentos de arranque y puesta en marcha de la misma en donde además de capacidad, profesionalidad y esfuerzo se necesitan unas buenas dosis de voluntarismo para superar las dificultades que en esos momentos germi-

nales atenazan a toda organización. La superación de las mismas ha sido posible, por tanto, gracias a la dedicación de todas esas personas entre las que también querría hacer mención de responsabilidad positiva a los tres secretarios generales que ha tenido la institución, así como del resto del personal que trabaja en el Consejo, sobre cuya cualificación y profesionalidad se asientan buena parte de los objetivos alcanzados.

Las contenciones presupuestarias impuestas para el ejercicio 2009, así como las previstas para las cuentas de 2010, presentan un panorama poco favorable para el desarrollo de las previsiones de personal establecidas en el presupuesto de 2008. No obstante será necesario y así se presentará ante los responsables de la Junta de Andalucía, la dotación de personal para completar, en lo posible, la Relación de Puestos de Trabajo (RPT) que en el año 2007 se consideró como imprescindible para cumplir adecuada, eficaz y eficientemente las funciones que el Estatuto de Autonomía para Andalucía nos encomienda y que nuestra Ley de creación nos atribuye más pormenorizadamente.

El año 2008 es el primero, de nuestra corta pero condensada historia, iniciado bajo el amparo estatutario que tras la Reforma impulsada por el Parlamento de Andalucía y aprobada después por las Cortes Generales, primero, y por el pueblo andaluz, poco después, en referéndum de 27 de febrero de 2007, configura al Consejo Audiovisual de Andalucía como parte de la organización institucional de la Junta de Andalucía a tenor del artículo 131 del Estatuto de Autonomía. Es por ello que podríamos considerar el año 2008 como el año de consolidación estatutaria del Consejo Audiovisual de Andalucía. Con ello y tras los casi cuatro años de rodaje institucional, la Comunidad Autónoma de Andalucía se integra en la vanguardia de las sociedades democráticas avanzadas al disponer de una autoridad independiente de regulación audiovisual con reconocimiento y respaldo institucional en su norma fundamental.

Al igual que la iniciativa andaluza, y a pesar de la inexistencia de un Consejo Estatal de Medios Audiovisuales en el momento de redacción de la presente memoria, sólo Cataluña y la Comunidad Foral de Navarra cuentan con una autoridad de regulación en este ámbito. Un órgano considerado esencial en una sociedad donde los medios de comunicación audiovisual están alcanzando una creciente influencia en la vida y la formación de los ciudadanos, en sus modos de pensar y de valorar, en la socialización del conocimiento y de la cultura.

Los pasos que el Consejo Audiovisual de Andalucía ha dado en estos años de vida han supuesto un gran esfuerzo en relación al cumplimiento de las funciones y ejercicio de las competencias que se le en-

comiendan en el Estatuto de Autonomía para Andalucía y en su Ley de creación.

Entre los factores que han ayudado a la consecución de los objetivos del Consejo se encuentra el factor humano. Con los recursos actuales se ha conseguido afrontar satisfactoriamente las funciones que el Consejo tiene encomendadas, aún sin haberse podido desarrollar, como ya he mencionado, las previsiones de ampliación de la RPT, que aunque incluidas en el Presupuesto de 2008, no llegaron a ser aprobadas por el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía. Es preciso señalar que se han externalizado ciertas actividades que por su especificidad y complejidad, no han podido ser asumidas directamente por este Consejo.

El órgano cuenta también con la participación de jóvenes beneficiarios de cinco becas conjuntas de formación e investigación convocadas mediante Resolución de 16 de enero de 2008 en el área de funciones que desarrolla esta Institución.

En el ejercicio de la acción colegiada que desarrolla el Consejo Audiovisual de Andalucía, en el año 2008, se han celebrado un total de 21 Plenos —19 de ellos en Sevilla, uno en Granada y otro en Jaén—. La aprobación, por Acuerdo del Pleno de 17 de diciembre, de nuevas Instrucciones de Régimen Interior, ha dotado al Consejo de una mayor funcionalidad en su actividad. El diseño de una nueva malla organizacional, basada en una racional y razonable distribución de funciones y cometidos, ha tenido como único objetivo la consecución de un mayor grado de eficacia en los trabajos que se realizan en el Consejo, con sumo respeto al carácter colegiado del mismo y a las funciones, derechos y obligaciones que la Ley confiere a sus miembros.

Hasta final de año se ha mantenido el trabajo de las Comisiones permanentes creadas en años anteriores. No obstante, tras la aprobación de las mencionadas Instrucciones, a las Comisiones ya existentes de Normativa y de Contenidos se les ha sumado la creación de la Comisión permanente de Estudios, se ha suprimido la Comisión permanente de Organización y Presupuesto, se ha realizado el reconocimiento formal como permanente de la Comisión de Pluralismo y se ha creado la Comisión temporal de RTVA. Con estas Comisiones quedan cubiertas y estructuradas las funciones que tiene encomendadas por ley el Consejo Audiovisual de Andalucía.

Entre las funciones encomendadas al Consejo Audiovisual de Andalucía se encuentra la vigilancia del cumplimiento de la legislación audiovisual en materia de contenidos, publicidad, patrocinio y televenta. En este contexto, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha estudiado, en 2008, 89 alertas por posibles incumplimientos de la normativa vigente captadas a través del sistema de seguimiento de medios de entre las 80.000 horas grabadas y 37.000 horas de vídeo catalogadas entre la totalidad de las emisiones televisivas de rango

autonómico y una muestra muy amplia del universo de las emisiones locales. A ello hay que sumar el análisis de 126 quejas remitidas por la ciudadanía a través de la Oficina de Defensa de la Audiencia.

Estas actuaciones han estado fundamentalmente dirigidas al seguimiento y la eliminación de las parrillas televisivas andaluzas de las emisiones de pornografía y publicidad de servicios sexuales y de prostitución en horario protegido para lo que el Consejo Audiovisual de Andalucía ha ejercido la potestad sancionadora que le confiere la legislación.

En este sentido, el Consejo Audiovisual de Andalucía aprobó un informe sobre la emisión de anuncios de contactos sexuales en televisión que fue remitido, en enero de 2008, al Parlamento de Andalucía, a la Fiscalía del Tribunal Superior de Justicia de Andalucía y a la Secretaría de Estado para las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información, entre otros, con el fin de que se limitara en los medios de comunicación audiovisuales del ámbito de competencia de este Consejo, la emisión en abierto de este tipo de anuncios teniendo en cuenta que el horario de protección de menores, establecido entre las 6 y las 22 horas, no responde a la realidad social, al objeto de proteger a los menores hacia determinados contenidos que, como la pornografía o los anuncios de contactos sexuales, son claramente inadecuados.

Trascendental ha resultado, a lo largo del año 2008, la colaboración de la Fiscalía del Tribunal Superior de Justicia de Andalucía en la tarea de lograr la cesación en la emisión de contenidos pornográficos por televisión en horario de protección de menores. Como consecuencia de estas actuaciones se han abierto 23 expedientes de información previa e incoado 22 expedientes sancionadores que afectan a 30 operadores de televisión local. Fruto de los cuales han llegado a imponerse sanciones de hasta 300.506,06 € por la comisión de infracciones muy graves de acuerdo con la normativa vigente.

A este respecto, los diversos barridos realizados por el Servicio de Análisis, muestran que la actividad de control ejercida por el Consejo Audiovisual de Andalucía durante 2008 ha tenido claros efectos positivos, habiéndose erradicado la emisión de pornografía en abierto en horario de protección de menores y habiéndose reducido la presencia de otro tipo de emisiones inadecuadas, como los chats con mensajes sexuales explícitos, a alrededor de un 5% de los operadores analizados en los barridos, frente al casi 15% detectado en marzo de 2008, cuando comenzaron estas actuaciones.

Otra de las funciones encomendadas por la Ley 1/2004 al Consejo Audiovisual de Andalucía es la realización de estudios sobre los diversos aspectos del sistema audiovisual. Cabe destacar entre los informes elaborados en 2008, el Informe General sobre Menores y Televisión, considerado el estudio más importan-

te realizado en la Comunidad Autónoma y quizás también en el ámbito español en este campo, donde se avanza el camino a seguir en la tarea de salvaguardar los derechos de los menores de edad, reiteradamente menoscabados.

Siguiendo con la experiencia de ediciones anteriores el Consejo Audiovisual de Andalucía ha elaborado el Barómetro Audiovisual de Andalucía, edición 2008, que ha venido precedido por la preparación de un Barómetro específico sobre Infancia.

En cuanto a actuaciones concretas encaminadas a avanzar en el camino de la igualdad, cabe destacar el estudio de Género y Deporte sobre la visibilidad de las mujeres deportistas en televisión, que ha servido de base a la primera proposición no de ley sobre deporte femenino.

Cumpliendo su función de informar preceptivamente, a los efectos de garantizar el pluralismo y la libre concurrencia en el sector así como la ordenación y regulación del sistema audiovisual, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha emitido un total de 14 informes preceptivos en 2008, de ellos 11 concernientes a la renovación de concesiones administrativas para la explotación de emisoras de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia (siete municipales y cuatro locales), dos de transferencia de la titularidad de concesiones en materia audiovisual y un último informe sobre el Proyecto de modificación del Decreto 174/2002, de 11 de junio, por el que se regula el régimen de concesión por la Comunidad Autónoma de Andalucía de emisoras de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia y la prestación del servicio por parte de los concesionarios.

La tarea de incentivar la elaboración de códigos deontológicos y la adopción de normas de autorregulación, otra función encomendada al Consejo Audiovisual de Andalucía, se ha visto implementada con la elaboración de las Recomendaciones sobre el Tratamiento de la información política en periodo electoral, las Recomendaciones sobre Publicidad de juguetes y las Recomendaciones sobre Violencia en el deporte, estas últimas realizadas en colaboración con la Federación de Periodistas Deportivos de Andalucía (FPDA), han sido pioneras en la materia y han recibido el apoyo de instituciones públicas, clubes deportivos y profesionales del sector.

Muchas de las acciones programadas en los acuerdos y convenios ya suscritos en años anteriores con instituciones de diferente índole se han desarrollado en 2008. Un ejemplo representativo es la celebración del VII Foro de la Infancia, cuyo tema central fue el estudio de los medios de comunicación y la infancia, en el que participaron activamente miembros de este Consejo, en el marco del convenio suscrito con la Consejería para la Igualdad y el Bienestar Social y el Consejo Andaluz de Asuntos de Menores.

En su empeño de salvaguardar los derechos de personas con discapacidad, inmigrantes y otros colectivos necesitados de una mayor protección en lo que se refiere a los contenidos de la programación, potenciando el respecto de valores de tolerancia, solidaridad y voluntariado, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha impulsado la creación de un Comité mixto CAA—entidades representantes de personas con discapacidad (CERMI) y otro Comité mixto CAA— Organizaciones gitanas. Gracias a éste último se celebró, el 21 de noviembre de 2008, la III jornada conjunta entre el Defensor del Pueblo Andaluz y el Consejo Audiovisual de Andalucía que versó sobre “La Comunidad Gitana y los medios audiovisuales de Andalucía” con la voluntad de avanzar en la protección de los colectivos más necesitados y con el objetivo de proyectar una imagen del pueblo gitano en los medios más ajustada a la realidad.

La colaboración con otras autoridades de regulación audiovisual tanto nacionales como internacionales ha sido muy fructífera en este año. En el ámbito nacional, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha asumido la presidencia de la Plataforma Española de Consejos Audiovisuales (PECA), impulsada de manera conjunta por los Consejos Audiovisuales de Andalucía, Cataluña y Navarra, en cuya 2ª reunión se ha manifestado públicamente la postura común con relación a la necesidad de emprender el proceso de tramitación y aprobación, por parte de las Cortes Generales, de la Ley General Audiovisual y la Ley de creación del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales.

En cuanto a proyección internacional se refiere, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha asumido en 2008 la vicepresidencia de la Red de Instituciones Reguladoras Mediterráneas (RIRM). La Red está compuesta por 20 países de la cuenca mediterránea y tiene como objetivo la discusión e intercambio regular de información y de investigación sobre cuestiones relativas a la regulación audiovisual.

Del mismo modo, el Consejo Audiovisual de Andalucía, ha participado como organismo observador en las dos reuniones celebradas en 2008 de la Plataforma Europea de Autoridades Reguladoras (EPRA). La condición de observador es obligada debido a que los estatutos de esta plataforma limitan a tres el número de autoridades reguladoras por país como miembros de pleno derecho, y en el caso de España, el cupo se encontraba cubierto por el Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC), el Consejo Audiovisual de Navarra (CoAN) y la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT). Siempre ha sido prioridad para este Consejo alcanzar la condición de miembro de la EPRA, y así se comunicó directamente a su presidenta, la Sra. Dunja Mijatovic, en el marco de la celebración de la 10ª reunión de la RIRM en octubre del año 2008. Dicha solicitud fue bien acogida por el Comité ejecutivo de la EPRA que ha permitido en su 1ª reunión anual, cele-

brada en mayo de 2009 en Tallin —Estonia— la aprobación de una modificación de los estatutos de la EPRA, elaborada exclusivamente para posibilitar la adhesión del Consejo Audiovisual de Andalucía a la misma como miembro de pleno derecho.

En conclusión, 2008 ha supuesto el año de consolidación continuada de la institución en el cumplimiento y desarrollo de las funciones y competencias que le vienen atribuidas legal y estatutariamente. Un año en el que el Consejo Audiovisual de Andalucía, a través de sus Estudios, Informes y Recomendaciones, está trasladando a la sociedad en general, a los poderes públicos y a los operadores audiovisuales, en particular, una nueva conciencia del papel, de las funciones y de la responsabilidad que los medios de comunicación tienen en la sociedad andaluza, pudiendo afirmar que esta institución está contribuyendo a la implantación de nuevas pautas en la cultura cívica andaluza. Es por ello que podemos finalmente afirmar que el Consejo Audiovisual de Andalucía ha reforzado y consolidado a lo largo de

este año 2008 su papel en el campo audiovisual andaluz, teniendo, además, una importante actividad en el ejercicio de sus competencias y con actuaciones más que significativas en el ámbito nacional e internacional. Una posición que con toda seguridad servirá para afrontar con garantías el año 2009 caracterizado por la confluencia de cambios profundos en el sector audiovisual andaluz y español. Será también a lo largo de este año 2009 cuando se deberá clarificar el rol a desempeñar por este Consejo en el nuevo espacio de la anunciada Ley General Audiovisual española, que sin lugar a dudas tendrá una gran incidencia en el marco legal e institucional con el que la Junta de Andalucía se dotó con la Ley de creación del Consejo Audiovisual de diciembre de 2004 y con el nuevo Estatuto de Autonomía para Andalucía después.

El Presidente del Consejo  
Audiovisual de Andalucía,  
Juan Montabes Pereira.

## 1. MARCO JURÍDICO DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

### 1.1. COMPETENCIAS Y FUNCIONES

El Estatuto de Autonomía de Andalucía, aprobado por Ley Orgánica 2/2007, de 19 marzo, define al Consejo Audiovisual de Andalucía, en su artículo 131, como “la autoridad audiovisual independiente encargada de velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en los medios audiovisuales, tanto públicos como privados, en Andalucía, así como por el cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad”.

Estatutariamente, se le asignan funciones trascendentales dentro de su ámbito de actuación, como la de velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en los medios de comunicación audiovisual, en los términos establecidos en los artículos 131 y 217, así como por la protección de la juventud y la infancia en relación con el contenido de la programación de los medios de comunicación, tanto públicos como privados, de Andalucía.

Configurado por la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía, como una entidad pública con personalidad jurídica propia, con plena capacidad y autonomía orgánica y funcional para el ejercicio de sus funciones, la actuación del Consejo se inspira en el respeto a los principios de libertad de expresión, derecho al honor e intimidad, información veraz, difusión y comunicación, igualdad y no discriminación, y en la compatibilidad de

dichos principios con los de pluralismo, objetividad, y libre concurrencia en el sector audiovisual. En el ejercicio de sus funciones el Consejo impulsa, los valores de tolerancia, igualdad, solidaridad y respeto a la dignidad humana, velando por que la actividad de los operadores del sector contribuya a reforzar la identidad del pueblo andaluz, su diversidad cultural y su cohesión social, económica y territorial —arts. 1.2 y 3 de la Ley 1/2004—.

El Consejo Audiovisual de Andalucía ejerce sus funciones en el ámbito de los medios de comunicación audiovisual de radiodifusión sonora, televisión y cualquier otro sistema de transmisión de sonido o imagen, con independencia de su forma de emisión o tecnología empleada, tanto los gestionados directamente por la Administración de la Junta de Andalucía como los gestionados en virtud de cualquier título habilitante otorgado por la misma, así como aquellos otros que, por aplicación de la normativa vigente, queden sometidos al ámbito de gestión y tutela de la Administración de la Junta de Andalucía. Asimismo, ejerce sus funciones en relación con aquellos otros medios que realicen emisiones específicas para Andalucía respecto de las mismas —artículo 2 de la Ley 1/2004—.

Las funciones del Consejo quedan establecidas por el artículo 4 de su Ley de creación, entre las cuales destacan las de “velar por el cumplimiento de los principios constitucionales y estatutarios, en especial los referentes a los de pluralismo político, social, religioso, cultural, de

objetividad y veracidad informativa” (apartado 1); “salvaguardar los derechos de los menores, jóvenes, tercera edad, personas con discapacidad, inmigrantes y otros colectivos necesitados de una mayor protección, en lo que se refiere a los contenidos de la programación y a las emisiones publicitarias, potenciando el respeto a los valores de tolerancia, solidaridad y voluntariado, evitando la inducción de comportamientos violentos e insolidarios, así como facilitando accesibilidad a las personas con discapacidad auditiva o visual” (apartado 6); o la de adoptar “las medidas necesarias para neutralizar los efectos de la difusión o la introducción en la programación o la publicidad de mensajes o contenidos que atenten contra la dignidad humana y el principio de igualdad, muy particularmente cuando estos mensajes o contenidos hayan sido difundidos en horarios de audiencia de público infantil o juvenil, restableciendo los principios que se han visto lesionados” (apartado 5).

A través de la Oficina de Defensa de la Audiencia, el Consejo Audiovisual de Andalucía recibe peticiones, sugerencias y quejas, ya sean individuales o colectivas, que resuelve, en el ámbito de sus competencias, o en su caso canaliza ante los órganos competentes, en su obligación de mantener una relación constante y fluida con los distintos sectores de la sociedad andaluza, como se establece en el artículo 4.14 de la Ley 1/2004. Una vez tramitadas las quejas que son admitidas a trámite por el Consejo en relación a sus funciones y a su ámbito de actuación, y sobre la base de los informes técnicos emitidos, el Consejo adopta el pronunciamiento que estime conveniente de entre las medidas que, en el ejercicio de sus funciones y mediante Acuerdo del Pleno, puede adoptar. Éstas podrán revestir la forma de recomendaciones, decisiones e instrucciones, sin perjuicio de las actuaciones de carácter urgente que el órgano crea necesario adoptar para neutralizar los efectos de la difusión o la introducción en la programación o la publicidad de contenidos o mensajes que atenten contra la dignidad humana y el principio de igualdad, restableciendo los principios que se hayan visto lesionados, muy particularmente cuando estos mensajes o contenidos hayan sido difundidos en horarios de audiencia de público infantil o juvenil.

Una de las funciones esenciales del Consejo es la atribuida por el apartado 21 del artículo 4 de su Ley de creación, de “vigilar el cumplimiento de lo establecido en la presente Ley y en la normativa en materia de programación de contenidos audiovisuales y emisión de publicidad, incluidos el patrocinio y la televenta”, teniendo atribuida asimismo, según el apartado 16, la de “incoar y resolver, en el ámbito de sus competencias, los correspondientes procedimientos sancionadores por las infracciones de la legislación relativa a contenidos y publicidad audiovisuales”. En este sentido, y en virtud de lo dispuesto en el artículo 33.1 de su Reglamento Orgánico y de Funcionamiento, el Consejo tiene atribuida la potestad sancionadora dentro de su ámbito de actuación respecto

de los operadores que incumplen la normativa audiovisual y de publicidad.

Asimismo, y a los efectos de garantizar y velar por el pluralismo y la libre concurrencia en el sector y de prevenir situaciones de concentración de medios, el Consejo ha de informar preceptivamente en los supuestos previstos en el apartado 4 del artículo 4 de su Ley de creación, esto es “sobre las propuestas de pliegos de condiciones relativas a los procedimientos de adjudicación de concesiones en materia audiovisual”, “sobre las propuestas presentadas en los concursos de otorgamiento de concesiones para la gestión de emisoras de radiodifusión sonora y de televisión, en lo que se refiere a la composición accionarial de los licitadores”, y “sobre las propuestas de resolución en los procedimientos de renovación, revocación, autorización de cambio de accionariado y transferencia de titularidad de concesiones en materia audiovisual”. Por otro lado, según el apartado 3 del mismo artículo, el Consejo debe informar preceptivamente sobre los anteproyectos de ley y proyectos de reglamento relacionados las materias de su competencia y relacionadas con la ordenación y regulación del sistema audiovisual.

El Consejo Audiovisual tiene, asimismo, una importante función consultiva y de asesoramiento, así como de colaboración con otras instituciones. Según el artículo 4.3 de la Ley 1/2004, se atribuye al Consejo la función de “asesorar al Parlamento de Andalucía, al Consejo de Gobierno y a las Corporaciones Locales de Andalucía, en los términos que regule su Reglamento Orgánico y de Funcionamiento, en materias relacionadas con la ordenación y regulación del sistema audiovisual, así como elaborar los informes y dictámenes oportunos en materia de su competencia, tanto por iniciativa propia como a petición de las entidades mencionadas”. Asimismo, tiene la facultad de “acordar convenios de colaboración con los organismos de control de los medios audiovisuales creados por las restantes Comunidades Autónomas y a nivel estatal” (apartado 20).

Por último, debemos destacar la función atribuida al Consejo por el apartado 15 de la Ley 1/2004, de “solicitar de los anunciantes y empresas audiovisuales, por iniciativa propia o a instancia de los interesados, el cese o la rectificación de la publicidad ilícita o prohibida; y, cuando proceda, disponerlo, de conformidad con la legislación aplicable y en los supuestos que la misma establezca”. En este sentido, conviene señalar el Acuerdo adoptado por el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía en abril de 2008 al objeto de formular requerimientos de cese respecto de los contenidos o la publicidad que, contraviniendo la normativa en materia de protección de menores, puede resultar perjudicial para los intereses de éstos y vulneradora de sus derechos. En el marco de actuaciones en defensa de la protección de los menores

cabe destacar, además, la colaboración institucional del Consejo Audiovisual de Andalucía con la Fiscalía del Tribunal Superior de Justicia de Andalucía a lo largo del año 2008 que ha culminado en la apertura de Diligencias de investigación penal ante los sucesivos requerimientos de cese efectuados por el Consejo.

## 1.2. ORDENAMIENTO JURÍDICO APLICABLE

El Consejo Audiovisual de Andalucía está configurado estatutariamente, dentro de las instituciones de autogobierno consagradas en el Capítulo VI del Título IV del Estatuto de Autonomía como el encargado de velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en los medios audiovisuales en Andalucía, así como por el cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad.

En relación con la legislación aplicable a las funciones encomendadas al Consejo Audiovisual de Andalucía en materia audiovisual, es preciso señalar, con carácter preliminar, el carácter disperso y fragmentario de este sector del ordenamiento jurídico. Resulta indispensable referirse, en primer lugar a la Ley 25/1994, de 12 de julio, que incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, conocida como Ley de Televisión Sin Fronteras. Tiene por objeto, fundamentalmente, defender los intereses legítimos de los usuarios y, en especial, de los menores para preservar su correcto desarrollo físico, mental y moral, además de regular la publicidad televisiva, en todas sus formas, junto con el patrocinio.

Esta norma, que ha sido modificada por la Ley 22/1999, de 7 junio, deberá ser objeto de revisión a finales del año 2009, de acuerdo con las previsiones incorporadas en la Directiva 89/552/CEE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 3 de octubre de 1989, de servicios de comunicación audiovisual, tras la reforma operada por la Directiva 2007/65/CE, de 11 diciembre. También existen normas que desarrollan, aspectos específicos de las previsiones de la Ley 25/1994, como el Real Decreto 410/2002, de 3 de mayo, por el que se desarrolla el apartado 3 del artículo 17 de dicha Ley, y se establecen los criterios uniformes de clasificación y señalización para los programas de televisión.

En el ámbito estatal, cabe reseñar entre las normas audiovisuales de referencia, las siguientes: la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal; la Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del Tercer Canal de Televisión; la Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada, o la Ley 41/1995, de 22 de diciembre, de régimen jurídico del servicio de Televisión Local por ondas terrestres. Asimismo normas reglamentarias como los Reales Decretos 944/2005 y 945/2005,

de 29 de julio, relativos, respectivamente, al Plan Técnico nacional de la Televisión Digital Terrestre y al Reglamento General de prestación del servicio de Televisión Digital Terrestre.

En la Comunidad Autónoma de Andalucía conviene señalar, además de la normativa reguladora ya citada del Consejo Audiovisual de Andalucía, el Decreto 1/2006, de 10 de junio, que regula el régimen jurídico de las televisiones locales por ondas terrestres en Andalucía; la Ley 18/2007, de 17 de diciembre, de la radio y televisión de titularidad autonómica gestionada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA), así como determinados preceptos de leyes sectoriales que regulan diversos aspectos de interés tanto en defensa de la protección de los menores en el ámbito de los medios audiovisuales como en materia de igualdad de género. Entre otras, cabe mencionar la Ley 1/1998, de 20 abril, que regula los derechos y la atención al menor en Andalucía, la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía, y la Ley 13/2007, de 26 noviembre, de medidas de prevención y protección integral contra la violencia de género.

En el ámbito de la radiodifusión sonora, la regulación es aún más fragmentaria y dispersa. De obligada referencia son, entre las normas estatales, el Real Decreto 964/2006, de 1 de septiembre, por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora en Ondas Métricas con Modulación de Frecuencia; el Real Decreto 765/1993, de 21 de mayo, por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora en Ondas Medias (hectométricas), o el Real Decreto 1287/1999, de 23 de julio, por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora Digital Terrenal; y la Ley 11/1991, de 8 de abril, de organización y control de las emisoras municipales de radiodifusión sonora.

En la Comunidad Autónoma de Andalucía, en concreto, es de aplicación el Decreto 174/2002, de 11 junio, por el que se regula el régimen de concesión por la Comunidad Autónoma de Andalucía de Emisoras de Radiodifusión Sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia y la prestación del servicio por parte de los concesionarios, modificado por Decreto 262/2003, de 23 septiembre.

No obstante el marco legislativo y reglamentario expuesto, conviene poner de manifiesto que nos encontramos ante un ámbito del ordenamiento jurídico, como ya se ha indicado, sumamente fragmentario y con gran dispersión de la normativa, que suscita dificultades en su aplicación, sobre todo en el ámbito de la normativa sobre radio, aunque también se aprecia en el ámbito de la normativa sobre televisión. A su carácter fragmentario hay que añadir las contradicciones existentes, en algunos casos, entre la normativa estatal y la norma autonómica.

Todo ello deja al descubierto la necesidad de disponer de una regulación global, instrumento esencial para establecer un modelo coherente que se adapte a las nuevas realidades, a las nuevas tecnologías emergentes y a los nuevos modelos de gestión que surgen de las transformaciones que está experimentando el sector audiovisual.

A las consideraciones anteriores se suman factores coyunturales, como el proceso de implantación efectiva de la Televisión Digital Terrestre en Andalucía, en el que actualmente se ven implicados no sólo los operadores audiovisuales que han concurrido a las licitaciones y han resultado adjudicatarios de las concesiones para la gestión indirecta del servicio público de Televisión Digital Terrestre —tanto de ámbito local como autonómico—, sino también la propia Administración que otorga las respectivas concesiones y, por supuesto, la autoridad audiovisual en el ejercicio de la función que legalmente tiene atribuida de prevenir situaciones de concentración de medios y garantizar el pluralismo y la libre concurrencia en el sector.

La necesidad de un marco legal coherente y sistemático en el sector audiovisual ha sido constatada también por el legislador estatal. En este sentido, conviene recordar que fue el nuevo Gobierno de España surgido de las elecciones generales de 2004, abordó de inmediato el análisis de la situación de los medios audiovisuales de titularidad estatal, a cuyo fin constituyó el Consejo para la Reforma de los Medios de Comunicación de Titularidad del Estado (Real Decreto de 23 de abril de 2004) como base para una inmediata reforma de la RTVE.

El 26 de junio de 2005, el Consejo de Ministros aprobó el Plan de Reforma del Sector Audiovisual con el objetivo declarado de impulsar un sector audiovisual sostenible, rentable e independiente que asegure el pluralismo cultural, social y político y conseguir una transición rápida, ordenada y factible desde la tecnología analógica a la tecnología digital terrestre, a través de tres Anteproyectos de Ley —Ley General Audiovisual, Ley de la Radio y Televisión de Titularidad Estatal y Ley de Creación del Consejo Estatal de los Medios Audiovisuales— más dos Reales Decretos para la modificación del Plan Técnico Nacional de Tele-

visión Digital Terrestre y del Plan Técnico Nacional de Televisión Privada. De las tres Leyes antes citadas, a fecha de redacción de la presente memoria se ha promulgado la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y televisión de titularidad estatal.

Sin perjuicio de lo anterior, no debemos obviar la importancia que, en el ámbito autonómico, ha tenido la aprobación de la Ley de la radio y televisión de titularidad autonómica gestionada por la empresa pública de la radio y televisión de Andalucía, puesta de manifiesto en el Informe que, con carácter preceptivo, emitió el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía al respecto, con fecha 23 de abril de 2007, en cumplimiento de lo previsto en el artículo 4.3 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, del Consejo Audiovisual de Andalucía. En dicho Informe el Consejo considera que la aprobación de un nuevo marco normativo para la regulación de la gestión directa del servicio público esencial de radio y televisión de la Comunidad Autónoma de Andalucía, supone un paso fundamental para afianzar un modelo de comunicación como servicio público y en la ordenación de una actividad, la audiovisual, consustancial a una sociedad moderna.

Si en el año 2008 hemos asistido, desde el punto de vista legislativo, a la incorporación de las modificaciones introducidas por diversas Leyes como la Ley 30/2007, de 30 de octubre, de Contratos del Sector Público, la Ley 9/2007, de 1 de octubre, de la Administración de la Junta de Andalucía; o la Ley 27/2007, de 23 de octubre, por la que se reconocen las lenguas de signo españolas y se regulan los medios de comunicación oral de las personas sordas con discapacidad auditiva y sordociegas, el año 2009 habrá de finalizar con la incorporación al ordenamiento interno de la Directiva Europea de Servicios de Comunicación Audiovisual. La aprobación de la anunciada Ley General Audiovisual estatal y la previsible creación del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales, abrirán y repercutirán también de manera positiva en el propio funcionamiento y en las actuaciones del Consejo Audiovisual de Andalucía, abriendo un horizonte jurídico con una más que deseable regulación legal y sistemática del complejo y disperso sistema normativo audiovisual existente en la actualidad.

## 2. ORGANIZACIÓN DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

### 2.1. COMPOSICIÓN Y MIEMBROS

El Consejo Audiovisual de Andalucía cuenta con once miembros, un presidente o presidenta y diez consejeros y consejeras. Su composición respeta el principio de paridad de género de forma que sólo

seis de sus miembros pueden ser personas del mismo sexo.

Los miembros del Consejo Audiovisual de Andalucía son elegidos por el Parlamento de Andalucía por mayoría de tres quintos y nombrados por el Consejo de Gobierno de Andalucía. Son seleccionados entre

personas de reconocido prestigio profesional en el ámbito de la comunicación audiovisual, científico, educativo, cultural o social.

El Presidente o Presidenta del Consejo Audiovisual de Andalucía se propone por el Pleno de entre sus miembros y su nombramiento lo realiza el Consejo de Gobierno de Andalucía.

Los miembros del Pleno deberán ejercer sus funciones con plena independencia, con libertad de expresión, sin recibir instrucción o indicación alguna. Podrán asimismo participar en la dirección de los trabajos del Consejo a través de la atribución de ámbitos de responsabilidad. También deberán guardar secreto y reserva absoluta sobre los asuntos tratados, deliberaciones, debates, acuerdos y votaciones, así como las informaciones y datos a los que accedan según sus funciones. Tienen dedicación exclusiva y el deber de asistir personalmente a todas las sesiones del Pleno, así como a las sesiones de las Comisiones o Grupos de trabajo de los que formen parte.

En mayo de 2008, D. Manuel Ángel Vázquez Medel, Presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía desde octubre de 2005, presentó su renuncia a los cargos de Presidente y Consejero del Consejo Audiovisual de Andalucía. El Consejo de Gobierno de Andalucía, en su reunión del día 27 de mayo de 2008, procedió a decretar su cese —Decreto 368/2008— de acuerdo con lo establecido en el artículo 7.2 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre.

El 1 de julio se nombró Consejero del Consejo Audiovisual de Andalucía a D. Juan Montabes Pereira —mediante Decreto 399/2008—. En sesión celebrada el 10 de julio de 2008, el Pleno del Consejo Audiovisual acordó por mayoría absoluta, proponer de entre sus miembros a D. Juan Montabes Pereira para que fuera nombrado, por el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía, nuevo Presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía. Nombramiento que fue acordado por el Consejo de Gobierno, en su reunión del día 15 de julio de 2008 —Decreto 410/2008—.

#### MIEMBROS DEL PLENO DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

MIEMBROS	ÁREA DE RESPONSABILIDAD
Presidente D. Juan Montabes Pereira	
Consejero D. José María Arenzana Seisdedos	TDT y nuevas tecnologías
Consejero D. Jaime Bretón Besnier	Servicio público y Industria audiovisual (adjunto)
Consejero D. Eduardo Castro Maldonado	Acceso y tratamiento de las minorías en los Medios de Comunicación Audiovisuales y Televisión Local
Consejero D. Francisco Cervantes Bolaños	Comunicación, edición y publicaciones, Industria audiovisual, Servicio público (adjunto)
Consejera D <sup>a</sup> . Cristina Cruces Roldán	Investigación y estudios, Becas y fomento y Cultura andaluza e imagen de Andalucía
Consejero D. Carlos del Barco Galván	Pluralismo
Consejera D <sup>a</sup> . Mercedes de Pablos Candón	Derechos de los usuarios: Oficina de Defensa de la Audiencia y Radio
Consejera D <sup>a</sup> . Carmen Elías Iglesias	Televisión Autonómica
Consejera D <sup>a</sup> . Carmen Fernández Morillo	Género
Consejera D <sup>a</sup> . María Luisa Pérez Pérez	Infancia y Juventud, Publicidad
Secretario General D. Fernando Contreras Ibáñez	

## 2.2. PLENOS

El Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía es su órgano superior de decisión y el encargado de establecer sus líneas de actuación. Está compuesto por el Presidente y los Consejeros y Consejeras y se en-

cuentra asistido por el Secretario General, que actúa con voz pero sin voto.

En el año 2008, la actividad plenaria ha desarrollado un total de 21 Plenos, siendo dos de ellos —los correspondientes a las sesiones de 7 y 10 de julio de 2008— de carácter extraordinario, por la renuncia del anterior

Presidente, D. Manuel Ángel Vázquez Medel, y la elección de nuevo Presidente en la persona de D. Juan Montabes Pereira.

Si bien la sede del Consejo Audiovisual de Andalucía radica en la ciudad de Sevilla, tal como establece el artículo 6 del Reglamento Orgánico y de Funcionamiento del Consejo Audiovisual de Andalucía, se contempla la posibilidad de que los Plenos sean celebrados en otros lugares de Andalucía, como ha sucedido en este año con las sesiones plenarias de 24 de enero de 2008, en la Sede de la Fundación Euroárabe en Granada y de 11 de diciembre de 2008, en la Diputación de Jaén.

### 2.3. COMISIONES

La Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía contempla la existencia de Comisiones que faciliten el adecuado funcionamiento del Consejo (artículo 14.1).

Por Acuerdo de Pleno de 17 de diciembre de 2008, se aprobaron por mayoría las nuevas Instrucciones de Régimen Interior del Consejo Audiovisual de Andalucía que parten de la naturaleza del Pleno como órgano colegiado y soberano del Consejo.

Con estas Instrucciones, es el Pleno el que determina los grandes objetivos del Consejo y éstos se canalizan de la forma más adecuada para conseguir una mayor eficiencia a través de la constitución de Comisiones y Grupos de trabajo creados por las Comisiones para la realización de tareas específicas.

Con el fin de dotar de eficacia y asegurar el cumplimiento de funciones, se marca la temporalidad de las Comisiones y Grupos de trabajo que se disolverán una vez realizada la función para la que fueron creados. De esta manera se genera la posibilidad de creación de nuevas Comisiones y Grupos para abordar otras cuestiones y cubrir nuevos estudios o análisis.

Asimismo, se dota a las Comisiones de flexibilidad para crear cuantos Grupos de trabajo sean necesarios para el cumplimiento de sus objetivos.

Las Instrucciones de Régimen Interior del Consejo establecen dos tipos de Comisiones, las permanentes y las temporales, a las Comisiones permanentes ya existentes de Normativa y de Contenidos se les ha sumado la creación de la Comisión permanente de Estudios, suprimiéndose la Comisión permanente de Organización y Presupuesto. Se ha realizado asimismo el reconocimiento formal como permanente de la Comisión de Pluralismo, y se ha creado la Comisión temporal de RTVA.

Con estas Comisiones quedan cubiertas y estructuradas las funciones que tiene encomendadas por ley el Consejo Audiovisual de Andalucía. [Ver anexo I con el texto completo de las Instrucciones de Régimen Interior]

#### 2.3.1. Comisión permanente de Contenidos

La Comisión Permanente de Contenidos, creada el 4 de julio de 2006, quedó constituida por Acuerdo del Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía el 9 de octubre de 2007. En 2008, su composición ha sido la siguiente:

<b>Presidente de la Comisión</b>
D. Eduardo Castro Maldonado
<b>Vocales (consejeros/as)</b>
D. José M <sup>a</sup> Arenzana Seisdedos
D. Carlos del Barco Galván
D <sup>a</sup> . Cristina Cruces Roldán
D <sup>a</sup> . Mercedes de Pablos Candón
D <sup>a</sup> . Carmen Elías Iglesias
D <sup>a</sup> . Carmen Fernández Morillo
D <sup>a</sup> . María Luisa Pérez Pérez
<b>Secretario</b>
Coordinador del Área de Contenidos D. Juan Carlos Fernández Serrato

#### Funciones

La Comisión Permanente de Contenidos es el órgano delegado por el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía para el estudio y debate de las cuestiones relativas al ámbito de los contenidos de la programación y la publicidad emitidos por los operadores audiovisuales en Andalucía. Por esta razón, la Comisión se ocupa de aquellos asuntos que podrían considerarse centrales en la actividad de la Institución en relación con los mandatos y facultades que le confiere la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de Creación del Consejo Audiovisual de Andalucía.

La Comisión actúa en apoyo de las labores del Pleno, así como, por delegación plenaria y según el artículo 11 de las Instrucciones de Régimen Interior del Consejo Audiovisual de Andalucía, de la tramitación de las quejas, peticiones y sugerencias recibidas a través de la Oficina de Defensa de la Audiencia, mediante su examen y análisis, y en su caso admisión a trámite. Asimismo de estudiar las propuestas de Resoluciones que hayan de elevarse al Pleno y que habrán sido elaboradas por el Área o Áreas correspondientes.

Desde el punto de vista de los contenidos audiovisuales, la Comisión se ocupa del análisis y elaboración de cualesquiera otras decisiones, instrucciones o recomendaciones que pueda adoptar el Pleno en el ejercicio de sus funciones.

Además, la Comisión examina los contenidos audiovisuales, las alertas detectadas a través del sistema de seguimiento de medios, en el ejercicio de la función de vigilancia del cumplimiento de la normativa

en materia de contenidos audiovisuales y publicidad, con carácter previo a su tratamiento en la Comisión de Normativa.

Para el desarrollo de sus actividades, la Comisión permanente de Contenidos cuenta con la asistencia técnica de las Áreas de Contenidos, Jurídica y de Organización, coordinadas por la Secretaría General del Consejo Audiovisual de Andalucía. Desde su constitución, la Comisión permanente de Contenidos ha venido celebrando sesiones semanales de trabajo.

### Asuntos tratados

Durante el año 2008, los Consejeros y Consejeras que integran la Comisión han tratado 126 quejas, sugerencias y peticiones ciudadanas recibidas a través de la Oficina de Defensa de la Audiencia, que dieron lugar a 32 resoluciones del Consejo. Asimismo, en la Comisión permanente de Contenidos se han estudiado 89 alertas resultado de la actividad del sistema de seguimiento de medios, referidas a incumplimientos de la legislación vigente en materia de contenidos audiovisuales de programación o publicidad emitidos por los operadores bajo competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía. Algunas de ellas han estado relacionadas con más de un posible incumplimiento legal a la vez.

La Comisión permanente de Contenidos ha realizado informes y estudios sobre asuntos de diversa naturaleza, entre los que destacan aquellos que hacen referencia a contenidos inadecuados para menores emitidos en franja horaria protegida —entre las 6h. y las 22h.—, asuntos relacionados con el pluralismo político y la neutralidad informativa, el sexismo en la publicidad y los contenidos de la programación, la espectacularización y el tratamiento sensacionalista de asuntos de interés social o los derechos de las minorías. Por áreas de trabajo, reseñamos a continuación los informes, estudios, propuestas de resolución o de recomendaciones que han sido elevados a Pleno por la Comisión Permanente de Contenidos a lo largo del año 2008.

1. Informes y análisis de contenidos y resoluciones elaborados a partir de expedientes de quejas, sugerencias y peticiones ciudadanas tramitados en la ODA han sido los siguientes:

- Siete informes y otras tantas propuestas técnicas de resolución sobre quejas referidas a presunta falta de pluralismo y neutralidad en el tratamiento informativo de la actualidad política en las emisoras de radio y televisión de Andalucía.
- Siete informes y propuestas técnicas de resolución sobre la emisión de contenidos susceptibles de ser considerados inadecuados para menores en horario protegido —entre las 6 h. y las 22 h.— en televisiones de Andalucía.
- Seis informes y propuestas técnicas de resolución relativas a la vulneración de derechos de las mi-

norías —pueblo gitano, homosexuales, discapacitados auditivos, enfermos mentales...—.

- Cinco informes y propuestas técnicas de resolución referidas a asuntos relacionados con la protección del derecho a la intimidad, el honor y la propia imagen.
- Cuatro informes y propuestas técnicas de resolución sobre aspectos de género y sexismo en contenidos de programación y publicidad emitidos por operadores de Andalucía.
- Dos informes y propuestas técnicas de resolución sobre sensacionalismo y espectacularización en el tratamiento informativo de varios sucesos por operadores de televisión.
- Un informe y propuesta técnica de resolución sobre cultura andaluza.
- Un informe y propuesta técnica de resolución sobre retransmisiones de espectáculos taurinos en horario protegido.
- Un informe y propuesta técnica sobre posible incitación a la violencia en una emisora de radio deportiva.

2. Informes y análisis de contenidos realizados sobre las alertas de posibles incumplimientos de la legalidad vigente en materia audiovisual proporcionadas por el sistema de seguimiento de medios del Consejo Audiovisual de Andalucía. En la Comisión permanente de Contenidos se han debatido un total de 89 informes de contenidos, referidos a 136 posibles incumplimientos. De ellos, 68 se han referido a emisiones de contenidos inadecuados para los menores en horario protegido, 32 a espacios publicitarios con estos mismos contenidos en las franjas horarias protegidas, y 36 a emisiones de sobreimpresiones publicitarias susceptibles de ser consideradas publicidad ilícita.

3. La Comisión permanente de Contenidos ha participado en distinto grado en la elaboración, debate y posterior elevación a Pleno de diversos trabajos de investigación, decisiones y recomendaciones derivadas del ejercicio de las funciones que le encomienda la Ley 1/2004, de 17 de diciembre. Los trabajos concretos fueron dirigidos por los Consejeros y Consejeras responsables de las Áreas correspondientes, realizados en el seno de los Grupos de trabajo adscritos a la Comisión permanente de Contenidos o resultado de ponencias delegadas por el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía.

En otro orden de cosas, la Comisión ha continuado con el impulso de las labores de seguimiento de las emisiones de la programación y publicidad de los operadores audiovisuales competencia del Consejo, del estudio y gestión de las quejas recibidas en la Oficina de Defensa de la Audiencia y de la realización de informes y estudios de apoyo a las labores de los Consejeros y Consejeras, así como de los Grupos de trabajo constituidos en su seno, así como del Área de Contenidos.

### 2.3.2. Comisión permanente de Normativa

La Comisión permanente de Normativa se creó conforme al Acuerdo del Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía de fecha 9 de octubre de 2007. En 2008, su composición ha sido la siguiente:

<b>Presidenta de la Comisión</b>
D <sup>a</sup> . María Luisa Pérez Pérez
<b>Vocales (consejeros/as)</b>
D. José M <sup>a</sup> Arenzana Seisdedos
D. Jaime Bretón Besnier
D. Carlos del Barco Galván
D <sup>a</sup> . Cristina Cruces Roldán
D <sup>a</sup> . Mercedes de Pablos Candón
D <sup>a</sup> . Carmen Fernández Morillo
<b>Secretario</b>
Coordinadora del Área Jurídica
D <sup>a</sup> . M <sup>a</sup> del Rosario Forján Rioja

#### Funciones

Tal y como establece el artículo 13 de las Instrucciones de Régimen Interior del Consejo Audiovisual de Andalucía, la Comisión permanente de Normativa es el órgano preparatorio del Pleno en cuestiones como la elaboración de propuestas de modificaciones legislativas.

Asimismo, conoce e informa de las propuestas de acuerdos que hayan de elevarse al Pleno en los procedimientos sancionadores tramitados por incumplimientos de la normativa vigente en materia de contenidos audiovisuales y de publicidad, sin perjuicio de cuantas otras tareas le sean expresamente delegadas por el Pleno para el eficaz cumplimiento de sus funciones.

#### Asuntos tratados

Desde enero de 2008 se han celebrado un total de 21 sesiones de la Comisión permanente de Normativa, en las cuales, y al margen de la labor de revisión de las propuestas de acuerdos para su elevación al Pleno en materia de procedimientos sancionadores, se han abordado entre otros los siguientes asuntos:

- Planteamiento, análisis y debate en torno a diversas cuestiones suscitadas con motivo de la incorporación del Consejo Audiovisual de Andalucía a la Agencia de Calidad de Internet IQUA —sesión de 31 de enero de 2008—.
- Análisis de las conclusiones acerca de la legislación en materia de estereotipos de género en las emisiones publicitarias, sobre la base del informe elaborado por el Área Jurídica del Consejo Audiovisual de Andalucía a la vista del Decreto de la Fiscalía del Tribunal Superior de Justicia de Andalu-

lucía —sesiones de 25 de septiembre y 16 de octubre de 2008—.

- Comentario y debate en torno a las conclusiones del informe jurídico sobre requerimiento de información a los operadores audiovisuales —sesión de 25 de septiembre de 2008—.
- Estudio del borrador de proyecto de Estatutos de la futura Red Iberoamericana de Autoridades Reguladoras del Audiovisual —sesión de 21 de mayo de 2008—.
- Revisión de los convenios de colaboración suscritos por el Consejo Audiovisual de Andalucía —sesiones de 14 de febrero, 19 y 26 de junio, 3 de julio y 11 de septiembre de 2008—.
- Presentación y análisis de las conclusiones alcanzadas en la jornada sobre “Derecho a la información en campaña electoral” celebradas en junio de 2008 —sesión de 29 de mayo de 2008—.
- Análisis del Anexo a la Resolución sobre Procedimientos de Tramitación de Alertas de Codificación de Incumplimientos —sesiones de 4 y 18 de diciembre de 2008—.

Además, como órgano de asistencia al Pleno en el ámbito de normativa, la Comisión ha trabajado a lo largo del pasado año en la elaboración de la Resolución sobre Procedimientos para la Tramitación de las Alertas Detectadas por el Consejo Audiovisual de Andalucía —aprobada por el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía de 17 de diciembre— con la finalidad de disponer de un instrumento útil para regular el procedimiento interno que ha de seguirse para la gestión y tramitación de las alertas que se generan ante el eventual incumplimiento por los operadores de la normativa audiovisual y de publicidad.

Durante 2008, gran parte de sus trabajos se centraron en la preparación y revisión de las propuestas de Acuerdo del Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía como consecuencia del ejercicio de la potestad sancionadora del Consejo que le viene atribuida en base a lo dispuesto en los artículos 16.4 y 33.1 de su Ley de creación y de su Reglamento Orgánico y de Funcionamiento, respectivamente.

En este sentido, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía ha incoado 22 procedimientos sancionadores, de los cuales tres han culminado con la imposición de sanción al operador por infracción de la normativa en materia de protección de los menores frente a la programación en el momento de redacción de la presente memoria.

Las infracciones detectadas han consistido, por un lado, en chats de contactos con mensajes de contenido explícitamente sexual, acompañados, en muchas ocasiones, de publicidad de servicios de tarificación adicional dirigidos a adultos. De los 22 procedimientos sancionadores incoados, 11 incluyen tales hechos, que son susceptibles de constituir infracción grave de acuerdo

con el artículo 20.2 de la Ley 25/1994, y que pueden ser sancionadas con multas de hasta 300.506 euros.

También se ha incoado un procedimiento sancionador por contenidos violentos susceptibles de perjudicar el desarrollo de los menores, hechos que también se califican de infracción grave.

Por otro lado, se han llegado a detectar emisiones de películas pornográficas o de descarga de las mismas en la franja horaria de protección de los menores, que constituyen emisiones susceptibles de ser calificadas como infracción muy grave conforme a lo dispuesto en Ley de Televisión Sin Fronteras. Los procedimientos sancionadores incoados por el Consejo en 2008 que incluyen la detección de este tipo de emisiones ascienden a un total de nueve. Estos hechos pueden ser sancionados con multa de entre 300.506 euros y 601.012 euros, y con la suspensión de eficacia del título habilitante para la prestación del servicio de televisión y, en caso de reiteración, a la revocación del mismo. En concreto, por la comisión de infracción muy grave, se ha incoado por el Consejo un procedimiento sancionador durante el año 2008.

El resto de procedimientos incoados se encontraban, a 31 de diciembre de 2008, en fase de instrucción. Todo ello, sin perjuicio de los expedientes de información previa al sancionador iniciados por Acuerdo del Pleno para determinar las circunstancias concurrentes y la identificación de los operadores responsables de las emisiones, dada la dificultad de su localización en muchos casos, originada por la diversidad de regímenes coexistentes en el ámbito de la Televisión Local.

Finalmente, y retomando los trabajos llevados a cabo en el último trimestre del 2007, la Comisión abordó —a lo largo de once sesiones durante el año 2008— el análisis de la propuesta de revisión de la Resolución 2/2006, por la que se dictan las Normas sobre Régimen de Organización y Funcionamiento de las Comisiones y Grupos de trabajo. Sobre la base de los trabajos llevados a cabo en la Comisión se aprobaron por el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía de 17 de diciembre de 2008 las Instrucciones de Régimen Interior del Consejo Audiovisual de Andalucía, motivadas por la necesidad de adaptar la Resolución 2/2006 al marco normativo vigente así como a la necesidad de clarificar, en el marco de las previsiones del Reglamento Orgánico, los flujos de comunicación entre el Pleno, las distintas Comisiones y Grupos de trabajo que puedan crearse, así como las distintas Áreas administrativas en que se estructura la Administración al servicio del Consejo.

### 2.3.3. Comisión permanente de Organización y Presupuesto

La Comisión permanente de Organización y Presupuesto se creó conforme al Acuerdo del Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía de fecha 9 de octu-

bre de 2007. En 2008, la composición de la Comisión permanente de Organización y Presupuesto ha sido la siguiente:

<b>Presidente de la Comisión</b>
D. Francisco Cervantes Bolaños
<b>Vocales (consejeros/as)</b>
D. Jaime Bretón Besnier
D. Eduardo Castro Maldonado
D <sup>a</sup> Cristina Cruces Roldán
D <sup>a</sup> . Mercedes de Pablos Candón
<b>Secretario/a</b>
Coordinador/a del Área de Organización, D <sup>a</sup> . M <sup>a</sup> del Mar Clavero Herrera (enero-junio), D. Ángel Manuel Martínez Sánchez (julio-diciembre)

Esta Comisión se extinguió, tras la aprobación el 17 de diciembre de 2008 de las Instrucciones de Régimen Interior del Consejo Audiovisual de Andalucía.

#### Funciones

Los objetivos de la Comisión permanente de Organización y Presupuesto estuvieron directamente relacionados con las funciones del Área de Organización, recogidas en el artículo 23 del Reglamento Orgánico y de Funcionamiento del Consejo Audiovisual de Andalucía, conociendo de los siguientes asuntos:

- Propuesta de borrador del Anteproyecto de Presupuestos del Consejo y su seguimiento.
- Política de recursos humanos, de contratación de personal, de formación interna y de estructura y procedimientos de gestión administrativa.
- Supervisión del equipo y el desarrollo de las herramientas informáticas del Consejo.
- Coordinación de la gestión de las instalaciones, mobiliario, materiales y equipos.
- Suministros y prestaciones para los distintos servicios del Consejo.
- Actividades de fomento del Consejo Audiovisual de Andalucía.

#### Asuntos tratados

En el ejercicio 2008 se celebraron 17 reuniones de la Comisión de Organización y Presupuestos en la que se trataron diversas materias y prepararon asuntos para su elevación al Pleno. Se pueden destacar las siguientes actividades:

- Debate sobre la propuesta de borrador del Anteproyecto de Presupuesto del Consejo. Análisis de la ejecución y seguimiento del presupuesto, así como de las modificaciones presupuestarias efectuadas a lo largo del ejercicio.
- Fijación de los criterios para la contratación de asistencias técnicas, para su elevación al Pleno.

- Criterios de Ordenación para la petición de informes, estudios y trabajos.
- Estudio, debate y análisis, con anterioridad a su elevación al Pleno y licitación, de las diferentes contrataciones administrativas efectuadas.
- Estudio y debate de las Bases Reguladoras y convocatoria de Ayudas a entidades sin ánimo de lucro en materia audiovisual.
- Convocatoria de becas conjuntas de formación e investigación para la realización de estudios y trabajos de investigación en las funciones y materias de competencias del Consejo Audiovisual de Andalucía.

### 2.3.4. Comisión permanente de Pluralismo

La Comisión de Pluralismo se constituyó como una Comisión específica el 19 de diciembre de 2006. Estuvo presidida por D. Manuel Ángel Vázquez Medel hasta la sesión del 9 mayo de 2008. A partir de esa fecha desempeñaron este puesto, interinamente, varios Consejeros, hasta que el 12 de septiembre pasó a ser presidida por el nuevo Presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía, D. Juan Montabes Pereira. Tras la aprobación el 17 de diciembre de 2008 de las Instrucciones de Régimen Interior, la Comisión de Pluralismo se ha reconocido formalmente como permanente, pasando a denominarse Comisión permanente de Pluralismo. En 2008, su composición ha sido la siguiente:

<b>Presidente de la Comisión</b>
D. Manuel Ángel Vazquez Medel (enero-mayo) D. Juan Montabes Pereira (septiembre-diciembre)
<b>Vocales (consejeros/as)</b>
D. José M <sup>a</sup> Arenzana Seisdedos
D. Eduardo Castro Maldonado
D. Francisco Cervantes Bolaños
D <sup>a</sup> Cristina Cruces Roldán
D. Carlos del Barco Galván
D <sup>a</sup> . Mercedes de Pablos Candón
D <sup>a</sup> . Carmen Elías Iglesias
D <sup>a</sup> Carmen Fernández Morillo
<b>Secretario</b>
Jefe del Servicio de Análisis, D. Felipe Rodríguez Fernández

Asimismo, asistió a las sesiones el Coordinador del Área de Contenidos, D. Juan Carlos Fernández Serrato. Eventualmente, asistieron a diversas sesiones otros técnicos tanto del Área de Contenidos como del Gabinete de Telecomunicaciones.

#### Funciones

Según el artículo 12 de las Instrucciones de Régimen Interior del Consejo Audiovisual de Andalucía, la Comisión de Pluralismo se encarga de debatir y conocer los asuntos relacionados con la salvaguarda de

los principios de pluralismo político, social, religioso y cultural encomendados al Consejo Audiovisual de Andalucía en el artículo 4.1 de la Ley 1/2004. Se manifestará sobre las propuestas de estudio de pluralismo, siguiendo acuerdos plenarios y elevará al Pleno del Consejo para su conocimiento y toma de decisiones, todos los informes realizados y todas aquellas recomendaciones, instrucciones y decisiones que son de su competencia.

#### Asuntos tratados

A lo largo del año 2008, la Comisión de Pluralismo celebró 25 sesiones, con el fin de tratar de dar cumplimiento a la decisión del Pleno de 22 noviembre de 2007, por la que el Consejo Audiovisual de Andalucía anunciaba su propósito de llevar a cabo y publicar informes sobre pluralismo político en los informativos diarios de los operadores públicos de televisión de la Comunidad Autónoma.

La tarea principal acometida consistió en la elaboración de un marco teórico sólido y de un modelo de datos que permitiera la aplicación práctica de dicho marco. El modelo de datos de pluralismo fue elevado por la Comisión de Pluralismo al Pleno celebrado el 30 de abril de 2008, en el que fue refrendado por unanimidad.

La elaboración del modelo de datos para los estudios de pluralismo político del Consejo Audiovisual de Andalucía requirió un intenso trabajo de varios meses, de los técnicos informáticos y del Área de Contenidos. En el momento de redactar esta memoria, se está iniciando el proceso para la inclusión en el registro de la propiedad intelectual del modelo de datos de pluralismo político del Consejo Audiovisual de Andalucía.

Una vez aprobado el modelo de datos, la Comisión de Pluralismo acometió la puesta en marcha y aplicación práctica del mismo, lo que debió superar no pocas incidencias de tipo técnico, dadas la escala del estudio y su novedad.

A finales de 2008 se habían realizado las pruebas necesarias que verificaban la viabilidad y validez del modelo con lo que, a principios de 2009, pudieron comenzar las tareas de catalogación de informativos que formarán parte del primer informe de pluralismo político del Consejo Audiovisual de Andalucía, cuya presentación está prevista para el primer semestre de 2009.

### 2.3.5. Comisión permanente de Estudios

La Comisión permanente de Estudios, fue creada por Acuerdo del Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía de fecha 17 de diciembre de 2008.

#### Funciones

Según el artículo 14 de las Instrucciones de Régimen Interior del Consejo Audiovisual de Andalucía, la Comisión de Estudios conoce, examina y evalúa, para en su

caso, disponer las modificaciones necesarias, los informes, estudios y cualesquiera otras actuaciones que el Pleno del Consejo decida en materia de contenidos audiovisuales y análisis del sistema audiovisual.

Para ello, establece las metodologías y protocolos normalizados de trabajo del Consejo, con carácter previo al pronunciamiento del Pleno y sin perjuicio de cualesquiera otras tareas que le pueda delegar el mismo.

La Comisión tiene funciones de seguimiento de los estudios en curso, constituyendo los grupos de trabajo que considere necesarios, al objeto de dar cumplimiento a lo establecido en relación con la dotación de responsabilidades y recursos, y trabaja y conoce la información proveniente de los estudios de otras Comisiones, sin perjuicio de la elaboración de metodologías y diseños de investigación sobre materias que le sean asignadas por el Pleno.

### 2.3.6. Comisión temporal de RTVA

En cumplimiento de lo previsto en el artículo 9.1 de las Instrucciones de Régimen Interior y en atención a la Ley 18/2007, de 17 de diciembre, de la radio y la televisión de titularidad autonómica gestionada por la RTVA, se aprobó la creación de una Comisión temporal de RTVA por Acuerdo del Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, de fecha 17 de diciembre de 2008.

#### Funciones

La Comisión tiene como funciones los trabajos previos de documentación y asesoramiento al Pleno y eventual propuesta de dictamen o elaboración de informes previos sobre lo que el Pleno deba pronunciarse. En concreto, esta Comisión deberá de entender, cuando legalmente corresponda, sobre el proyecto Contrato-Programa, en aquellas materias que fuera de su competencia (artículo 8), la supervisión del cumplimiento de la misión de servicio público de la radio y la televisión prestado por la RTVA a través de sus sociedades filiales (artículo 36) y el seguimiento del calendario de programación accesible para personas con discapacidad sensorial —disposición transitoria tercera—. A parte, tiene la función de control externo del cumplimiento del Código de Conducta Comercial de la RTVA y de sus sociedades filiales (artículo 11) y de todas aquellas funciones que le pudieran venir atribuidas por decisión del Pleno.

## 2.4. GRUPOS DE TRABAJO

Según el artículo 9 de las Instrucciones de Régimen Interior del Consejo Audiovisual de Andalucía, las Comisiones podrán actuar en Pleno o a través de la constitución de Grupos de trabajo, para el desarrollo de las tareas encomendadas por el Pleno. Los Grupos de trabajo tendrán naturaleza temporal y carácter finalista para la realización de tareas específicas.

Durante el año 2008, han continuado sus tareas los Grupos de trabajo establecidos con anterioridad a la publicación de las mencionadas Instrucciones, siendo desde entonces preceptiva la adaptación de los mismos al régimen que se establece en las mismas. Así, y para la constitución del Grupo de trabajo será necesario establecer los objetivos concretos a conseguir, los integrantes del Grupo de trabajo que, en cualquier caso, no tendrán que ser necesariamente miembros de la Comisión a la cual se adscriba aquél y el Consejero o Consejera de la Comisión correspondiente que, previa aceptación, sea designado responsable de la dirección y del desarrollo de las tareas encomendadas, que se llevarán a cabo sin perjuicio, en cualquier caso, de lo previsto en el artículo 14.1 d) del Reglamento Orgánico y de Funcionamiento del Consejo Audiovisual de Andalucía.

La Comisión correspondiente determinará los objetivos de cada Grupo de trabajo creado, y la Consejera o Consejero responsable elaborará un proyecto inicial de ejecución del trabajo o estudio a realizar en el que deberán describirse, de forma sistemática, los objetivos, la metodología, el calendario previsto y los recursos, tanto personales como materiales, que se estimen necesarios.

Los Grupos de trabajo se disolverán una vez concluido el objetivo encomendado y entregadas las conclusiones a la Comisión correspondiente.

En 2008, han desarrollado actividades los siguientes Grupos de trabajo:

### 2.4.1. Grupo de trabajo de Infancia y Televisión

El Grupo de trabajo de Infancia y Televisión se constituyó el 18 de julio de 2006, mediante aprobación del Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía. En 2008 el Grupo de trabajo ha estado compuesto por:

<b>Responsable del Grupo de trabajo</b>
D <sup>a</sup> . María Luisa Pérez Pérez
<b>Vocales (consejeros/as)</b>
D <sup>a</sup> Cristina Cruces Roldán
D <sup>a</sup> . Mercedes de Pablos Candón
D <sup>a</sup> . Carmen Fernández Morillo

El Grupo ha contado con la participación de los técnicos del Área de Contenidos, D. Juan Carlos Fernández Serrato, D. Felipe Rodríguez, D<sup>a</sup> Sara Mesa, D. Ignacio Calle que han intervenido en diferentes momentos de los diversos trabajos y sesiones, y del secretario D. Antonio Ramos Durán.

#### Objetivos

Inicialmente se establecieron las siguientes líneas estratégicas de conocimiento y actuación, elevadas al

Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía y aprobadas por éste:

1. Tratamiento de los menores en televisión: marco jurídico.
2. Publicidad dirigida a menores: temática, hábitos, campañas de temporada (Navidad).
3. Programación propia y ajena en horario protegido.
4. Señalización de programas.
5. Análisis de programas: ¿Qué ven los menores andaluces?
6. Series ‘familiares’: su incidencia en la infancia y en los jóvenes.
7. Los menores y las tecnologías de la información: Internet, móviles, juegos...

En la primera sesión del Grupo se adoptaron como líneas de actuación prioritarias las siguientes:

- Colaboración con la ODA en el análisis y propuestas de actuación en las quejas y reclamaciones relacionadas con los menores y los medios audiovisuales.
- Análisis de la Programación Infantil: Campaña de Navidad 2005-2006.
- Análisis de la Publicidad Infantil: Campaña de Navidad 2005-2006.
- ¿Qué ven los menores andaluces? Análisis de los Informes de Audiencia como instrumento de trabajo.

El Grupo de trabajo de Infancia y Televisión consideró a finales del año 2008 que se habían llevado a cabo todas las acciones y trabajos encomendados en su día por el Pleno, por lo que se disolvió una vez cumplidos sus objetivos el 17 de diciembre de 2008. En este momento, la previsión era crear un nuevo Grupo de trabajo finalista, ajustado a las Instrucciones de Régimen Interior del Consejo Audiovisual de Andalucía para llevar a cabo el estudio concreto sobre Publicidad de juguetes en la campaña de navidad 2008-2009, con el objetivo de analizar desde una perspectiva comparativa los resultados de esta temporada con el trabajo efectuado por el Grupo de Infancia en la navidad de 2006.

#### Actividades en 2008

Entre el conjunto de actuaciones llevadas a cabo por el grupo, anteriores al 2008, como principales rendimientos se destaca el Estudio sobre publicidad de juguetes en la campaña de Navidad 2006-2007. Derivados de este estudio, el Grupo realizó en 2007 la publicación de un informe general sobre publicidad de juguetes, la elaboración y difusión de una serie de recomendaciones dirigidas a los grupos de población y sectores implicados —familias, educadores, operadores de televisión, publicistas, fabricantes de juguetes, etc.— que permitiese que las conclusiones del informe fuesen conocidas y analizadas en profundidad y un

Seminario sobre publicidad de juguetes, que permitió discutir las conclusiones del informe con los principales representantes de los sectores, y en el que participaron, además de miembros de este Consejo, la Asociación de Usuarios de la Comunicación, el Consejo Andaluz de Asuntos de Menores, la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (UTECA), la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes y la Confederación Andaluza de Asociaciones de Padres y Madres de Alumnos y Alumnas, entre otros.

Tras estas actividades, en 2008 se ha continuado en la línea anterior, con las siguientes tareas:

- Seguimiento de la Programación Infantil emitida en los canales competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía.
- Tareas de seguimiento de la publicidad dirigida a la infancia y análisis de sus relaciones con la legislación vigente en materia de protección de menores y de publicidad.
- Rastreo y estudio de los Informes de Audiencia de menores en Andalucía.
- Cooperación con la ODA en relación con quejas y reclamaciones relacionadas con la infancia y la juventud en los medios audiovisuales.
- Análisis y clasificación de estadísticas y bases de datos de organismos internacionales relacionados con el estado de la infancia y la juventud en relación con los medios audiovisuales.
- Discusión y evaluación del alcance de los intervalos de edad previstos en los registros de audiencia como instrumento de información para las labores del Consejo Audiovisual de Andalucía.
- Registro de información sobre legislación específica, audiencias y programación en menores de 0 a 4 años.
- Colaboración con organismos públicos y asociaciones vinculados a la protección de los menores, para puesta en común de resultados y generación de iniciativas. En particular, cabe citar las relaciones establecidas con la Dirección General de Infancia de la Junta de Andalucía, el Consejo Andaluz de Asuntos de Menores, el Observatorio de la Infancia, el Consejo Escolar de Andalucía y el Observatorio de la Violencia Escolar.
- Reuniones con la Fiscalía del Tribunal Superior de Andalucía para establecer acciones coordinadas respecto a la emisión de pornografía y anuncios de contactos sexuales en horario de protección infantil.
- Elaboración de un listado de documentos informativos acerca del papel de la protección de los menores en los Consejos Audiovisuales europeos con competencia en estas materias.
- Participación en foros y encuentros relacionados con menores, audiencias y contenidos audiovisuales.
- Creación de una base de datos de eventos nacionales e internacionales orientados a la protección

de la infancia y la juventud, con delimitación de aspectos relativos a los medios audiovisuales.

- Ordenación de fuentes de materiales educativos escolares de infancia y secundaria asociados a los medios audiovisuales en Andalucía.
- Diseño de calendario de actividades y programación de estudios para la anualidad 2009.

Dentro de la producción de estudios específicos, cabe destacar, asimismo, los siguientes:

- **Avance de tendencias sobre publicidad de juguetes, campaña 2008-2009.** Su objetivo es conocer las líneas que se advierten en cuanto a los mensajes implícitos y explícitos de discursos e imágenes en la publicidad de juguetes, la detección de incumplimientos potenciales y la formulación de recomendaciones. El avance del estudio ha sido dirigido por la Consejera D<sup>a</sup>. Cristina Cruces Roldán. Entre sus resultados, cabe destacar la persistencia de las representaciones sexistas y que utilizan roles de género estereotipados, la concentración emergente de determinadas ofertas en el aspecto físico femenino, con emulación adulta, la localización de la oferta en los segmentos de 3 a 9 años, la novedad de los videojuegos dirigidos exclusivamente a niñas, la continuidad de los reclamos publicitarios, con remisión a las páginas web de los fabricantes, y la exhortación compulsiva de los mensajes de la publicidad de juguetes.

En relación con este estudio, en el año 2008 se ha procedido a los trabajos encaminados a la selección muestral de los anuncios que serán objeto de análisis en el Informe sobre Publicidad de juguetes, campaña 2008-2009, de los que se ha extractado, una vez excluidas las repeticiones, el universo a analizar, y valorado las OTS (opportunities to see) de sus emisiones. Igualmente, se han continuado los contactos con los agentes implicados en la sesión de puesta en común de resultados del Informe anterior, y, bajo la coordinación de la consejera responsable del Área de Estudios e Investigaciones, D<sup>a</sup> Cristina Cruces Roldán, se han realizado las tareas de supervisión de la publicación del Informe sobre Publicidad de Juguetes, campaña 2006-2007, que ha visto la luz en este año.

- **Recomendaciones del Consejo Audiovisual de Andalucía sobre la publicidad de juguetes** dirigidas a las familias y responsables de los menores andaluces 2008-2009, cuya realización fue aprobada por el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía en sesión de 23 de diciembre de 2008. Dichas Recomendaciones incorporan referencias a la delimitación de los horarios de protección, el listado de incumplimientos de la legislación o los códigos deontológicos de aplicación, como la incitación al consumo, la presentación errónea y los

contenidos que impliquen desigualdad o exclusión, los enlaces web que aparecen en los anuncios de juguetes, y las prácticas que familias y educadores pueden utilizar al objeto de impedir la vulneración de los derechos de los menores ante la publicidad de esta naturaleza, ofreciendo las vías de contacto con el Consejo Audiovisual de Andalucía para el envío de quejas, sugerencias y peticiones.

- **Informe General sobre Menores y Televisión en Andalucía.** Con vistas a contar con un instrumento que mostrase una visión de conjunto y permitiese investigaciones posteriores más específicas, el Grupo de trabajo de Infancia y Televisión ha dedicado buena parte de sus esfuerzos a la elaboración de un Informe General sobre Menores y Televisión. El Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía celebrado el día 9 de octubre de 2007 aprobó su elaboración y, una vez finalizado, ha sido presentado en sesiones de Comisión de Contenidos y Plenaria. El contenido del Informe cuenta con los siguientes epígrafes:
  - Recopilación y análisis de la legislación vigente y los códigos deontológicos aplicables en este ámbito.
  - Síntesis de todas las actuaciones del Consejo Audiovisual de Andalucía en este ámbito.
  - Alertas recibidas, quejas tramitadas a través de la ODA, resoluciones emitidas por el Consejo, y síntesis de otros trabajos que afecten al campo de la protección del menor elaborados o en tramitación por este Consejo.
  - Encuesta sobre hogares y televisión y Estudio sobre publicidad de juguetes.
  - Estudios específicos sobre infancia y televisión: Análisis de programación infantil y juvenil, análisis de audiencias infantiles y juveniles y análisis de publicidad emitida en horario de protección reforzada.

Este Informe es considerado el estudio más importante realizado en la Comunidad Autónoma y quizás también en el ámbito español en este campo, donde el Consejo Audiovisual de Andalucía avanza camino a seguir en la tarea de salvaguardar los derechos de los menores de edad, reiteradamente menoscabados. La aprobación de su publicación fue aprobada en el Pleno celebrado el 16 de octubre de 2008.

El informe fue presentado oficialmente por el Presidente D. Juan Montabes Pereira y la Consejera D<sup>a</sup>. M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez a la Presidenta del Parlamento de Andalucía, D<sup>a</sup>. Fuensanta Coves Botella, el 11 de noviembre de 2008.

En este mismo mes, se produjo la participación del Consejo en el VII Foro Andaluz de la Infancia, dedicado a "Medios de comunicación e infancia", celebrado en Punta Umbría, con la presencia del Presidente de la Institución, D. Juan Montabes Pereira, presidiendo la Mesa del Foro, la conferencia inaugural Vivir para

ver. El estado de la cuestión en las relaciones entre televisión e infancia en Andalucía, dictada por la consejera D<sup>a</sup> Cristina Cruces, y la mesa redonda sobre Buenas prácticas, con la participación de la consejera, D<sup>a</sup>. M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez.

Los principales resultados y conclusiones de los estudios antedichos, pueden consultarse en la sección de "Elaboración de informes y estudios sobre el sector audiovisual" de este mismo Informe Anual.

Composición hasta el 30 de octubre de 2008	Composición desde el 30 de octubre de 2008
<b>Responsable del Grupo de trabajo</b>	<b>Responsable del Grupo de trabajo</b>
D <sup>a</sup> . Cristina Cruces Roldán	D <sup>a</sup> . Cristina Cruces Roldán
<b>Vocales (consejeros/as)</b>	<b>Vocales (consejeros/as)</b>
D. José M <sup>a</sup> Arenzana Seisdedos	D. José M <sup>a</sup> Arenzana Seisdedos
D <sup>a</sup> . Mercedes de Pablos Candón	D <sup>a</sup> . Mercedes de Pablos Candón
	D. Francisco Cervantes Bolaños

El Grupo de trabajo ha contado con la eventual participación, a requerimiento, del Jefe del Servicio de Análisis, D. Felipe Rodríguez Fernández, así como del Técnico del Gabinete de la Presidencia del Consejo Audiovisual de Andalucía, D. José Ángel Valdés Leyva. Cabe citar que la consejera responsable del Grupo de trabajo lo es, a la vez, del Área de Investigación y Estudios del Consejo Audiovisual de Andalucía.

Las actividades desarrolladas por el Grupo de trabajo del Barómetro del Consejo Audiovisual de Andalucía para el año 2008 se han distribuido en tres ámbitos específicos: labores de seguimiento, coordinación y seguimiento de las ediciones anuales del Barómetro Audiovisual de Andalucía y coordinación y supervisión del Informe sobre Televisión e Infancia en Andalucía, 2008.

#### Actividades en 2008

Las tareas de seguimiento principales acometidas por el Grupo han sido las siguientes:

- Localización y análisis de las principales novedades de fuentes y tratamiento estadístico de valores relacionados con el ámbito de actuación del Grupo de trabajo.
- Generación de una base de datos de fuentes estadísticas, bibliográficas y de información de actualidad, tanto de medios escritos como audiovisuales, sobre las cuestiones de referencia.
- Establecimiento de un calendario y registro de actividades y eventos vinculados al ámbito de aplicación de las metodologías cualitativas y cuantitativas de análisis sobre los asuntos que les son propios a los objetivos del Grupo de trabajo.
- Rastreo de las funciones legales asignadas a otros Consejos Audiovisuales y autoridades de regulación audiovisual en relación con la elaboración de Informes de naturaleza similar al Barómetro Audiovisual de Andalucía.

#### 2.4.2. Grupo de trabajo de Barómetro Audiovisual de Andalucía

La creación del Grupo de trabajo de Barómetro Audiovisual de Andalucía tuvo lugar en octubre de 2006. En 2008, el Grupo celebró un total de 11 reuniones, modificándose la composición del mismo desde octubre de este mismo año, quedando como sigue:

- Localización de Informes evacuados por otros Consejos Audiovisuales y autoridades de regulación audiovisual asimiladas a las tareas de estudios e investigaciones desarrolladas por el Grupo.
- Estudio y clasificación de una base de referencias de módulos informativos y preguntas de cuestionario desarrolladas en otros informes de instituciones y organismos y que conciernen al ámbito audiovisual.
- Generación de una base de datos de Grupos de Investigación, Institutos y Empresas dedicadas al análisis estadístico o temáticas asimiladas a las funciones conferidas al Consejo Audiovisual de Andalucía.
- Colaboración en las tareas de coordinación de las labores de Comisiones de seguimiento de los estudios en curso con empresas e instituciones responsables.

#### Barómetro Audiovisual de Andalucía

El artículo 4.18 de la Ley 1/2004, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía, otorga a esta institución la función de realizar estudios sobre los diversos aspectos del sistema audiovisual. Con dos ediciones hasta 2008, el Barómetro Audiovisual de Andalucía tiene como objetivo el conocimiento de los estados de opinión y expectativas de la población andaluza en relación con los medios audiovisuales y, a su vez, del nivel de conocimiento del Consejo Audiovisual de Andalucía y sus atribuciones. Sirve, en primer lugar, como una herramienta de gran riqueza para las diversas actividades y funciones de la institución, como lo demuestra el recurso a sus datos en numerosas y muy variadas actividades y el apoyo y orientación de éstas en razón de los datos de él emanados. Asimismo, el Barómetro Audiovisual de Andalucía tiene una notable utilidad en su valor de sólido referente en la comunidad andaluza, tanto para los pro-

fesionales de los medios como para los científicos sociales y el ámbito universitario, cumpliendo el cometido de ofrecer los datos estadísticos brutos, a través de tablas.

Este objetivo de trascendencia del mero ámbito del órgano regulador, y de incardinación en los sectores profesionales y universitarios de la comunidad como un referente del mismo calibre que otras prestigiosas investigaciones con más antigüedad, es una de las metas marcadas para el Grupo de trabajo en ediciones sucesivas, para las que es de esperar que el Barómetro Audiovisual de Andalucía consolide y expanda su influencia, confirmándolo como uno de los ejes de la actividad investigadora del Consejo Audiovisual de Andalucía y como una herramienta de gran utilidad tanto para el propio órgano como para la sociedad andaluza en general.

La estructura del Barómetro Audiovisual de Andalucía, que se realiza en base a una encuesta a 1.500 informantes de la Comunidad Autónoma Andaluza, cuenta con módulos o bloques de información fijos y otros que van alternándose y modificándose en función de los intereses de la institución.

#### Barómetro Audiovisual de Andalucía, edición 2008

Si bien los principales resultados y conclusiones de la edición del Barómetro Audiovisual de Andalucía del año 2008 pueden consultarse en la sección de "Elaboración de informes y estudios sobre el sector audiovisual" de este mismo Informe Anual, sintetizamos como sigue las tareas acometidas a este respecto en esta edición por el Grupo de trabajo de Barómetro:

- Supervisión de progreso de contenidos metodológicos del Barómetro Audiovisual de Andalucía, edición 2008.
- Seguimiento de cumplimiento del convenio establecido con el Instituto de Estudios Sociales de Andalucía (IESA).
- Labores de coordinación de explotación básica de resultados. Participación en selección de tabulaciones.
- Planificación de labores de edición impresa del Barómetro Audiovisual de Andalucía, edición 2008.
- Coordinación de la presentación pública de los principales resultados del Barómetro, que se produjo en rueda de prensa el 18 de diciembre de 2008.

#### Barómetro Audiovisual de Andalucía, edición 2009

Durante 2008 se ejecutaron, por parte del Grupo de trabajo, las siguientes tareas de preparación de las labores de la edición 2009 del Barómetro Audiovisual de Andalucía:

- Diseño metodológico-marco del Informe. Determinación de unidades de análisis: Televisión, Radio, Control e independencia de los medios, Ética in-

formativa, Objetividad y neutralidad informativas, Operadores, Pluralismo, Publicidad, Información, Preferencias, Programación, Participación, Dinámicas mediáticas, Órganos reguladores, Consejo Audiovisual de Andalucía, Tecnologías emergentes, TDT, Financiación de los medios públicos, Programas de videncia, Uso de los SMS.

- Delimitación de la estructura, los niveles de información o bloques fijos y alternantes de la edición anual, según las siguientes previsiones y una vez realizadas las consultas a los miembros del Pleno:
- Secciones presentes en otras ediciones del Barómetro Audiovisual de Andalucía:
  - Datos sobre el equipamiento de tecnologías de los hogares andaluces (fuentes externas).
  - Objetividad y pluralismo de los medios: nivel de objetividad atribuida a la televisión y a la radio y el tratamiento que dan a los partidos políticos.
  - Influencia de los medios sobre la población: grado de influencia de la televisión y la radio sobre la opinión pública.
  - Conocimiento de los medios audiovisuales que emplea la población andaluza para informarse, temas de actualidad que más les interesan y medios que utilizan cuando lo que persiguen es el entretenimiento.
  - Análisis de la imagen de la televisión: valoraciones sobre la neutralidad, el entretenimiento, el carácter educativo y la programación de los canales entre todas las televisiones que emiten en Andalucía.
  - Publicidad: análisis de algunas prácticas publicitarias y valoraciones sobre la emisión de publicidad en los canales públicos.
  - Imagen de la radio: valoraciones sobre la neutralidad, el entretenimiento, el carácter educativo y la programación de las emisoras de radio que se escuchan en Andalucía.
  - TDT: grado de implantación y conocimiento sobre distintos aspectos de la TDT en los hogares andaluces.
  - Órganos de regulación, participación y opiniones sobre el Consejo Audiovisual de Andalucía: valoración sobre la regulación de contenidos y publicidad, responsabilidad de esta tarea, capacidad sancionadora y disponibilidad de la población para hacer reclamaciones. Conocimiento del Consejo Audiovisual de Andalucía.
- Secciones originales de la edición 2009 del Barómetro Audiovisual de Andalucía. En esta oleada se estableció como objetivo el abordaje de nuevos temas, incluso dentro de bloques preexistentes. Entre ellos, cabe destacar la opinión ciudadana sobre el uso de nuevos formatos de entretenimiento (móviles, MP3/MP4, internet), sobre la proliferación de los programas de videncia en las televisiones locales o sobre la pornografía en abierto,

entre otros. Ante la proximidad del 'apagón analógico' se retoma un apartado sobre la Televisión Digital Terrestre, ya tratado en la primera edición del Barómetro Audiovisual de Andalucía:

- Valoración de los contenidos informativos en los medios.
- Estimaciones sobre nuevos formatos de comunicación y entretenimiento: opiniones sobre el uso masivo de los SMS en las televisiones, la proliferación de los programas de videncia y el incremento de los contenidos pornográficos.
- Percepción sobre la imagen hombre-mujer en los medios: opiniones sobre los estereotipos que emplea la publicidad y el tratamiento informativo que se da a los casos.
- Imagen de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA): opiniones sobre cumplimiento de las funciones de servicio público y calificación específica de los informativos de Canal Sur.
- Determinación de las variables de cabecera empleadas en el análisis estadístico: sexo, edad, provincia, tamaño de hábitat, nivel de estudios, ocupación, recuerdo de voto, autoubicación ideológica, condición socio-familiar (hijos-as).
- Colaboración en la confección del apartado metodológico del pliego de prescripciones técnicas para la nueva edición del Barómetro Audiovisual de Andalucía, edición 2009, según los siguientes parámetros:
  - Universo: población de ambos sexos de 16 años o más.
  - Ámbito: Comunidad de Andalucía.
  - Tamaño de la muestra: 1.500 entrevistas, con un error estadístico máximo posible de +2.58% para un nivel de confianza del 95.5% (dos sigma) y un  $p=q=50$ .
  - Distribución de la muestra: las entrevistas se han distribuido proporcionalmente según el tamaño de los municipios y la provincia.
  - Selección muestral: aleatoria con cuotas de sexo y edad proporcionales a la población del estrato, con ponderación posterior.
  - Entrevista: telefónica mediante sistema CATI.
  - Cuestionario: estructurado de 45 preguntas, más datos de clasificación.
  - Fecha del Trabajo de Campo: enero-febrero de 2009.
- Diseño previo de la explotación de los resultados de la encuesta, en términos de tabulaciones básicas y análisis por conglomerados.

#### Barómetro de Infancia y Televisión en Andalucía

En coordinación con el Grupo de trabajo de Infancia, e incardinado en los trabajos técnicos allí desarrollados, el Grupo de trabajo de Barómetro desarrolló

durante los primeros meses de 2008 las labores finales de coordinación del proyecto "Barómetro de Infancia y Televisión en Andalucía", cuyos principales resultados y conclusiones pueden consultarse en la sección de "Elaboración de informes y estudios sobre el sector audiovisual" de este mismo Informe Anual.

En el mes de mayo de 2008 tuvo lugar la presentación de resultados de este estudio monográfico. Sintetizamos como sigue las tareas acometidas a este respecto en esta edición por el Grupo de trabajo:

- Supervisión de progreso de contenidos metodológicos.
- Labores de seguimiento del Convenio con el instituto CADPEA, encargado de la realización del estudio.
- Participación en la selección de tabulaciones y confección del análisis univariante y multivariante de explotación de resultados.
- Selección de bases para el cruce de información.
- Supervisión final del Informe Ejecutivo.
- Confección del modelo de presentación pública de datos.

En relación tanto con el Barómetro de Televisión e Infancia en Andalucía, como con el Barómetro Audiovisual de Andalucía, edición 2008, hay que destacar las actividades desarrolladas por el Grupo de trabajo de Barómetro para la puesta en común de los datos de ambos en el Informe General sobre Menores y Televisión en Andalucía. El Barómetro Audiovisual se utilizó como estudio estadístico de tendencia central, y el Barómetro de Infancia y Televisión añadió una aplicación multivariante de resultados a partir de la localización de estilos educativos en base a las unidades de análisis infancia, contenidos audiovisuales, programación y publicidad, regulación, estrategias educativas y audiencia televisiva. Las unidades de clasificación y variables utilizadas han sido las siguientes: menores, emisiones televisivas, horarios y fechas de emisión, hábitat, nivel de estudios, equipamiento del hogar, consumo televisivo, programación, usos y modo de visionado, control del visionado, estrategias educativas y rendimiento escolar.

El Informe General recoge las principales referencias empíricas de estas investigaciones y sus conclusiones más interesantes a modo de metaestudio. Los ítems aplicados son: equipamiento del hogar, consumo y programación televisiva, usos y modos de visionado, control del visionado, correlaciones entre consumo de televisión, equipamiento, control parental y rendimiento escolar. Se cotejaron los datos relativos a la opinión social en general, y de padres y madres en particular, sobre los usos y el consumo televisivo de los menores andaluces, bien entendido que en el primer caso la encuesta tiene carácter general y el estudio específico de infancia dirigió sus preguntas a hogares donde vivieran menores de doce años.

### 2.4.3. Grupo de trabajo de Internet y Nuevas Tecnologías

La reunión constituyente de este Grupo de trabajo tuvo lugar el 4 de enero de 2007, en 2008 el Grupo de trabajo ha estado compuesto por:

<b>Responsable del Grupo de trabajo</b>
D. José M <sup>a</sup> Arenzana Seisdedos
<b>Vocales (consejeros/as)</b>
D <sup>a</sup> Carmen Elías Iglesias
D. Carlos del Barco Galván
D. Francisco Cervantes Bolaños

Hasta febrero de 2008, una asistencia técnica sirvió como apoyo al Grupo de trabajo.

#### Actividades en 2008

Temas abordados en el Grupo de trabajo:

- Formalización y realización de trabajos de recopilación, clasificación, tratamiento y análisis de datos de contenido directamente relacionado con Internet, las nuevas tecnologías y la convergencia de medios —mes a mes—.
- Recopilación e investigación pormenorizada de la legislación específica reguladora vigente en el marco de las nuevas tecnologías.
- Estudio pormenorizado de la nueva Ley francesa en relación a Internet, derechos de autor, etc.
- Elaboración de una base de datos permanentemente actualizada de televisiones y radios en Internet.
- Elaboración de una base de datos actualizada de televisiones y radios disponibles a través de Telefonía Móvil.
- Recopilación de información y seguimiento de campañas de marketing viral y de nuevos modelos publicitarios en Internet y telefonía móvil.
- Elaboración y actualización permanente de una base de datos de gadgets, artilugios, sistemas o novedades tecnológicas que renueven el parque existente y funcionen como transmisores de contenidos.
- Recopilación de los foros, encuentros, simposios, etc. relacionados con las nuevas tecnologías para posteriormente valorar la oportunidad de la asistencia desde el Consejo Audiovisual de Andalucía —trimestral—.
- Seguimiento y análisis de la situación en el desarrollo e implantación de la TDT, la TDT de pago y el cable, en tres niveles: a) problemas tecnológicos, b) problemas administrativos, y c) problemas en la interactividad, la accesibilidad y demás servicios de valor añadido.
- Revisión pormenorizada y comparativa de la Ley de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía y de su Reglamento Orgánico que permita realizar propuestas concretas de modificación de la normativa a la luz del nuevo marco tecnológico y de la convergencia de medios.
- Gestiones a realizar para que expertos de diversos ámbitos en relación con las Nuevas Tecnologías pasen periódicamente por el Consejo Audiovisual de Andalucía para exponer sus puntos de vista sobre: delitos en Internet, implantación y futuro de la TDT, nuevos contenidos en el Móvil, nuevas formas de publicidad en convergencia, marketing viral...
- Estudio sobre qué oferta tienen disponible y qué ven los andaluces en relación a las Nuevas Tecnologías.
- Obtención de datos sobre el uso de las diferentes TIC por parte de los andaluces: análisis de la brecha digital, interna —por grupos o sectores de población, geográficos,...— y en relación con otras comunidades.
- Tareas de apoyo a la Comisión mixta de seguimiento del Acuerdo Marco, o convenio firmado entre el Consejo Audiovisual de Andalucía y AH-CIET.
- Confección de un listado de asociaciones de autorregulación en materia de Internet a todos los niveles, poniendo especial atención en aquellos organismos latinos.
- Recopilación de información actualizada acerca de los derechos de autor y su relación con las nuevas tecnologías.
- Búsquedas bibliográficas exhaustivas centradas en el ámbito de las nuevas tecnologías e Internet, que puedan adquirirse posteriormente para el fondo del Centro de Archivo, Documentación y Biblioteca del Consejo Audiovisual de Andalucía.
- Estudio de la accesibilidad de páginas Web institucionales andaluzas. Establecer un corpus mínimo de actuación, en el que deberían figurar los sitios de Ayuntamientos, Diputaciones, Junta de Andalucía y otras empresas. Formalización de criterios para determinar si una página es accesible o no.
- Observación de entidades de un carácter similar al Consejo Audiovisual de Andalucía en el ámbito de las nuevas tecnologías e Internet. Comparativa de competencias, recapitulación de recomendaciones u otro tipo de textos similares emitidos por otras entidades reguladoras en relación con las nuevas tecnologías.
- Gestión del tema de los archivos audiovisuales. No sólo respecto al Consejo Audiovisual de Andalucía, sino teniendo especial cuidado con el patrimonio histórico de Andalucía en el ámbito de la RTVE y la RTVA.

- Elaboración de una memoria sobre posibles encuentros con organismos o entidades que trabajen en ámbitos similares al Consejo Audiovisual de Andalucía como son el departamento o Comisión pertinente en el Parlamento de Andalucía, el personal de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía o el Defensor del Pueblo Andaluz.
- Elaboración de dossiers mensuales con información específica aparecida en prensa y revistas especializadas sobre los temas de interés para el grupo.
- Elaboración del borrador de Estatutos de la Red Iberoamericana de Autoridades Reguladoras del Audiovisual RIARA, para lo que se mantuvieron contactos con: Consejo Audiovisual de Cataluña, Consejo Audiovisual de Navarra, CNTV Colombia, ERC Portuguesa, Entidades Reguladoras del Audiovisual en Brasil, Ministerio de Cultura de España,...
- Elaboración del informe "La gestión de los archivos audiovisuales: Panorama sobre la preservación del patrimonio audiovisual de la humanidad" —Febrero 2008—.
- Entrega del "Informe sobre accesibilidad Web. Examen preliminar de la accesibilidad de páginas webs institucionales andaluzas" a las asociaciones de discapacitados integrantes del Comité mixto CAA - Entidades Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI).
- Programación audiodescrita y subtitulada de Canal Sur Televisión y Canal Sur 2.
- Criterios para la selección de colaboradores de la página web RTVA.
- Comparativa de la programación prevista y la emitida durante el mes de abril en Canal Sur Televisión y Canal Sur 2.
- Tratamiento informativo dado por Canal Sur Televisión y Canal Sur 2 a la polémica suscitada por el uso de uniformes en la Clínica San Rafael de Cádiz y a la sentencia de una trabajadora del Hospital Virgen del Rocío de Sevilla.
- Inclusión de rótulos en corridas de toros en Canal Sur Televisión.
- Informativos no diarios de Canal Sur Televisión y Canal Sur 2.
- Telenovela "Acorralada".
- Telenovela "Ángel Rebelde".
- Comparativa entre los resultados del Barómetro, ediciones 2006 y 2007, relativos a Canal Sur Televisión y Canal Sur 2.
- Desconexiones provinciales de Canal Sur Televisión.
- Programa "El Club de las Ideas".
- Situación en que se encuentra la puesta en marcha de los distintos operadores de televisión digital terrestre autonómicos.
- Temas tratados en "Mejor lo hablamos".
- Contenidos emitidos en el programa "Tecnópolis".
- Comparativa entre la programación prevista y la emitida durante el mes de octubre de 2008 en Canal Sur Televisión y Canal Sur 2.
- Entrevistas realizadas en el programa "1001 Noches".
- Análisis de los temas tratados en el programa "La Entrevista".
- Tratamiento de los contenidos en el programa "La Tarde con María".
- Tratamiento de los contenidos ofrecidos en el programa "Paz en la Tierra".
- Análisis de la cobertura informativa realizada por Canal Sur Tv y Canal Sur 2 de la huelga de los trabajadores de TUSSAM de Sevilla.

#### 2.4.4. Grupo de trabajo de Televisión Autonómica

El grupo se creó por Acuerdo del Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía celebrado el 25 de octubre de 2007. En 2008 el Grupo de trabajo ha celebrado un total de 15 reuniones y ha estado compuesto por:

<b>Responsable del Grupo de trabajo</b>
D <sup>a</sup> Carmen Elías Iglesias
<b>Vocales (consejeros/as)</b>
D. José M <sup>a</sup> Arenzana Seisdedos
D. Carlos del Barco Galván
D. Eduardo Castro Maldonado
D. Francisco Cervantes Bolaños

#### Actividades en 2008

Temas abordados en el Grupo de trabajo:

- Tratamiento del colectivo homosexual en el programa "Ratones Coloraos".
- Grabación y estudio de varios programas de "Regreso al futuro".
- Tratamiento informativo dado al hundimiento del barco New Flame y de los vertidos producidos.
- Cumplimiento de servicio público de la RTVA durante el período electoral para elecciones autonómicas y generales de 9 de marzo de 2008.

#### 2.4.5. Grupo de trabajo de Radio

El Grupo de trabajo de Radio se creó específicamente para la elaboración del estudio sobre la presencia de Andalucía en los informativos de las cadenas nacionales de radio. Los integrantes del Grupo de trabajo han sido:

<b>Responsable del Grupo de trabajo</b>
D <sup>a</sup> . Mercedes de Pablos Cándón
<b>Vocales (consejeros/as)</b>
D. Francisco Cervantes Bolaños

### Actividades en 2008

Aunque los datos para la elaboración del estudio fueron recogidos entre el 2 de octubre y el 4 de noviembre de 2008, ha sido en el año 2009 cuando se han presentado los resultados del mismo.

A continuación se describe someramente los aspectos más relevantes sobre la metodología utilizada para la realización del estudio sobre la presencia de Andalucía en los informativos de las cadenas nacionales de radio:

- Seguimiento pormenorizado durante un mes, y en días alternos, de los programas informativos diarios más significativos de la radio española —SER, COPE, RNE, ONDA CERO y PUNTO RADIO—.
- Grabación de 5 horas y media diarias de programación informativa por cadena.
- 12 días de seguimiento para evitar el posible efecto coqueo de determinadas noticias a lo largo de ese mes.
- El estudio se realiza en el seno del Instituto Oficial de Radio y Televisión (IORTV) con la participación de un equipo de analistas integrado por ocho profesores/as de Ciencias de la Información y Comunicación Audiovisual de las Universidades Complutenses, Rey Juan Carlos, CEU San Pablo y Francisco de Vitoria de Madrid, así como de especialistas en informática y licenciados en periodismo y Comunicación Audiovisual.
- La metodología de la investigación cuenta con el aval académico de departamentos de comunicación audiovisual de diferentes Universidades españolas.

#### 2.4.6. Grupo de trabajo de Cultura Andaluza

La creación del Grupo de trabajo de Cultura Andaluza del Consejo Audiovisual de Andalucía se propuso en Comisión de Contenidos de 19 de diciembre de 2007 y fue ratificada por el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía de 20 de diciembre de 2007. En 2008 el Grupo de trabajo ha celebrado un total de 6 reuniones y su composición ha sido la siguiente:

<b>Responsable del Grupo de trabajo</b>
D <sup>a</sup> Cristina Cruces Roldán
<b>Vocales (consejeros/as)</b>
D <sup>a</sup> . Mercedes de Pablos Candón
D. Francisco Cervantes Bolaños

### Objetivos

El Grupo de trabajo ha tenido como objetivo el desarrollo de líneas de investigación concretas dentro del proyecto de investigación Cultura andaluza e imagen de Andalucía en la programación televisiva, cuyo diseño general fue elaborado durante el mes de mar-

zo de 2008, comprendiendo el análisis de contenidos relativos a la proyección de la cultura y la imagen de Andalucía en la programación televisiva que es objeto de competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía, según los siguientes objetivos específicos

1. Análisis cuantitativo de la presencia de la cultura andaluza e imagen de Andalucía en la programación.
2. Descripción de modelos y tipologías de representación formal de la cultura y la imagen de Andalucía en la programación objeto de estudio.
3. Análisis interpretativo del contenido.
4. Evaluación del tratamiento aplicado.
5. Contrastación de resultados.
  - Jurisprudencia: legislación y normativa.
  - Códigos de aplicación y libros de estilo.
  - Pliegos de concesión de las televisiones.
6. Redacción de un informe-memoria de resultados con utilidad de publicación para el Consejo Audiovisual de Andalucía.

La unidad de análisis fundamental es el concepto de “cultura andaluza”, en la acotación de su significación antropológica. La metodología a emplear incluye tres dimensiones:

- Análisis formal-estructural y de contenido.
- Metodología estadística.
- Estudios de caso.

Los operadores a analizar comprenden todos los de competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía, según una selección cuantitativa de muestreo aleatorio sobre las fechas de programación seleccionadas y una selección cualitativa de muestreo apriorístico sobre las fechas de programación seleccionadas.

### Actividades en 2008

- Proyecto-ponencia específico sobre *Flamenco en los medios de comunicación audiovisuales de Andalucía*.
- Proyecto *Cultura e identidad de Andalucía en las “colas” de los informativos televisivos*, en explotación en el momento de redactar la presente memoria, tiene como objetivos el análisis de contenido de las colas de informativos de las cadenas de competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía. Sus objetivos específicos son la localización de referencias de contenido según vinculación y tratamiento de la cultura andaluza o la imagen de Andalucía y el cumplimiento de los artículos 3.2, 4.8 y 4.18 de la Ley 1/2004, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía, y 3.2, 28 y 30.2.b del Reglamento Orgánico y de Funcionamiento del Consejo Audiovisual de Andalucía. Se contemplan como indicadores los datos de la cadena, los datos de la emisión o clip y los datos de contenido como el inicio, fin, duración, estado de grabación, ámbito de la noticia, según relación de la emisión con Andalucía, su identidad y su cul-

tura, descripción abierta, temática tratada según preclasificación, con desglose de la información cultural, uso del acento andaluz, y una variable específica sobre presencia de la cultura gitana.

Se han escogido 300 cortes de emisión de las "colas" de los minutos finales de los informativos, con estimación de márgenes de error, de informativos convencionales y de periodicidad regular según planificación previa de grabaciones. Los operadores seleccionados comprenden la RTVA, las desconexiones territoriales de TVE1, emisiones locales en red y emisiones municipales públicas y privadas.

Ambos dos proyectos mencionados han sido coordinados por la Consejera D<sup>a</sup>. Cristina Cruces Roldán y aprobados en Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía el 30 de octubre de 2008.

## 2.5. COMITÉS MIXTOS

### 2.5.1. Comité mixto CAA-Organizaciones gitanas

Constituido por el Consejo Audiovisual de Andalucía y las organizaciones andaluzas más representativas de la Comunidad Gitana en noviembre de 2007, el comité está compuesto por los siguientes miembros permanentes:

<b>Coordinador Comité mixto</b>
D. Eduardo Castro Maldonado
<b>Miembros del Pleno adscritos</b>
D. José M <sup>a</sup> Arenzana Seisdedos
D <sup>a</sup> Carmen Fernández Morillo
D. Manuel Ángel Vázquez Medel (hasta mayo de 2008)
<b>Personal técnico del Consejo Audiovisual de Andalucía</b>
D. Juan Carlos Fernández Serrato, Coordinador del Área de Contenidos
D <sup>a</sup> Pilar García Martín, Gabinete de Comunicación (hasta junio de 2008)
D <sup>a</sup> . Rocío García Montañés, Jefa del Gabinete de Presidencia (desde julio de 2008)
<b>Representantes de la Comunidad Gitana</b>
D. Juan Silva de los Reyes, Asesor del Consejo Estatal Gitano
D. Amaro Jiménez, Director del programa de la RTVA "Kamelamos nakerar"
D <sup>a</sup> . M <sup>a</sup> . Luisa Gallego Pérez, Prensa de la Federación de Asociaciones de Mujeres Gitanas-FAKALI
D <sup>a</sup> . Séfora Vargas Martín, Representante de Unión Romaní
D. Manuel García Rondón, Secretario General de la Unión Romaní

El Comité ha venido manteniendo a lo largo de 2008 reuniones mensuales, promoviendo y desarrollando distintas actuaciones tendentes a conseguir los siguientes objetivos básicos:

- Hacer un seguimiento de las noticias que difunden las distintas emisoras de radio y televisión sobre la Comunidad Gitana.
- Reforzar el papel del Consejo Audiovisual de Andalucía como interlocutor válido entre los medios audiovisuales andaluces y los representantes de la Comunidad Gitana.
- Impulsar la proyección de una imagen del Pueblo Gitano más ajustada a la realidad, lejos de los tópicos y estereotipos deformantes que suelen mostrar los medios de comunicación.
- Potenciar la presencia gitana en los contenidos y la programación de los medios audiovisuales andaluces.
- Difundir entre la Comunidad Gitana los mecanismos de protección del Consejo Audiovisual de Andalucía frente a posibles contenidos inadecuados en medios audiovisuales de comunicación.
- Conectar las iniciativas del comité con el Defensor del Pueblo Andaluz.

- Redactar una "Declaración institucional" para su aprobación por el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía con motivo de la celebración el 8 de abril del Día Internacional del Pueblo Gitano.
- Declarar 2009 como el "Año de la Cultura Gitana en los medios de comunicación audiovisual de Andalucía".

En cuanto a estos dos últimos objetivos, el 2 de abril fue aprobada, por unanimidad de los once miembros del Pleno, la llamada "Declaración institucional del Consejo Audiovisual de Andalucía con motivo de la celebración del 8 de abril como Día Internacional del Pueblo Gitano". [Ver anexo II con el texto completo de la Declaración]

Por su parte, la declaración de 2009 como "Año de la Cultura Gitana en los medios audiovisuales andaluces", aprobada asimismo por unanimidad en sesión plenaria celebrada el 11 de noviembre, fue hecha pública en Granada el 21 de ese mismo mes, víspera del Día de la Comunidad Gitana de Andalucía, durante la celebración de la III Jornada conjunta organizada por este Consejo y el Defensor del Pueblo Andaluz bajo el título de "La Comunidad Gitana y los medios audiovisuales en Andalucía".

Se trata del tercer encuentro entre el Consejo y el Defensor del Pueblo Andaluz desde el Convenio firmado entre ambas instituciones con el fin de reflexionar y elaborar conclusiones en torno al tratamiento en los medios audiovisuales de colectivos necesitados de especial protección.

El Consejo Audiovisual de Andalucía, pretende conseguir que los profesionales del sector audiovisual presenten una imagen más real y menos estereotipada de la Comunidad Gitana contribuyendo al refuerzo de la identidad del pueblo andaluz, su diversidad cultural y su cohesión social. Al mismo tiempo, se da un paso más en la labor que tiene encomendada de impulsar los valores de tolerancia, igualdad, solidaridad y respeto a la dignidad humana.

La jornada se celebró en la sede de la Fundación Andaluza de la Prensa y en su programa se incluyeron sendas mesas redondas sobre "El comité mixto Consejo Audiovisual de Andalucía -Entidades Gitanas" y "Los medios audiovisuales y la Cultura Gitana: el tratamiento informativo de las noticias sobre la comunidad gitana", una conferencia inaugural a cargo del escritor D. Félix Grande y un homenaje de clausura al poeta y profesor D. José Heredia Maya, con la proyección de la película "Camelamos naquerar".

Las palabras de bienvenida corrieron a cargo del presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía, D. Juan Montabes Pereira, y el Defensor del Pueblo Andaluz, D. José Chamizo, mientras que en la despedida, junto al presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía, intervino además el Rector de la Universidad de Granada D. Francisco González Lodeiro.

Entre los participantes, caben también ser citadas las siguientes personas: D. Diego Luis Fernández, Director del Instituto de Cultura Gitana; D. Melchor Sáiz-Pardo, Defensor del Ciudadano de Granada; D. José María Guadalupe, Concejal delegado de Relaciones Institucionales del Ayuntamiento de la ciudad; D<sup>a</sup>. Beatriz Carrillo de los Reyes, Presidenta de la Federación de Asociaciones de Mujeres Gitanas de Andalucía; D<sup>a</sup>. María Dolores Fernández, Presidenta de la Asociación Romí, de Granada; D<sup>a</sup>. Ana María Hernández Lozano, Presidenta de la Asociación Payas-Gitanas Romí, de Palencia; D. Juan Reyes, de la Fundación Secretariado Gitano; D<sup>a</sup>. Séfora Vargas, de la Federación de Asociaciones Gitanas de España; el escritor y académico D. Manuel Urbano; el Director cinematográfico D. Miguel Alcobendas; el Presidente de la Asociación de la Prensa de Granada, D. Antonio Mora; el Director del diario Ideal, D. Eduardo Peralta, y los periodistas D. Francisco Viguera, D<sup>a</sup>. Rosario Rodríguez Abellán, D<sup>a</sup>. Rita M. Marín y D. Javier Vílchez; además de D. Juan Silva de los Reyes y D. Amaro Jiménez, miembros permanentes del Comité mixto, junto a los Consejeros del Consejo Audiovisual de Andalucía D. José María Arenzana, D. Eduardo Castro y D<sup>a</sup>. Carmen Fernández Morillo.

#### 2.5.2. Comité mixto CAA-Entidades Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI)

En el mes de febrero de 2008 inició su andadura el comité mixto constituido entre el Consejo Audiovisual de Andalucía y la organización CERMI-Andalucía, compuesto por las siguientes personas:

<b>Coordinador Comité</b>
D. Eduardo Castro Maldonado
<b>Miembros del Pleno Adscritos</b>
D. José M <sup>a</sup> Arenzana Seisdedos
D <sup>a</sup> . María Luisa Pérez Pérez
D. Manuel Ángel Vázquez Medel (hasta mayo de 2008)
<b>Personal técnico del Consejo Audiovisual de Andalucía</b>
D. Juan Carlos Fernández Serrato, Coordinador del Área de Contenidos
D <sup>a</sup> . Antonia Zarrías, Gabinete de Presidencia (sólo hasta junio de 2008)
D <sup>a</sup> . Sandra Jiménez Clausen, Directora de Comunicación (desde julio de 2008)
<b>Representantes de CERMI - Andalucía</b>
D <sup>a</sup> . María Ángeles Cózar Gutiérrez Presidenta de la Confederación Andaluza de Minusválidos Físicos (CANF-Cocemfe)
D <sup>a</sup> . Amparo Cruz Vázquez Vicepresidenta territorial de la ONCE
D <sup>a</sup> . Concepción Cuevas González Presidenta de la Federación Andaluza de Allegados de Esquizofrénicos (FEAFES)
D. Gonzalo Rivas Rubiales Secretario General de CANF-Cocemfe
D <sup>a</sup> . Clara de la Hoz Vicepresidenta de la Federación Andaluza de Asociaciones del Sordo (FAAS)

<b>Representantes de CERMI - Andalucía</b>
D <sup>a</sup> . María del Mar Quesada Lara Gerente de la Federación Andaluza de Familias de Personas Sordas (FAPAS)
D. Antonio Mollina Gerente de la Federación Andaluza de Asociaciones Síndrome de Down (ANDADOWN)
D <sup>a</sup> . Isabel Márquez Gerente de la Federación Andaluza de Asociaciones de Atención a Personas con Parálisis Cerebral (ASPACE)
D. Andrés López Pardo Coordinador de la Fundación Andaluza para la Integración Social del Enfermo Mental (FAISEM)
D. Eduardo Bonachera de la Confederación Andaluza de Organizaciones a favor de Personas con Retraso Mental (FEAPS)
D <sup>a</sup> . Mercedes Vega de CANF-Cocemfe)
D <sup>a</sup> . Carmen León Secretaria de CERMI-Andalucía

Los objetivos del Comité son los siguientes:

- Definir el conjunto de necesidades de las personas con discapacidad en su relación con los medios audiovisuales de Andalucía, como colectivo necesitado de una mayor protección.
- Organizar unas Jornadas con motivo de la firma de adhesión del Consejo Audiovisual de Andalucía al Manifiesto para el Comité de Apoyo a las Personas con Discapacidad en los Medios Audiovisuales, adhesión unánimemente aprobada durante el último Pleno de 2007.
- Fomentar campañas de sensibilización a favor de las personas con discapacidad, con el fin de erradicar prejuicios y estereotipos infundados científicamente.
- Sensibilizar a los medios audiovisuales para que sean especialmente cuidadosos, tanto en el tratamiento informativo como en su reflejo en el ámbito de la ficción, en noticias o cuestiones referidas a personas con discapacidad física o mental, instándoles a acudir siempre como fuente a expertos y especialistas.
- Reforzar el papel del Consejo Audiovisual de Andalucía como interlocutor válido entre los medios audiovisuales andaluces y los representantes de CERMI-Andalucía.
- Potenciar la presencia de personas con discapacidad en los medios audiovisuales.
- Facilitar la accesibilidad de las personas con discapacidades auditivas o visuales a los medios de comunicación audiovisual, a través del uso de la lengua de signos, sistemas de subtítulos y audiodescripción, así como cualesquiera otros que hagan posible eliminar estas barreras y obstáculos, con atención especial en el horizonte del apagón analógico y el desarrollo de la TDT.
- Hacer el seguimiento de la Ley 27/2007, de 23 de Octubre, por la que se reconocen las lenguas de signos españolas y se regulan los medios de apoyo a la comunicación oral.
- Crear un banco de datos con todas las Recomendaciones y Códigos de Regulación existentes en relación con el tratamiento de la Discapacidad en los medios audiovisuales. Elaborar unas recomendaciones específicas sobre "Medios de comunicación audiovisual y Discapacidad", contando con el mayor número de aportaciones posibles, tanto de los colectivos afectados como de los propios operadores y profesionales de estos medios.

### **3. ACTIVIDADES DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA**

#### **3.1. VIGILANCIA DEL CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN AUDIOVISUAL EN MATERIA DE CONTENIDOS, PUBLICIDAD, PATROCINIO Y TELEVENTA**

El Consejo Audiovisual de Andalucía, tal y como dispone el apartado 21 del artículo 4 de la Ley 1/2004, tiene como función "Vigilar el cumplimiento de lo establecido en la presente Ley y en la normativa en materia de programación de contenidos audiovisuales y

emisión de publicidad, incluidos el patrocinio y televenta".

Para cumplir dicha función, el Consejo Audiovisual de Andalucía, de oficio, realiza un seguimiento continuado de las emisiones de los operadores que se encuentran en su ámbito de actuación en lo que respecta a los contenidos de programación, publicitarios, de patrocinio y televenta. Asimismo, y en este caso a petición de la ciudadanía a través de la Oficina de Defensa de la Audiencia, el Consejo Audiovisual de An-

Andalucía estudia las quejas de las personas interesadas, ya sea de manera individual o colectiva, sobre la programación o la publicidad emitida por los medios de comunicación audiovisual para su consideración por el Consejo o para canalizarla ante otros órganos competentes.

### 3.1.1. Sistema de Seguimiento de Medios

El sistema de seguimiento de medios del Consejo Audiovisual de Andalucía es la base no solo del sistema de alertas que más adelante se describe, sino también de la gran mayoría del material analizado por la Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA), así como del material analizado para los estudios que acomete el órgano y, muy particularmente, para los estudios de pluralismo. Dicho sistema está dividido en dos redes, una de rango autonómico, que graba la totalidad de las emisiones de la RTVA, RTVE, Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta, y otra de rango provincial y local, con 15 centros capturadores distribuidos por las ocho provincias andaluzas, que graba la totalidad de las desconexiones provinciales de la RTVA y una selección tan amplia como es técnicamente posible de las aproximadamente 350 señales de operadores locales que se reciben.

Dado que resulta imposible grabar la totalidad de las emisiones locales, éstas se regulan gracias a un documento semanal de planificación, que elabora el Área de Contenidos de acuerdo a las necesidades del Consejo para el sistema de alertas, la ODA, los estudios de pluralismo y los diversos estudios de toda índole que se llevan a cabo. El trabajo de planificación lleva aparejado el de verificación, muy costoso en tiempo pero de gran importancia para asegurar un correcto funcionamiento del sistema.

#### Actividad en 2008

En 2008, la metodología de trabajo con partes semanales de planificación y verificación surgió de la remodelación del sistema de seguimiento de medios que se acordó en mayo, fecha a partir de la cual, se han elaborado 33 planificaciones semanales y otros tantos partes de verificación a lo largo del año, lo que ha supuesto un total de 255.000 horas planificadas, 80.000 horas grabadas y 37.000 horas de vídeo catalogadas en el conjunto del año.

La planificación y verificación, además, ha incluido tareas anejas como el barrido sistemático de las frecuencias para localizar e identificar nuevos operadores, la elaboración y actualización constante del mapa audiovisual de Andalucía, la elaboración de parrillas de programación de los operadores locales para no planificar sus grabaciones a ciegas y el control constante de los horarios de emisión de los informativos de aquellos operadores incluidos en los estudios de plu-

ralismo. La propia herramienta usada para las planificaciones y verificaciones, una hoja de cálculo, ha sido considerablemente mejorada respecto del diseño inicial, haciéndose ahora de forma automática la carga de datos para las tarjetas capturadoras —lo que elimina los errores humanos que se producían al ordenar manualmente la grabación de cerca de ocho mil horas— y habiéndose incluido también rutinas de programación que evitan la mayoría de errores achacables a causa humana —duplicaciones, confusiones de operador o de tipo de catalogación, etc.—.

Respecto a radio, se han planificado grabaciones para campañas y estudios, y, además, se ha iniciado la elaboración de un mapa de emisoras de radio de Andalucía para poder atender todas estas peticiones, habiéndose creado una base de datos que en el momento de redactar esta memoria se está completando.

Por último, un aspecto muy importante de las tareas de planificación es el relacionado con los estudios de pluralismo, ya que para disponer de los informativos que han de catalogarse se debe planificar la herramienta cada semana. Ya se ha indicado cómo es necesario realizar una monitorización constante de las horas de emisión de estos informativos.

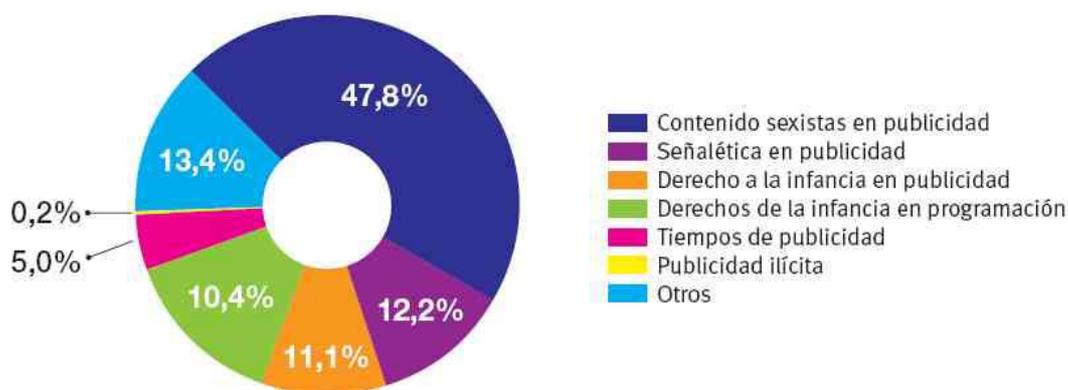
Además de eso, durante 2008 se ha modificado el software de edición de campañas (TDCampaing) para adaptarlo a las necesidades de los estudios de pluralismo y poder cargar el modelo de datos diseñado por el Área de Contenidos y aprobado por el Pleno en abril de 2008, se han elaborado e introducido dichas campañas en el T-Client, se ha probado la efectividad del modelo y se han realizado correcciones, se ha elaborado la herramienta “Consultas paramétricas” para descargar los datos en bruto de las campañas y, finalmente, se ha elaborado una base de datos y un modelo de explotación de los datos de pluralismo, sorteando para ello las dificultades que se derivan de que dichos datos proceden, en su origen, de dos fuentes distintas —una para las emisiones autonómicas y otra para las provinciales y locales—.

#### Sistema de alertas

Durante 2008, 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. De esta ingente labor se seleccionó un total de 15.912 registros de emisiones autonómicas y 40.695 registros de emisiones locales, susceptibles de contener alguna clase de incumplimiento de la normativa vigente, que fueron catalogadas e incluidas en la base de datos del Servicio de Análisis para su estudio.

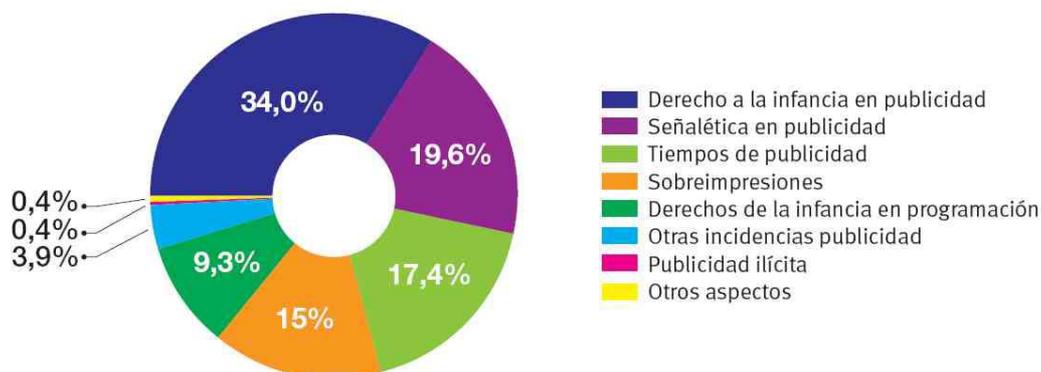
Para las emisiones de rango autonómico, los aspectos más estudiados se describen en la siguiente tabla y gráfico:

EMISIONES AUTONÓMICAS		
ASPECTO ESTUDIADO	Nº DE REGISTROS	%
Contenidos sexistas en publicidad	7.598	47,8
Señalética en publicidad	1.940	12,2
Derechos de la infancia en publicidad	1.753	11,0
Derechos de la infancia en programación	1.647	10,4
Tiempos de publicidad	801	5,0
Publicidad ilícita	34	0,2
Otros	2.139	13,4
<b>TOTAL</b>	<b>15.912</b>	<b>100,0</b>



Por su parte, en las emisiones locales fueron estudiados los aspectos recogidos en la tabla y gráfico siguientes:

EMISIONES LOCALES		
ASPECTO ESTUDIADO	Nº DE REGISTROS	%
Derechos de la infancia en publicidad	13.837	34,0
Señalética en publicidad	7.978	19,6
Tiempos de publicidad	7.073	17,4
Sobreimpresiones	6.098	15,0
Derechos de la infancia en programación	3.798	9,3
Otras incidencias publicidad	1.601	3,9
Publicidad ilícita	143	0,4
Otros aspectos	167	0,4
<b>TOTAL</b>	<b>40.695</b>	<b>100,0</b>



Por centros de captación, los registros de las emisiones locales se dividen según los datos que aparecen en la siguiente tabla:

REGISTROS POR CENTRO	
CENTROS	REGISTROS
Sevilla	6.829
Córdoba	2.176
Almería	2.170
Málaga	1.765
Huelva	1.676
Dos Hermanas	1.617
Granada	1.356
Jaén	1.220
Cádiz	1.134
Aljarafe	768
Marbella	734
Linares	463
Chiclana	333
Algeciras	195
El Ejido	19*

#### Expedientes informativos y sancionadores derivados del Sistema de Alertas

Durante 2008 del estudio de las anteriores emisiones, el Servicio de Análisis elaboró un total de 89 alertas, cuando se estimó que había contenidos potencialmente ilícitos, que fueron estudiadas por la Comisión de Contenidos y, en su caso, por la Comisión de Normativa, que propuso al Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía la apertura de 47 expedientes de información previa y de 39 expedientes sancionadores, de éstos, el Pleno acordó la apertura de 23 expedientes de información previa y la incoación de 22 expedientes sancionadores.

Los 22 procedimientos sancionadores se han incoado, con base en el ejercicio de la potestad sancionadora que le viene atribuida al Consejo en base a lo dispuesto en los artículos 4.16 y 33.1 de su Ley de creación y de su Reglamento Orgánico y de Funcionamiento. Hasta la fecha de redacción de la presente memoria tres de ellos han culminado con la imposición de sanción al operador por infracción de la normativa en materia de protección de los menores frente a la programación. El resto de procedimientos incoados se encontraba en fase de instrucción a 31 de diciembre de 2008.

Durante la instrucción y tramitación de tales procedimientos se han observado todas las garantías de defensa y procedimentales que han de observarse conforme a la normativa reguladora del procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora.

Dada la dificultad de localización de los operadores audiovisuales originada por la diversidad de regímenes coexistentes en el ámbito de la TDT y a fin de determinar

las circunstancias concurrentes y la identificación de los operadores responsables de las emisiones, en orden a garantizar en todo caso las garantías procedimentales, se han abierto un total de 23 expedientes de información previa a la apertura de procedimiento sancionador. De los mencionados expedientes de información previa, cinco han sido archivados y cinco se encontraban, a 31 de diciembre de 2008, en tramitación ante el Consejo, habiéndose, respecto de los demás, incoado el correspondiente procedimiento sancionador.

Por otro lado, y como medida inmediata de restablecimiento de los principios y derechos lesionados, ante cualquier incumplimiento detectado por la emisión de contenidos y publicidad que pudieran resultar perjudiciales para los menores, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, en sesión de 17 de abril de 2008, acordó formular requerimiento de cese inmediato respecto de los contenidos, programación y publicidad que se emitan y que resulten perjudiciales para los menores. Tal medida se adopta con carácter previo y sin perjuicio del ejercicio de la potestad sancionadora que legalmente tiene atribuida el Consejo.

Trascendental ha resultado, a lo largo del año 2008, la colaboración de la Fiscalía del Tribunal Superior de Justicia de Andalucía en la tarea del Consejo de lograr la cesación en la emisión de contenidos pornográficos por televisión en horario de protección de menores. En este sentido, el Decreto de fecha 11 de julio de 2008 de la Fiscalía del Tribunal Superior de Justicia de Andalucía con sede en Granada, dictado a raíz de las Diligencias informativas núm. 6/2008 incoadas, afirmaba, entre sus conclusiones, la eventual incardinación en el delito de desobediencia grave del artículo 556 del Código Penal, de la resistencia contumaz por parte de los operadores, ante los requerimientos efectuados por el Consejo para la cesación de los contenidos contrarios a la protección de los menores.

Como consecuencia de ello, y sin perjuicio de los procedimientos sancionadores iniciados por el Consejo, la Fiscalía Provincial de Granada con fecha 22 de diciembre de 2008 dictó un Decreto en las Diligencias de Investigación Penal nº 331/08 formulando denuncia por la posible comisión de un delito de desobediencia grave.

La mayoría de los incumplimientos de la normativa audiovisual detectados lo han sido por infracción de la normativa de protección de los menores frente a la programación o a la publicidad, en concreto, por la emisión de programas susceptibles de perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores, emisiones que sólo pueden realizarse entre las veintidós horas del día y las seis horas del día siguiente y ajustarse a los requisitos previstos por el artículo 17 de la Ley 25/1994, de 12 de julio, que incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva.

Las alertas afectaron tanto a operadores autonómicos como locales, aunque la incidencia de estos últimos fue muy superior, pues el Consejo Audiovisual de Andalucía detectó que determinados aspectos de la normativa eran descuidados o contravenidos en mucha mayor medida por determinados operadores locales, muchos de ellos con un dudoso estatus legal.

Las infracciones detectadas han consistido, por un lado, en chats de contactos con mensajes de contenido explícitamente sexual, acompañados, en muchas ocasiones, de publicidad de servicios de tarificación adicional dirigidos a adultos. De los 22 procedimientos sancionadores incoados, 11 incluyen tales hechos, que son susceptibles de constituir infracción grave de acuerdo con el artículo 20.2 de la Ley 25/1994, y que pueden ser sancionadas con multas de hasta 300.506 euros. En cuanto a la utilización de números de tarificación adicional dirigidos a adultos en horario de protección de menores, la actuación inmediata del Consejo se dirige a dar cumplimiento traslado de las detecciones a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, del Ministerio de Industria, Turismo, y Comercio, para que adopte las medidas oportunas en el ejercicio de sus competencias, en concreto la inmediata retirada de los números de tarificación adicional.

En este sentido, el Consejo Audiovisual de Andalucía aprobó un informe sobre la emisión de anuncios de contactos sexuales en televisión que fue remitido, en enero de 2008, al Parlamento de Andalucía, a la Fiscalía del Tribunal Superior de Justicia de Andalucía y a la Secretaría de Estado para las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información, entre otros, con el fin de que se limitara en los medios de comunicación audiovisuales del ámbito de competencia de este Consejo, la emisión en abierto de este tipo de anuncios teniendo en cuenta que el horario de protección de menores, establecido entre las 6 y las 22 horas, no responde a la realidad social, al objeto de proteger a los menores hacia determinados contenidos que, como la pornografía o los anuncios de contactos sexuales, son claramente inadecuados.

También se ha incoado un procedimiento sancionador por contenidos violentos susceptibles de perjudicar el desarrollo de los menores, hechos que también se califican de infracción grave.

Por otro lado, se han llegado a detectar emisiones de películas pornográficas o de descarga de las mismas en la franja horaria de protección de los menores, que constituyen emisiones susceptibles de ser calificadas como infracción muy grave conforme a lo dispuesto en Ley de Televisión Sin Fronteras. Los procedimientos sancionadores incoados por el Consejo en 2008 que incluyen la detección de este tipo de emisiones ascienden a un total de nueve. Estos hechos pueden ser sancionados con multa de entre 300.506 euros y 601.012 euros, y con la suspensión de eficacia del título habilitante para la prestación del servicio

de televisión y, en caso de reiteración, a la revocación del mismo. En concreto, por la comisión de infracción muy grave, se ha incoado por el Consejo un procedimiento sancionador durante el año 2008.

Esta prioridad dada a la defensa de los derechos de los menores se manifiesta claramente si tenemos presente que un 60,5% de las alertas tuvieron que ver con derechos de la infancia en programación, y un 28,5% de ellas con derechos de la infancia en publicidad, lo que ha supuesto en la práctica que un 93% de los expedientes abiertos durante 2008 tenga relación con algún aspecto de los derechos de la infancia en los medios.

A este respecto, los diversos barridos realizados por el Servicio de Análisis, muestran que la actividad de control ejercida por el Consejo Audiovisual de Andalucía durante 2008 ha tenido claros efectos positivos, habiéndose erradicado la emisión de pornografía en abierto en horario de protección de menores y habiéndose reducido la presencia de otro tipo de emisiones inadecuadas, como los chats con mensajes sexuales explícitos, a alrededor de un 5% de los operadores analizados en los barridos, frente al casi 15% detectado en marzo de 2008, cuando comenzaron estas actuaciones.

También, por otro lado, se han detectado incumplimientos en torno a la infracción de los principios de identificación y separación de la publicidad, incoándose tres procedimientos sancionadores por los mismos, susceptibles de constituir infracción grave.

Finalmente, reseñar que el Consejo Audiovisual de Andalucía, incorporando una novedosa doctrina emanada del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas, que a través de la Sentencia de 28 de octubre de 2007, asunto C-195/06, caso "kommunikationsbehörde Austria" (KommAustria) contra "Österreichischer Rundfunk" (ORF), ha tenido la oportunidad de pronunciarse sobre la calificación como televenta de los programas denominados de Call TV, fijando una doctrina interpretativa de la norma comunitaria, que resulta de obligada aplicación para los tribunales de todos los Estados miembros, siendo por extensión aplicable a las autoridades de regulación de la comunicación audiovisual. De este modo, los juegos de azar por televisión se encuentran comprendidos en la definición de la televenta si la emisión o parte de ella representa una verdadera oferta de servicios, habida cuenta de la finalidad de la que forma parte el juego, de la importancia de éste dentro de la emisión en cuanto al tiempo y a los rendimientos económicos previstos en relación con los que se esperan de la emisión en su conjunto, así como de la orientación de las preguntas formuladas a los concursantes. Todo ello sin perjuicio de la vulneración que la emisión de un juego de azar en horario de protección de menores pueda ocasionar. Por estos mismos hechos, se detectó en 2008 la emisión de un juego de azar por televisión, que tras los informes del Área de Contenidos y

del Área Jurídico ha motivado la incoación de un procedimiento sancionador.

### 3.1.2. Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA)

La Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA) recibe y tramita las quejas, peticiones y sugerencias que llegan al Consejo Audiovisual de Andalucía acerca de los contenidos de la programación y de la publicidad emitidos en radio y televisión.

Los ciudadanos pueden llamar de forma gratuita al número 900 159 159 para realizar cualquier queja, sugerencia o petición sobre contenidos audiovisuales emitidos en la Comunidad Autónoma Andaluza. El servicio está soportado por las facilidades de Red Inteligente del operador de telecomunicaciones corporativo y por una operadora automática o IVR (Interactive Voice Response) propiedad del Organismo que permite funcionalidades como grabación de las llamadas, respuesta automática, etc... el servicio está disponible las 24 horas.

La Consejera responsable de la ODA durante 2008 fue D<sup>a</sup> Mercedes de Pablos Cándón y es la ponente de todas las propuestas de resolución que se elevan al Pleno.

Los objetivos específicos de la ODA son:

1. Recibir peticiones, sugerencias y quejas de las personas interesadas, ya sea de manera individual o colectiva, sobre la programación o la publicidad emitida por los medios de comunicación audiovisual para su consideración por el Consejo o para canalizarla ante otros órganos competentes.

2. Contribuir al análisis y seguimiento de la programación y de la publicidad en los medios audiovisuales.

3. Asesorar a las personas usuarias sobre los procedimientos a su alcance para proteger sus derechos, indicándoles los organismos competentes para ayudarles a resolver sus solicitudes de información.

4. Analizar y valorar los estados de opinión de las personas usuarias, en relación con los medios de comunicación audiovisuales.

5. Proponer recomendaciones, ponencias o estudios que se deriven de las quejas planteadas por la ciudadanía.

Las quejas, sugerencias o peticiones pueden referirse, entre otros, a los siguientes aspectos de la programación:

- Discriminación por razón de nacimiento, raza, sexo, religión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social.
- Vulneración de la dignidad de las personas y el principio constitucional de igualdad.
- Vulneración de la protección de la juventud y de la infancia, en especial ante la emisión de pro-

gramas entre las seis de la mañana y las 22 de la noche que contengan mensajes que puedan perjudicar el desarrollo físico, mental y moral de los niños y niñas, así como de los jóvenes.

- Falta de señalización de los programas de televisión con contenidos no adecuados para los menores de edad.
- Falta de pluralismo político, religioso, social, lingüístico y cultural.
- Falta de respeto a la cultura andaluza, a la diversidad de sus hablas, a las singularidades locales, instituciones y al pluralismo de las tradiciones propias de los pueblos de Andalucía.
- Modificación de la programación sin previo aviso.
- Cualquier cuestión que pueda afectar a los intereses de las personas usuarias.

En cuanto a la publicidad, el Consejo Audiovisual de Andalucía puede actuar ante los siguientes aspectos:

- Fomento de comportamientos violentos, peligrosos, agresivos, insolidarios, perjudiciales para la salud y la seguridad de las personas o para la protección del medio ambiente y de los bienes culturales.
- Vulneración de la dignidad de las personas y las convicciones políticas y religiosas.
- Discriminación por motivos de nacimiento, raza, género, nacionalidad, opinión o cualquier otra circunstancia personal o social.
- Presentación de las mujeres de forma vejatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien asociando su imagen a comportamientos estereotipados.
- Publicidad ilícita, engañosa o desleal, subliminal o encubierta.
- Incumplimientos de la normativa de publicidad de productos concretos como el alcohol, tabaco, medicamentos, etc.
- Publicidad o televenta no claramente identificada y ubicada.
- Incumplimientos de los límites de tiempo de transmisión publicitaria o del número de interrupciones de los programas.

### Proceso de recepción y tramitación de quejas, sugerencias y peticiones de la ODA

Aun cuando no existe una definición legal de la distinción entre quejas, sugerencias y peticiones, según los procedimientos aprobados por el Pleno y para su mejor clasificación cada término se define como:

**Petición:** Es una formulación que conlleva normalmente la solicitud de información sobre aspectos concretos relativos a cuestiones objeto de la competencia del Consejo, o bien, la petición concreta de actuación de oficio del Consejo.

**Sugerencia:** Es la formulación de una iniciativa sobre aspectos concretos en el ámbito de competencias del Consejo, a fin de que se adopte la decisión que mejor corresponda a la vista de su propia normativa reguladora.

**Queja:** Es una reclamación sobre determinadas actuaciones de los operadores a fin de que, en el marco de sus competencias, el Consejo analice el supuesto y adopte la decisión que corresponda, que podrá consistir en:

- La formulación de una recomendación al operador con finalidad orientativa, más que correctiva.
- El requerimiento al operador a que haga algo o que se abstenga de efectuar determinada conducta —solicitud de cesación de determinados contenidos o de publicidad ilícita—.
- La apertura del procedimiento sancionador correspondiente, en el caso de infracción de la normativa en materia audiovisual.
- La elaboración de una instrucción de carácter general.

Para dirigirse a la Oficina de Defensa de la Audiencia, los interesados podrán utilizar cualquiera de los siguientes medios:

- Cumplimentación del correspondiente formulario por escrito.
- Por correo postal.
- Por correo electrónico.
- Por la página web del Consejo.
- Por el teléfono gratuito 900 159 159.

Cualquier persona, bien individualmente o de forma colectiva, puede presentar sus peticiones, sugerencias o quejas a la ODA. También son admisibles las que se efectúen de forma anónima, al entender que nada impide al Consejo iniciar el procedimiento correspondiente, sea porque se relate una infracción lo suficientemente grave o porque se piense que el anonimato responde a la intención de protegerse de posibles represalias. En cualquier caso, los datos personales que son facilitados por el usuario son tratados con absoluta confidencialidad, reconociéndose en todo caso el derecho de acceso, rectificación, cancelación y oposición, mediante comunicación escrita dirigida a la dirección electrónica [lopdc.aa@juntadeandalucia.es](mailto:lopdc.aa@juntadeandalucia.es), o al domicilio social a la atención del Departamento de Protección de Datos.

#### Procedimiento de tramitación de las peticiones y sugerencias

Comprende las siguientes actuaciones:

- Incorporación como petición o sugerencia en la Base de Datos de la ODA, a efectos de contabilizar y clasificar, en su caso, las materias sobre las que los ciudadanos expresan sus opiniones respecto de los medios audiovisuales.
- Acuse de recibo en el plazo máximo de 7 días desde su registro.

- Comunicación periódica a los operadores de las peticiones o sugerencias recibidas.

#### Procedimiento de tramitación de las quejas

##### Registro y admisión a trámite

- Incorporación en la Base de Datos de la ODA.
- Traslado al Consejero/a responsable de la ODA, a todos los miembros del Pleno y al Área Jurídica.
- Acuse de recibo en el plazo máximo de 7 días desde su registro.
- Decisión sobre la admisión o inadmisión a trámite de la queja, por delegación expresa del Pleno, en el seno de la Comisión de Contenidos, en el plazo máximo de 15 días desde su registro. En casos excepcionales, y en atención al contenido de la queja, será el Pleno quien decida la admisión o no a trámite.
- Aun cuando normalmente debe utilizarse un criterio amplio y no restrictivo a la hora de admitir una queja, no se admitirán aquellas que carezcan manifiestamente de fundamento, soliciten el derecho no amparado por el ordenamiento jurídico, planteen cuestiones sobre materias que no sean competencia del Consejo y cuando, en general, denuncien lesiones en el ámbito del derecho al honor y a la intimidad de las personas, cometidas a través de los medios de comunicación audiovisual.
- Comunicación de admisión o inadmisión de la queja en el plazo máximo de 15 días desde su registro. Por razones prácticas y de celeridad, cabe efectuar la comunicación simultánea con el acuse de recibo. No obstante, el transcurso del plazo se podrá suspender en el caso de que deba requerirse información adicional a fin de que el Consejo pueda pronunciarse sobre la admisión o no de la queja.

##### Fase de sustanciación

- Comunicación al operador de la admisión de la queja, ofreciéndole la posibilidad de que pueda efectuar cualquier manifestación al respecto en el plazo de diez días.
- Si es necesario para el estudio de la queja, y en función del plazo que determine el Pleno, petición al operador de cuantas informaciones o materiales se precisen.
- Realización de cuantos informes de contenido, jurídicos o de cualquier otra índole se estimen convenientes para la adopción de una decisión.
- Si la trascendencia del asunto lo requiere, designación de una Ponencia por parte de uno o varios Consejeros/as.

##### Fase de decisión

- Una vez recabados todos los informes necesarios, y mediante resolución debidamente motivada, adopción de un pronunciamiento respecto a la estimación o desestimación de la queja.

- La desestimación procederá cuando se concluya en:
  - La falta de competencia del Consejo.
  - La no vulneración por el operador de la normativa vigente en materia de contenidos audiovisuales o de publicidad, o de los códigos de autorregulación, en su caso.
- La estimación de la queja podrá consistir en:
  - Una decisión, por la cual se requiera al operador para que se abstenga en lo sucesivo de emitir determinados contenidos o de efectuar determinadas conductas, aun cuando no sean constitutivas de infracción de la normativa, o bien en un requerimiento de cese.
  - La apertura del correspondiente procedimiento sancionador, en el caso de que se aprecie incumplimiento de la normativa audiovisual y de la publicidad.
  - Una recomendación con finalidad más orientativa que correctiva o intimidatoria.
- En todo caso, el Pleno puede acordar la elaboración de una instrucción de carácter general.

#### Procedimiento de urgencia

Conforme a lo establecido en el Reglamento Orgánico y de Funcionamiento, podrán ser consideradas de urgencia aquellas actuaciones que persigan la neutralización de los efectos de la difusión en la programación o la publicidad de mensajes o contenidos que atenten contra la dignidad humana y el principio de igualdad. También las que estén encaminadas a salvaguardar los derechos de los menores, jóvenes, tercera edad, personas con discapacidad, inmigrantes y otros colectivos necesitados de una mayor protección.

Esta enumeración no ha de interpretarse de modo limitativo, sino que, dada la naturaleza del Consejo de autoridad audiovisual, ha de entenderse que se podrá acudir al procedimiento de urgencia en otros supuestos que se consideren necesarios.

- Con carácter general, se adoptarán desde el primer momento todas las medidas necesarias para que, con la mayor celeridad y urgencia posible, pueda procederse a la adopción por el Pleno de la correspondiente decisión o pronunciamiento.

- Será la Presidencia del Consejo quien, desde el momento en que tenga conocimiento del caso, aprecie el carácter urgente de la actuación. Así lo hará saber debidamente, y con la mayor urgencia, al resto de miembros del Pleno y a la Secretaría General.
- Se emitirán cuantos informes de contenido o jurídico sean necesarios en el menor plazo posible.

La Presidencia del Consejo convocará al respecto un Pleno de carácter extraordinario para determinar la actuación que corresponda.

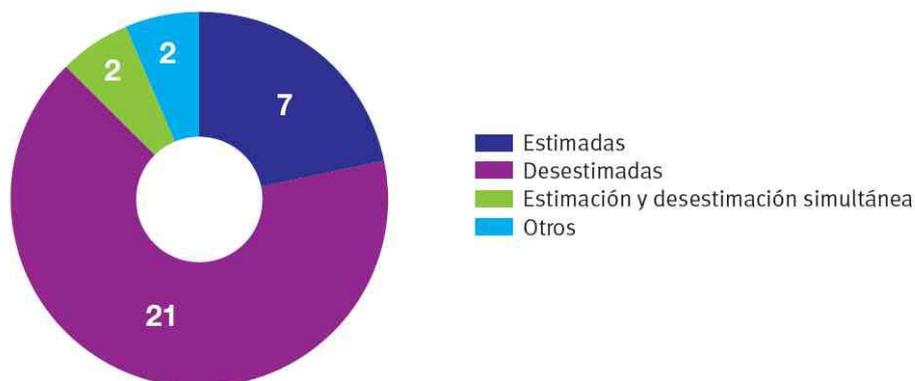
#### 3.1.3. Actividad de la Oficina de Defensa de la Audiencia

En el presente año 2008, la Oficina de Defensa de la Audiencia ha recibido un total de 126 quejas, 28 menos que el pasado año 2007. No obstante, se ha incrementado el número de resoluciones emitidas, esto es, de casos sobre los que el Consejo Audiovisual de Andalucía se ha pronunciado, alcanzándose un total de 32 resoluciones.

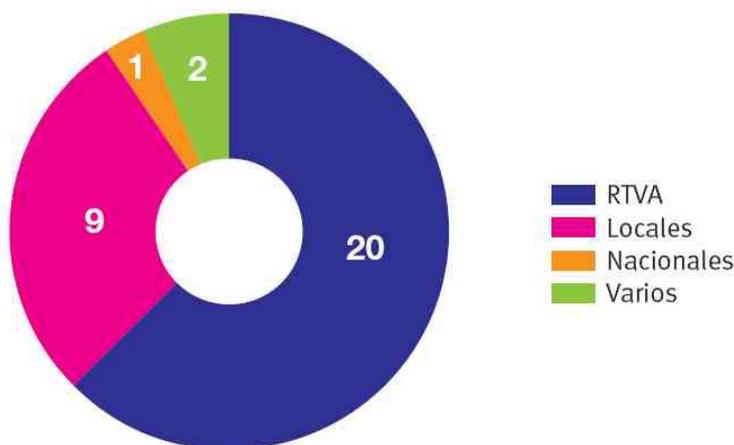
A continuación se ofrece un breve resumen de algunos aspectos significativos de estas resoluciones, con elementos comparativos respecto a 2007.

#### Decisiones adoptadas

De las 32 resoluciones de 2008, siete de ellas fueron estimadas y 21 desestimadas. En dos casos se estimó y desestimó simultáneamente, al abordarse dos aspectos diferentes de las quejas —caso de programas de opinión donde se desestimó en lo referente a pluralismo político pero se estimó en lo referente a neutralidad—. Asimismo, en otro caso la decisión no se consideró ni estimación ni desestimación, pues si bien el operador no había incumplido ningún aspecto legal, el Consejo Audiovisual de Andalucía consideraba que los reclamantes habían fundamentado razonablemente su queja. Por último, en un caso el Consejo Audiovisual de Andalucía se limitó a trasladar al órgano competente la queja, por no ser de su competencia.



Desestimar una queja no significa que el Consejo Audiovisual de Andalucía no se pronuncie al respecto o no dé respuesta a la queja. La recomendación es una forma frecuente de hacer ver a los medios audiovisuales que es aconsejable mejorar ciertos aspectos de sus contenidos, fundamentalmente del ámbito deontológico. En este sentido, se destaca que de las 23 resoluciones desestimatorias, 15 de ellas incluían algún tipo de recomendación al operador.



Por último, una resolución se refiere a un operador de ámbito nacional, Cadena Dial. Dos resoluciones no se refieren a ningún operador en concreto, por tratarse de publicidad comercial aparecida en varios medios audiovisuales.

#### Contenidos estudiados

Los temas más tratados en las resoluciones son los referidos a la aparición de contenidos inadecuados para menores en horario de protección —siete resoluciones— y el pluralismo político, la neutralidad y la veracidad informativa —siete resoluciones—.

#### Operadores afectados

La RTVA es el operador sobre el que se refieren más resoluciones, con un total de 20 —en 2007 fueron 17—. De ellas se estimaron ocho, se desestimaron 11 y la última se dio traslado al órgano competente la queja, por no ser de su competencia. Además, se emitieron recomendaciones a la RTVA en siete resoluciones.

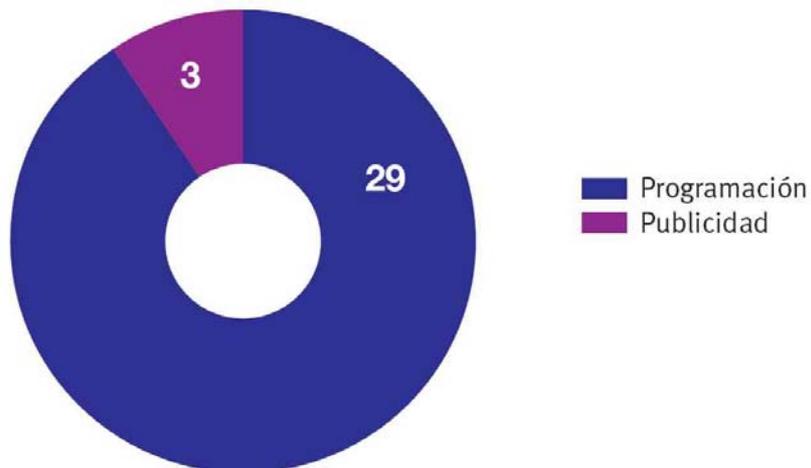
Nueve resoluciones se refieren a operadores de ámbito local, cuatro de Sevilla —Canal Sevilla TV, CRN Giralda, Radio Betis y Radio Estilo—, tres de Cádiz —dos de la RTVM de La Línea y una de Onda Cádiz—, y dos de Málaga —RTVM de Marbella y Onda 8 de Cártama—.

Se aprecia un importante incremento de resoluciones que abordan cuestiones de género y sexismo —cuatro, frente a una en 2007—, así como el surgimiento de resoluciones acerca de los derechos de minorías —enfermos mentales, sordos, gitanos, homosexuales..., con seis resoluciones—, que no existían en 2007.

Se mantiene la preocupación por la protección del derecho a la intimidad y el honor en los medios audiovisuales, con cinco resoluciones —de las cuales, tres son específicamente referidas a menores— y se abordan también otras cuestiones como el sensacionalismo en los medios —dos resoluciones—, la cultura andaluza —una—, los derechos de usuarios —una— y la incitación a la violencia —una—.



De las 32 resoluciones, 29 afectan a contenidos de la programación y tres a publicidad. Por otra parte.



Es interesante comprobar que en 2008, cuatro resoluciones han surgido de quejas presentadas por distintas asociaciones ciudadanas —fueron dos en 2007—. No obstante, la mayoría de las resoluciones —26— provienen de quejas interpuestas por particulares, mientras que solo dos provienen de partidos políticos. En términos porcentuales, los partidos políticos pierden peso en las resoluciones de 2008 —6,25% frente al 11,5% de 2007—.

### 3.1.4. Decisiones adoptadas derivadas de la ODA

A continuación se detallan las decisiones relacionadas con las quejas, sugerencias o peticiones recibidas a través de la Oficina de Defensa de la Audiencia del Consejo Audiovisual de Andalucía.

Operador	Radio Televisión de Andalucía (RTVA)
Motivo Queja	Aparición de imágenes de menores sin difuminar en una noticia sobre redadas policiales contra delitos de pederastia emitida en el informativo <i>Noticias 1</i> , de Canal Sur Televisión, el 29 de noviembre de 2007.
Resolución	1/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Estimar la queja respecto a la aparición del rostro, sin distorsionar, de tres niñas en la emisión de la noticia, por ser susceptibles de identificación y no ser necesaria para preservar el derecho a la información. Desestimar la queja en lo que se refiere a que las imágenes emitidas en dicho informativo puedan incitar a la comisión de delitos relacionados con la pornografía infantil. Advertir a Canal Sur Televisión de la necesidad de ofrecer una protección especial a los menores, sobre todo cuando éstos son las víctimas de un delito y su identificación pueda causarles daño a su reputación, intimidad o intereses, salvaguarda que puede cumplirse con los medios técnicos de distorsión de la imagen que impiden el reconocimiento de los menores.

Operador	Radio Televisión de Andalucía (RTVA)
Motivo Queja	Tratamiento dado al colectivo homosexual en el programa de humor <i>Ratones Coloraos</i> de Canal Sur Televisión, emitido el pasado 25 de diciembre de 2007.
Resolución	2/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Desestimar la queja porque no se advierte en el fragmento aludido un tratamiento insultante ni denigratorio para el colectivo homosexual. Las opiniones que se vierten pertenecen a los personajes concretos que participan en el programa, dentro de un contexto distendido donde prima la expresión espontánea de los participantes.

Operador	Onda 8 de Cártama
Motivo Queja	Parcialidad informativa por supuestas declaraciones falaces emitidas contra el equipo de gobierno de Cártama en la emisora de radio municipal <i>Onda 8</i> .
Resolución	3/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Desestimar la queja porque a quien corresponde controlar las actuaciones de esta emisora municipal de radiodifusión sonora en modulación de frecuencia, para que respete los principios establecidos en el artículo 2 de la Ley 11/1991, es al Pleno del Ayuntamiento de Cártama.

Operador	Cadena Dial
Motivo Queja	Difusión de estereotipos negativos contra la etnia gitana en el contexto de una broma radiofónica en el programa <i>Atrévete</i> de Cadena Dial.
Resolución	4/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Desestimar la queja al no advertirse un tratamiento explícitamente denigratorio ni insultante dirigido hacia la etnia gitana en el programa <i>Atrévete</i> de Cadena Dial. Recomendar a Cadena Dial y, con carácter general, a todos los operadores de radio y televisión, que extremen su consideración y cuidado con el fin de evitar en sus programaciones situaciones que pudieran contribuir a difundir y consolidar estereotipos sobre colectivos necesitados de una mayor protección en lo que se refiere a los contenidos de la programación y a las emisiones publicitarias.
Votos particulares	Presidente D. Manuel Ángel Vázquez Medel y Consejero D. Eduardo Castro Maldonado.

Operador	Radio Televisión de Andalucía (RTVA)
Motivo Queja	Aparición de escenas de violencia de género en horario de protección de menores en la telenovela <i>Acorralada</i> de Canal Sur Televisión.
Resolución	6/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Estimar las quejas e instar a la RTVA para que se abstenga de difundir, en la franja horaria que va desde las seis a las veintidós horas, series o programas que contengan escenas de violencia de género o machista similares a las contenidas en la telenovela <i>Acorralada</i> y que aborden de manera banal y acrítica un problema tan grave y complejo. Instar a la RTVA a que clasifique y señalice como no recomendada para menores de 18 años esta telenovela, siguiendo los criterios orientadores incluidos en el <i>Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia</i> . Recomendar a la RTVA que sea especialmente sensible a la hora de programar series y contenidos de ficción, teniendo en cuenta la influencia social de este género televisivo.
Votos particulares	Consejeros D. José M <sup>a</sup> Arenzana y D. Carlos del Barco y Consejera D <sup>a</sup> Carmen Elías.

Operador	Radio Televisión de Andalucía (RTVA)
Motivo Queja	Desacuerdo con los resultados obtenidos en la votación y presuntas irregularidades en el proceso en torno al programa de Canal Sur Televisión <i>Se llama Copla</i> .
Resolución	7/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Desestimar todas las quejas presentadas en relación con el concurso denominado <i>Se llama Copla</i> , por carecer el Consejo Audiovisual de Andalucía de competencia para resolver las cuestiones que se derivan de tales reclamaciones.

Operador	Radio Televisión de Andalucía (RTVA)
Motivo Queja	Falta de subtitulación para sordos en la emisión del debate de investidura del presidente de la Junta de Andalucía en Canal Sur Televisión, queja presentada por la Federación Andaluza de Familias de Personas Sordas (FAPAS).
Resolución	9/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Desestimar la queja, dado que al RTVA no incumplió las Leyes 27/2007 y 18/2007, que si bien contienen el compromiso explícito de la utilización del sistema de subtítulo, permiten su implantación de forma gradual. Dirigirse al Parlamento de Andalucía, a la RTVA y al Centro Español del Subtitulado y la Audiodescripción con objeto de recomendar e incentivar la subtitulación de las emisiones de las reuniones plenarias que tengan carácter público, así como de cualquier otra de interés general que así se determine.

Operador	Radio Televisión de Andalucía (RTVA)
Motivo Queja	Aparición de escenas de violencia de género en horario de protección de menores en la telenovela <i>Ángel Rebelde</i> de Canal Sur Televisión.
Resolución	10/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Estimar las quejas e instar a la RTVA para que se abstenga de difundir, en la franja horaria que va desde las seis a las veintidós horas, series o programas que contengan escenas de violencia de género o machista similares a las contenidas en la telenovela <i>Ángel Rebelde</i> y que aborden de manera banal y acrítica un problema tan grave y complejo. Instar a la RTVA a que clasifique y señalice como no recomendada para menores de 18 años esta telenovela, siguiendo los criterios orientadores incluidos en el <i>Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia</i> . Recomendar a la RTVA que sea especialmente sensible a la hora de programar series y contenidos de ficción, teniendo en cuenta la influencia social de este género televisivo.
Votos particulares	Consejeros D. José M <sup>a</sup> Arenzana y D. Carlos del Barco y Consejera D <sup>a</sup> Carmen Elías.

Operador	CRN Giralda y Antena 3
Motivo Queja	Aparición de unos menores, en situación de acogimiento familiar, en los informativos de CRN Giralda y en el programa Espejo público de Antena 3 Televisión, y posible intromisión al honor y violación de la intimidad de dichos menores.
Resolución	11/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Desestimar la queja presentada en lo referente a los informativos de CRN Giralda, porque el operador adoptó las cautelas mínimas exigibles por la legislación para evitar la identificación de los menores. Recomendar no obstante extremar las cautelas en la difusión de noticias en las que aparezcan menores, máxime cuando se trate de situaciones conflictivas y delicadas que puedan afectar sus intereses, así como evitar tratamientos morbosos o poco rigurosos de estos temas. Recomendar a los operadores que acudan a los medios técnicos precisos para evitar la identificación de los menores implicados, evitando en todo caso la mención de nombres o datos personales. Canalizar la queja a la Secretaria de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información en lo referente a las apariciones de menores en el programa <i>Espejo público</i> de Antena 3.
Votos particulares	Consejera D <sup>a</sup> Carmen Elías.

Operador	Canal Sevilla TV
Motivo Queja	Supuesta aparición de <b>películas pornográficas</b> el 24 de mayo de 2008 en Canal Sevilla Televisión y en horario de protección de menores.
Resolución	12/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	<b>Desestimar</b> la queja, dado que no se ha comprobado de manera fehaciente la emisión de estos contenidos en Canal Sevilla TV.

Operador	Radio Televisión de Andalucía (RTVA)
Motivo Queja	Emisión de unas afirmaciones en un reportaje del programa <i>Los Reporteros</i> , de Canal Sur Televisión, el pasado 18 de abril, en las que se calificaba a la Asociación Nueva Acrópolis como una secta.
Resolución	13/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Desestimar la queja, ya que, a la vista de las competencias del Consejo, la posible vulneración del derecho al honor de la asociación Nueva Acrópolis en las afirmaciones que se vertieron en el reportaje emitido por <i>Canal Sur Televisión</i> debería haberse dilucidado bien a través de la correspondiente acción ante los Tribunales competentes, o bien ejercitando el derecho de rectificación en los términos anteriormente expuestos. No obstante, el Consejo sí estima que la RTVA no extremó todas las precauciones para facilitar con el máximo rigor posible las informaciones aparecidas en el reportaje sobre sectas emitido en el programa <i>Los Reporteros</i> y recordó al operador que debe siempre contrastar las fuentes de información, verificar los datos ofrecidos y actuar con precisión y rigor en todas las informaciones que presente, con el fin de no publicar material falso, engañoso o incompleto.
Explicación Voto	Consejera D <sup>a</sup> Carmen Elías.

Operador	Radio Televisión de Andalucía (RTVA)
Motivo Queja	Tratamiento sensacionalista y morboso de sucesos y tragedias en el programa <i>Vista Pública</i> .
Resolución	14/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Estimar la queja y requerir a la RTVA a fin de que evite en su programación tratamientos de contenidos similares a los descritos en esta resolución y empleados por <i>Vista pública</i> , en la medida en que infringen criterios establecidos en las normas deontológicas y del <i>Libro de Estilo</i> de la RTVA. Recordar a la RTVA la obligación de atender a los principios inspiradores de su actuación recogidos en la Ley 18/2007, a fin de primar la calidad y atender a las necesidades democráticas, sociales y culturales del conjunto de la población andaluza y garantizar el acceso a la información, a la cultura, a la educación y a un entretenimiento de calidad.
Explicación Voto	Consejeros D. José M <sup>a</sup> Arenzana, D. Jaime Bretón, D. Carlos del Barco y D. Eduardo Castro y Consejera D <sup>a</sup> Carmen Elías.

Operador	RTVM Marbella
Motivo Queja	Presunta vulneración de la Ley 41/1995, en concreto respecto a la emisión en cadena, vulneración del pluralismo informativo y posibles fraudes en el ámbito de la publicidad televisiva.
Resolución	15/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	<b>Desestimar</b> la queja formulada tras haberse analizado y comprobado la no vulneración de la normativa vigente, en lo referente a las obligaciones de programación y a la publicidad con participación por sms en diferido, por parte de la RTVM de Marbella.

Operador	Radio Televisión de Andalucía (RTVA)
Motivo Queja	Tratamiento dado a la enfermedad mental en el programa <i>La tarde con María</i> emitido el pasado 27 de marzo en Canal Sur Televisión, en el que se vinculaba la esquizofrenia con comportamientos violentos y delictivos.
Resolución	16/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Estimar la queja sobre el tratamiento informativo de la enfermedad mental en el programa <i>La tarde con María</i> del 27 de marzo, ya que en dicho programa se atribuyó de manera hipotética y sin pruebas al acusado del asesinato de la niña M <sup>a</sup> Luz, Santiago del Valle, una enfermedad mental, vinculando indirectamente dicha enfermedad con la comisión del crimen que se le imputa. Lo recomendable en el tratamiento de esta noticia habría sido limitarse a describir los hechos absolutamente probados, sin aventurarse a prejuzgar como causa del hecho el padecimiento de una enfermedad mental. Advertir a la RTVA que no ha respetado con el rigor exigible a un operador público los códigos deontológicos existentes para la erradicación del estigma sobre la enfermedad mental en los medios de comunicación, en especial el <i>Convenio Marco para la Sensibilización Social sobre la Enfermedad Mental</i> que la misma RTVA suscribió en el año 2004, el código de FEADES y el de la Consejería para la Igualdad y el Bienestar Social de la Junta de Andalucía, así como su propio <i>Libro de Estilo</i> en las pautas y normas marcadas sobre este aspecto. Recomendar a la RTVA y a todos los operadores en general que extremen las precauciones en el tratamiento informativo de la enfermedad mental, en especial en las noticias de sucesos, con el fin de evitar la creación y consolidación del estigma social que asocia con conductas peligrosas e imprevisibles a los enfermos mentales, en especial a los de esquizofrenia o psicosis, lo que les dificulta sobremanera su acceso a un puesto de trabajo y a una vida digna.
Voto particular	Consejeros D. José M <sup>a</sup> Arenzana, D. Jaime Bretón y D. Carlos del Barco.
Explicación Voto	Consejera D <sup>a</sup> Carmen Elías.

Operador	Radio Televisión de Andalucía (RTVA)
Motivo Queja	Tratamiento dado a la enfermedad mental en la serie <i>S.O.S Estudiantes</i> de Canal Sur 2, en el que supuestamente se reflejan estereotipos y se perjudica al colectivo de enfermos mentales.
Resolución	17/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Desestimar la queja sobre tratamiento de la enfermedad mental en la serie <i>S.O.S Estudiantes</i> de Canal Sur 2, en tanto que se trata de un producto de ficción, emitido fuera de las franjas de protección reforzada, en el que todos los personajes, y no solamente el que representa el objeto de la queja, aparecen estereotipados y con actitudes ridículas y exageradas, buscándose en todo momento la comicidad y sin ánimo denigratorio alguno para el colectivo de enfermos mentales.
Explicación Voto	Consejeros D. José M <sup>a</sup> Arenzana y D. Carlos del Barco y Consejera D <sup>a</sup> Carmen Elías.

Operador	Radio Televisión de Andalucía (RTVA)
Motivo Queja	Posibles contenidos ofensivos y valores inadecuados en la letra de la sintonía inicial de la serie de animación <i>Cosas de Locos</i> .
Resolución	18/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Desestimar la queja sobre contenidos inadecuados en <i>Cosas de Locos</i> , en tanto que se trata de un <i>anime</i> de ficción que debe ser interpretado a partir de sus intenciones cómicas y paródicas. Recomendar a la RTVA que señalice la serie <i>Cosas de Locos</i> para mayores de 13 años, de acuerdo con los criterios que se recogen en el RD 410/2002 y en el <i>Código de autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia</i> , que la propia RTVA suscribió, así como que la serie <i>Cosas de Locos</i> sea emitida fuera de las franjas de protección reforzada que establece dicho Código. Recomendar al operador público andaluz que amplíe y mejore sus sistemas de clasificación de contenidos y señalización de las series de animación para facilitar a padres, madres y educadores la información necesaria para poder ejercer su responsabilidad de controlar los contenidos televisivos seguidos por los menores.
Explicación Voto	Consejeros D. José M <sup>a</sup> Arenzana, D. Carlos del Barco y D <sup>a</sup> Carmen Elías.

Operador	Radio Televisión de Andalucía (RTVA)
Motivo Queja	Emisión de una noticia sobre torturas en el buque chileno Esmeralda con contenidos demasiado explícitos referentes a torturas, que podría dañar la sensibilidad de los menores en un informativo de Canal Sur Televisión.
Resolución	19/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Desestimar la queja al considerar que la emisión en un informativo de Canal Sur Televisión de una noticia sobre torturas cometidas en el buque chileno Esmeralda no ha infringido ningún principio deontológico ni ha vulnerado los derechos de los menores ante los medios audiovisuales. En la información ofrecida no se incluyeron imágenes crudas, el tono del relato fue aséptico y tuvo una estrecha vinculación con la noticia. Dicha información, además, fue emitida fuera de las franjas de protección reforzada establecidas por el <i>Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia</i> .
Explicación Voto	Consejeros D. José M <sup>a</sup> Arenzana, D. Carlos del Barco, D. Jaime Bretón y D <sup>a</sup> Carmen Elías.

Operador	RTVM de La Línea
Motivo Queja	Presuntas descalificaciones que en un informativo de la Televisión Municipal de La Línea de la Concepción (Cádiz) se habían vertido sobre el grupo municipal del partido socialista de dicha localidad.
Resolución	20/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Recomendar a la Radio Televisión Municipal de la Línea de la Concepción que debe adecuar sus emisiones a unas pautas básicas y elementales de estilo normalizadas para el correcto desarrollo de la labor informativa y de opinión, lo que llevaría a la elaboración urgente de un código de buenas prácticas periodísticas y un estatuto de redacción. Asimismo, se recomienda a este operador público que suscriba los acuerdos deontológicos, los principios de estilo, los estatutos profesionales y los mecanismos de control que resultan imprescindibles para poner en práctica, en toda su dimensión, la idea de servicio público que una emisora de televisión local debe cumplir, todo ello según los principios inspiradores recogidos en el artículo 6 del Decreto 1/2006 a los que está obligado el operador local público.
Explicación Voto	Consejero D. José M <sup>a</sup> Arenzana.

Operador	RTVM de La Línea
Motivo Queja	Presunta coacción sufrida por un ciudadano que intentaba intervenir telefónicamente en el programa radiofónico <i>La Hora de Pepe Iria</i> , de la Radio Televisión Municipal de La Línea.
Resolución	21/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Desestimar la queja sobre la presunta coacción a un ciudadano en el programa <i>La Hora de Pepe Iria</i> , dado que no se aprecia existencia de coacción o ánimo de injuriar del presentador, todo ello sin perjuicio del ejercicio de las acciones que el perjudicado quiera emprender ante los Tribunales competentes. Estimar en aquellos aspectos que tienen que ver con el trato irrespetuoso a un oyente que interviene en directo para expresar sus opiniones ante los comentarios previamente vertidos en el programa. Recomendar a la Radio Televisión Municipal de La Línea, con carácter general y sin menoscabo del ejercicio de la libertad de expresión de sus profesionales, que evite emplear en sus emisiones formas impropias de una comunicación consciente de su responsabilidad cívica, evitando todo trato vejatorio, despectivo o irrespetuoso a quienes intervengan en el programa. Recordar a la Corporación Municipal del Excmo. Ayuntamiento de La Línea de la Concepción -como titular de la concesión sobre Radio Televisión Municipal de La Línea y a la Sociedad Municipal de Comunicación (SOMDECO) encargada de su gestión- que está obligada a cumplir con lo prescrito el Decreto 174/2002, de 11 de junio, que regula el régimen de concesión por la Comunidad Autónoma de Andalucía de Emisoras de Radiodifusión Sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia y la prestación del servicio por parte de los concesionarios, en cuyo artículo 4 se exige tanto la defensa de la libre expresión de las opiniones como el límite que a éstas imponen la Constitución Española y el Estatuto de Autonomía para Andalucía. Recomendar a la Radio Televisión Municipal de La Línea y a la Sociedad Municipal de Comunicación (SOMDECO) encargada de su gestión, en cumplimiento de lo establecido en el artículo 4.13 de la Ley 1/2004, que elabore o se adhiera a códigos deontológicos y adopte normas de autorregulación.
Explicación Voto	Consejeros D. José M <sup>a</sup> Arenzana y D. Carlos del Barco y Consejera D <sup>a</sup> Carmen Elías.

Operador	RTVM de La Línea
Motivo Queja	Emisión de la película <i>Juana de Arco</i> , con contenido violento, por Canal Sur Televisión, en horario de protección de menores.
Resolución	22/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Estimar la queja, pues el filme debería haberse señalado como no recomendada para menores de trece años, al comienzo de la película y tras cada una de sus pausas publicitarias, con un símbolo gráfico que indicara en pantalla, al menos durante cinco segundos, aquella calificación. Esta falta de señalización supuso que no se informara a los espectadores de la mayor o menor idoneidad del filme para los menores de edad, por lo que al emitirse dentro de la franja de protección de menores se contravino lo dispuesto en el apartado 3 del artículo 17 de la Ley 25/1994, desarrollado por el Real Decreto 410/2002.

Operador	Radio Televisión de Andalucía (RTVA)
Motivo Queja	Discriminación partido político, los servicios informativos de la RTVA no recogieron en sus ediciones regionales la postura de IULV-CA en relación con el proyecto de oleoducto, suponiendo una discriminación con respecto a las opiniones de PP-A y FIA-UGT, que sí aparecieron.
Resolución	23/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Estimar la queja, ya que Canal Sur Televisión dio un tratamiento distinto a IULV-CA respecto de otros grupos al omitir en su informativo de ámbito regional la rueda de prensa ofrecida por este partido político. Advertir a la RTVA que debe extremar su diligencia para evitar la discriminación en la difusión de noticias que puedan producir una merma en el derecho de información de la ciudadanía andaluza.
Explicación Voto	Consejera D <sup>a</sup> . Carmen Elías Iglesias.

Operador	Radio Betis
Motivo Queja	Supuesta instigación a la violencia a distintos sectores de la afición bética realizada desde dos programas emitidos por <i>Radio Betis</i> .
Resolución	24/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Desestimar la queja en la medida en que no puede apreciarse la existencia de incitación a la violencia por las declaraciones vertidas, ni que se hayan transgredido los límites del derecho a la libertad de expresión.

Operador	Radio Televisión de Andalucía (RTVA)
Motivo Queja	Aparición de imágenes de agresión a una menor de 13 años por parte de sus compañeros de instituto en la provincia de Málaga en el programa <i>Mira la vida</i> de Canal Sur Televisión.
Resolución	25/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Desestimar la queja al no apreciarse vulneración del derecho a la intimidad del menor, ya que la referida emisión se produjo durante pocos segundos, las imágenes carecían de nitidez y había una denuncia clara y simultánea al hecho de su emisión. El Consejo considera que, puesto que la aparición de los menores implicados no aporta información relevante para la comprensión de la noticia, no deben difundirse este tipo de imágenes de agresiones grabadas por teléfono móvil.
Explicación Voto	Consejero D. Carlos del Barco Galván y Consejera D <sup>a</sup> . Carmen Elías Iglesias.

Operador	Radio Televisión de Andalucía (RTVA)
Motivo Queja	Escaso tratamiento informativo de la muerte del bailar andaluz Mario Maya.
Resolución	26/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Desestimar la queja, ya que el análisis realizado pone de manifiesto que se ha informado con amplitud de esta noticia tanto en los espacios informativos como en los especiales y magazines de Canal Sur Televisión y Canal Sur 2.

Operador	Onda Cádiz Televisión
Motivo Queja	Falta de pluralismo político y presunta manipulación en la emisión del programa <i>El gato al agua</i> por la Sociedad de Información y Comunicación Municipal Cádiz S.A.
Resolución	27/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Desestimar la queja en lo relativo a falta de pluralismo político, dado que se trata de un programa de opinión. En todo caso, el control de estas actuaciones corresponde al Pleno de la Corporación Municipal. Estimar la queja en lo relativo a falta de neutralidad al haberse advertido que existe en el programa una línea editorial parcial que se manifiesta a través de los juicios de valor del moderador y de otros elementos editoriales. Recomendar al operador que suscriba los acuerdos deontológicos necesarios para poner en práctica la idea de un servicio público. Desestimar la queja en cuanto a la redifusión del programa. Recomendar a Onda Cádiz que se incremente la presencia de mujeres en las tertulias de los programas.

Operador	Radio Televisión de Andalucía (RTVA)
Motivo Queja	Elección sesgada de los temas de la tertulia de Tom Martín Benítez, así como partidismo de sus protagonistas, lo que redundaba en una falta de imparcialidad del programa, presunta falta de neutralidad y pluralismo.
Resolución	28/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	<p>Desestimar la queja en lo referente a falta de pluralismo político, dado que se trata de un espacio de opinión en el que prima la libertad de expresión de todos los participantes, que no representan a partidos políticos. El programa tiene asimismo libertad para elegir los temas que se tratan en la tertulia, así como para seleccionar a los contertulios que intervienen. Dichos contertulios, aunque con sus legítimas y lógicas simpatías políticas, no pueden de ningún modo ser adscritos a ningún partido. Estimar la queja sobre la tertulia del programa <i>La Hora de Andalucía</i>, de Canal Sur Radio, en lo relativo a la falta de neutralidad, al haberse advertido que, en ocasiones, se vulnera la necesaria imparcialidad de la línea editorial del programa al manifestar el moderador determinados juicios de valor. El Consejo recomienda a la RTVA que extreme las precauciones en lo referente a la aparición de opiniones explícitas y subjetivas por parte de los moderadores de sus programas, con el fin de respetar, con la mayor escrupulosidad posible, la imparcialidad y neutralidad informativas, en especial por tratarse de un operador público. En este sentido, el Consejo recuerda a la RTVA sus propias normas deontológicas, recogidas en su <i>Libro de Estilo</i>, en las cuestiones referentes a imparcialidad, opiniones subjetivas y opiniones expresadas por los propios periodistas y recomienda la creación de un libro de estilo específico para Canal Sur Radio. Recomendar a la RTVA, y en concreto al programa <i>La Hora de Andalucía</i>, que incremente la presencia de mujeres en sus tertulias y recordarle que, en cumplimiento de la función social que le atribuye la legislación vigente, los medios de comunicación, públicos y privados, deben respetar el principio de igualdad de género y eliminar todas las formas de discriminación entre hombres y mujeres.</p>
Explicación Voto	Consejeras D <sup>a</sup> . Mercedes de Pablos Candón y D <sup>a</sup> . Carmen Fernández Morillo.

Operador	Radio Estilo
Motivo Queja	Presunta incitación a la violencia en el programa <i>Estilo Betis</i> .
Resolución	29/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	<p>Desestimar las quejas, ya que tras el análisis de las grabaciones remitidas, y desde un punto de vista deontológico, no puede inferirse que las manifestaciones emitidas por parte del conductor y colaboradores del programa sean injuriosas o hayan superado los límites razonables de la crítica. Todo ello, sin perjuicio de la posibilidad que asiste al perjudicado de dirimir ante los tribunales competentes la eventual vulneración del derecho al honor, cuestión esta que excede el ámbito de competencias del Consejo. Recomendar a Radio Estilo la conveniencia de mejorar el control de los contenidos que aparecen en sus programas a raíz de las situaciones imprevistas que pueden presentarse a través de las llamadas telefónicas de los oyentes, con el fin de evitar la aparición sistemática de descalificaciones e insultos y la crispación de los discursos periodísticos, aspectos condenados explícitamente por la Federación de Asociaciones de la Prensa de España en su código deontológico. Por último, recordar al operador que, de conformidad con la Ley 1/2004 de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía, su Reglamento Orgánico y de Funcionamiento y el Decreto 174/2002, está obligado a remitir a este Consejo las grabaciones de las emisiones que se le requieran dentro del plazo que se le haya concedido, para así poder darse cumplimiento efectivo a las funciones estatutarias y legalmente atribuidas al Consejo Audiovisual de Andalucía.</p>

Operador	Radio Televisión de Andalucía (RTVA)
Motivo Queja	Tratamiento morboso y carente de rigor periodístico de la noticia de un crimen relacionado con la violencia de género en el programa <i>Andalucía Directo</i> , de Canal Sur Televisión.
Resolución	30/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Desestimar la queja dado que, en función del análisis de la información al completo –en la que no aparecen imágenes impactantes-, no puede considerarse que se incurriese en una narración marcadamente truculenta ni en una enumeración morbosamente detallada de los hechos. Recomendar al operador que extreme sus cautelas en el tratamiento de las noticias referidas a cuestiones de género, incidiendo sobre todo en el factor de denuncia y rechazo, así como la información y atención a posibles víctimas. Recomendar, además, que se extreme el rigor informativo al abordar informaciones de este tipo, con el fin de evitar incurrir en imprecisiones y contradicciones como las detectadas en <i>Andalucía Directo</i> .

Operador	Radio Televisión de Andalucía (RTVA)
Motivo Queja	Agresiva campaña publicitaria en la que se recrea la inmoralidad del mundo del lujo y el poder del dinero en anuncio de colonia <i>One million</i> , de Paco Rabanne.
Resolución	31/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Desestimar la queja en el planteamiento relativo a la agresividad del anuncio publicitario e inmoralidad o falta de ética del mismo. No obstante, el Consejo considera que, desde el punto de vista deontológico, el anuncio en cuestión podría favorecer la existencia de comportamientos sexistas, no solo por la cosificación de la mujer y su asociación con conceptos materiales, sino porque encarna, aun de modo muy sutil, un modelo de sometimiento a la voluntad del hombre.

Operador	Radio Televisión de Andalucía (RTVA)
Motivo Queja	Ausencia de valores positivos en un <i>anime</i> de gran aceptación entre el público infantil, en relación a supuestos contenidos inadecuados en la serie de animación <i>Doraemon</i> .
Resolución	32/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Desestimar la queja, ya que el análisis realizado refleja que el <i>anime</i> plantea valores como el compañerismo y la amistad, claves para entender la relación que mantienen los dos protagonistas.

Operador	Radio Televisión de Andalucía (RTVA)
Motivo Queja	Aparición de supuestos contenidos sexistas en un anuncio institucional de la Dirección General de Tráfico cuyo fin es promover el uso del cinturón de seguridad.
Resolución	33/2008
Decisiones Adoptadas y Fundamentación	Trasladar las quejas recibidas a la Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional, en aplicación de lo previsto en el artículo 7 de la ley 29/2005, de 29 de diciembre, como organismo encargado de resolver si el anuncio promovido por la Dirección General de Tráfico dentro de la campaña institucional para el uso del cinturón reviste connotaciones sexistas que pudieran determinar el supuesto de prohibición contenido en el artículo 4, letra c) de la citada Ley. Recomendar tanto a las instituciones como a los anunciantes de publicidad comercial que extremen las precauciones en el diseño de sus anuncios, con el fin de evitar la aparición de estereotipos sexistas, tanto los referidos a hombres como a mujeres, en especial en el caso de campañas de sensibilización ciudadana en las que se abordan asuntos delicados y/o conflictivos.

### 3.2. RECOMENDACIONES Y CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS

Una de las principales iniciativas del Consejo Audiovisual de Andalucía durante el año 2008, ha sido la promoción, elaboración y difusión de códigos deontológicos y la adopción de normas de autorregulación, por considerarse especialmente implicado en la incentivación —según recoge en el artículo 13 de la Ley de creación 1/2004— y el ejercicio de labores de mediación entre las instituciones, los agentes del sistema audiovisual y la sociedad (artículo 19).

En esta dirección, el Consejo ha desarrollado una serie de recomendaciones enmarcadas en el fomento y la protección de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en el ámbito de los medios audiovisuales.

#### 3.2.1. Recomendaciones de Información política en periodo electoral

El Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía aprobó, por mayoría de sus miembros, el 24 de enero de 2008, unas recomendaciones sobre el tratamiento de la información política en periodo electoral, en las que se solicita a los operadores audiovisuales, en especial los de titularidad pública, que aseguren "una información adecuada e imparcial sobre las diversas ofertas electorales, dando también cabida a la información sobre candidaturas de formaciones que en la actualidad no tienen representación parlamentaria, garantizando así la construcción de una información plural y objetiva".

El documento reclama también la "atención al pluralismo territorial", ya que "según la naturaleza de los procesos electorales, la cobertura de la información política deberá ser respetuosa con la representación adecuada de la plural realidad territorial de Andalucía, sin primar —por encima de criterios de territorio y población— ningún ámbito sobre otro". El Consejo demanda también "equidad y respeto al pluralismo político", fomentando "una presencia de las diferentes fuerzas políticas de manera proporcional respetando el principio de equidad, es decir, que el tiempo dedicado a cada fuerza política sea proporcional a la representación de cada una de las candidaturas, según los resultados de las últimas elecciones".

Estas recomendaciones fueron presentadas públicamente en la jornada sobre Derecho a la información en campaña electoral, celebrada el 5 de junio de 2008 en el Salón de Grados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de Sevilla, y organizada por el Consejo Audiovisual de Andalucía y la Federación de Andalucía de Asociaciones de la Prensa, con el respaldo de la Federación de Asociaciones de la Prensa de Andalucía, que representa a 16.000 periodistas.

El objetivo de la jornada fue reflexionar sobre el ejercicio profesional del periodismo en las campañas

electorales que, a juicio de diferentes organizaciones profesionales, encuentra diferentes obstáculos.

[Ver anexo III con el texto completo de las Recomendaciones]

#### 3.2.2. Recomendaciones de Publicidad de juguetes

El Consejo Audiovisual de Andalucía emitió en diciembre de 2006, coincidiendo con el inicio de las vacaciones escolares, unas recomendaciones destinadas a las familias y a la ciudadanía en general en relación con la publicidad de juguetes. En diciembre de 2008, el Consejo Audiovisual de Andalucía complementa las anteriores con una nueva serie de recomendaciones atendiendo a los nuevos fenómenos y circunstancias que concurren en este ámbito.

El objetivo del Consejo Audiovisual de Andalucía es mantener una relación constante y fluida con los distintos sectores de la sociedad andaluza, donde, en fechas señaladas como la navideña, se considera fundamental el papel que las familias y responsables de los menores pueden desempeñar ante su exposición a la publicidad de juguetes en la televisión, en aras a potenciar los elementos positivos que tal publicidad supone para ellos y, a la vez, minimizar los efectos de una publicidad intensiva, excesiva o irrespetuosa con los derechos de la infancia.

El Consejo Audiovisual de Andalucía ha considerado oportuno y positivo formular estas recomendaciones, a raíz de los estudios realizados por esta institución sobre Menores y Televisión, debido al importante papel que las familias y los responsables de los menores pueden desempeñar ante su exposición a la publicidad de juguetes en la televisión.

En este contexto, el Consejo Audiovisual de Andalucía entiende fundamental la supervisión y explicación por parte de los padres de los anuncios que sus hijos ven en la televisión o escuchan en la radio. Se recomienda que comenten con ellos los spots estimulando el conocimiento crítico de los niños y las niñas a la vez que se contribuye a hacer de la publicidad en la época navideña una herramienta de selección y elección de los juguetes y donde se fomente además el interés por los regalos que sirven al desarrollo de la creatividad, la imaginación, el aprendizaje o las relaciones interpersonales.

Así mismo, se recuerda a los progenitores y a la ciudadanía en general que también ellos pueden contribuir a la protección de los derechos de los menores y a la consecución de una publicidad responsable y respetuosa; por una parte, vigilando los anuncios de juguetes que pudieran suponer incumplimientos de la ley o los códigos deontológicos y, por otra, poniéndose en contacto con la Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA) del Consejo Audiovisual de Andalucía. Las quejas, sugerencias y/o peticiones en relación con las conductas

o estrategias publicitarias que entiendan que puedan estar vulnerando los códigos de conducta se pueden enviar a la web del Consejo Audiovisual de Andalucía: [www.consejoaudiovisualdeandalucia.es](http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es) o bien se puede llamar al teléfono gratuito 900 159 159.

[Ver anexo IV con el texto completo de las Recomendaciones]

### 3.2.3. Recomendaciones de Violencia en el deporte

Durante el pasado año 2008, se ha trabajado en la elaboración, en colaboración con la Federación de Periodistas Deportivos de Andalucía (FPDA) y el apoyo de la Federación Andaluza de Fútbol (FAF) y de la Confederación Andaluza de Federaciones Deportivas (CAFD), de unas recomendaciones con la naturaleza de contribuir al fomento de la convivencia y a la defensa de los valores tradicionales del deporte erradicando actitudes y acciones violentas en las que los distintos actores estamos implicados.

Esta iniciativa se dirige a los medios de comunicación, a las federaciones deportivas, clubes y deportistas, a las administraciones y también a la comunidad educativa, madres y padres con el objetivo de fomentar la convivencia y la defensa de los valores tradicionales del deporte.

De esta manera, se recomienda a los profesionales de la comunicación, entre otros consejos, que eviten la repetición de imágenes violentas o enfrentamientos entre los aficionados o los deportistas, la utilización de un lenguaje agresivo o provocador que, sin dejar de informar, huya del sensacionalismo o el morbo y que favorezca las campañas de convivencia entre adversarios.

A las federaciones deportivas, clubes y deportistas también se les recomienda que eviten utilizar un lenguaje provocador o agresivo en sus declaraciones o enfrentamientos públicos personales, o que veten a algún periodista o medio de comunicación que pueda ser crítico con ellos mientras que, a las administraciones, se les sugiere que persigan a aquellos que protagonicen actos vandálicos y violentos que impidan la normalidad de los encuentros deportivos y que fomenten programas y actividades relacionadas con la práctica y disfrute del deporte. Este último consejo se le dirige además a los padres y madres así como a la comunidad educativa a los que se recomienda vincular el éxito de muchos deportistas no sólo al aspecto económico sino también a otros valores relacionando el triunfo con el esfuerzo y la voluntad.

En definitiva, una colaboración de todos los implicados en el deporte y los medios de comunicación audiovisuales para prestigiarlo y adecuarlo, realmente y en términos coloquiales, para "todos los públicos", y que sean de verdad modelos a seguir para nuestros jóvenes.

La preocupación socialmente compartida en este sentido, y la valoración positiva de cuantas acciones redunden en la erradicación de actitudes y acciones violentas en el deporte, ha hecho que diversas federaciones deportivas firmen con el Consejo Audiovisual de Andalucía un pacto de adhesión a estas Recomendaciones sobre Violencia en el Deporte que se asumirán por todos los firmantes como Manual de Buenas Prácticas y que ejercerá como código deontológico. Por parte del Consejo Audiovisual de Andalucía han firmado su Presidente, D. Juan Montabes, el Presidente de la FPDA, D. Javier Bermejo, el Presidente de la FAF, D. Eduardo Herrera, y en nombre de la CAFD, el candidato único a su presidencia y Presidente de la Federación Andaluza de Rugby, Miguel Acasuso.

A este pacto se irán sumando en 2009 deportistas de reconocido prestigio y otras instituciones, como el Sindicato Mundial de Futbolistas o el Instituto Andaluz de Deporte. Este pacto tiene previsto la creación de una Comisión conjunta encargada del seguimiento del cumplimiento de las Recomendaciones en los medios de comunicación audiovisual.

[Ver anexo V con el texto completo de las Recomendaciones]

### 3.3. INFORMES Y DICTÁMENES EMITIDOS POR EL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

Entre las funciones atribuidas al Consejo Audiovisual de Andalucía se encuentra la emisión de informes y dictámenes, tanto de carácter preceptivo —en los supuestos previstos en los apartados 3 y 4 del artículo 4 de la Ley 1/2004 y 34.1 del Reglamento Orgánico y de Funcionamiento Interno del Consejo Audiovisual de Andalucía— como los emitidos por propia iniciativa o a solicitud del Parlamento de Andalucía, Consejo de Gobierno y Corporaciones Locales de Andalucía, en materias relacionadas con la ordenación y regulación del sistema audiovisual.

En efecto, en cumplimiento de lo dispuesto en los apartados 3 y 4 del artículo 4 de la Ley 1/2004, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha de informar preceptivamente en los siguientes supuestos:

a. Anteproyectos de ley y proyectos de reglamento relacionados con la ordenación y regulación del sistema audiovisual.

b. Propuestas de pliegos de condiciones relativas a los procedimientos de adjudicación de concesiones en materia audiovisual. El informe emitido por el Consejo será previo a los efectos de garantizar el pluralismo, y la libre concurrencia en el sector y prevenir situaciones de concentración de medios.

c. Propuestas presentadas en los concursos de otorgamiento de concesiones 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, prevenir la concentración de medios y el abuso de posición dominante.

d. Propuestas de resolución en los procedimientos de renovación, revocación, autorización de cambio de accionariado, y transferencia de titularidad en materia audiovisual, con carácter previo.

Durante el año 2008, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha emitido un total de catorce informes preceptivos: Once son referentes a propuestas de renovación de concesiones administrativas para la explotación de emisoras de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia, tanto municipales (siete) como comerciales (cuatro), dictados a partir del artículo 4.4 de la Ley 1/2004. En cuanto a los tres restantes, dos de ellos —con la misma base normativa que los anteriores— versan sobre la transferencia de la titularidad de concesiones en materia audiovisual, mientras el otro, emitido en cumplimiento de lo establecido en el artículo 4.3 de la Ley 1/2004, se refiere al proyecto de modificación del Decreto 174/2002, de 11 de junio, por el que se regula el régimen de concesión por la Comunidad Autónoma de Andalucía de emisoras de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia y la prestación del servicio por parte de los concesionarios.

### 3.3.1. Informes preceptivos sobre las propuestas de Acuerdos del Consejo de Gobierno para la renovación de las concesiones para la gestión de emisoras de radiodifusión sonora, de carácter tanto municipal como comercial

En los mismos, la función del Consejo Audiovisual de Andalucía se ha limitado a observar el respeto a las disposiciones vigentes en materia de defensa de la competencia y para evitar el abuso de posición dominante, en cumplimiento de las funciones que legalmente tiene atribuidas. De este modo, su margen de actuación se reduce a analizar si existe o no alguna de las causas —objetivas y taxativas— que posibilitan la denegación de la renovación, en base a los efectos que ésta pueda tener desde la perspectiva de un eventual menoscabo de la libre competencia en el sector.

Sin perjuicio de lo anterior, el Consejo Audiovisual de Andalucía también ha venido efectuando en este tipo de informes preceptivos, al margen de otro tipo de advertencias y correcciones, unas consideraciones de carácter general sobre la inclusión en los documentos administrativos de renovación de la necesaria referencia al Consejo Audiovisual de Andalucía como la autoridad audiovisual independiente encargada de supervisar y regular los contenidos audiovisuales y la publicidad. Además, en todos los casos se sugiere a la Dirección General de Comunicación Social de la Junta de Andalucía que incluya en sus informes, así como en el anexo de la propuesta de acuerdo de re-

novación, todos los datos identificativos de la emisora, con mención expresa de su denominación que, en el caso de las municipales, debe incluir una de las siguientes expresiones: «radio municipal» o «emisora municipal», todo ello de conformidad con lo dispuesto en el artículo 28.2 del Decreto 174/2002, de 11 de junio. Este último dato, más allá del imperativo normativo, es considerado por el Consejo Audiovisual de Andalucía importante en aras a profundizar en la transparencia de las administraciones públicas en relación con los ciudadanos y los medios de comunicación.

En base a lo expuesto, y puesto que en ninguno de los casos sometidos a informe se daban situaciones que impidieran la renovación, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha emitido informe favorable en todos los casos, que ha completado —en virtud del principio de colaboración entre Administraciones Públicas— con la realización de sugerencias a la Dirección General de Comunicación Social de la Junta de Andalucía sobre el documento administrativo de renovación de la concesión, en aras a adecuar el procedimiento a las funciones del Consejo Audiovisual y a resaltar su cometido de supervisar la programación de contenidos audiovisuales y emisión de publicidad.

A continuación se indican los once informes emitidos en este ámbito en cumplimiento de lo previsto en el artículo 4.4 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre. En todos se designó como ponente a la Consejera D<sup>a</sup>. María Luisa Pérez Pérez.

1. Informe preceptivo 2/2008 sobre la propuesta de Acuerdo del Consejo de Gobierno por el que se concede la renovación de una concesión administrativa para la explotación de la emisora de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia de carácter municipal al Ayuntamiento de Rincón de la Victoria (Málaga). Aprobado por el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía el 24 de enero de 2008.

2. Informe preceptivo 3/2008 sobre la propuesta de Acuerdo del Consejo de Gobierno por el que se concede la renovación de la concesión administrativa para la explotación de la emisora de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia municipal al Ayuntamiento de Aljaraque (Huelva), en 107.4 MHz. Aprobado por el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía el 7 de febrero de 2008.

3. Informe preceptivo 4/2008 sobre la propuesta de Acuerdo del Consejo de Gobierno por el que se concede la renovación de la concesión administrativa para la explotación de la emisora de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia de carácter municipal al Ayuntamiento de Cártama (Málaga). Aprobado por el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía el 7 de febrero de 2008.

4. Informe preceptivo 05/2008 sobre la propuesta de Acuerdo del Consejo de Gobierno por el que se concede la renovación de la concesión administrativa para la explotación de una emisora de radiodifusión

sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia de carácter comercial, a D. Juan Andrés Mateos Coca, en la localidad de Ronda (Málaga), en 88.3 MHz. Aprobado por el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía el 21 de febrero de 2008.

5. Informe preceptivo 7/2008 sobre la propuesta de Acuerdo del Consejo de Gobierno por el que se concede la renovación de la concesión administrativa para la explotación de la emisora de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia de carácter municipal, al Ayuntamiento de Armilla (Granada), en 100.3 MHz. Aprobado por el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía el 30 de abril de 2008.

6. Informe preceptivo 9/2008 sobre la propuesta de Acuerdo del Consejo de Gobierno por el que se concede la renovación de la concesión administrativa para la explotación de una emisora de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia de carácter comercial, a la sociedad mercantil Uniprex, S.A., en la localidad de Linares (Jaén), en 98.4 MHz. Aprobado por el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía el 4 de septiembre de 2008.

7. Informe preceptivo 10/2008 sobre la propuesta del Acuerdo del Consejo de Gobierno por el que se concede la renovación de la concesión administrativa para la explotación de una emisora de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia de carácter comercial a la entidad mercantil Antena 3 de radio S.A., en la localidad de Estepona (Málaga), en 93.9 MHz. Aprobado por el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía el 30 de octubre de 2008.

8. Informe preceptivo 11/2008 sobre la propuesta de Acuerdo del Consejo de Gobierno por el que se concede la renovación de la concesión administrativa para la explotación de la emisora de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia de carácter comercial, a la entidad mercantil Nipeca S.L., en la localidad de Baza (Granada), en 88.6 MHz. Aprobado por el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía el 11 de diciembre de 2008.

9. Informe preceptivo 12/2008 sobre la propuesta de Acuerdo del Consejo de Gobierno por el que se concede la renovación de la concesión administrativa para la explotación de la emisora de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia de carácter municipal, al Ayuntamiento de Jerez de la Frontera (Cádiz), en 101.0 MHz. Aprobado por el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía el 11 de diciembre de 2008.

10. Informe preceptivo sobre la propuesta de Acuerdo del Consejo de Gobierno por el que se concede la renovación de la concesión administrativa para la explotación de la emisora de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia de carácter municipal, al Ayuntamiento de Loja (Granada), en 107.9 MHz. Aprobado por el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía el 23 de diciembre de 2008.

11. Informe preceptivo sobre la propuesta de Acuerdo del Consejo de Gobierno por el que se concede la renovación de la concesión administrativa para la explotación de la emisora de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia de carácter municipal, al Ayuntamiento de Chipiona (Cádiz), en 107.1 MHz. Aprobado por el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía el 23 de diciembre de 2008.

### 3.3.2. Informes preceptivos sobre las propuestas de resolución en los procedimientos de transferencia de titularidad de concesiones en materia audiovisual

Durante el año 2008 el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía ha emitido dos informes favorables a la autorización de transmisión de titularidad de la totalidad de las participaciones sociales entre entidades mercantiles, por resultar ajustada la transferencia proyectada a la normativa vigente en materia de pluralismo, libre competencia, concentración de medios y abuso de posición dominante, en cumplimiento de lo previsto en el apartado 4. 4 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre. En ambos se designó como ponente a la Consejera D<sup>a</sup>. María Luisa Pérez Pérez.

1. Informe preceptivo 6/2008 sobre la propuesta de Orden del Consejero de la Presidencia por la que se autoriza la transferencia de la titularidad de todas las participaciones sociales de la entidad concesionaria del servicio de radiodifusión en FM "DIAL DOÑANA, SL". Aprobado por el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía el 6 de marzo de 2008.

2. Informe preceptivo 8/2008 sobre la propuesta de Orden del Consejero de la Presidencia por la que se autoriza la transmisión de la titularidad de la totalidad de las participaciones sociales de la entidad concesionaria Bética Información, S.L., a favor de la Sociedad Nipeca, S.L. Aprobado por el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía el 6 de mayo de 2008.

Como en el anterior tipo de informes, la función principal del Consejo Audiovisual de Andalucía en este caso consiste en analizar que efectivamente se han respetado el pluralismo y la libre competencia en el sector, así como los límites normativos existentes en cuanto a concentración de medios y abuso de posición dominante.

### 3.3.3. Informes preceptivos sobre anteproyectos de ley y proyectos de reglamento relacionados con la ordenación y regulación del sistema audiovisual

Por último, en cuanto a los informes preceptivos que el Consejo ha de emitir sobre anteproyectos de ley y proyectos de reglamento relacionados con la ordenación y regulación del sistema audiovisual y las

restantes materias de competencia del Consejo, en el año 2008 se emitió un informe preceptivo en relación con el proyecto de Decreto por el que se modifica el Decreto 174/2002, de 11 de junio.

1. Informe preceptivo 1/2008 sobre el proyecto de Decreto por el que se modifica el Decreto 174/2002, de 11 de junio, por el que se regula el régimen de concesión por la Comunidad Autónoma de Andalucía de emisoras de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia y la prestación del servicio por parte de los concesionarios. Aprobado por el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía el 10 de enero de 2008, en cumplimiento de lo previsto en el apartado 4.3 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre. En él fue designada Consejera Ponente D<sup>a</sup>. Mercedes de Pablos.

El Consejo Audiovisual de Andalucía se centró en analizar las partes del texto normativo que más le afectaban —tanto aquéllas cuya modificación se incluía en el texto normativo como las que no se tenían en cuenta—, aunque también se detuvo en otras cuestiones relativas al mismo. De este modo, las fundamentales modificaciones sugeridas buscaban la potenciación del papel del Consejo en todos los ámbitos de lo audiovisual donde éste tiene competencias, así como la cobertura de algunos vacíos legales detectados durante el tiempo de funcionamiento de la Institución, como es el caso de que no se haya tipificado la infracción que supondría, en su caso, la no conservación de las grabaciones durante un periodo de seis meses por los concesionarios de emisoras de frecuencia modulada, lo que provoca que no se les pueda sancionar por ello.

### 3.4. ELABORACIÓN DE INFORMES Y ESTUDIOS SOBRE EL SECTOR AUDIOVISUAL

La Ley de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía en el artículo 4.18, encomienda al Consejo realizar estudios sobre diversos aspectos del sistema audiovisual. Asimismo, el artículo 28 del Reglamento Orgánico y de Funcionamiento del Consejo Audiovisual de Andalucía, insta a la promoción, organización y realización de estudios e investigaciones sobre los distintos aspectos de su competencia en el ámbito audiovisual.

En este contexto, se describen a continuación los estudios desarrollados por el Consejo Audiovisual de Andalucía durante el año 2008.

Los datos que se presentan en la presente memoria comprenden un resumen de los objetivos, metodología y conclusiones de cada estudio. Su texto completo puede ser consultado en la web del Consejo Audiovisual de Andalucía, en el siguiente enlace directo: <http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/opencms/opencms/EstudiosYAnálisis/estudios.html>

#### 3.4.1. Barómetro Audiovisual de Andalucía, edición 2008

Con la edición 2008, el Barómetro Audiovisual de Andalucía cumple dos años en la tarea de producción y difusión de datos estadísticos de opinión acerca de la percepción que la población andaluza tiene respecto de los medios audiovisuales que se emiten en Andalucía. Se trata de una iniciativa de continuidad anual, y que inserta en los últimos meses de cada año las tareas preparatorias de la investigación del año siguiente.

El Barómetro Audiovisual de Andalucía se presenta como un fondo de datos privilegiado acerca de las valoraciones de la ciudadanía sobre el espacio audiovisual configurado por los medios que emiten para nuestra Comunidad Autónoma. Es por tanto una herramienta de datos para la reflexión, que ofrece una visión de conjunto de importantes cuestiones relacionadas con los medios audiovisuales y la sociedad andaluza.

##### Objetivo

El objetivo principal del Barómetro Audiovisual de Andalucía, edición 2008, es estudiar las expectativas y los estados de opinión de la población andaluza respecto a los medios audiovisuales y al propio Consejo Audiovisual de Andalucía. Aborda de forma integrada un conjunto de temas que, como se ha indicado, tienen que ver con la percepción, los hábitos y las opiniones de la ciudadanía sobre la televisión, la radio y otros medios audiovisuales, según las siguientes unidades de análisis: televisión, radio, control e independencia de los medios, ética informativa, televisión de calidad, objetividad y neutralidad informativas, operadores, pluralismo, publicidad, información, preferencias, programación, multiculturalidad, participación, dinámicas mediáticas, órganos reguladores, Consejo Audiovisual de Andalucía, tecnologías emergentes, cultura, identidad y habla andaluzas, mujer y deporte, y financiación.

El Barómetro Audiovisual de Andalucía, edición 2008, fue elaborado en el marco del convenio suscrito entre el Consejo Audiovisual de Andalucía y el Instituto de Estudios Sociales Avanzados del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (IESA), con la colaboración del Grupo de Trabajo de Barómetro del Consejo Audiovisual de Andalucía y bajo la coordinación y supervisión de la Consejera D<sup>a</sup> Cristina Cruces Roldán.

##### Metodología

El Barómetro Audiovisual de Andalucía, edición 2008, es una investigación cuantitativa, consistente en la realización de una encuesta telefónica dirigida a población andaluza sobre un cuestionario estructurado y cerrado mediante la aplicación de un muestreo aleatorio estratificado por tamaño de hábitat de la localidad y provincia.

Los módulos o bloques de información que estructuran el cuestionario son:

- Datos sobre equipamiento.
- Objetividad, pluralidad e independencia informativa de los medios.
- Influencia de los medios sobre la población.
- Los medios audiovisuales: información y entretenimiento.
- Opiniones de la audiencia sobre programación y contenidos televisivos deportivos, calidad televisiva y telebasura, actitudes respecto al tratamiento de temáticas y colectivos sociales y cultura andaluza.
- Valoraciones de la audiencia respecto a cadenas y emisoras que emiten en toda Andalucía.
- Televisión local.
- Publicidad.
- Percepciones y opiniones en torno a la financiación de la televisión pública.
- Radio.
- Opiniones sobre la regulación de los contenidos y la publicidad en radio y TV y, en particular, el Consejo Audiovisual de Andalucía.

La síntesis de la ficha técnica del Barómetro es la siguiente:

- **Ámbito:** Comunidad Autónoma de Andalucía.
- **Universo teórico del estudio:** población de 16 y más años, residente en Andalucía. El universo práctico se corresponde con aquella parte de la población definida que dispone de teléfono fijo en el hogar.
- **Procedimiento de encuestación:** entrevistas telefónicas asistidas por ordenador (CATI) mediante cuestionario estructurado. El trabajo de campo se llevó a cabo entre los días 19 y 27 de noviembre de 2007.
- **Tamaño muestral:** 1.500 entrevistas.
- **Procedimiento de selección:** muestreo aleatorio estratificado por provincia y tamaño de hábitat de la localidad donde se encuentra el domicilio. Se-

lección de la unidad final mediante cuotas de sexo y edad proporcionales a la población del estrato.

- **Margen de error:** + -2,58% para los resultados globales, con un nivel de confianza del 95,5%.
- **Cálculos estadísticos y coeficientes de ponderación:** uno de los principales efectos de la encuestación mediante entrevista telefónica es que tiende a sobrerrepresentar a la población con mayor nivel educativo. Aplicación de la prueba del Chi-Cuadrado y contraste t de Student al 95% y al 99%.
- **Diseño del cuestionario:** 49 preguntas de contenido, de formato multivariable y en batería, escalas de actitud y, para temas específicos, preguntas abiertas con cierre a posteriori.

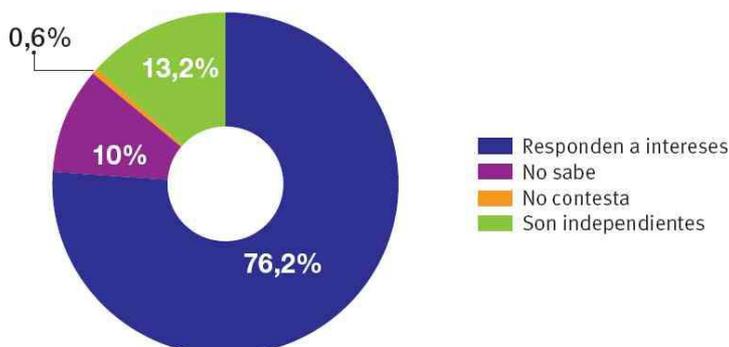
### Principales conclusiones

Entre las principales conclusiones del Barómetro Audiovisual de Andalucía, edición 2008 queremos destacar, sintéticamente, las principales de cada apartado.

Respecto al equipamiento audiovisual, detecta que dispositivos como la televisión, la radio o el teléfono móvil, se encuentran conjuntamente en casi la totalidad de los hogares andaluces (más de un 80%). Equipamientos como el ordenador y el acceso a Internet se encuentran en menor medida que los anteriores, apenas en un 50% de los hogares.

La mitad de los ciudadanos y ciudadanas encuestados consideran que, en distinta medida, los medios no son objetivos. También es muy común la convicción de que los medios no son imparciales, sino que responden a intereses concretos. En particular, la imparcialidad de los medios respecto a los partidos políticos también es puesta en cuestión por la población andaluza: seis de cada diez personas entrevistadas creen que los medios audiovisuales no tratan de forma imparcial a los distintos partidos políticos.

### Independencia y objetividad atribuida a los medios



En cuanto a los medios como transmisores de valores, la gran mayoría de la población andaluza reconoce la capacidad de influencia de los medios sobre la formación de la opinión pública.

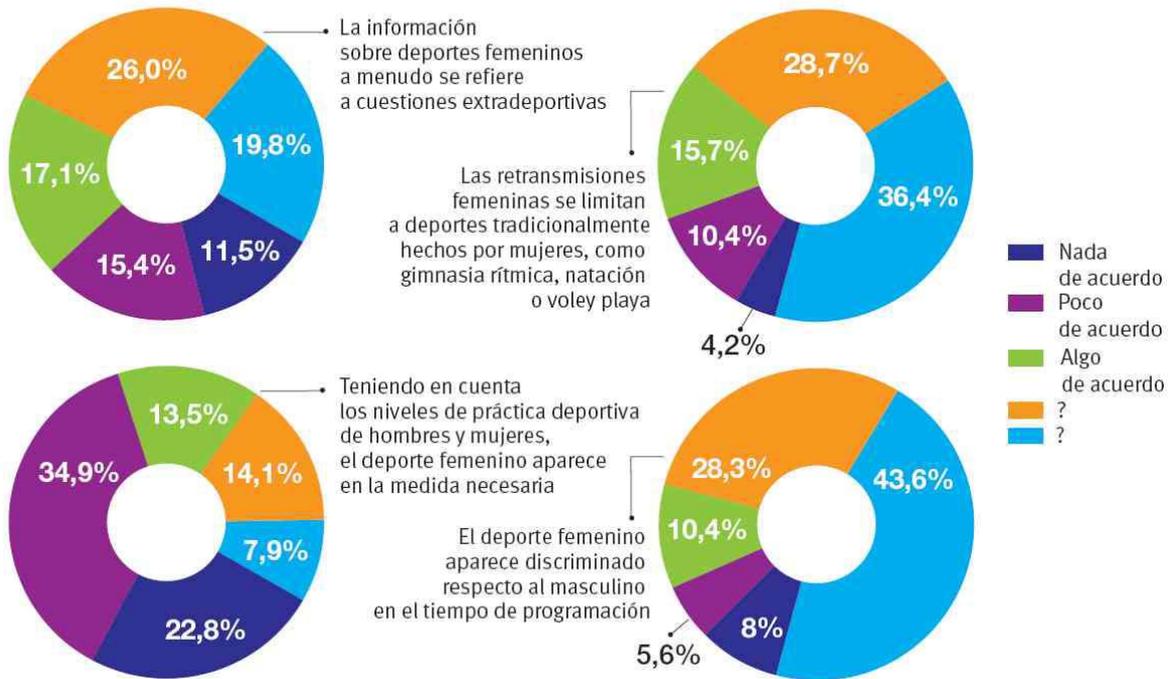
En lo relativo a los hábitos audiovisuales de la población andaluza, la televisión es el medio más utilizado, así como el preferido, tanto para informarse como para entretenerse. Tras la televisión, Internet y la pren-

sa se posicionan como los medios de información más utilizados en Andalucía. En la función de entretenimiento, Internet y los videojuegos son el segundo medio elegido por la ciudadanía, mientras que la radio aparece en tercer lugar.

Cuestiones relativas a las retransmisiones deportivas concluyen con una división de opiniones al valorar el tiempo que se les dedica en los medios. Una mayoría de andaluces y andaluzas considera que se dedica

excesivo tiempo al fútbol dentro de la programación deportiva. Al preguntar sobre las retransmisiones de deportes realizados por mujeres, la mayoría de los ciudadanos y ciudadanas —ocho de cada diez— coincide en que existe una discriminación del deporte femenino en la programación. La mayor parte de las personas encuestadas sería favorable a una igualdad del tiempo dedicado en televisión a los deportes realizados por hombres y por mujeres.

**Valoración sobre cuestiones relacionadas con televisión y deporte**



En cuanto a los contenidos audiovisuales de programación y publicidad, la ciudadanía estima que ancianos, discapacitados y, en menor medida, inmigrantes, son expuestos de forma negativa en las emi-

siones televisivas de forma mayoritaria. Las opiniones se encuentran repartidas respecto al tratamiento de la etnia gitana o a la imagen de igualdad entre los géneros.

**Valoración de existencia de estereotipos en radio y televisión**



En el terreno de la televisión de calidad, andaluces y andaluzas definen este tipo de televisión como aquella orientada a educar, entretener e informar de forma objetiva, imparcial y veraz. Para alcanzar estos

objetivos, consideran que la programación debe ser variada y diversa en contenidos y formatos televisivos y que se deben eludir la programación considerada como telebasura o los programas del corazón.

### Definición de calidad en televisión

Educativa / Formativa	20,0%
Variación / Para todos los públicos	19,0%
No haya programas rosa / Sin telebasura	16,5%
Más programación cultural	15,3%
Entretenida / Divertida	11,7%
Neutral / Objetiva / Imparcial / Independiente	10,1%
Informativa / Que informe	9,8%
Que no engañe / Veraz	9,4%

Una mayoría de andaluces y andaluzas cree que las informaciones política, cultural y científica reciben un tratamiento banal.

En el apartado concreto sobre la imagen y cultura de Andalucía en el medio televisivo, encontramos una clara polarización en las opiniones de la ciudadanía. La mitad de las personas encuestadas considera que los medios ofrecen una imagen folclórica, festiva y turística de Andalucía, mientras que la otra mitad opina

que la imagen de Andalucía que se transmite a través de los medios es la de una Comunidad Autónoma avanzada y desarrollada. Seis de cada diez andaluces y andaluzas consideran que la imagen proyectada por Canal Sur Televisión se corresponde con la imagen que ellos perciben de Andalucía. Una abrumadora mayoría de la población manifiesta su respaldo a que los presentadores utilicen su acento andaluz (83%).

### Canales preferidos en televisión

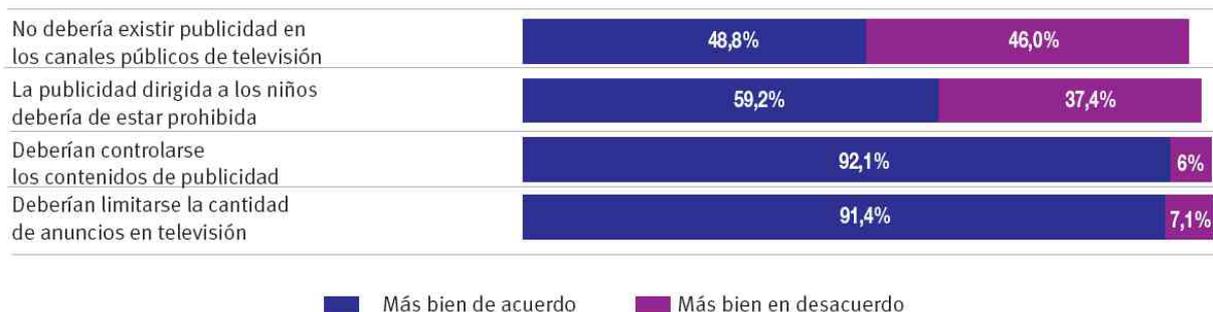
Canal Sur	21,0%
Antena 3	17,7%
Tve 1	13,3%
Telecinco	12,4%
Cuatro	6,7%
Canales de pago	6,7%
La Sexta	4,8%
Tve 2	3,7%
Canal +	1,9%

En lo relativo a las preferencias de la ciudadanía, Canal Sur se manifiesta como la cadena de televisión preferida por la población andaluza, seguida a distancia de Antena 3 y TVE 1. Se considera mayoritariamente que los canales con la mejor programación en su conjunto son Antena 3, Telecinco y Canal Sur Televisión. Esta valoración varía cuando se pregunta por otras cuestiones como neutralidad —TVE 1 y Antena 3—, carácter educativo —La 2, Canal Sur y Canal 2 Andalucía— o entretenimiento —Telecinco—. Más de la mitad

de la población se define como espectadora de televisión local, fundamentalmente por su interés informativo.

En el campo de la publicidad, la mayoría de la población se muestra crítica con muchas de las prácticas publicitarias y a favor de distintas formas de limitación y control, en particular la eliminación de la publicidad dirigida a menores. Las prácticas negativas más habituales según las personas entrevistadas son los anuncios sexistas y el aumento del volumen en los anuncios. Ocho de cada diez respuestas expresan que los anuncios no les afectan en sus decisiones de compra.

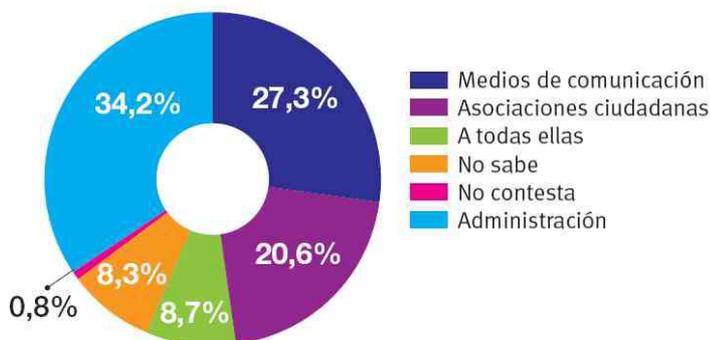
### Grado de acuerdo sobre determinadas cuestiones relativas a publicidad en los medios audiovisuales



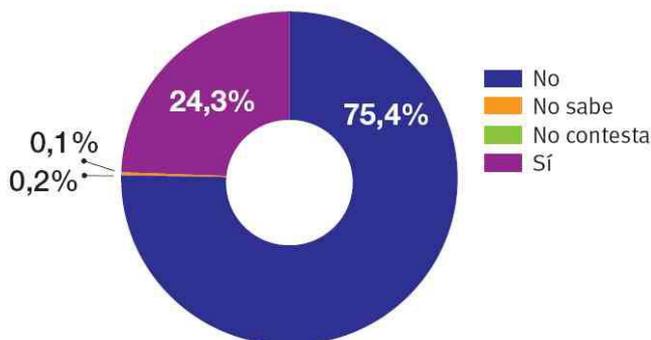
Más de la mitad de la ciudadanía se muestra a favor de la regulación de los contenidos audiovisuales otorgándole, incluso, poder de sancionar, a la institución competente en esta materia. Al preguntar el carácter que debiera tener este órgano, existe una divi-

sión más o menos alícuota entre quienes se inclinan por una instancia de carácter administrativa, mediática o cívica. Una de cada cuatro personas que responden dice conocer el Consejo Audiovisual de Andalucía.

#### Instancia responsable de la regulación



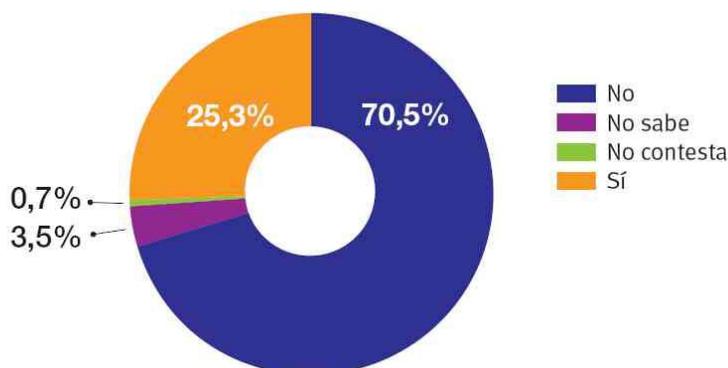
#### Conocimiento del Consejo Audiovisual de Andalucía



Respecto a la financiación, la inmensa mayoría de los andaluces y andaluzas, siete de cada diez, son desfavorables a pagar cuotas para financiar la televisión pública.

En cuanto a la radio, la Ser y Canal Sur Radio son las emisoras preferidas por la ciudadanía, que considera la Ser como la radio de más calidad.

## Canon para financiar las televisiones públicas



## Emisoras de radio según calidad

Cadena Ser	17,2%
RNE	9,2%
Onda Cero	8,7%
Canal Sur Radio	8,7%
Canal Fiesta Radio	5,2%
Los 40 Principales	5,3%
Cope	3,9%
Cadena Dial	2,5%

El 18 de diciembre, tuvo lugar en la sede del Consejo Audiovisual de Andalucía, la presentación en rueda de prensa del Barómetro Audiovisual de Andalucía, edición 2008, por parte del Presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía, D. Juan Montabes Pereira, la Consejera D<sup>a</sup> Cristina Cruces Roldán, responsable del Área de Estudios e Investigación y coordinadora del Estudio, y el ex Director del Instituto de Estudios Sociales Avanzados del Consejo Superior de Investigaciones Científicas, D. Manuel Pérez Yruela, hoy portavoz del Gobierno andaluz.

### Barómetro Audiovisual de Andalucía, edición 2009

Como se ha expuesto en las actividades realizadas por el Grupo de Trabajo de Barómetro, en los últimos meses del año 2008 se procedió a la elaboración del diseño de la edición 2009 del Barómetro Audiovisual de Andalucía, siguiendo la metodología cuantitativa basada en el cuestionario estructurado que, con carácter dinámico, se utiliza como base metodológica para las ediciones anuales.

### 3.4.2. Barómetro de infancia y televisión en Andalucía

Bajo la supervisión y coordinación de la consejera responsable de Investigación y Estudios y de Infancia, D<sup>a</sup> Cristina Cruces Roldán, y en colaboración con el Grupo de Infancia del Consejo Audiovisual de Andalucía, bajo la responsabilidad de la consejera D<sup>a</sup> María Luisa Pérez Pérez, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha elabora-

do en el año 2008 el Barómetro de Infancia y Televisión en Andalucía, en colaboración con el Centro de Análisis y Documentación Política y Electoral de Andalucía (CAPDEA) de la Universidad de Granada.

El proyecto partió de una doble motivación: la deseable elaboración de barómetros temáticos semestrales por el Consejo Audiovisual de Andalucía que complementen el barómetro general de periodicidad anual, en relación con cuestiones fundamentales de su competencia, y la concentración de estudios en aquellos aspectos más importantes de entre las funciones otorgadas al Consejo y que puedan recibir tratamientos monográficos. Se trata de una primera fase de un estudio integral más amplio, cuyo objetivo es conocer cuáles son, en los hogares andaluces donde conviven niños y niñas menores de 12 años, los hábitos y prácticas, expectativas y demandas de éstos y sus progenitores, en su relación con los medios audiovisuales.

#### Objetivo

El objetivo principal del Barómetro de Infancia y Televisión en Andalucía es registrar y tener constancia de las percepciones y estados de opinión de los andaluces sobre el modo de uso y consumo televisivo de los menores de 12 años de edad que estén bajo su tutela.

Sus objetivos específicos son:

- Analizar el equipamiento audiovisual existente en los hogares andaluces en los que residan menores de 12 años de edad.
- Conocer el tipo de consumo televisivo y los contextos de visionado.

- Indagar sobre el tipo de consumo de televisión y sobre la regulación que del mismo realizan las familias.
- Estudiar la influencia de la televisión y otros medios audiovisuales en el rendimiento escolar.

### Metodología

El Barómetro de Infancia y Televisión de Andalucía es una investigación cuantitativa, realizada a través de la implementación de una encuesta telefónica a 1.800 hogares andaluces con hijos e hijas menores de 12 años, sobre un cuestionario estructurado y cerrado de 61 preguntas, mediante la aplicación de un muestreo aleatorio estratificado por tamaño de hábitat de la localidad y provincia.

El trabajo de campo se llevó a cabo entre el 17 de septiembre y el 10 de octubre de 2007 por el Laboratorio de encuestas telefónicas asistidas por ordenador (CATI) de la Universidad de Granada.

El Barómetro de Infancia y Televisión en Andalucía ha seguido la siguiente ficha técnica:

- Universo: hogares andaluces con hijos e hijas menores de 12 años.
- Procedimiento muestral: la muestra se ha realizado de forma que queden incluidos, en forma proporcional a su importancia demográfica, los diversos tipos de familia que han venido alterando y enriqueciendo profundamente el modelo tradicional de familia nuclear. Se tuvieron en cuenta tanto el sexo como la

edad de las personas entrevistadas para ajustarlas, asimismo, a la realidad demográfica andaluza.

- Realización de entrevistas: personas que tengan a su cargo la tutela de los niños.

Las unidades de análisis que estructuran y configuran el cuestionario para la consecución de los objetivos, abarcan los siguientes aspectos:

- Estructura familiar (variables de control).
- Equipamiento.
- Hábitos de consumo televisivo, tiempo, usos y modos de visionado de televisión.
- Contenidos televisivos.
- Control del visionado.
- Grado de conocimiento parental.
- Hábitos de estudio de niños y niñas.
- Rendimiento escolar.
- Otros hábitos de consumo audiovisual: ordenadores, videojuegos, telefonía móvil.
- Expectativas y opiniones.
- Influencia de la televisión sobre los niños, según los progenitores.

### Principales conclusiones

De los datos obtenidos, se constata que el 100% de las familias entrevistadas tiene un acceso a la televisión en abierto. Las nuevas alternativas parecen estar aún poco extendidas entre la población, como es el caso de la TDT (18,8%), el acceso a la televisión por cable (17,5%) o por vía satélite (14%).

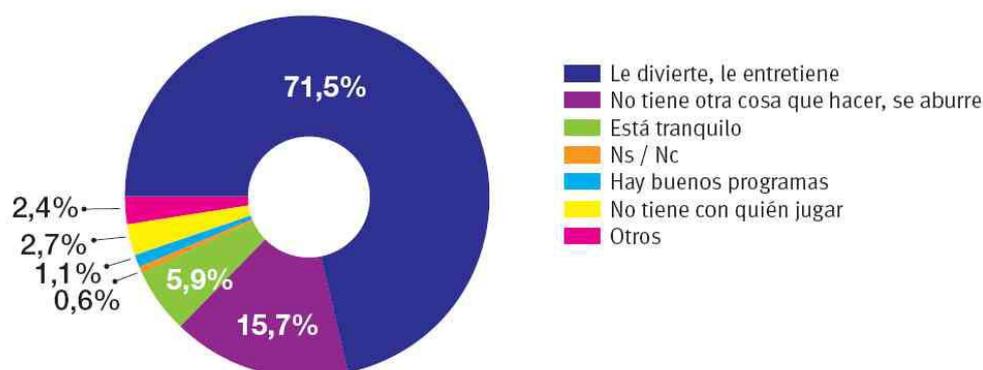
### Servicios de los que dispone el hogar

Televisión	100%
Telefonía Móvil	96,7%
Radio	95,4%
Ordenador	83,7%
Internet	63,8%
Videoconsolas	59,3%
Televisión de pago	33,6%

El número medio de horas que los andaluces menores de 12 años dedican a ver televisión es de 2,04 horas entre semana y de 2,84 horas en fin de semana. La audiencia infantil busca entretenimiento y diversión en los contenidos que se le ofrecen, y se concentra en los pro-

gramas de dibujos animados y durante el tiempo familiar, en series televisivas no siempre destinadas a este público. Los niños y niñas andaluces ven menos películas solos que en familia, al contrario de lo que ocurre con el visionado de la programación deportiva y de concursos.

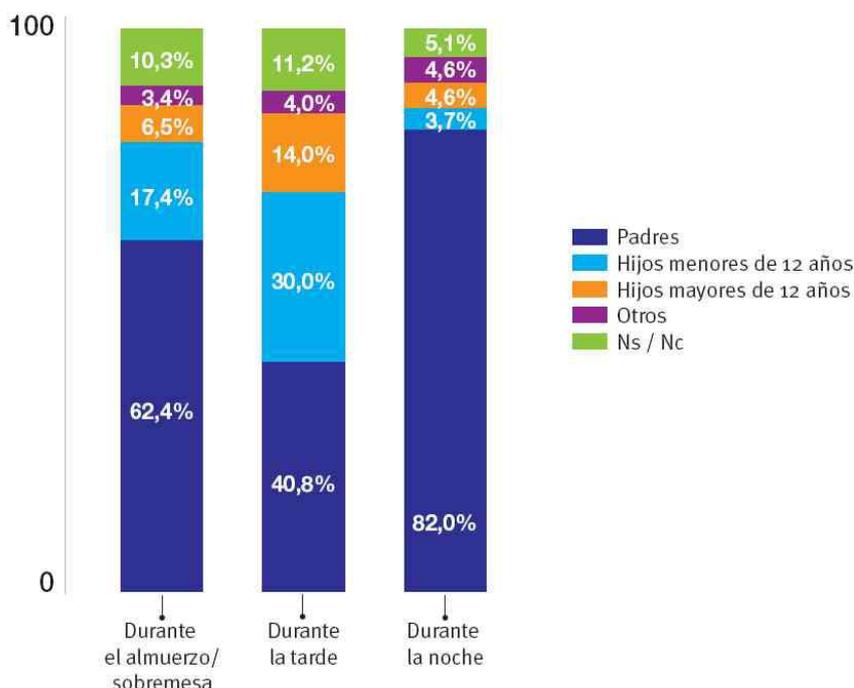
### Motivaciones para ver la televisión



Según se desprende de los resultados de este Barómetro, la mayoría de los niños y niñas andaluces menores de 12 años —más del 80%— no ven televisión en el ordenador a través de Internet. El lugar preferido donde los niños y niñas suelen ver la televisión es en el salón o sala de estar (87,4%), aunque un 6,6% prefiere verla en su habitación o la de sus hermanos. Otro dato referente al modo de visionado de televisión es que en la mayor parte de los hogares andaluces objeto de este estudio,

son los progenitores los que deciden qué ver cuando la familia se reúne delante del televisor durante el almuerzo y sobremesa (62,4%), por la tarde (40,8%) o por la noche (82%). La justificación mayoritaria de porqué los niños y niñas ven televisión es, según la opinión de los tutores, porque les reporta entretenimiento o diversión (71%), además de que se les presenta como una alternativa al aburrimiento o la falta de otro tipo de actividades (15,7%).

### ¿Quién decide qué se ve cuando se reúne la familia ante el televisor?



Desarrollar otro tipo de actividades simultáneamente con el visionado de televisión es una práctica realizada en más de la mitad de los casos estudiados (53%). “Comer”

viendo la televisión (58%) o “jugar” (48,6%) con el aparato receptor encendido, son las actividades más habituales entre la población menor de 12 años en Andalucía.

### Tareas realizadas mientras se ve la televisión

Comer	58,0%
Jugar	48,6%
Estudiar	12,6%
Dormir	3,0%
Otras	4,8%
Ns / Nc	0,3%

En la mayoría de hogares andaluces con niños y niñas menores de 12 años, se controla habitualmente lo que éstos ven en televisión (60%) aunque uno de cada cuatro entrevistados admite que en su hogar nunca se realiza este control y en un 14% de los casos se da “a veces”. La mitad de los padres y madres andaluces con hijos o hijas menores de 12 años afirma no tener establecidas unas normas para el consumo televisivo de los menores y la otra mitad confirma que sí existen con lo cual, en lo referente a la

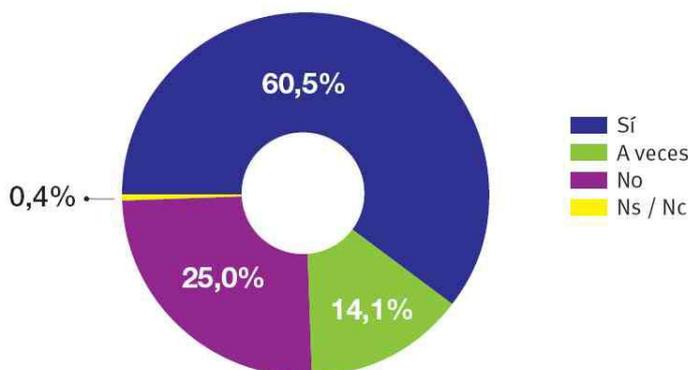
regulación del control a través de un código normativo, las declaraciones no son determinantes.

Según los datos obtenidos del Barómetro de Infancia y Televisión en Andalucía, las personas entrevistadas parecen implicarse seriamente en la educación televisiva de los menores a su cargo: padres y madres andaluces se muestran dialogantes cuando el menor está viendo algo adecuado para su edad y casi la mitad de los entrevistados dice conversar con su hijo o hija sobre los contenidos que ve en televisión “siempre o casi

siempre” —44% de los casos— o “a veces” (36%). Sólo una sexta parte admite que no lo hace “nunca”. Los 16 años se sitúan como la edad media hasta que los tuto-

res encuestados creen que se debe controlar los contenidos que ven los menores a su cargo.

### Control ejercido sobre los y las menores cuando ven televisión



### ¿Cómo suele actuar cuando su hijo/a está viendo un programa que Vd. no considera adecuado?



Más del 40% de los padres y madres andaluces consideran que la responsabilidad de velar por una televisión de calidad educativa recae en todos los sectores o agentes implicados. El 39% del total atribuye exclusivamente

a padres y madres esta función, a la par que las cadenas de televisión y el Gobierno son los agentes menos mencionados por las personas encuestadas.

### ¿A quién cree Vd. que debería corresponder el control de los programas que ven los niños y niñas?



La televisión ocupa lugar central como vía de acceso a los contenidos informativos y de entretenimiento, siendo el único medio audiovisual de carácter universal en los hogares con menores. En estos hogares, el número de aparatos receptores se multiplica, como demuestra el 31% de familias andaluzas que disponen

al menos, y además del televisor común, de un aparato más en los cuartos infantiles, en correlación inversa con el nivel de estudios de los progenitores.

La opinión de los padres y madres respecto a la influencia de medios de comunicación y entretenimiento como televisión, Internet, teléfono móvil y videojuegos en

el rendimiento escolar de los menores es en general más negativa que positiva, aunque hay porcentajes relativamente elevados de quienes no se posicionan en ninguno de ambos extremos. De forma general, todos ellos se consideran más perjudiciales que beneficiosos, si bien es más positiva la opinión sobre televisión e Internet: aproximadamente una quinta parte de las personas entrevistadas (17,5% y 23%) asocian un componente educativo a la Red y a la televisión, en la medida en que estiman beneficiosa la influencia de esos medios en el rendimiento académico de sus hijos o hijas. Esta valoración apenas se observa respecto a los teléfonos móviles y los videojuegos, con un 13,2% y 14% respectivamente de estimación "muy negativa" en lo referente a la influencia en el rendimiento escolar.

### 3.4.3. Informe sobre la emisión de anuncios de contactos sexuales en televisión

El Consejo Audiovisual de Andalucía ha constatado a través de su sistema de seguimiento de la programación y publicidad la frecuente emisión de anuncios de contactos sexuales en determinados operadores de televisión de ámbito local. Estos servicios se ofrecen incluso en horario de protección de menores, cuando está prohibida toda aquella programación o publicidad dirigida a menores de 18 años y que pueda perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores de edad.

La compraventa de servicios sexuales a través de los medios de comunicación es un fenómeno reciente. A mediados de los 90, los diarios generalistas empezaron a publicar estos anuncios bajo diferentes epígrafes en sus páginas de clasificados. El fenómeno se ha extendido a la mayor parte de la prensa escrita de manera que el comercio sexual tiene hoy un gran peso entre los ingresos publicitarios de los diarios, generando un debate ético en torno a si estos anuncios deben o pueden considerarse publicidad ilícita.

Si bien no siempre resulta identificable el carácter mercantil de los contactos publicitados en estos anuncios, pues sólo en algunos de ellos se hace referencia a contraprestación por estos servicios, no cabe duda de que muchos de ellos esconden situaciones de prostitución real, bien a través de relaciones personales, bien con la intermediación de locales o establecimientos con esta finalidad.

Desde septiembre de 2007, y dentro del ámbito de sus competencias, el Consejo está abriendo expedientes sancionadores a los operadores de televisión que no respeten el horario de protección de menores, establecido entre las 6 y las 22 horas, incluyendo los anuncios de contactos sexuales entre los contenidos no adecuados a menores.

El Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, a propuesta de la Comisión de Contenidos, acordó la petición de informes técnicos a las Áreas Jurídica y de

Contenidos del Consejo sobre la emisión de anuncios de contactos sexuales en televisión con el objetivo de elaborar un informe general para su discusión y, en su caso, aprobación. Se designó como ponente a la consejera D<sup>a</sup> Carmen Fernández Morillo.

#### Objetivo

El Informe sobre la emisión de anuncios de contactos sexuales en televisión tiene por objeto conocer y analizar los anuncios de contactos sexuales que emiten televisiones de Andalucía en relación con las funciones que tiene atribuidas el Consejo de protección de los derechos de la audiencia, vigilancia del cumplimiento de la normativa y fomento de la autorregulación.

#### Principales conclusiones

La emisión en televisión de anuncios de contactos sexuales no está regulada expresamente como tampoco lo está la publicidad de servicios y locales de prostitución. Hasta el momento, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha abierto expediente a organismos de radiodifusión televisiva de ámbito local por la emisión de dichos anuncios entre las 6 y las 22 horas al considerar que, al menos, dicha publicidad no debe emitirse en la franja de protección de menores que establece el artículo 17.2 de la Ley 25/1994 de Televisión sin Fronteras. Sin embargo, el Consejo considera que la ausencia de regulación expresa permite de hecho que, por condicionamientos culturales, los menores de edad estén accediendo libremente y sin limitaciones técnicas a una publicidad que, más allá de otras consideraciones, contiene mensajes que perjudican su desarrollo físico y moral. Desde las instituciones públicas no se están adoptando las medidas necesarias para proteger efectivamente a la juventud y a la infancia de estos contenidos claramente inadecuados, pese a que la normativa comunitaria faculta a los Estados miembros a exigir a los organismos de radiodifusión el cumplimiento de normas más estrictas o detalladas en los ámbitos regulados por la Directiva Europea de Televisión sin Fronteras. En este sentido, sería posible la modificación de los horarios protegidos para adaptarlos a la realidad social del Estado español.

Desde la perspectiva de la protección de la mujer y tras la modificación de la Ley General de Publicidad operada por la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género- la publicidad relativa al comercio sexual pudiera incardinarse como uno de los supuestos de publicidad ilícita contemplados en el artículo 3 de la Ley 34/1988.

Los anuncios de contactos sexuales emitidos en bandas deslizantes tienen la consideración de publicidad y, como tal, están sujetos a los límites establecidos en la Ley 25/1994 de Televisión sin Fronteras para la emisión de publicidad y televenta. Dicha normativa no permite la división de la pantalla para simultanear mensajes publicitarios y programación. Tampoco es posible emplear otras

formas de publicidad como las transparencias, salvo en acontecimientos deportivos y con los límites establecidos en dicha ley.

Según la Ley Orgánica 2/2007 de Reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía, corresponde a la Comunidad Autónoma de Andalucía la competencia exclusiva sobre la publicidad en general, sin perjuicio de la legislación del Estado (artículo 70), así como el desarrollo legislativo y la ejecución sobre competencia de medios de comunicación social. Resulta, por tanto, posible y pertinente regular la emisión de anuncios de contactos sexuales y de prostitución en los organismos de radiodifusión televisiva sometidos al ámbito de gestión y tutela de la Administración de la Junta de Andalucía con el fin de restringir de manera efectiva el acceso a los menores de edad o incluso prohibirlos expresamente.

España no cuenta en la actualidad con códigos éticos ni normas de autorregulación que, más allá de los límites que establece el ordenamiento jurídico, contribuya al desarrollo de una publicidad responsable desde la perspectiva de la protección de los derechos y la imagen de la mujer, el respeto a la dignidad humana y la voluntad de erradicar la violencia de género en todas sus manifestaciones.

#### Decisiones

Tras las conclusiones que se derivan del Informe sobre la emisión de anuncios de contactos sexuales en televisión, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía aprobó el 10 de enero de 2008 las siguientes decisiones:

1 Trasladar a la Fiscalía Superior de Andalucía el Informe sobre publicidad de prostitución, junto con la totalidad de los informes jurídicos y de contenidos elaborados por este Consejo sobre la materia, al objeto de dilucidar si la publicidad relativa a contactos sexuales pudiera incardinarse como uno de los supuestos de publicidad ilícita proscritos por el artículo 3 de la Ley 34/1988 General de Publicidad, tras la modificación operada por la Ley 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género.

2 Solicitar al Parlamento y al Gobierno de Andalucía la regulación de la publicidad de contactos sexuales con el fin de que se limite su emisión en abierto en los medios de comunicación audiovisuales del ámbito de su competencia teniendo en cuenta que el horario de protección infantil establecido entre las 6 y 22 horas no responde a la realidad social, al objeto de proteger a los menores hacia determinados contenidos que, como la pornografía o los anuncios de contactos sexuales, son claramente inadecuados.

3 Impulsar la elaboración de un Código Ético de la Publicidad que contemple la emisión de anuncios de contactos sexuales, pero también otras recomendaciones encaminadas a mejorar la protección de la mu-

jer en el mensaje publicitario, contribuyendo a erradicar estereotipos de género.

4 Recomendar a los medios de comunicación audiovisuales que, en cumplimiento de sus funciones de servicio público, realicen campañas de sensibilización que permitan modificar la percepción social del uso de las mujeres como mercancía sexual y obtener una repulsa social generalizada hacia el comercio sexual como vulneración de los derechos fundamentales de las mujeres en situación de prostitución. Tal como plantea la Comisión Mixta de los derechos de la Mujer del Congreso, las campañas tendrían como objeto fundamental reducir la demanda, especialmente en los jóvenes.

5 Plantear a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (SETSI) que la contradicción existente entre la franja horaria de 24 a 7 horas establecida para los servicios ofrecidos a través de los teléfonos 803 puede estar haciendo incurrir a los operadores en infracciones establecidas en la Ley 25/1994 que impide la emisión de contenidos no adecuados a menores a partir de las 6 de la mañana y comunicar la posibilidad de modificar los horarios de protección de menores para adaptarlos a la realidad social.

6 Advertir a los operadores de televisión de que las limitaciones establecidas por la Ley 25/1994 de Televisión sin Fronteras impiden la emisión de publicidad de servicios ofertados a través del código 803 a partir de las seis de la mañana por lo que incurrirían en una infracción que puede conllevar sanciones de hasta 300.000 euros, pese a lo indicado en el Código de Conducta de Prestación de Servicios de Tarificación Adicional.

7 Advertir a los organismos de radiodifusión televisada que al simultanear programación con transparencias en la que a través de faldones o bandas se emite publicidad están infringiendo tanto el artículo 12 de la Ley de Televisión sin Fronteras como los apartados 1 y 2 del artículo 13 de la citada ley, así como de los formatos y condiciones en los que se puede emitir tanto la publicidad como la televenta.

8 Abrir expedientes sancionadores cuando se detecte publicidad o televenta de servicios sexuales que infrinjan los artículos 12 y 13 de la Ley 25/2004 de Televisión sin Fronteras.

#### 3.4.4. Género y deporte en televisión

Entre las funciones del Consejo Audiovisual de Andalucía que le encomienda su Ley de creación, señala entre otras, promover la igualdad de género en la Comunidad Autónoma de Andalucía a través de actividades, modelos sociales y comportamientos no sexistas en el conjunto de las programaciones que se ofrecen en Andalucía, así como en la publicidad que se emita. En este contexto y bajo la supervisión y coordinación

de la Consejera responsable de Género, D<sup>a</sup> Carmen Fernández Morillo, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha elaborado el estudio Género y deporte en televisión que evidencia la invisibilidad del deporte femenino en televisión.

Según el Barómetro Audiovisual de Andalucía, edición 2008, el 82% de los ciudadanos cree que el deporte femenino está discriminado respecto al masculino en el tiempo de programación de las televisiones. El papel de las mujeres en el mundo del deporte, puede llegar a ser un reflejo de la situación en la que se encuentran las cuestiones de género en un sentido más general.

Las consecuencias de la invisibilidad del deporte femenino han sido señaladas por organismos como el Instituto Oficial de Radio y Televisión, el Instituto de la Mujer y la Comisión de la Mujer y Deporte del Comité Olímpico Español, y se debaten actualmente en conferencias e instituciones internacionales, regidas por los principios establecidos en la Declaración de Brighton sobre Mujer y Deporte. Su reflejo legal está recogido en los Planes Estratégicos de Igualdad de Oportunidades y en la Ley Orgánica para la Igualdad Efectiva de Hombres y Mujeres, entre otras normas.

Junto con este estudio, el Consejo Audiovisual de Andalucía, en el ejercicio de sus funciones de promover la igualdad de género en la Comunidad Autónoma de Andalucía adoptó en 9 de octubre de 2008, a propuesta de la Comisión de Contenidos, cuatro decisiones sobre la emisión del deporte femenino en televisión. [Ver anexo VI con el texto completo de las Decisiones sobre la emisión de deporte femenino]

Tanto el estudio de Género y deporte en Televisión como las Decisiones del Consejo Audiovisual de Andalucía sobre la emisión del deporte femenino en televisión, han servido de base a la primera proposición no de ley relativa a actividad física y deporte en las mujeres andaluzas aprobada por el Pleno del Parlamento de Andalucía en sesión celebrada los días 26 y 27 de noviembre de 2008 —Orden de publicación de 1 de diciembre de 2008—.

En ella, el Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno a promover la igualdad de género e impulsar las acciones necesarias en materia de política deportiva para contribuir a mejorar e incentivar la práctica de la actividad física y deportiva de las mujeres andaluzas, a través de estrategias tendentes a:

A. Impulsar las medidas necesarias para que las mujeres puedan conciliar su vida laboral, familiar y deportiva.

B. Ampliar las opciones de práctica deportiva desde la edad escolar y fomentando desde edades tempranas una cultura que aliente y apoye la participación plena de las niñas, jóvenes y mujeres en todos los aspectos del deporte.

C. Facilitar la formación integral de las deportistas.

D. Estimular a las mujeres deportistas para que sean referentes y modelos a seguir.

E. Visualizar a la mujer como generadora del cambio en hábitos y actitudes hacia el deporte.

F. Fomentar la difusión del deporte femenino especialmente en los medios de comunicación públicos, a fin de propiciar que los logros deportivos de las mujeres se sitúen al mismo nivel que los de los hombres.

G. Implicar a las federaciones deportivas para que consigan la paridad en sus órganos directivos y favorecer las medidas que incentiven la igualdad de salarios y premios deportivos.

H. Propiciar la creación de oportunidades para que las mujeres asuman funciones de liderazgo en la gestión deportiva y apoyar al mismo tiempo a las mujeres juezas, entrenadoras y árbitras para que avancen hasta niveles más altos en la competición.

### Objetivo

El Estudio sobre Género y deporte en televisión pretende hacer una valoración cuantitativa de los datos de emisión en cuanto a la presencia del deporte femenino frente al masculino, proporcionar una valoración de los contextos de emisión, así como un análisis de la presencia femenina en acontecimientos deportivos en televisión desde distintos roles de participación.

Asimismo, se ha efectuado un seguimiento de la presencia en televisiones autonómicas y locales de distintos eventos deportivos protagonizados por mujeres con discapacidad.

### Metodología

Se ha analizado un total de 138 horas y 56 minutos de emisiones televisivas de dos espacios temporales diferentes, con el fin de evaluar periodos cuyo calendario deportivo es manifiestamente distinto: en primer caso, se trata de un periodo vacacional, entre el 11 y el 21 de agosto, en el segundo, de un periodo laboral y escolar, comprendido entre el 1 y el 15 de octubre.

Como géneros televisivos valorados se han considerado tres, Noticias, Programas deportivos y Retransmisiones deportivas. Las categorías de clasificación por géneros utilizadas, recogen el deporte masculino, el deporte femenino y el deporte mixto.

En cuanto a los modos de aparición de la presencia de la mujer en el deporte televisado, no solo se ha tenido en cuenta la figura de la mujer como deportista, sino también la mujer como presentadora y la mujer como reportera.

Por último, en el análisis de los perfiles de audiencia se recogen las categorías de sexo, clase social, edad, y hábitat.

### Principales conclusiones

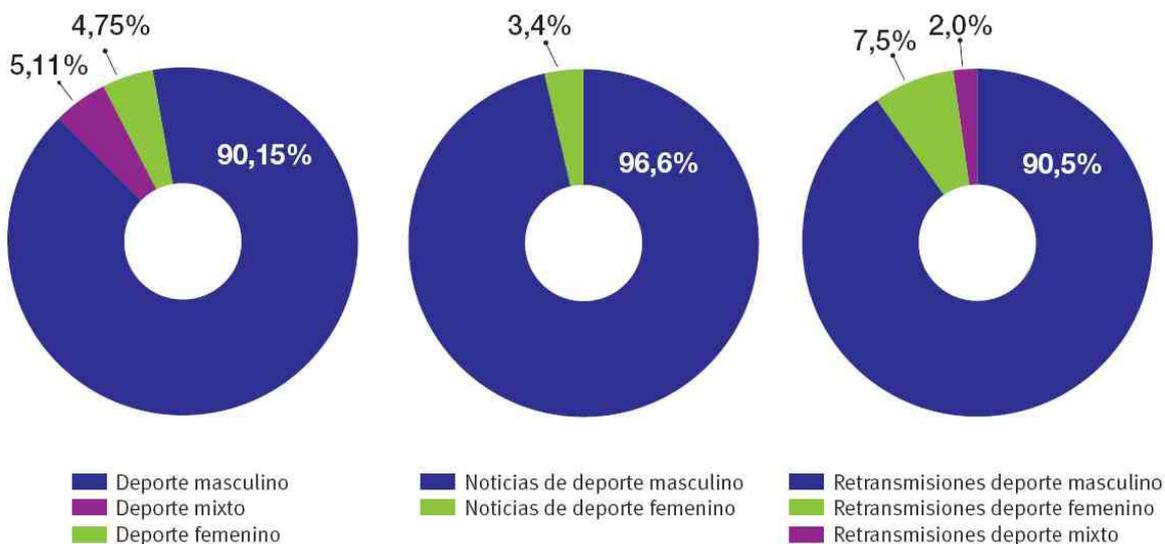
El deporte femenino apenas aparece en televisión. Los porcentajes de emisión frente al deporte masculino reflejan una situación de discriminación en los medios audiovisuales: del total de emisiones dedicadas a eventos deportivos, más del 90% se refieren a deportes protagonizados por hombres, y menos del 5% del

total a deportes protagonizados por mujeres, quedando el resto del tiempo para el deporte mixto.

Las desigualdades se acrecientan si únicamente se tienen en cuenta las noticias de los informativos, que dedican en sus secciones deportivas el 96,6% del

tiempo al deporte masculino, y tan sólo un 3,4% al deporte femenino. Respecto a las retransmisiones deportivas, de un total de 142 emitidas durante el periodo analizado, tan sólo seis —el 7,5%— fueron de deporte femenino y otras dos de deporte mixto.

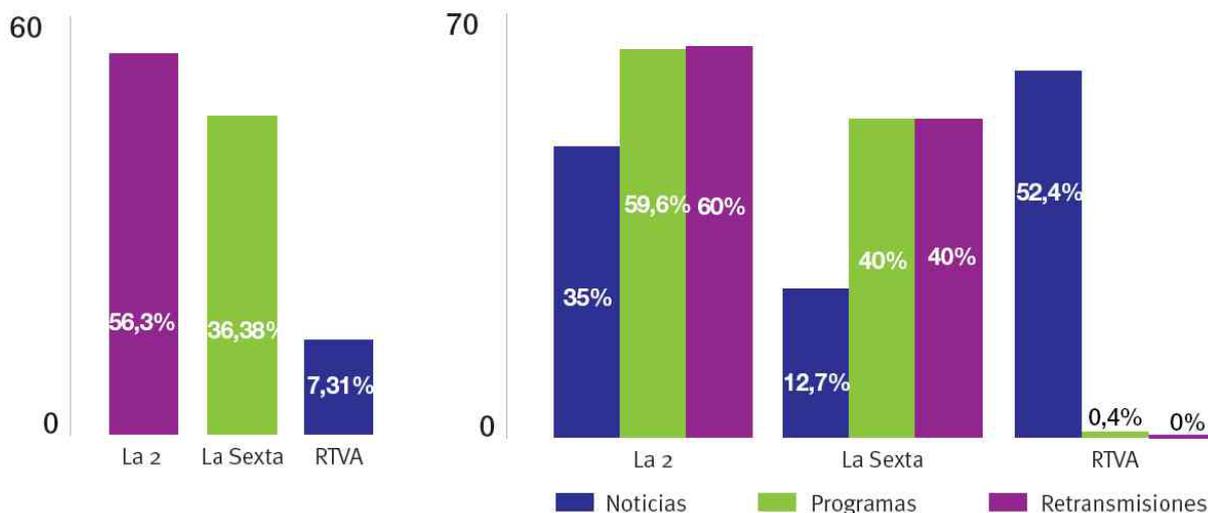
**Porcentajes de emisiones deportivas, noticias y retransmisiones de deporte femenino, masculino y mixto**



La enorme brecha existente entre el interés mediático que suscita el deporte femenino y el masculino no es coyuntural, sino que responde a una constante definida y estable que comparten medios públicos y privados. No obstante dentro de las televisiones y periodos analizados, pueden establecerse algunas diferencias: La 2 es la cadena que cuenta con una mayor aparición del deporte

protagonizado por mujeres, alcanzando el 56,30% de lo emitido en el periodo analizado. Le sigue La Sexta, con un 36,38% y, por último, se encuentran las autonómicas, con el 7,31% del total. Sin embargo, la RTVA destaca por ofrecer el mayor porcentaje de noticias, con un 52,4% del total frente al 35% de La 2 y el 2,7% de La Sexta.

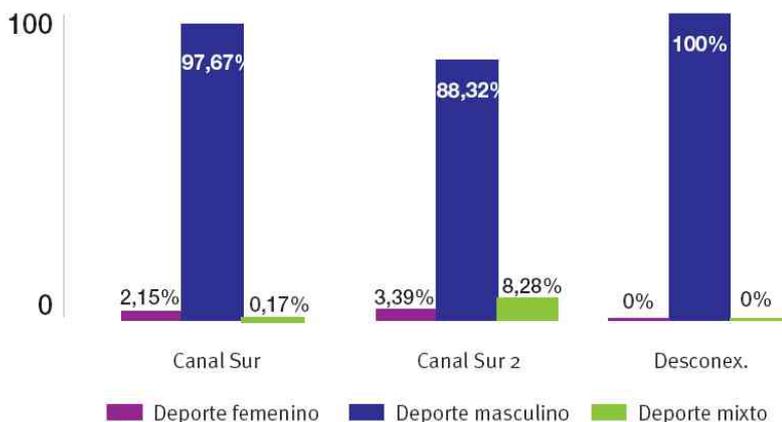
**Reparto de emisiones de deporte femenino por cadena y por tipo de emisión**



Respecto al deporte emitido para Andalucía (desconexiones de TVE-1 y RTVA), se advierte que la presencia del deporte femenino es aún menor, con sólo un 3,32% del tiempo analizado. En cualquier caso, el deporte femenino, si aparece, lo hace básicamente

en Canal Sur 2 (3,39%) y, en menor medida, en Canal Sur (2,15%). Las desconexiones autonómicas de TVE-1 —programas informativos— informaron al 100% únicamente de deporte masculino.

### Tiempo dedicado a deportes por cadena. Autonómicas y desconexiones



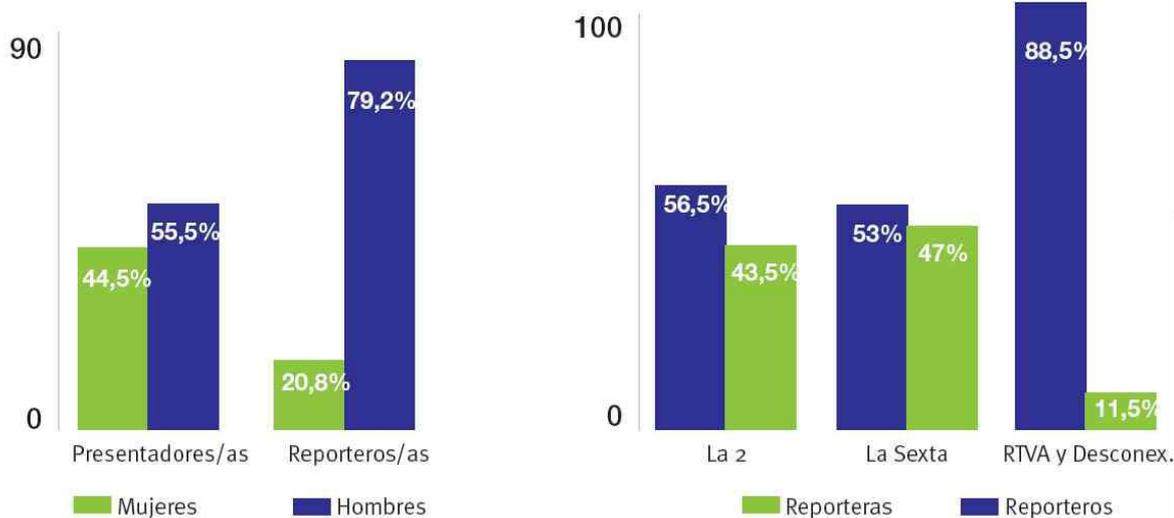
La desigualdad entre la aparición de deporte masculino y femenino no se relaciona con la realidad de la actividad deportiva, dado que se producen muchos más eventos de deporte femenino —algunos de ellos con resonancias internacionales— de los que aparecen en la televisión. En el periodo analizado se produjeron acontecimientos de gran relevancia que no fueron cubiertos por las televisiones.

estos eventos. Parece claro, que se está produciendo la doble discriminación por género y discapacidad, denunciada por el I Plan de Acción Integral para las Mujeres con Discapacidad en Andalucía 2008-2013.

Las mujeres deportistas con discapacidad no aparecen en los medios. En los periodos y cadenas analizados, a pesar de haberse desarrollado tres competiciones de relieve de deporte para personas con discapacidad, ninguna televisión, ni autonómica ni local, se hizo eco de

Las mujeres siguen siendo minoría en las secciones de deportes de los medios. Aunque existe un porcentaje similar de presentadores y presentadoras en los informativos, la diferencia sigue siendo notable en el caso de reporteros/as, enviados/as especiales y retransmisores/as de eventos, con cerca del 80% de hombres frente a un 20% de mujeres. La mayor desigualdad se produce en las televisiones autonómicas y en las desconexiones.

### Periodistas mujeres y hombres en deporte televisado y reporteros/as en deporte televisado



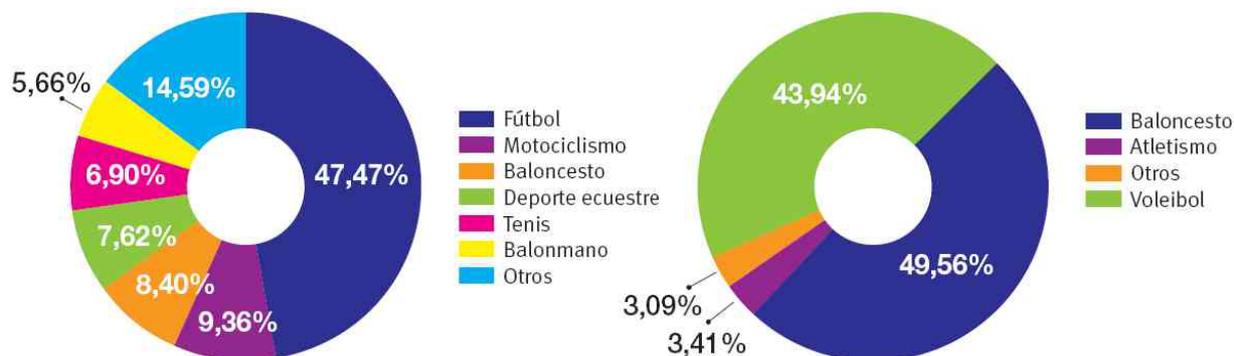
El deporte que se ofrece en televisión se vincula a menudo con un alto grado de espectacularización y apa-

rece en mayor medida si sus repercusiones mediáticas y/o económicas son mayores. El fútbol es el deporte

masculino que más aparece en televisión —con casi el 50% del total del tiempo dedicado a difundir acontecimientos futbolísticos—, mientras que en el caso del deporte femenino se potencian otros deportes como el baloncesto y el voleibol. A mucha distancia del fútbol, los deportes con

mayor difusión son el motociclismo (9,36%), baloncesto (8,40%), hípica (7,62), tenis (6,90%) y balonmano (5,66%). El baloncesto y el voleibol concentraron el escaso tiempo dedicado al deporte femenino con un 49,56% y un 43,94% respectivamente.

### Tiempo dedicado a modalidad deportiva masculina y tiempo dedicado a modalidad deportiva femenina



No existen perfiles de audiencia diferenciados para el deporte masculino y femenino. Las diferencias respecto al género estriban en el mayor número de teles-

pectadores hombres (66%) que ven deportes, frente a de telespectadoras (34%).

### Perfiles de audiencia según sexo para deportes femenino y masculino



#### 3.4.5. Informe general sobre menores y televisión en Andalucía, 2008

Uno de los retos más relevantes a los que se enfrentan en la actualidad las sociedades desarrolladas reside en la consecución del delicado y necesario equilibrio entre los intereses empresariales del mercado del sector audiovisual y la regulación de sus contenidos. Más concretamente, en lo relativo a la protección de los derechos del menor. Esto es así en la medida en que los medios audiovisuales constituyen hoy una plataforma idónea y eficaz para la transmisión de valores y para el desarrollo físico e intelectual del público infantil andaluz.

En este contexto, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía celebrado el día 9 de octubre de 2007 aprobó la elaboración del Informe General sobre Menores y Televisión en Andalucía, bajo la supervisión y coordinación de la Consejera responsable de infancia, D<sup>a</sup> María Luisa Pérez Pérez.

Este Informe es considerado el estudio más importante realizado en la Comunidad Autónoma y quizás

también en el ámbito español en este campo, donde el Consejo Audiovisual de Andalucía avanza camino a seguir en la tarea de salvaguardar los derechos de los menores de edad, reiteradamente menoscabados.

Se trata del mayor esfuerzo de investigación que ha hecho el Consejo Audiovisual de Andalucía hasta el momento, convencido de que es precisamente en torno a los menores donde existe un mayor consenso social a la hora de pedir a los operadores responsabilidad y a las instituciones —entre las que se encuentra obviamente el propio Consejo Audiovisual de Andalucía— un compromiso activo

#### Objetivo

El primer Informe General sobre Menores y Televisión en Andalucía, es la iniciativa de armonizar los legítimos intereses del sector y de las obligaciones de las empresas públicas de televisión en cuanto a los contenidos emitidos por las televisiones, con el fomento de una programación audiovisual y publicitaria en coexistencia con la formación de valores democráticos y solidarios. El objetivo principal del Informe es impulsar y fomentar una

programación audiovisual estimulante y educativa, siempre pensando en el desarrollo crítico de la ciudadanía futura ante el mundo audiovisual.

Mediante este Informe, el Consejo Audiovisual de Andalucía pretende establecer un marco general desde el que se pueda comprender la situación en la que nuestros menores se encuentran en relación con los hábitos de consumo de productos televisivos.

### Metodología

Para la realización de este Informe, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha analizado la audiencia infantil y juvenil de 54.114 espacios emitidos durante los primeros seis meses de 2007 en las seis cadenas generalistas —TVE 1, La 2, Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta— y las dos cadenas públicas autonómicas: Canal Sur y Canal 2 Andalucía.

También se han estudiado 6.644 programas infantiles que suponen 2.921 horas de programación infantil emitidas en el mismo período; 2.478 programas juveniles que suman 1.306 horas de programación dirigidas a este sector de la población y 5.731 anuncios emitidos en franja de protección reforzada, cuando se reconoce que los menores pueden estar viendo la televisión sin compañía de una persona adulta.

Para conocer la opinión de la ciudadanía, se han realizado 1.500 entrevistas telefónicas a personas mayores de 15 años —en el caso del Barómetro Audiovisual de Andalucía— y a 1.800 personas con menores de 12 años a su cargo —en el caso del Barómetro de Infancia y Televisión en Andalucía, 2008—.

El Informe General sobre Menores y Televisión en Andalucía ofrece un cuadro panorámico que se presenta en tres grandes bloques temáticos. El primero, de carácter fundamentalmente normativo, estudia el marco legal y ético desde la legislación y los pronunciamientos deontológicos en cuanto a derechos del menor.

El segundo bloque, recoge los resultados de diferentes estudios sobre programación, publicidad y audiencias

infantil y juvenil en Andalucía. La naturaleza de estos datos, exige que el tratamiento de los mismos genere metodologías propias, que se puede sintetizar en dos modelos: uno de carácter descriptivo sobre publicidad, programación y audiencias y el otro de aplicación de una encuesta destinada al análisis de hábitos y opiniones, y presentación de análisis correlacionales.

El tercer y último bloque, está dedicado a exponer las actuaciones del Consejo Audiovisual de Andalucía en el ámbito de la protección de los derechos del menor en materia de programación y publicidad audiovisuales.

### Principales conclusiones

De los resultados del Informe General sobre Menores y Televisión en Andalucía 2008, se extraen las conclusiones que se resumen en las siguientes líneas:

Teniendo en cuenta la programación y la audiencia, de los 50 programas más vistos por niños y niñas de entre 4 y 12 años, solo 26 de ellos son espacios calificados como específicamente infantiles. Entre los programas de mayor audiencia entre los niños y niñas andaluces se encuentran telenovelas y series especialmente poco adecuadas para un público de entre 4 y 12 años. La programación que ven los jóvenes se puede considerar programación adulta a todos los efectos: sólo uno de los 50 programas con más audiencia entre los espectadores de 13 a 18 años está calificado como juvenil.

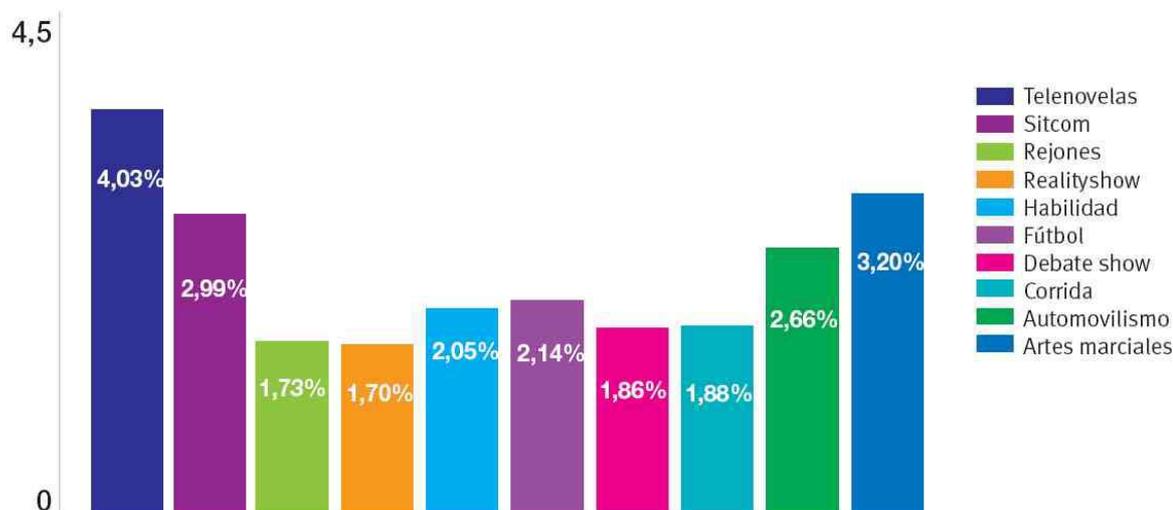
La mayor parte de las cadenas no emiten programas dirigidos específicamente a los menores ni siquiera en horario de protección reforzada. La programación infantil es más completa que la juvenil, sobre todo en Canal 2 Andalucía —38,2% de toda la programación infantil emitida—, La 2 (18,5%) y Antena 3 (15,6%), pero aun así sigue siendo escasa en el resto de cadenas, y prácticamente inexistente en Telecinco y sobre todo La Sexta. Las cuatro cadenas de los dos operadores públicos emiten el 70% de toda la programación infantil.

Programación infantil por cadena y fecha (en porcentajes)			
Cadena	Laborables	Fines de semana, Festivos y vacaciones	Total
Canal 2 Andalucía	30,4	7,8	38,2
La 2	16,9	1,6	18,5
Antena 3	3,8	11,7	15,6
Cuatro	5,8	2,4	8,1
Canal Sur Televisión	0,9	7,0	7,8
TVE 1	0,0	5,9	5,9
Tele 5	0,0	5,8	5,8
La Sexta	0,1	0,0	0,1
<b>Total general</b>	<b>57,9</b>	<b>42,1</b>	<b>100</b>

El tipo de programas de mayor audiencia entre los jóvenes de 13 a 18 años son las telenovelas, situándose a continuación los programas de “artes marciales” —Pressing catch de Cuatro— y las “sitcom” —comedias de

situación—. También son altas las audiencias de las retransmisiones deportivas —automovilismo y fútbol— y de los programas de “habilidad” —concursos de variados matices como Operación Triunfo o Mira quién baila—.

## Audiencias juveniles de programación general por tipo de programa



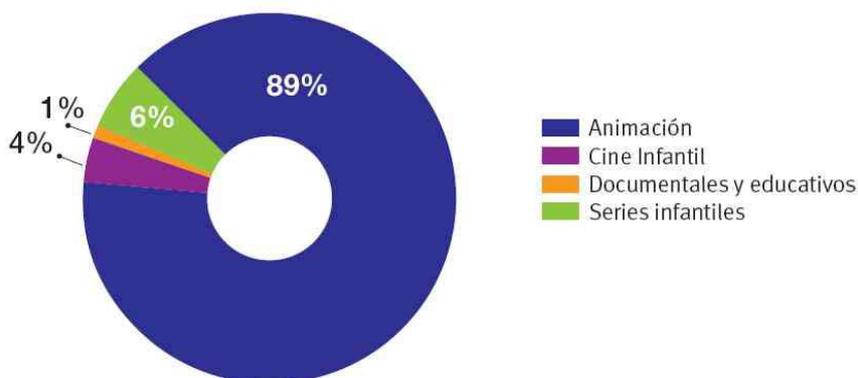
Lo que más se emite como programación específicamente juvenil son series (50%) de producción mayoritariamente norteamericana.

Programación juvenil por categoría y horario (en porcentajes)			
Categorías	Horario protegido	Horario no protegido	% del total
Series juveniles	49,2	1,3	50,4
Animación	14,1	2,3	16,4
Documentales y educativos	10,1	4,4	14,5
Musicales	13,7	0,1	13,9
Deportes	3,0		3,0
Informativos	1,8		1,8
Total	91,9	8,1	100

Las emisiones clasificadas como programación infantil, si no se tienen en cuenta los espacios contenedores, son en su mayor parte de producción japonesa

(45%) y norteamericana (24%), y casi toda la programación específicamente infantil está compuesta por animación (89%).

### Programación infantil por categoría excluyendo contenedores



La publicidad que se emite en la franja de protección reforzada está claramente orientada al público infantil cuando hay programación para este grupo de edad, y al público adulto cuando ésta no existe. El sector de la alimentación es el que ejerce una mayor presión publicita-

ria en horario de protección reforzada de menores, con un 21% del total de anuncios en esa franja. El 55% de las personas encuestadas es favorable a que se prohíba la publicidad dirigida a niños y niñas.

## Publicidad por sectores



Varios operadores —Telecinco, Antena 3 y TVE 1— superan durante los días laborables, de promedio, el

límite legal de 12 minutos de publicidad por hora de emisión en el horario de protección reforzada.

Promedio de publicidad por cadenas		
Cadena	Promedio en minutos por hora	Porcentaje respecto de la media
Telecinco	12:51	150
Antena 3	12:37	147
TVE 1	11:50	138
Cuatro	11:47	137
La 2	07:33	88
La Sexta	06:07	71
Canal Sur Televisión	04:26	52
Canal 2 Andalucía	01:31	18
Promedio total	08:35	100

En cuanto a las opiniones de los padres y las madres y los hábitos de consumo televisivo cabe señalar que los andaluces y andaluzas menores de 12 años ven una media de 2,04 horas de televisión al día entre semana y 2,84 horas los fines de semana. El nivel de estudios de los padres y madres no condiciona directamente el tiempo de visionado, pero sí lo hacen las estrategias educativas de las familias, pues las dialogantes dejan a sus hijos e hijas ver menos la televisión que las autoritarias. Asimismo, el tiempo de visionado es mayor en las familias permisivas que en las familias controladoras. En los hogares en los que se mantiene algún tipo de control, habitual u ocasional, sobre lo que los meno-

res ven en televisión, en un 71,3% de los casos la función de supervisión la ejercen las madres. Al margen de que se ejerza o no control sobre lo que ven los menores, sólo en la mitad de los hogares andaluces (49,9%) las familias tienen establecidas normas para regular el consumo televisivo de los niños y niñas. En aproximadamente un 40% de los hogares andaluces el control de los padres sobre lo que sus hijos ven en televisión o no existe o es muy relajado.

En los hogares en los que se controla el consumo televisivo, los resultados escolares se perciben como mejores que en aquellos en los que no se ejerce vigilancia sobre lo que los menores ven en televisión. Asimismo, se

constata que existe una correlación entre los grupos de niños y niñas andaluces menores de 12 años que ven menos televisión y aquellos que obtienen mejores rendi-

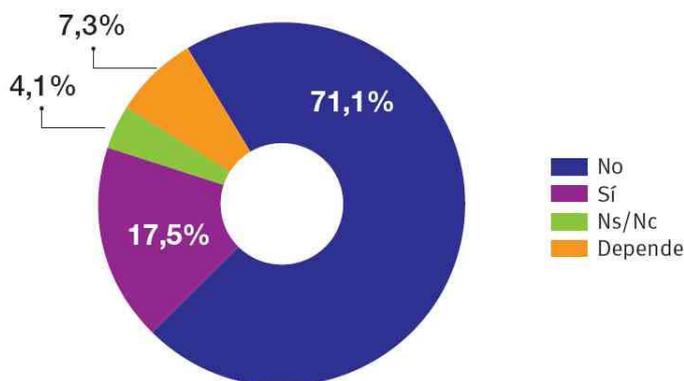
mientos académicos, por contraste a quienes dedican un tiempo superior a la media viendo televisión, donde hallamos la tendencia contraria.

Relación entre consumo y resultados escolares televisivo			
Valoración de resultados	Por debajo de la media en horas de visionado	En la media de horas de visionado	Por encima de la media en horas de visionado
Buenos o muy buenos	91,0%	88,4%	80,5%
Ni buenos ni malos	5,3%	6,3%	13,2%
Malos o muy malos	3,7%	5,3%	6,3%

Más de la mitad de la población (54,2%) cree que el espacio que dedican las cadenas de televisión a programación infantil no es suficiente. El 71,1% de las personas encuestadas cree que las televisiones incumplen la normativa actual emitiendo contenidos no adecuados en el horario de protección de menores, de 6 de la mañana a 10 de la noche. Un 62% afirma conocer la existencia de dicho horario. Tanto los estudios de audiencia

como las entrevistas coinciden en que hay un importante número de menores viendo la televisión a las 10 de la noche e incluso más tarde en festivos y vísperas de festivos. Esto pone en evidencia la necesidad de hacer una reflexión acerca de la adecuación o no al caso español del horario de protección de menores de 6:00 a 22:00 horas, establecido por la legislación europea, en relación con los hábitos sociales de las familias.

### Grado de incumplimiento del horario de protección de menores



Los aspectos de la programación en los que se perciben más incumplimientos son los contenidos violentos y los modelos de conducta inapropiados.

### ¿Se controlan adecuadamente los contenidos dirigidos a niños y niñas?

Contenidos violentos	9,1	89,1
Modelos inapropiados	15,6	81,6
Lenguajes inapropiados	18,4	79,9
Sexo explícito	24,2	73,0
Contenido racista	37,7	55,9

■ Sí      ■ No

Respecto al grado de conocimiento y cumplimiento de la legislación vigente en materia audiovisual, destacar que existe un alto nivel de compromiso en la redacción de las Leyes y los Códigos y, sin embargo, un escaso nivel de cumplimiento. Se constata el desconocimiento de la normativa por la mayoría de los afec-

tados, tanto de las familias como, lo que resulta más sorprendente, de los propios operadores.

### Presentación

El informe fue presentado oficialmente por el Presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía, D. Juan Monta-

bes Pereira y la Consejera, D<sup>a</sup>. M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez ante la Presidenta del Parlamento de Andalucía, la Sra. Fuentesa Coves Botella, el 11 de noviembre de 2008.

### 3.4.6. Avance de tendencias sobre publicidad y juguetes, campaña 2008-2009

Con carácter bienal, inscrito dentro de las labores del Grupo de Trabajo de Infancia, bajo la responsabilidad de la consejera D<sup>a</sup> María Luisa Pérez Pérez, y bajo la supervisión y coordinación de la consejera responsable de Investigación y Estudios, D<sup>a</sup> Cristina Cruces Roldán, el Consejo Audiovisual de Andalucía elabora un estudio acerca de las características fundamentales que definen la publicidad de juguetes, dirigida básicamente a la infancia, que se emite en Andalucía.

Los resultados de este estudio se publican una vez finalizada la campaña de Navidad. Sin embargo, y en aplicación de las funciones que tiene establecido el Consejo Audiovisual de Andalucía en lo relativo a la protección de la juventud y la infancia, al cumplimiento de la normativa vigente en materia de publicidad, a la promoción de la igualdad de género y a la realización de estudios sobre diversos aspectos del sistema audiovisual, se consideró recomendable realizar un avance del informe sobre publicidad de juguetes en las fechas previas a los máximos picos de compra de las familias, ya dentro la campaña de Navidad, con carácter exploratorio y sin perjuicio de la presentación del estudio integral, que ofrecerá los resultados finales para la totalidad del periodo de campaña.

En 2008, este informe ha coincidido con la publicación de las Recomendaciones de Publicidad de Juguetes elaboradas por el Consejo Audiovisual de Andalucía como complemento a las ya difundidas en el año 2006. En éstas, el Consejo entiende fundamental la supervisión y explicación por parte de los padres y madres de los anuncios que los menores a su cargo ven en la televisión o escuchan en la radio. Se recomienda que comenten los spots estimulando el conocimiento crítico de niños y niñas, contribuyendo así a hacer de la publicidad en la época navideña una herramienta de selección y elección de los juguetes que fomente el interés por regalos que sirvan al desarrollo de la creatividad, la imaginación, el aprendizaje o las relaciones interpersonales.

En estas mismas Recomendaciones se recuerda a los progenitores y a la ciudadanía en general que

también ellos pueden contribuir a la protección de los derechos de los menores y a la consecución de una publicidad responsable y respetuosa; por una parte, vigilando los anuncios de juguetes que pudieran suponer incumplimientos de la ley o los códigos deontológicos y, por otra, poniéndose en contacto con la Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA) del Consejo Audiovisual de Andalucía para cualquier reclamación.

#### Objetivo

El Avance de tendencias sobre publicidad de juguetes, campaña 2008-2009, tiene como objetivos conocer las líneas básicas que se advierten, a modo exploratorio, en los mensajes implícitos y explícitos de discursos e imágenes en la publicidad de juguetes, la detección de incumplimientos potenciales y la formulación de las recomendaciones antedichas.

#### Metodología

Para el presente informe exploratorio se han seleccionado un total de 51 anuncios correspondientes a 48 horas de programación.

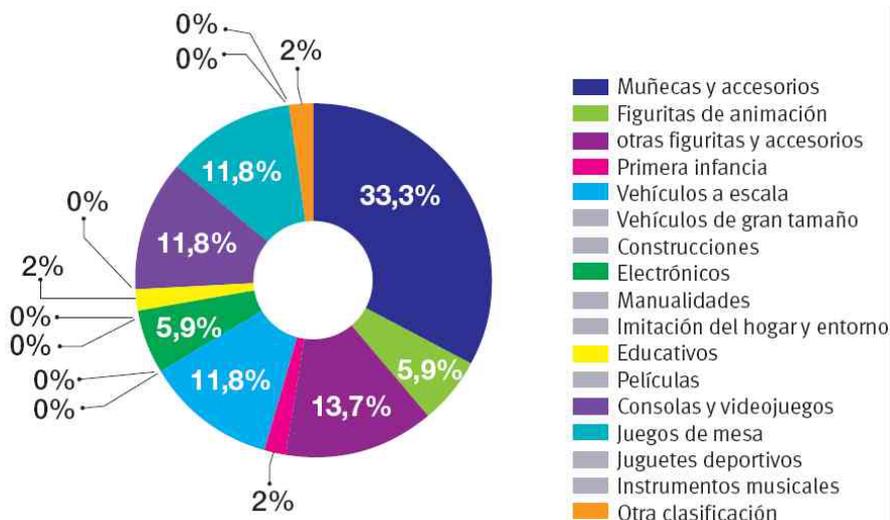
El universo del que se extrae esta muestra son todos los anuncios de juguetes emitidos en las seis cadenas nacionales generalistas —La 1, La 2, Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta— y en las dos cadenas autonómicas —Canal Sur Televisión y Canal Sur 2— durante los días 7 y 8 de noviembre de 2008, viernes y sábado, en dos segmentos del horario de protección reforzada de menores: el viernes de 17:00 a 20:00 horas y el sábado de 09:00 a 12:00 horas.

Las unidades de análisis presentes en este avance y que dan estructura al estudio, abarcan los siguientes aspectos: tipologías de juguetes, formas de presentación, modelos de consumo y sexismo.

#### Principales conclusiones

Del avance de tendencias sobre publicidad de juguetes, se constata que las tipologías de juguetes más habituales en los anuncios dirigidos a menores en la campaña 2008-2009 confirman una mayoría destacada de las muñecas y accesorios, el 33%, distribuidos entre, por una parte, bebés, y, por otra, muñecas de fisonomía preadolescente. En casi el 90% de los casos, estas muñecas aparecen aderezadas con diversos tipos de accesorios.

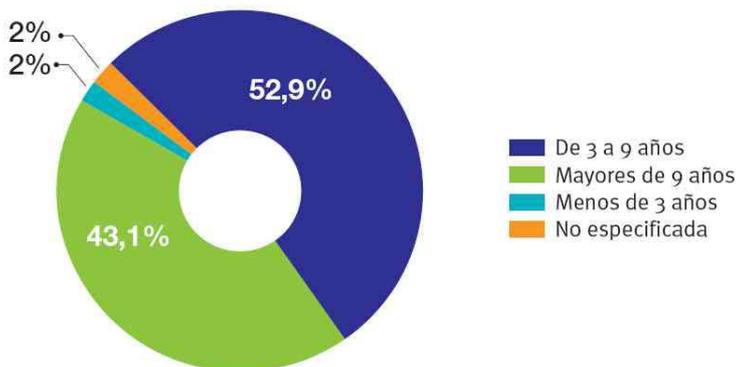
**Porcentaje de anuncio por categorías**



El segmento de 3 a 9 años se destaca como el principal grupo de edad al que se dirige la oferta publicitaria analizada —52,9% del total—. La menor capacidad de decisión de la primera infancia (2%) y el desplazamiento de las demandas de los mayores de 9 años (43,1%) hacia otro tipo de mensajes y soportes

podrían explicar la concentración aludida. Los anunciantes seleccionan a menudo modelos de exposición orientados de forma privativa a cada grupo de edad, para productos similares, con referentes preadolescentes para los niños y niñas mayores de 9 años.

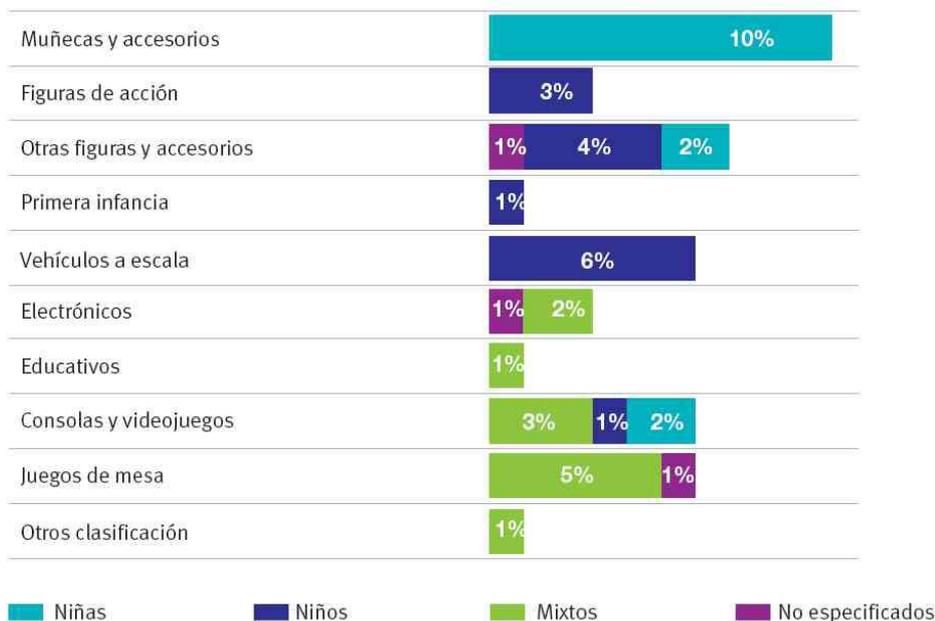
**Destinatario de los anuncios por edad**



Las tipologías de juguetes principales están polarizadas según el sexo de los destinatarios. La totalidad de los anuncios de muñecas y accesorios están dirigidos a niñas (100%) y las figuras de acción (7,8%) y los vehículos a escala (11,8%), que aúnan el 19,6% del total de anuncios, se dirigen a niños en el 100% de los casos.

Juegos de mesa, otras figuras y accesorios y consolas y videojuegos tienen destinatarios compartidos o mixtos en su mayoría, como sucede —de forma absoluta— en los únicos ejemplos recogidos en la muestra de juguetes de “primera infancia”, juguetes “educativos” y “otros”.

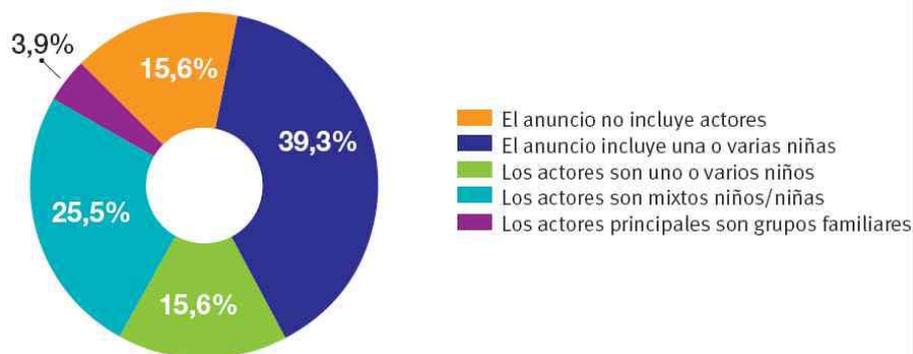
### Anuncios de juguetes por tipología y destinatario



Como figurantes, son las niñas las grandes protagonistas de los anuncios de juguetes, con casi un 40% del porcentaje de aparición, bien solas o en grupos femeninos. Los anuncios en que aparecen un niño o un grupo de niños o que carecen de actores se sitúan en torno al 15% en ambos casos. Los grupos mixtos de

niños y niñas suponen una cuarta parte del total de los modelos referenciados en los anuncios (25,5%). Las tipologías donde de forma más frecuente aparecen grupos mixtos son juegos de mesa (38,4%) y otras figuras y accesorios (30,7%).

### Anuncios de juguetes según actores

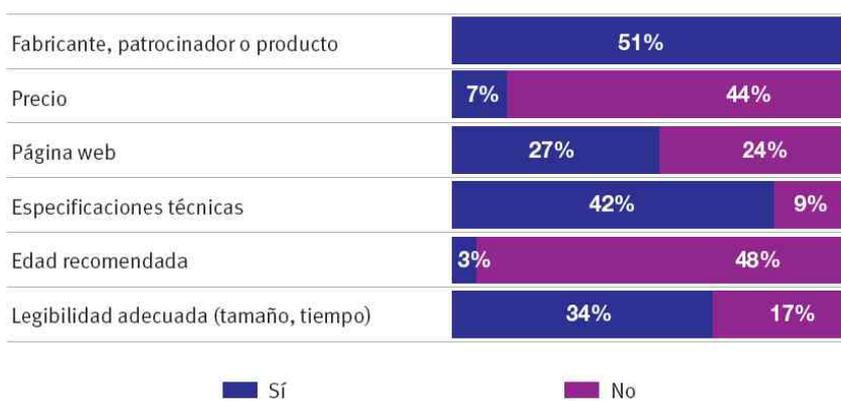


La sociabilidad a que concita el juego se convierte en un reclamo visual muy adecuado para el fomento de actitudes infantiles colaboradoras y solidarias con los iguales, pero también para exponer modelos competitivos. El 29,4% de los anuncios de juguetes hace referencia directa a compartir o cooperar entre iguales. En el 13,7% de los anuncios analizados se detectan mensajes relativos a la competitividad. También se advierten en esta campaña dos tendencias relativas al fomento de grupos de carácter exclusivo o la generación de redes sociales excluyentes de pertenencia que evidencian nuevas estrategias en el sector de la publicidad dirigida a la infancia, en la medida que introducen un límite a las relaciones sociales que se justifica y fundamenta en la disposición o no del juguete en cues-

tién. Un 24,5% de los anuncios introducen mensajes sobre pertenencia a grupos generados en torno a la disposición privativa del juguete, o conllevan indicaciones más o menos sutiles —en algunos casos explícitamente finalistas— en torno a las redes sociales que los niños y niñas articulan en torno a esta disposición.

En cuanto a la aplicación del principio de veracidad como fundamento legal de la actividad publicitaria, se generalizan, en un 100% de los comerciales, las sobreimpresiones como añadido visual a los anuncios, con adecuada legibilidad pero escasa información de edad o precio. Las referencias a las páginas web —más de la mitad de la muestra seleccionada— exigen un nuevo y cuidadoso control parental respecto a los formatos tradicionales de anuncios.

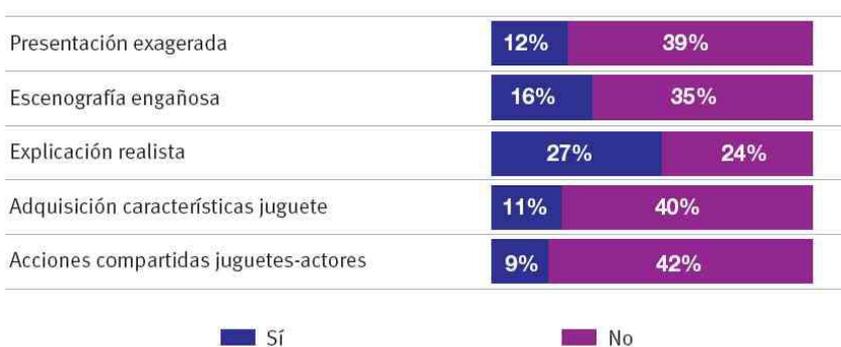
## Sobreimpresiones



Menos de un cuarto de los anuncios exhiben una presentación exagerada del juguete, y menos de una tercera parte escenografía engañosa. Las presentaciones reales con simulación secundaria o reales en su totalidad

suponen más del 75% de los anuncios, que presentan, en este aspecto, escasos incumplimientos y un correcto dimensionamiento del tamaño de los juguetes.

## Contenidos de presentación



Las representaciones sexistas son la estrategia mayoritaria para captar la atención de los menores. Los roles públicos y de acción siguen asociados a los niños, y los privados —labores de higiene o cuidado— o afectivos a las niñas. Sólo un anuncio de entre los analizados hace referencia explícita en su mensaje a la búsqueda de una igualdad entre los géneros.

Casi un 20% de la muestra se corresponde con contenidos centrados en la intervención, real o figurada, sobre la apariencia física de las niñas: peluquería, maquillaje, estética, roles de moda, accesorios o prácticas de consumo en torno a ello, centran los motivos de las muñecas y las estrategias de videojuegos feminizados. Un 23,5% de los anuncios refiere a labores de higiene y cuidado. Tres cuartas partes de ellos van destinados a niñas y tienen a niñas como protagonistas, y están relacionados con bebés o mascotas. Una relación similar existe respecto a los anuncios donde se presentan relaciones físicas afectivas (besos, abrazos, caricias...), un 19,6% del total, que en el 70% de los casos están protagonizados por niñas.

Casi un 30% de los anuncios emitidos (29,4%) incluyen mensajes verbales con referencias a catego-

rías como velocidad, riesgo, aventura, desafío, atrevimiento o poder, insertos mediante imperativos o que se lanzan como retos desafiantes a la audiencia infantil, si bien menos del 10% de los anuncios exponen escenas violentas o trasladan imágenes de violencia física. No alcanzan el 20% los que podrían comportar peligrosidad potencial, con adjetivaciones cargadas en torno al riesgo o la potencia desplegadas por los juguetes. Ambos porcentajes son, por tanto, minoritarios.

Determinados estilos de la publicidad de juguetes podrían considerarse tendentes al consumo exhortativo o compulsivo. Más de un 20% de los anuncios incluyen mensajes exhortativos a la compra como forma de acceder a las propiedades asociadas al juguete, el 41% de los anuncios utilizan un tono desafiante en sus alocuciones, y más de un 30% aplica en ellas más de tres verbos en imperativo. En casi un cuarto de los anuncios de juguetes, asimismo, se utilizan argumentos de premura o se invoca a la urgencia con referencias a plazos o stocks, y en porcentajes parecidos se sitúan las menciones al carácter exclusivo o único del producto.

### Incitación potencial al consumo



#### 3.4.7. La publicidad del sector de limpieza: Modelos y representaciones de género

El Consejo Audiovisual de Andalucía ha realizado, bajo la supervisión y coordinación de la Consejera responsable de Género, D<sup>a</sup> Carmen Fernández Morillo, un estudio específico sobre el sector publicitario de productos de limpieza, ya que concentra el mayor número de alertas analizadas por esta institución en el año 2007 en relación con la publicidad por contenidos potencialmente sexistas. El sector ocupa, junto con el de alimentación, el tercer lugar en número de quejas recibidas en el Observatorio Andaluz de la Publicidad no Sexista.

El sistema de alertas del Consejo Audiovisual de Andalucía detecta la difusión de estereotipos en la publicidad que, en mayor o menor grado, contribuyen a la pervivencia de tópicos relativos a los roles y funciones que hoy desempeñan hombres y mujeres en la sociedad. Los anuncios de productos de limpieza concentran buena parte de las alertas al asociar a la mujer con la realización de las tareas domésticas y el cuidado de la familia.

En el apartado 7 del artículo 4 de Ley de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía 1/2004, se confía a esta Institución la tarea de fomentar la igualdad de género y los comportamientos no sexistas en la programación y en la publicidad que emitan los medios de comunicación de Andalucía.

La Comunidad Autónoma de Andalucía cuenta también con un Código Deontológico en la Publicidad no Sexista aprobado y promovido por el Instituto Andaluz de la Mujer, de obligado cumplimiento para las administraciones públicas y para quienes libremente lo suscriban. En relación con dicho Código, hay que incidir en la constante aparición en la publicidad de productos de limpieza de tres de los diez puntos del Decálogo que describe una publicidad sexista:

a. Promover modelos que consoliden pautas tradicionalmente fijadas para cada uno de los géneros.

b. Situar a las personas femeninas en una posición de inferioridad y dependencia.

c. Alejar a las mujeres de los espacios profesionales prestigiados socialmente y, por el contrario, asignarles los roles de limpieza, cuidados y alimentación familiar.

Entre los supuestos de publicidad ilícita que atentan contra la dignidad de la persona o vulneran los valores y derechos reconocidos en la Constitución, el artículo 3 de la Ley General de Publicidad incluye aquella publicidad que asocie la imagen de la mujer a comportamientos estereotipados que vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento, coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de medidas de protección integral contra la violencia de género. Conforme al ordenamiento jurídico vigente en relación con la protección de la imagen de la mujer, los medios de comunicación tienen en Andalucía el deber y la responsabilidad de transmitir una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de hombres y mujeres. Sin embargo, no existen normas ni códigos de autorregulación que fijen criterios universalmente válidos en la materia en relación con los estereotipos discriminatorios en la publicidad a los que se refiere nuestro ordenamiento jurídico.

El estereotipo es un concepto jurídicamente indeterminado. En su Informe de actividad en la aplicación de las normas publicitarias sobre protección de la mujer referido a los años 2005 y 2006, la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol) identifica tres supuestos diversos en los que existiría una infracción del artículo 3.a.) de la Ley General de Publicidad:

a. Cuando se presente explícita o implícitamente a la mujer como la persona encargada de asumir —de forma íntegra o principal— determinadas tareas como el cuidado del hogar, los hijos o la familia.

b. Cuando se presente explícita o implícitamente el producto promocionado como un producto dirigido específicamente a mujeres, sin que esta restricción venga justificada por la naturaleza de aquel.

c. Cuando se afirme o sugiera que el producto promocionado no es adecuado para mujeres, sin que de

de nuevo esta restricción venga justificada por la naturaleza de aquél.

### Objetivo

Con el informe sobre publicidad del sector de limpieza, se persiguen los siguientes objetivos específicos:

- Realizar un análisis de la publicidad del sector de productos de limpieza tanto en impacto como en contenido.
- Detectar la existencia de marcas distintivas de género en los anuncios de este sector.
- Detectar elementos de cambio mediante la presentación de modelos igualitarios entre los géneros.
- Establecer un punto de partida para próximos estudios.
- Reflexionar y ofrecer recomendaciones a todos los sectores implicados.

### Metodología

Para el estudio, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha partido de un listado previo de ocho estereotipos que en relación con el hombre y la mujer se recomiendan evitar en la publicidad y que refuerzan la idea de que los productos promocionados constituyen soluciones eficaces frente al desorden y la suciedad, que deben resolver las mujeres. Los artículos de limpieza se promocionan como aliados de las mujeres, pero negando al mismo tiempo el verdadero esfuerzo que suponen las tareas de limpieza. Esta estrategia de negación del trabajo doméstico sostiene el rol de ama de casa como un no trabajo (invisible), contribuyendo a su alta desconsideración y escaso reconocimiento social.

Se han analizado 76 anuncios de productos de limpieza emitidos durante los meses de agosto y septiembre de 2007 en Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía —actualmente Canal Sur—, pertenecientes a 20 campañas publicitarias de distintas marcas, teniendo en cuenta dos puntos de vista.

### Actores

Sexo de los participantes	Porcentaje de anuncios
Sin mujeres ni hombres	6,52%
Con hombres y mujeres	39,13%
Con hombres, sin mujeres	6,52%
Con mujeres, sin hombres	47,83%

En un 26% no hay usuarios definidos. Se advierten, por tanto, modelos publicitarios que evitan dirigirse explícitamente a uno u otro sexo para promocionar este tipo de productos. No obstante, estos nuevos mo-

Punto de vista cuantitativo:

- Número de inserciones por anuncio.
- Número de inserciones por campaña y /o por anunciante.
- Días y horas de emisión.
- Perfiles de audiencia.

Punto de vista cualitativo:

- Datos generales del anuncio.
- Número de personas que aparecen.
- Usuario/a del producto.
- Entorno.
- Otros personajes.
- Roles.
- Estereotipos femeninos y masculinos.
- Tópicos que enfrentan arquetipos entre hombres y mujeres.
- Utilización del cuerpo de la mujer como objeto desvinculado del producto.

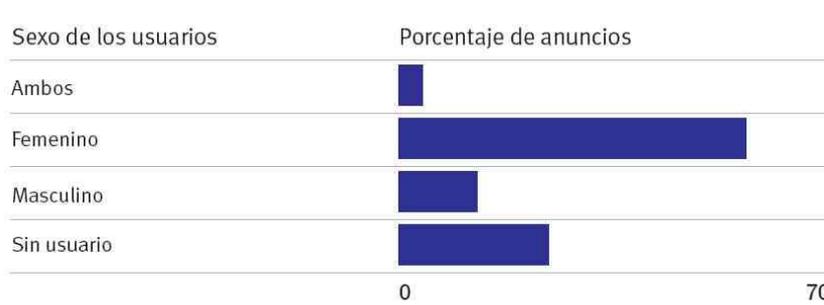
### Principales conclusiones

La publicidad de productos de limpieza del hogar sigue presentando explícita o implícitamente a la mujer como la persona encargada de asumir íntegra o principalmente tareas de cuidado de la casa y la familia. La presencia femenina en dichos anuncios refuerza el perfil de ama de casa de las mujeres, una representación social que cobra aún mayor fuerza cuando se contraponen a una tipología de hombre que se relaciona con dichos productos desde una perspectiva profesional o científica.

En los anuncios analizados, el 59% de los usuarios de los productos de limpieza son mujeres, frente a un 13% de usuarios masculinos. Además, los papeles que desempeñan cada uno de los sexos están claramente diferenciados, de manera que la presencia de hombres no refleja la corresponsabilidad en las tareas domésticas sino que contribuye a reforzar estereotipos sexistas. Solo el 2,7% de los anuncios analizados presenta a hombres y mujeres en condiciones de igualdad respecto al uso de productos de limpieza.

delos no siempre denotan una apuesta o compromiso con la igualdad. Cuantitativamente, aún son escasos los anuncios en los que aparecen hombres usando productos de limpieza del hogar.

**Usuarios**



El 76% —aproximadamente tres de cada cuatro— de los anuncios estudiados contienen diferentes marcas distintivas de género respecto al uso del producto, que pudieran emplearse como indicador para evaluar el mayor o menor grado de sexismo en la publicidad.

**Modos de presentación respecto al uso**



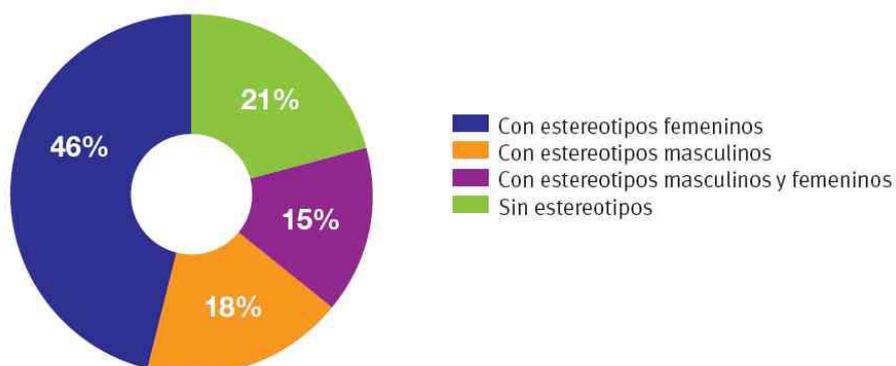
En relación con lo anterior, en los anuncios que reflejan perfiles de usuarios en función del sexo, el 82% de dichos anuncios solo aparecen mujeres realizando tareas del hogar o, cuando no salen limpiando, son destinatarias explícitas del producto a través de diferentes recursos, como el lenguaje: mi mamá lo lava todo, en el 18% de estos anuncios aparecen hombres limpiando, pero solo desde un perfil profesional —operarios, científicos o mayordomos— y, por último, hay un 14% en los que aparece un hombre realizando tareas del hogar, pero desde una posición claramente menos relevante frente a la que desempeña la mujer.

Se ha analizado también la voz en off de los anuncios, utilizando como variables el sexo y la subjetividad u objetividad con la que habla del producto, entendiendo como subjetivo cuando se presentan las ventajas del producto desde una perspectiva de uso, basada en la experiencia, y por objetivo cuando se plantean argumentos técnicos. En el 57,7% de los casos, la voz femenina habla desde

la subjetividad, mientras que en el 42,3% la perspectiva es objetiva. Contrastan estos datos con el análisis de la voz en off masculina: en el 78,6% de los casos hay una perspectiva científica frente a los 21,4% que ofrecen una perspectiva de uso.

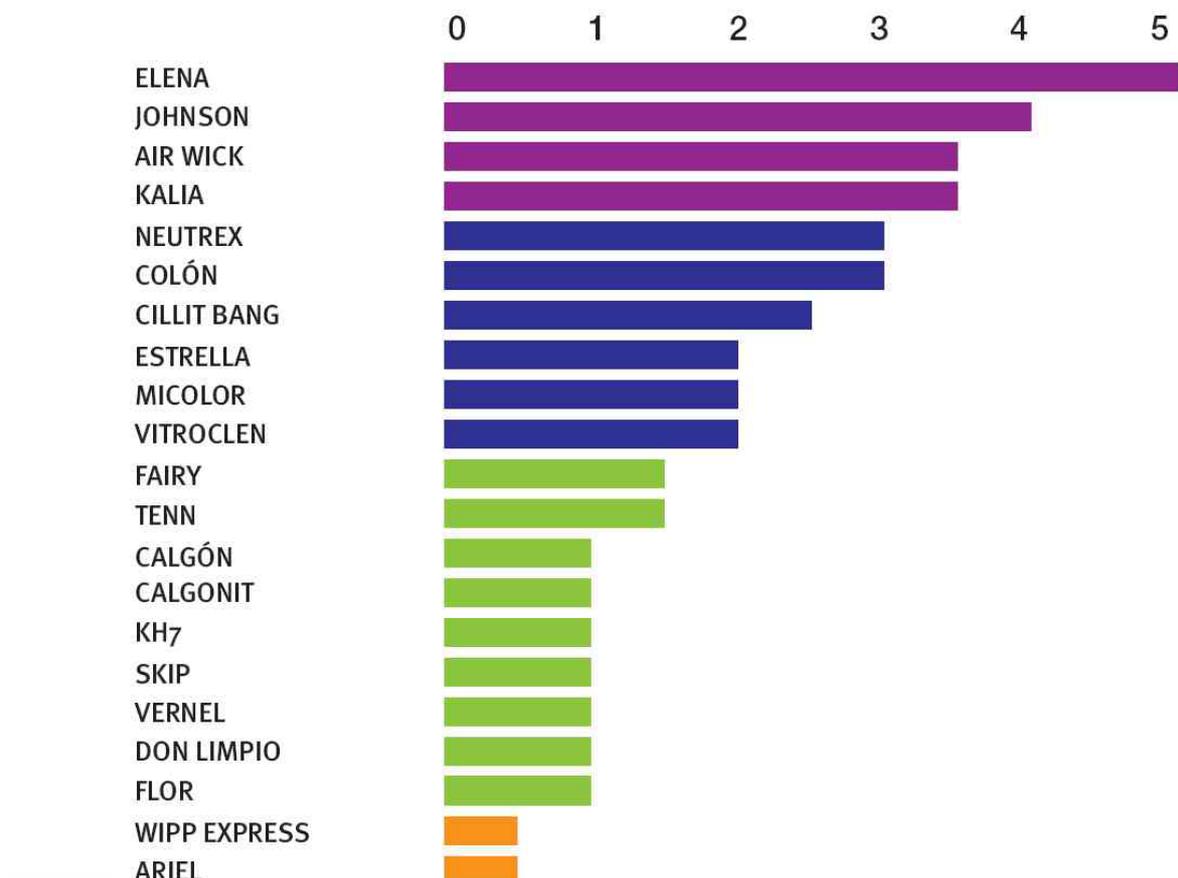
El 79% de los anuncios reproducen estereotipos sexistas, masculinos o femeninos. 61 de cada 100 anuncios reflejan estereotipos femeninos a través de los cuales se presenta a la mujer como responsable exclusiva del cuidado de la ropa y de la casa, como cuidadora de la familia, ama de casa, con el deber de asumir las labores domésticas aún cuando desempeñe una profesión y como persona incapaz de controlar sus emociones y reacciones. Los estereotipos masculinos están presentes en el 33% de la muestra analizada y presentan al hombre como persona técnica o experta y torpe en la realización de las tareas domésticas. También aparecen niños que consolidan pautas de comportamiento estereotipados.

**Anuncios con estereotipos**



Las campañas publicitarias se han clasificado en función del número de estereotipos sexistas que difunden, en una escala de mayor a menor presencia de comportamientos estereotipados se han clasificado las siguientes marcas:

### Escala de campañas según índices de marca distintivas de género



Es importante tener en cuenta que el estudio detecta y resalta la existencia de modelos de publicidad positivos, que difunden los valores de corresponsabilidad y conciliación de la vida familiar y laboral que la sociedad desea promover. Es el caso de la campaña del detergente Ariel, que en el periodo analizado emitió seis anuncios diferentes de 30 segundos de duración, en los que hombres y mujeres asumen igualmente el trabajo de lavar.

El análisis de horas y días de emisión de los anuncios estudiados en relación con las audiencias demuestra que la publicidad de productos de limpieza se dirige a mujeres, de clases medias o bajas, mayores de 45 años —y, de manera determinante, mayores de 65 años— que habitan en poblaciones medias. Se ha comparado dicho perfil con el de otros sectores publicitarios —alimentación, automoción y telecomunicaciones e internet— no detectando variaciones significativas.

### 3.4.8. Estudio sobre la programación cinematográfica en la RTVA

Tradicionalmente el medio televisivo ha utilizado como parte de su programación de contenidos la exhibición de películas, no sólo con una finalidad de entretenimiento, sino tratando de responder a las necesidades formativas de los ciudadanos, además de preservar la cultura nacional.

Aunque el sector de la industria cinematográfica ofrece cada vez más una producción destinada a la televisión, no por ello pierde su carácter de autor. Es por esto que su integridad debe ser protegida para que el público pueda disfrutarla tal y como fue creada.

Por otra parte, con el objetivo de proteger a los menores de edad, se ha establecido un horario protegido en el que no se pueden emitir películas no recomendables para menores, y la normativa obliga a los

operadores a señalar sus emisiones por edades para mejorar la información y facilitar el control parental.

### Objetivos

La Ley 1/2004, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía encomienda a esta Institución, como autoridad audiovisual independiente, garantizar el cumplimiento de las funciones de servicio público asignadas a los medios de comunicación audiovisual, vigilando singularmente la emisión de espacios obligatorios.

Con el presente estudio, elaborado bajo la supervisión y coordinación del Consejero responsable del área de Industria Audiovisual, D. Francisco Cervantes Bolaños, el Consejo Audiovisual de Andalucía intenta determinar el grado de cumplimiento de la reglamentación citada, procurando conocer el carácter y peculiaridad de las emisiones cinematográficas en la RTVA.

### Metodología

Para la realización del estudio, se ha analizado el total de las obras cinematográficas emitidas en el periodo comprendido entre el 10 de abril y el 05 de julio de 2007 de la programación filmica en la televisión pú-

blica andaluza, teniendo en cuenta los siguientes elementos de estudio:

- Procedencia de las películas.
- Integridad de la obra filmica.
- Señalización de edades y cumplimiento de normativa sobre horarios de emisión.
- Apoyos a la accesibilidad de los discapacitados sensoriales.
- Carácter y peculiaridades diferenciadas de las dos cadenas públicas andaluzas.

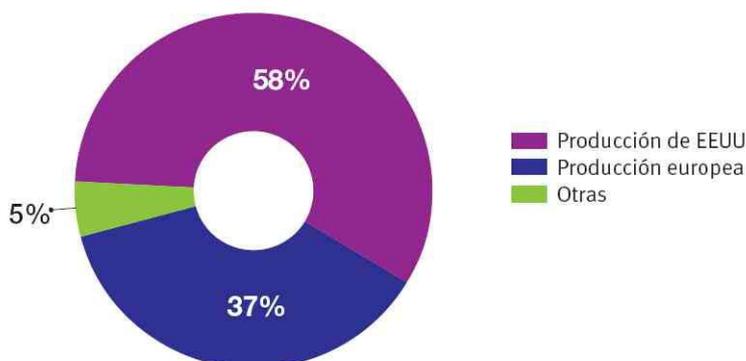
### Principales conclusiones

Del estudio se concluye que aunque en su conjunto se ha emitido un 37% de producciones europeas, existe una gran diferencia entre lo emitido por Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía, pues la oferta de esta última es mucho más equilibrada en cuanto a los países de origen.

Las películas emitidas por ambas cadenas se señalizan adecuadamente por edades en su gran mayoría —88% de los casos—.

En todas las emisiones se respetó la normativa sobre horarios de emisión de productos cinematográficos y protección de la infancia.

### Zonas de producción de las películas emitidas



Es también destacable que el 74% de las películas emitidas estaban autorizadas para menores de 18 años, o que el 86% de las emisiones cinematográficas de la RTVA se acompañan mediante un sistema de audio-descripción, atendiendo a las necesidades del colectivo con discapacidad sensorial.

Por último, el estudio hace una llamada de atención en cuanto al cumplimiento de servicio público y de defensa del patrimonio cultural propio por parte de la televisión pública, al no considerar suficiente la aplicación de los mínimos establecidos por la legislación española y europea.

#### 3.4.9. Estudio sobre Vista Pública

El Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía en su reunión de 24 de enero de 2008 aprobó la iniciativa del Grupo de Trabajo de Televisión Autónoma de analizar el programa Vista Pública emitido por Canal Sur TV.

La emisión de dos capítulos del espacio los días 15 y 22 de octubre, dedicados a la desaparición de Madeleine McCann, llevó al Grupo de Trabajo a plantearse si el programa se adaptaba a los principios básicos de programación del operador público.

Además de esos dos capítulos, se decidió analizar otros ocho programas emitidos los días 4, 10, 11, 17 y 18 de diciembre de 2007 y 8, 15 y 21 de enero de 2008 para trabajar sobre un universo lo suficientemente amplio que permitiera obtener resultados concluyentes.

El objetivo del estudio es analizar la adaptación a los principios básicos de un programa concreto —Vista Pública— del operador público, en el cumplimiento de la misión de servicio público prestado por la RTVA.

Tras analizar el contenido de los diez capítulos del programa Vista Pública en los días mencionados sobre la desaparición de Madeleine McCann, se concluye que la opinión de los intervinientes presenta un mayor peso que la información contrastada.

## 4. RELACIONES INSTITUCIONALES DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

### 4.1. RELACIONES CON ORGANISMOS DE REGULACIÓN NACIONALES

A nivel nacional, el Consejo Audiovisual de Andalucía es uno de los tres consejos audiovisuales autonómicos existentes en España, junto con el Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC) y el Consejo Audiovisual de Navarra (CoAN).

En 2008, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha celebrado varias reuniones bilaterales, como la mantenida el 23 de octubre de 2008 con el presidente del Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC), D. Josep María Carbonell, para analizar conjuntamente varios aspectos de la regulación audiovisual. En la reunión, ambos presidentes intercambiaron información sobre diversas actuaciones llevadas a cabo y analizaron la migración al campo digital de los prestadores de servicios audiovisuales.

#### 4.1.1. Plataforma Española de Consejos Audiovisuales (PECA)

Con el fin de entablar un intercambio fluido de información y experiencias entre entidades homólogas, así como de alcanzar vías de colaboración y cooperación en el desarrollo de sus funciones, en febrero de 2007 se celebró en la Comunidad Foral de Navarra la sesión constitutiva de la nueva Plataforma Española de Consejos Audiovisuales (PECA), impulsada de manera conjunta por los Consejos Audiovisuales de Andalucía, Cataluña y Navarra.

En su segunda reunión, que se celebró el 21 de noviembre de 2008 en Pamplona, el Consejo Audiovisual de Andalucía asumió la presidencia de la misma. En ella, los Consejos Audiovisuales de Andalucía, Navarra y Cataluña manifestaron públicamente su postura común con relación a la necesidad de que, a la mayor brevedad posible, se emprendiera el proceso de tramitación y aprobación, por parte de las Cortes Generales, de la Ley General Audiovisual y la Ley de creación del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales.

La adopción de este marco legislativo, respetando en cualquier caso las competencias de las Comunidades Autónomas en esta materia, resulta inaplazable e imprescindible a los efectos de disponer de una norma básica estatal que permita superar el actual marco normativo fragmentado, disperso y en buena parte obsoleto, incorporando debidamente al ordenamiento español las disposiciones que se derivan de la nueva Directiva europea de Servicios de Medios Audiovisuales. Igualmente permitirá crear una autoridad independiente de regulación de la comunicación audiovisual de ámbito estatal, equiparable a las ya existentes en el resto de Estados miembros de la Unión Europea, colmando así lo que,

según el parecer de los Consejos Audiovisuales autonómicos, puede calificarse como una laguna dentro del sistema institucional básico de nuestra democracia.

#### 4.1.2. Agencia de Calidad de Internet (IQUA)

Con la denominación, Agencia de Calidad de Internet —“IQUA”—, se constituyó, en 2002, una Asociación voluntaria sin ánimo de lucro cuya finalidad es fomentar la autorregulación en Internet y, mediante el sello “Confianza Online”, promover la calidad y generar confianza en los usuarios de la Red. En Febrero de 2008 el Consejo Audiovisual de Andalucía pasó a ser miembro asociado de la IQUA.

En esta asociación las acciones del Consejo se derivan de la función, encomendada en su Ley de creación, de incentivar la elaboración de códigos deontológicos y la adopción de normas de autorregulación. En 2008 se han celebrado siete reuniones de los miembros asociados de la IQUA.

### 4.2. RELACIONES CON ORGANISMOS DE REGULACIÓN INTERNACIONALES

Las relaciones con otros organismos reguladores internacionales permiten al Consejo Audiovisual de Andalucía tener un mejor conocimiento del sector audiovisual internacional, mediante el intercambio fluido de información entre órganos homólogos.

#### 4.2.1. Red de Instituciones Reguladoras Mediterráneas (RIRM)

En 2006 el Consejo Audiovisual de Andalucía pasó a ser miembro de la Red de Instituciones Reguladoras Mediterráneas (RIRM). Esta red, creada en 1997 y compuesta actualmente por 20 países de la cuenca mediterránea, tiene como objetivo la discusión e intercambio regular de información y de investigación sobre cuestiones relativas a la regulación audiovisual que permite, en el contexto de la globalización, identificar los retos comunes que se presentan en el ámbito audiovisual Mediterráneo.

En la X reunión de la Red, celebrada en Reggio Calabria —Italia, octubre de 2008— l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) de Italia asumió la presidencia, y el Consejo Audiovisual de Andalucía la vicepresidencia. En esta reunión se aprobó un documento inédito: la “Declaración de la RIRM sobre la regulación de contenidos audiovisuales”. Su objetivo principal es fortalecer la defensa de derechos y libertades entre las que destacan el respeto a la vida privada, la reputación de las personas, la protección de la infancia o la supresión de

contenidos racistas, xenófobos o sexistas. [Ver anexo VII con el texto completo de la Declaración en francés e inglés]

En octubre de 2009, el Consejo Audiovisual de Andalucía asume la presidencia de la Red en el marco de la celebración de su XI reunión que tendrá lugar los días 1 y 2 de octubre de 2009 en la ciudad de Granada.

#### 4.2.2. Plataforma Europea de Autoridades Reguladoras (EPRA)

La Plataforma Europea de Autoridades Reguladoras (EPRA) fue creada en abril del 1995 y está compuesta por 51 miembros de 42 países europeos. Su objetivo es crear un foro de discusión e intercambio de puntos de vista entre las instancias de regulación del sector audiovisual europeo. Así como una red de intercambio de información sobre cuestiones comunes de reglamentación europea y nacional, y su interpretación.

La EPRA celebra dos reuniones anuales. En mayo de 2008 tuvo lugar la primera reunión anual en la ciudad de Riga (Letonia) su eje de debate fue el papel de los reguladores en el ámbito de la educación en los medios de comunicación. La segunda reunión anual se celebró en octubre de ese mismo año en Dublín (Irlanda). La transposición a la normativa nacional de la Directiva Europea 2007/65/CE de servicios de medios audiovisuales constituyó el foco de discusión. El Consejo Audiovisual de Andalucía ha participado como organismo observador en las dos reuniones mencionadas, una condición obligada por los estatutos de esta plataforma que limita a tres el número de autoridades reguladoras por país como miembros de pleno derecho y en el caso de España, el cupo se encontraba cubierto por el Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC), el Consejo Audiovisual de Navarra (Coan) y la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT).

Siempre ha sido una prioridad para el Consejo Audiovisual de Andalucía, adquirir la condición de miembro en esta plataforma, y así se lo comunicó personalmente el presidente de la institución, D. Juan Montabes, a su presidenta, la Sra. Dunja Mijatovic, en el marco de la celebración de la 10ª reunión de la Red de Instituciones Reguladoras Mediterráneas en octubre del año 2008. Dicha solicitud fue bien acogida por el Comité ejecutivo de la EPRA, que permitirá en su 1ª reunión anual, a celebrar en mayo de 2009 en Tallin—Estonia— la aprobación de una modificación de los estatutos de la EPRA, elaborada exclusivamente para posibilitar la adhesión del Consejo Audiovisual de Andalucía a la misma como miembro de pleno derecho.

#### 4.2.3. Autoridades de Regulación de la Península Ibérica

La Entidade Reguladora para a Comunicação Social de Portugal, el Consejo Audiovisual de Andalucía,

el Consejo Audiovisual de Cataluña y el Consejo Audiovisual de Navarra celebraron en Lisboa, durante los días 1 y 2 de febrero de 2008, un encuentro de trabajo de autoridades reguladoras de la Península Ibérica en el que se discutió sobre los mecanismos y garantías de independencia de las autoridades de regulación de la comunicación audiovisual.

En este encuentro, al que asistieron por parte del Consejo Audiovisual de Andalucía el anterior Presidente, D. Manuel Ángel Vázquez Medel y los consejeros D. José Mª Arenzana y D. Eduardo Castro, se dieron los primeros pasos en la definición de un marco estable de cooperación entre los distintos consejos y entidades actualmente establecidos en la Península Ibérica.

Las autoridades de regulación se comprometieron a continuar trabajando por el respeto, la aplicación y el desarrollo de todos los mecanismos de carácter jurídico e institucional que permitan garantizar, de modo efectivo, que el ejercicio de sus atribuciones pueda llevarse a cabo en condiciones de plena independencia. Esta independencia supone, en primer lugar, que las entidades de referencia llevan a cabo sus actividades de acuerdo con su propio criterio y conocimiento del sector, sujetas exclusivamente a los mandatos del legislador y la Constitución, sin encontrarse condicionadas por directivas o mandatos políticos y disponiendo de los recursos necesarios para el ejercicio de sus funciones.

En segundo lugar, supone también que las autoridades de regulación de la comunicación audiovisual ejercen sus potestades sirviendo de forma objetiva al interés general dentro de la esfera pública audiovisual, sin interferencias vinculadas a intereses de naturaleza privada. En consecuencia, las entidades y consejos reunidos en Lisboa manifestaron su especial compromiso en la preservación de un espacio público de comunicación social como espacio de ciudadanía esencial, diverso, plural y libre, en el cual se encuentre garantizada una verdadera y efectiva libertad de expresión y de información, preservada de cualquier forma de influencia o limitación ilegítima ejercida por poderes públicos o privados.

Sobre la base de todos estos principios, los consejos y entidades reunidos en Lisboa, en tanto que autoridades independientes de regulación de la comunicación social, anunciaron su voluntad firme de cooperar activamente, con la finalidad de establecer procesos de diálogo orientados a desarrollar un intercambio de informaciones, experiencias y buenas prácticas.

#### 4.3. CONVENIOS DE COLABORACIÓN

Entre las funciones establecidas en el artículo 4 de su Ley 1/2004 de creación está contemplada la posibilidad de acordar convenios con las instituciones, organismos o entidades que persiguen sus mismos fines para garantizar el cumplimiento de las decisiones y recomendaciones del Consejo Audiovisual de Andalucía.

En este contexto y desde su creación, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha suscrito 10 convenios de colaboración. A continuación se enumeran aquellos que han estado vigentes durante 2008 y las actividades que se han realizado en el marco de los mismos.

#### Convenio con Fundación Cajasur. Obra Social y Cultural

- Objeto: II Edición del Premio Internacional Francisco Ayala de Comunicación Audiovisual.
- Contenido: La Fundación Cajasur. Obra Social y Cultural aporta 65.000 euros para la dotación económica del premio, gastos de organización y de publicidad.
- El Consejo Audiovisual de Andalucía organiza actos en relación al premio, nombra al jurado, remite ejemplares y comunica el premio en las instalaciones de la Fundación.
- Vigencia: Hasta el 31 de diciembre de 2008
- Actividades: El Premio Internacional Francisco Ayala de Comunicación Audiovisual es considerado el galardón en ensayo sobre comunicación más importante del mundo hispánico. Su objetivo es fomentar y resaltar los valores de la comunicación audiovisual, contribuyendo a su mejora y propiciando el desarrollo de una comunidad socialmente avanzada, innovadora, justa y solidaria en Andalucía.

El 23 de enero de 2008 se hizo entrega, en la antigua capilla del Hotel Santa Paula de Granada, del primer Premio Internacional Francisco Ayala de Comunicación Audiovisual, que en su primera edición recayó en el Catedrático de Comunicación Audiovisual de la Universidad del País Vasco D. Santos Zunzunegui por su obra "La Mirada Plural".

En 2008, el premio, en su segunda edición ha recaído en la obra: "Las normas del deseo: Imaginario sexual y comunicación" de la autora argentina Leticia Inés Sabsay.

El fallo del jurado se produjo el 11 de diciembre de 2008 en Córdoba. El jurado estaba compuesto por:

- D. Juan Montabes Pereira, presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía.
- D. Juan Ojeda Sanz, vicepresidente Tercero de la Fundación Cajasur. Obra Social y Cultural.
- D<sup>a</sup>. Carolyn Richmond, en representación de la Fundación Francisco Ayala.
- D. Jenaro Talens Carmona, catedrático de la Universidad de Ginebra.
- D<sup>a</sup>. Victoria Camps Cervera, catedrática de la Universidad Autónoma de Barcelona.

#### Convenio con la Consejería para la Igualdad y el Bienestar Social y el Consejo Andaluz de Asuntos de Menores.

- Objeto: garantizar el respeto y la protección en el ámbito audiovisual andaluz de los derechos constitucionales y estatutarios de los menores de edad, así como el impulso y fomento de los valo-

res humanos en la educación de la infancia y juventud.

- Contenido: Organización de jornadas o simposios. Impulso y desarrollo de cualquier otra actividad. Comunicación del Consejo Andaluz de Asuntos de Menores al Consejo Audiovisual de Andalucía de asuntos o quejas sobre las que pueda pronunciarse éste último. Comunicación del Consejo Audiovisual de Andalucía al Consejo Andaluz de Asuntos de Menores de aquellas decisiones, informes o estudios que puedan afectar a este último. Creación de una comisión mixta de seguimiento.
- Vigencia: Hasta el 26 de diciembre de 2012.
- Actividades: 17 y 18 de noviembre de 2008 — celebración del VII Foro de la Infancia, cuyo tema central fue el estudio de los medios de comunicación y la infancia.

La Séptima Edición del Foro Andaluz de la Infancia, se clausuró con la aportación de importantes conclusiones por parte de sus ponentes. El Consejo Audiovisual de Andalucía ha estado presente desde el primer día con la asistencia de su presidente, Juan Montabes Pereira, al acto de inauguración así como con la participación en conferencias y mesas redondas de dos de sus consejeras. La primera conferencia de este foro, "Vivir para ver. El estado de la cuestión entre menores y medios audiovisuales en Andalucía", corrió a cargo de la consejera del Consejo Audiovisual de Andalucía D<sup>a</sup>. Cristina Cruces. Por su parte, la consejera del Consejo Audiovisual de Andalucía D<sup>a</sup>. María Luisa Pérez, tomó parte, junto con el Defensor del Pueblo, José Chamizo, en la mesa redonda sobre las "Buenas prácticas en el tratamiento de la información sobre la infancia".

#### Convenio con la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL)

- Objeto: Seguimiento de la publicidad y la detección, corrección y supresión de la publicidad incorrecta a la luz de las normas vigentes, así como todas aquellas cuestiones relacionadas con la regulación de la actividad publicitaria y el control de la licitud de los anuncios en el ámbito territorial de la competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía, incluida la resolución de controversias.
- Contenido: cooperación mutua e intercambio de información entre las entidades. Tramitación por Autocontrol de asuntos cuya diligencia sea solicitada por el Consejo Audiovisual de Andalucía ante el Jurado de la Publicidad que emitirá la correspondiente resolución motivada. Organización de acciones de divulgación, formación o estudios. Creación de una comisión mixta de seguimiento.
- Vigencia: Indefinida

#### Convenio con Fundación Euroárabe de Altos Estudios

- Objeto: Consecución de fines comunes y realización de actividades que redunden en el beneficio mutuo, con especial referencia a las relacionadas con el entorno científico, social, cultural euroárabe y a la difusión del patrimonio cultural hispanoárabe andalusí.
- Contenido: Organización de cursos, seminarios y conferencias.  
Realización de Publicaciones específicas.  
Creación de una Comisión mixta de seguimiento.
- Vigencia: 1 de febrero de 2010.
- Actividades: 24 de enero de 2008 - cesión de la sede de la Fundación para celebración de una de las sesiones del Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía y reunión de trabajo del Consejo Audiovisual de Andalucía con operadores de televisiones locales de Granada.

#### Convenio con Asociación Iberoamericana de Centros de Investigación y Empresas de Telecomunicaciones (AHCJET)

- Objeto: El objeto del presente convenio marco es contribuir a un mejor conocimiento común del sistema audiovisual y de las tecnologías de la información, erigiendo una forma de cooperación que permita el avance en la comprensión y el desarrollo del sector.

- Contenido: Organización de jornadas o simposios. Organización de conferencias, seminarios, talleres sobre temas de interés común.  
Intercambio de información y documentación.  
Elaboración de propuestas conjuntas a fin de llevar a cabo estudios, informes y proyectos conjuntos.
- Vigencia: Indefinida.

#### 4.4. PARTICIPACIÓN SOCIAL DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

Durante 2008 tanto el presidente como el resto de miembros del Consejo Audiovisual de Andalucía, además del desarrollo ordinario de su actividad en el seno de la propia institución, han participado en visitas institucionales, jornadas y eventos de diferente índole, organizados tanto por el Consejo Audiovisual de Andalucía como por otras entidades autonómicas, nacionales e internacionales.

##### Participación social del presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía

A continuación se enumeran los eventos más destacados en los que ha participado el presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía, D. Manuel Ángel Vázquez Medel hasta el 27 de mayo de 2008 y D. Juan Montabes Pereira desde el 15 de julio de 2008:

Evento	Fecha / Lugar
Presentación de las Recomendaciones sobre la Comunicación Social de la Ciencia y la Tecnología (divulgación científica) en los Medios Audiovisuales.	Enero, 23 Parque de las ciencias Granada
Reunión con el Presidente del Consejo Consultivo de Andalucía.	Enero, 23 Granada
Entrega del Premio Francisco Ayala, edición I.	Enero, 23 Granada
Reunión con los operadores de radio y televisión de Granada.	Enero, 24 Granada
1º encuentro de la Plataforma Ibérica de Consejos Audiovisuales (PICA).	Febrero, 1 Lisboa
Conferencia IES Juan de Mairena.	Febrero, 12 Sevilla
Conferencia del Presidente "El CAA y el futuro del Sistema Audiovisual Andaluz" en Aula de Cultura del Grupo Vocento.	Febrero, 26 Granada
9º Congreso de la Sociedad Española de Contracepción y 1ª Reunión Iberoamericana de Contracepción sobre "Medios de comunicación y cambio de actitudes en Contracepción".	Marzo, 14 Sevilla
I Congreso Español de Televisión Digital Autonómica y Local.	Abril, 8-10 Málaga
27ª Cumbre de la Plataforma Europea de Autoridades Reguladoras (EPRA).	Mayo, 5-8 Riga
Encuentro sobre migraciones y medios audiovisuales.	Mayo, 4 Almería
Presentación ante el Parlamento de Andalucía de la Memoria 2007 del Consejo Audiovisual de Andalucía.	Mayo, 20 Sevilla

Evento	Fecha / Lugar
Primer encuentro del Presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía, D. Juan Montabes Pereira con el Presidente Consejo Audiovisual de Cataluña, D. Josep M <sup>a</sup> Carbonell.	Octubre, 23 Barcelona
X Reunión de la Red de Instituciones Reguladoras Mediterráneas donde el Consejo Audiovisual de Andalucía asume la Vicepresidencia.	Octubre, 1-4 Reggio Calabria - Italia
Reunión con el Presidente del Consejo Consultivo de Andalucía.	Noviembre, 10 Granada
Presentación del Primer Informe General sobre Menores y Televisión ala Presidencia del Parlamento de Andalucía.	Noviembre, 11 Sevilla
Inauguración del VII Foro Andaluz de la Infancia.	Noviembre, 17 Huelva
Reunión de la Plataforma Española de Consejos Audiovisuales (PECA).	Noviembre, 20 Pamplona
III Jornada conjunta CAA-Defensor del Pueblo Andaluz: "La Comunidad Gitana y los Medios Audiovisuales".	Noviembre, 21 Granada
Primer encuentro oficial con el nuevo Director General de la Radio Televisión de Andalucía, D. Pablo Carrasco.	Diciembre, 9 Sevilla
Reunión con los operadores de radio y televisión y la Asociación de la Prensa de la provincia de Jaén.	Diciembre, 11 Jaén
Fallo del jurado del Premio Francisco Ayala de Comunicación Audiovisual, II edición.	Diciembre, 12 Córdoba
Presentación del Barómetro Audiovisual de Andalucía, edición 2008.	Diciembre, 18 Sevilla

#### Participación social de los consejeros y consejeras del Consejo Audiovisual de Andalucía

A continuación se enumeran, por ámbito, los eventos más destacados en los que han participado los miembros del Consejo Audiovisual de Andalucía:

Menores y colectivos necesitados de mayor protección		
Evento	Fecha / Lugar	Miembro del Consejo
Medidas para el fomento, prevención de riesgos y seguridad en el uso de Internet y las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) por parte de las personas menores de edad. (Decreto 25/2007, de 6 de febrero). Organizado por la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa.	Enero, 15 Sevilla	• <b>D<sup>a</sup> Carmen Fernandez Morillo</b> Participación mesa "Difusión, Sensibilización Social y Accesibilidad".
Jornada "Regulación y gestión de la inmigración extranjera" organizado por Universidad de Jaén.	Enero, 15 Jaén	• <b>D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez</b> Conferencia "Inmigración y medios de comunicación".
Reunión con D. Stefan Trömel del Comité de apoyo a las personas con discapacidad en los medios audiovisuales.	Abril, 9 Madrid	• <b>D. Eduardo Castro Maldonado</b> Asistente.
XI Congreso de inmigración: "Las migraciones en el mundo".	Abril, 24 Almería	• <b>D. Eduardo Castro Maldonado</b> Ponente.
Jornadas de Primera Infancia y Educación, organizadas por el Consejo Escolar de Andalucía.	Mayo, 17 Granada	• <b>D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez</b> Asistente.

<b>Menores y colectivos necesitados de mayor protección</b>		
<b>Evento</b>	<b>Fecha / Lugar</b>	<b>Miembro del Consejo</b>
Jornadas sobre "Tutela judicial y medios audiovisuales", organizadas por el Consejo General del Poder Judicial.	Junio, 12 y 13 Osuna-Sevilla	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D<sup>a</sup> Carmen Fernandez Morillo</b></li> <li>• <b>D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez</b></li> </ul> Ponencia de ambas consejeras sobre "Tutela y consejo audiovisual. Infancia y género".
III Congreso de Accesibilidad a los medios audiovisuales para personas con discapacidad.	Junio, 30 Julio, 1 Barcelona	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D. Eduardo Castro Maldonado</b></li> </ul> Moderador mesas "Accesibilidad a las nuevas redes de difusión", Ponencia "Acceso y tratamiento de las minorías y colectivos necesitados de mayor protección".
Foro "Gitanos/Gitanas y medios de comunicación: Una apuesta común".	Octubre, 6-8 Palencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D. Eduardo Castro Maldonado</b></li> </ul> Conferenciante.
VII Foro Andaluz de la Infancia organizado por Observatorio de la Infancia de la Consejería de Igualdad y Bienestar Social de la Junta de Andalucía.	Noviembre, 17 Punta Umbría Huelva	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez</b></li> </ul> Participación mesa "Buenas prácticas en el tratamiento de la información sobre la infancia".
III Jornada conjunta CAA-Defensor del Pueblo Andaluz: "La Comunidad Gitana y los medios audiovisuales".	Noviembre, 21 Granada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D. Eduardo Castro Maldonado</b></li> </ul> Organiza y participa como moderador en el acto inaugural y el de clausura.
I Jornadas sobre Inmigración y medios de comunicación, organizadas por el Ayuntamiento de Málaga.	Noviembre, 22 Málaga	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D<sup>a</sup> Carmen Fernandez Morillo</b></li> </ul> Ponencia "Acciones para mejorar las prácticas de los profesionales de los medios de comunicación".

<b>Género</b>		
<b>Evento</b>	<b>Fecha / Lugar</b>	<b>Miembro del Consejo</b>
2º Congreso Internacional de Estudios de género y políticas de igualdad: La imagen pública de la mujer.	Marzo, 26 y 27 Málaga	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D<sup>a</sup> Carmen Fernandez Morillo</b></li> </ul> Ponencia "El Consejo Audiovisual de Andalucía, organismo de igualdad".
Seminario Diagnóstico del Principio de igualdad efectiva organizado por la Facultad de Derecho de la Universidad de Almería.	Marzo, 26-28 Almería	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D<sup>a</sup> Carmen Fernandez Morillo</b></li> <li>• <b>D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez</b></li> </ul> Conferencia "Publicidad sexual y de prostitución: una regulación necesaria" Conferencia: "Discriminación y sexismo en la publicidad de los medios audiovisuales."
2º Encuentro Internacional sobre Ética, gobernanza y desarrollo. Simposio sobre participación política, ciudadanía y políticas de igualdad: La situación de la mujer en el siglo XXI.	Abril, 7-25	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D<sup>a</sup> Carmen Fernandez Morillo</b></li> </ul> Asistente.
Jornadas de Derechos de la infancia, Junta de Andalucía.	Junio, 5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D<sup>a</sup> Cristina Cruces Roldán</b></li> </ul> Asistente.
I Asamblea Nacional de Mujeres Periodistas celebrada en Cádiz.	Noviembre, 8 Cádiz	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D<sup>a</sup> Carmen Fernandez Morillo</b></li> </ul> Participación mesa "Periodistas en igualdad".
Curso actuación de los profesionales sanitarios ante la violencia de género, organizado por el Distrito Sanitario de Jaén, Consejería de Salud.	Noviembre, 21 Jaén	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez</b></li> </ul> Ponencia "Violencia de género y medios de comunicación".
Seminario sobre Mujer y Deporte: actividad física y deporte en las mujeres andaluzas, organizado por la Consejería de Turismo y Deporte - Junta de Andalucía.	Diciembre, 18 Granada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D<sup>a</sup> Carmen Fernandez Morillo</b></li> </ul> Conferencia "La visualización de la mujer en el ámbito deportivo".

<b>Medios audiovisuales</b>		
<b>Evento</b>	<b>Fecha / Lugar</b>	<b>Miembro del Consejo</b>
Conferencia del Presidente "El CAA y el futuro del Sistema Audiovisual Andaluz" en Aula de Cultura del Grupo Vocento.	Febrero, 26 Granada	• <b>D. Eduardo Castro Maldonado</b> Asistente.
Foro Iberoamericano de Convergencia & Audiovisual FICA – 2008.	Febrero, 26-28 Cartagena de Indias, Colombia	• <b>D<sup>a</sup> Mercedes de Pablos Candón</b> • <b>D. Francisco Cervantes Bolaños</b> Asistentes. • <b>D. Jose M<sup>a</sup> Arenzana Seisdedos</b> Ponencias "Archivos audiovisuales. Una oportunidad de negocio", "IQUA. Una Red de autorregulación en Internet para Iberoamérica" y presentación estudio "Convergencia entre los sectores de las telecomunicaciones y el sector audiovisual", junto con D. Santiago Ramentol, Presidente de IQUA.
Curso "Televisión y Educación", organiza Facultad de Ciencias de la Educación.	Marzo, 10 Granada	• <b>D. Eduardo Castro Maldonado</b> Conferencia "La función del CAA en la calidad de los programas de televisión".
I Congreso Español de Televisión Digital Autónoma y Local.	Abril, 8-10 Málaga	• <b>D. Francisco Cervantes Bolaños</b> Asistentes.
Jornada Sector Audiovisual Andaluz, organizada por la Fundación AVA, y celebrada en la sede de la RTVA.	Abril, 15 Sevilla	• <b>D. Francisco Cervantes Bolaños</b> Participación Mesa "Ámbito Institucional y Empresarial del Sector Audiovisual Andaluz".
Jornadas Next Generation Tv.	Mayo, 7 y 8 Madrid	• <b>D. Jose M<sup>a</sup> Arenzana Seisdedos</b> Asistente.
Jornadas de investigación de cultura andaluza.	Junio, 6 y 7 Córdoba	• <b>D<sup>a</sup> Cristina Cruces Roldán</b> Asistente.
Jornada Asociación de la Prensa de Cádiz.	Agosto, 7 Cádiz	• <b>D<sup>a</sup> Mercedes de Pablos Candón</b> Ponente junto al Defensor del Lector de El PAIS y el presidente de Reporteros sin Fronteras.
Curso "El juego de las identidades" organizado por la Universidad Pablo Olavide.	Septiembre, 24 Sevilla	• <b>D<sup>a</sup> Mercedes de Pablos Candón</b> • <b>D<sup>a</sup> Cristina Cruces Roldán</b> Participación mesa "Medios de Comunicación y arte audiovisual".
Seminario final del Programa Europeo Medi-Media. Federación Andaluza de la Prensa.	Octubre, 17-18 Granada	• <b>D. Eduardo Castro Maldonado</b> Asistente.
Festival de Cine Documental de Jaén.	Noviembre, 7 Jaén	• <b>D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez</b> Participación como Jurado.

<b>Relaciones institucionales</b>		
<b>Evento</b>	<b>Fecha / Lugar</b>	<b>Miembro del Consejo</b>
Reunión con el Consejo Consultivo de Andalucía.	Enero, 23 Granada	• <b>D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez</b>
Acto de presentación de la Imagen Institucional y del Plan Estratégico de la Universidad Internacional de Andalucía, en el Monasterio de la Cartuja.	Enero, 28 Sevilla	• <b>D<sup>a</sup> Cristina Cruces Roldán</b>
Encuentro con la Entidade Reguladora para a Comunicação Social.	Febrero, 1-3 Lisboa	• <b>D. Jose M<sup>a</sup> Arenzana Seisdedos</b> • <b>D. Eduardo Castro Maldonado</b>

<b>Relaciones institucionales</b>		
<b>Evento</b>	<b>Fecha / Lugar</b>	<b>Miembro del Consejo</b>
Reunión de la Comisión de seguimiento del convenio con la Fundación Euroarabe.	Febrero, 5 Granada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez</b></li> <li>• <b>D. Eduardo Castro Maldonado</b></li> </ul>
Reunión con la Secretaria Técnica de Programa Ibermedia, órgano de gestión para el audiovisual de la Cumbre Iberoamérica de Jefes de Estado y de Gobierno.	Febrero, 11 Madrid	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D. Jose M<sup>a</sup> Arenzana Seisdedos</b></li> </ul>
Asamblea de la Agencia para la Calidad de Internet (IQUA).	Febrero, 19 Sevilla	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D. Jose M<sup>a</sup> Arenzana Seisdedos</b> Miembro ejecutiva.</li> <li>• <b>D. Eduardo Castro Maldonado</b></li> </ul>
Visita al Centro de Investigación de CADPEA.	Marzo, 3 Granada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D<sup>a</sup> Cristina Cruces Roldán</b></li> </ul>
Selección de solicitudes de becas, convocadas por el Consejo Asesor de la RTVE, para licenciados en comunicación completen su formación en prácticas en los Centros Territoriales de TVE y RNE en Andalucía.	Marzo, 28 Sevilla	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D<sup>a</sup> Cristina Cruces Roldán</b> Miembro de la Comisión de Selección.</li> </ul>
Reunión de Contenidos del Consejo Audiovisual de Cataluña.	Abril, 10 Barcelona	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D. Eduardo Castro Maldonado</b> Asistente.</li> </ul>
Conferencia sobre las funciones del Consejo Audiovisual de Andalucía.	Mayo, 12 Granada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D. Eduardo Castro Maldonado</b> Conferenciante.</li> </ul>
Jornada Derecho a la Información en campaña electoral, organizadas por el Consejo Audiovisual de Andalucía y FAAP. Facultad de Ciencias de la Comunicación.	Junio, 5 Sevilla	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D. Eduardo Castro Maldonado</b></li> <li>• <b>D<sup>a</sup> Cristina Cruces Roldán</b></li> <li>• <b>D<sup>a</sup> Mercedes de Pablos Candón</b></li> <li>• <b>D<sup>a</sup> Carmen Fernandez Morillo</b></li> <li>• <b>D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez</b></li> </ul>
Celebración del X Aniversario de Canal 2 Andalucía.	Junio, 5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D<sup>a</sup> Cristina Cruces Roldán</b></li> </ul>
Reunión de la Comisión de seguimiento del convenio suscrito con el Consejo Andaluz de Asuntos de Menores.	Junio, 18 Sevilla	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez</b></li> </ul>
Reunión con el Fiscal superior de Andalucía D. Jesús Calderón.	Junio, 20 Granada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez</b></li> </ul>
Reunión con D. Jesús Cubiles, Director del Observatorio Andaluz de Menores.	Julio, 21 Granada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez</b></li> <li>• <b>D<sup>a</sup> Cristina Cruces Roldán</b></li> </ul>
Reuniones con D <sup>a</sup> Ana Hermosa Martínez, Fiscal Coordinadora de familia y protección de menores.	Octubre Sevilla	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D<sup>a</sup> Carmen Fernandez Morillo</b></li> <li>• <b>D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez</b></li> </ul>
X reunión Red Instituciones Reguladoras Mediterráneas (RIRM)	Octubre, 1-4 Reggio Calabria, Italia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D<sup>a</sup> Mercedes de Pablos Candón</b></li> <li>• <b>D. Eduardo Castro Maldonado</b></li> </ul>
Conferencia sobre el Consejo Audiovisual de Andalucía en el IES Guadalpín de Marbella.	Noviembre, 6 Marbella	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D<sup>a</sup> Carmen Fernandez Morillo</b> Conferencia sobre el CAA.</li> </ul>
Reunión de la Plataforma Española de Consejos Audiovisuales (PECA).	Noviembre, 20 Pamplona	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D. Eduardo Castro Maldonado</b> Asiste y participa como Secretario de la PECA.</li> </ul>
Visita a las demarcaciones de TDT en Olot y Ripoll, encuentro con el Consejo Audiovisual de Cataluña y operadores TDT locales.	Diciembre, 1 y 2 Barcelona	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D. Jose M<sup>a</sup> Arenzana Seisdedos</b></li> <li>• <b>D. Eduardo Castro Maldonado</b> Asistentes.</li> </ul>

#### 4.5. EVENTOS ORGANIZADOS POR EL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

Durante 2008 el Consejo Audiovisual de Andalucía ha organizado varios eventos junto con otras entidades de diferentes ámbitos, entre los que cabe destacar la jornada sobre derecho a la información en campaña electoral.

Esta jornada, coordinada por la Consejera D<sup>a</sup> Carmen Fernandez Morillo, se celebró el 5 de junio del 2008, en el Salón de Grados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de Sevilla, y estuvo organizada por el Consejo Audiovisual de Andalucía y la Federación de Andaluza de Asociaciones de la Prensa, con el respaldo de la Federación de Asociaciones de la Prensa de Andalucía, que representa a 16.000 periodistas.

El objetivo de la jornada fue reflexionar sobre el ejercicio profesional del periodismo en las campañas electorales que, a juicio de diferentes organizaciones profesionales, encuentra diferentes obstáculos. Distintas organizaciones profesionales y sindicales de periodistas han coincidido en denunciar, con ocasión de las elecciones del 9 de marzo de 2008, una creciente limitación del derecho a la libertad de información que consolida el artículo 20 de la Constitución.

En este contexto, el Consejo Audiovisual de Andalucía presentó unas recomendaciones sobre el tratamiento de la información política en periodo electoral, en las que se solicita a los operadores audiovisuales, en especial los de titularidad pública, que aseguren "una información adecuada e imparcial sobre las diversas ofertas electorales, dando también cabida a la información sobre candidaturas de formaciones que en la actualidad no tienen representación parlamentaria, garantizando así la construcción de una información plural y objetiva".

Las jornadas propiciaron el encuentro y el debate de distintos actores implicados en el asunto, así como de expertos en pluralismo, procedentes del ámbito jurídico y académico, como el vicepresidente de la Junta Electoral Central y magistrado del Tribunal Supremo, D. Mariano Baena del Alcázar; Joan Botella, catedrático de Ciencias Políticas y Derecho Público y ex presidente de EPRA; Rafael Jorba, consejero del Consejo Audiovisual de Cataluña; Gemma Segura López, jurista que ha elaborado el recurso que sobre proporcionalidad informativa han presentado ante el Tribunal Supremo tres organizaciones de periodistas; Fernando González Urbaneja, presidente de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España; Carmen del Riego, periodista que durante más de treinta años ha seguido todas las campañas electorales celebradas; Miguel Ángel Vázquez, parlamentario andaluz y secretario de Comunicación e Imagen de la ejecutiva regional del PSOE; Mateo Rísquez vicepresidente del Consejo de Administración de la RTVA y secretario de Comunicación del PP,

quien sustituyó al parlamentario andaluz y vicesecretario general del PP, Ricardo Tarno; José Luis Pérez Tapia, secretario de Comunicación de IU-CA; Francisco Sierra, decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

#### Conclusiones de las Jornadas

De las diferentes intervenciones y, sobre todo del debate, en torno a las condiciones en las que se está produciendo la recogida, elaboración y publicación de información en precampaña se extraen las siguientes conclusiones:

1. Los medios de comunicación son actores fundamentales, aunque no únicos, en los procesos electorales. Tienen la misión esencial de difundir informaciones y opiniones necesarias para que la ciudadanía pueda formar libremente sus propias opiniones y participar de manera responsable en los asuntos públicos. Esa función de servicio público compromete especialmente a los medios públicos, pero también a los de titularidad privada.

2. Organizaciones de periodistas denuncian una creciente degradación del trabajo como de las restricciones que, en periodo electoral, imponen los partidos políticos para acceder a la información y, en el caso de los medios públicos, debido al actual sistema de ordenación de asignación de tiempo y de ordenación de la información denominado bloques electorales. Los profesionales consideran que la interpretación que se está haciendo de la LOREG —Ley Orgánica de Régimen Electoral General— supone una limitación del derecho a la libertad de información que consolida el artículo 20 de la Constitución, convierte el periodismo en propaganda política y a los periodistas en meros cronometradores del tiempo asignado a cada partido. Para evitar situaciones como las vividas en las últimas citas electorales, los profesionales de la comunicación defienden la conveniencia de propugnar una reforma de la LOREG.

3. Sin embargo, en el caso de los medios de comunicación de titularidad pública, es preciso diferenciar los espacios gratuitos de propaganda electoral regulados por la LOREG con el resto de la programación, incluida la información que a la que, ni en periodo electoral ni fuera de él, es exigible los criterios de proporcionalidad establecidos para la propaganda. Todo lo contrario, el artículo 66 de dicha Ley ampara la libertad de información y programación, así como el derecho de los profesionales y de los medios a recoger, procesar y emitir información siempre que se respete el pluralismo político y social y la neutralidad informativa.

4. En relación con los espacios gratuitos de propaganda electoral, no es recomendable que puedan confundirse e intercalarse con la publicidad comercial.

5. Las juntas electorales no organizan ni controlan la información en periodos electorales, función que en

los medios de titularidad pública corresponde a sus órganos de administración. Las juntas electorales sólo intervienen a instancias de los partidos políticos cuando se presentan recursos electorales.

6. El pluralismo y la neutralidad de la información son principios fundamentales que deben respetar las radios y televisiones públicas y privadas en período electoral. A diferencia de lo que sucede en otros países de nuestro entorno, nuestro ordenamiento jurídico no ha desarrollado estos principios de manera que los poderes públicos no disponen de normas ni criterios metodológicos que regulen y permitan evaluar el pluralismo y la neutralidad informativa.

7. En relación con los principios de pluralismo político y la neutralidad informativa, las juntas electorales han venido estableciendo una doctrina jurisprudencial que no es homogénea en el conjunto del Estado, que cambia en los diferentes períodos electorales y que, en algunos casos, llega a ser contradictoria, móvil y cambiante.

8. Los profesionales de la información deben elaborar su trabajo diario aportando un plus de calidad, buscando la equidad y la igualdad de oportunidades de todos los participantes en los procesos electorales.

9. La ausencia de criterios homogéneos y cambiantes entre las diferentes juntas electorales y su intervención en base exclusivamente a la intervención de recursos que, siendo legítimos, se pueden convertir en una extensión de las estrategias de los partidos en períodos electorales genera desconcierto e incertidumbre en los medios y en los profesionales de la información.

Esto se ha puesto especialmente en evidencia en la pasada campaña para las elecciones generales del 9 de marzo de 2008 cuando, como consecuencia de un recurso, la Junta Electoral Central decidió que en el plan de cobertura de la RTVE, el cómputo de tiempo informativo establecido para cada formación política fuese diario en lugar, modificando así una doctrina anterior.

10. Preocupación por la creciente proliferación de recursos electorales presentados por las organizaciones políticas.

11. Si bien existe libertad de programación de los medios en los períodos electorales, ciertas prácticas —como la celebración de debates a dos—, si no son templadas con oportunidades para otras fuerzas polí-

ticas significativas, ahondan en el fomento del bipartidismo en detrimento del pluralismo político.

12. En período electoral y en relación con las radios y televisiones públicas, en todos los países se aplican criterios igualitarios o de proporcionalidad para asegurar el pluralismo informativo. La asignación de tiempos en la información política no contradice en sí mismo el ejercicio de la libertad de información, siempre que se aplique un modelo que permita que la información electoral se rija por los mismos criterios profesionales que se aplican a la información política durante el resto del año: interés informativo, principio de pluralidad, respeto de la neutralidad, veracidad, rigor y equilibrio.

13. Los periodistas no son los únicos titulares del derecho a la libertad de información que, es sobre todo, un derecho del conjunto de la ciudadanía. En ese sentido, sí corresponde a los informadores ofrecer una información de política de calidad que contribuya a que los ciudadanos puedan conocer las propuestas y soluciones que ofrecen las diversas opciones políticas. Por el contrario, predomina el periodismo de declaraciones y de reproche en detrimento del deber de informar correctamente.

14. Los partidos políticos deben facilitar la tarea de los profesionales de la información y su libre acceso a los actos de campaña, de manera que puedan realizar su trabajo adecuadamente y con dignidad.

15. Los Consejos Audiovisuales carecen en España de competencias en relación con el pluralismo y la neutralidad informativa en período electoral. Sin embargo, los órganos de regulación independientes podrían tener un papel más relevante en la mejora de la calidad de la información en los procesos electorales para los prestadores públicos y privados de comunicación audiovisual. El seguimiento de las recomendaciones realizadas por el Consejo Audiovisual de Andalucía en los planes de cobertura de los medios públicos en próximos procesos electorales podría contribuir a garantizar la profesionalización y el equilibrio de la información electoral.

16. La perspectiva de futuro y la pluralidad presente en las sociedades contemporáneas exige una reflexión sobre los pluralismos no sólo políticos, ya que el acceso a contenidos plurales de carácter social —religioso, cultural, de género...— constituyen también derechos de la ciudadanía y contribuyen a la cohesión social y al fomento de valores de referencia.

## 5. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

### 5.1. PUBLICACIONES

Durante el 2008 el Consejo Audiovisual de Andalucía ha realizado, entre otras, las siguientes publicaciones:

- Barómetro Audiovisual de Andalucía y resumen ejecutivo, edición 2007.
- Memoria 2, Informe 2007 del Consejo Audiovisual de Andalucía al Parlamento de Andalucía.
- Informe sobre menores y Televisión y resumen ejecutivo, 2008.
- “La mirada plural”, primer Premio Internacional Francisco Ayala de Comunicación Audiovisual, del Catedrático de de Comunicación Audiovisual de la Universidad del País Vasco D. Santos Zunzunegui.

Por otro lado los miembros del Consejo Audiovisual de Andalucía han colaborado en diferentes publicaciones que se pasan a describir:

Publicaciones	
Participación en la publicación	Miembro del Consejo
“El aplauso difícil”, en el libro “ Comunicación y música II: Tecnología y audiencias”. Miguel de Aguilera, Joan E. Adell y Ana Sedeño (eds.)	<b>D<sup>a</sup>. Cristina Cruces Roldán</b>
Libro Un homenaje a Antonio Ramos, editado por la Universidad de Sevilla	<b>D<sup>a</sup>. Mercedes de Pablos Candón</b>
Libro editado por CC.OO., junto con sesenta firmas más en conmemoración de 30 años de sindicalismo democrático	
Informe ‘Marco legal relativo a la defensa del derecho al honor, intimidad y propia imagen de niños y niñas’	<b>D<sup>a</sup>. M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez</b>
Dossier marco legal y deontológico relativos al control y regulación de contenidos audiovisuales destinados a la infancia y adolescencia’, publicado por el Observatorio de la Infancia	
I Congreso Andaluz de Consumo, Sevilla, La publicidad actual. Legalidad, responsabilidad social y creatividad ¿Conceptos incompatibles?	
Ni el aire que respiras. Pensamiento científico ante la violencia de género. Colección Señales. Artículo “¿Puede una mujer morir dos veces?”	<b>D<sup>a</sup>. Carmen Fernández Morillo</b>

### 5.2. PÁGINA WEB DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

La Página web del Consejo Audiovisual de Andalucía es [www.caa.org.es](http://www.caa.org.es) o [www.consejoaudiovisualdeandalucia.es](http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es), está diseñada y construida bajo tecnología de software libre.

La página Web consta de un sistema de presentación segura (<https>) de sugerencias, peticiones o quejas a la Oficina de Defensa de la Audiencia mediante certificado digital de la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre.

El número de visitas durante el 2008 ha sido de 124.213 —un promedio de 340 visitas diarias—. En 2008 se han descargado 956.109 páginas de la web —un promedio de 2.600 páginas al día—.

En el último trimestre de 2008 han comenzado los trabajos que permitirán la presentación completamente telemática, posibilitando el uso de certificado digital para los ciudadanos y la consulta telemática del estado de tramitación de los expedientes a los interesados (ciudadanos, operadores...), del mismo modo el Consejo se encuentra en la primera fase de los trabajos de adaptación de la página web para dar cumplimiento a la Ley 11/2007, de 22 de junio, de acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos.

### 5.3. E L CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Durante el año 2008 el Consejo Audiovisual de Andalucía emitió, a través del Gabinete de Comunicación, 51 notas y comunicados dirigidos tanto a agencias de noticias como a diferentes medios de prensa, radio y televisión con el objetivo de divulgar la actividad de esta institución.

Igualmente, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha convocado diferentes ruedas de prensa para dar a conocer los trabajos desarrollados por la institución. Durante 2008, se ha intervenido en programas radiofónicos de operadores públicos y privados y se han publicado diversos artículos en prensa escrita sobre asuntos relacionados con la actividad de este órgano.

Las noticias, eventos y otras informaciones sobre las actuaciones del Consejo Audiovisual de Andalucía en 2008 ya han sido en su mayoría descritas en la presente memoria, el resto se pueden encontrar publicadas en la página web del Consejo: [www.consejoaudiovisualdeandalucia.es](http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es), no obstante a continuación se enumeran los titulares de las mismas:

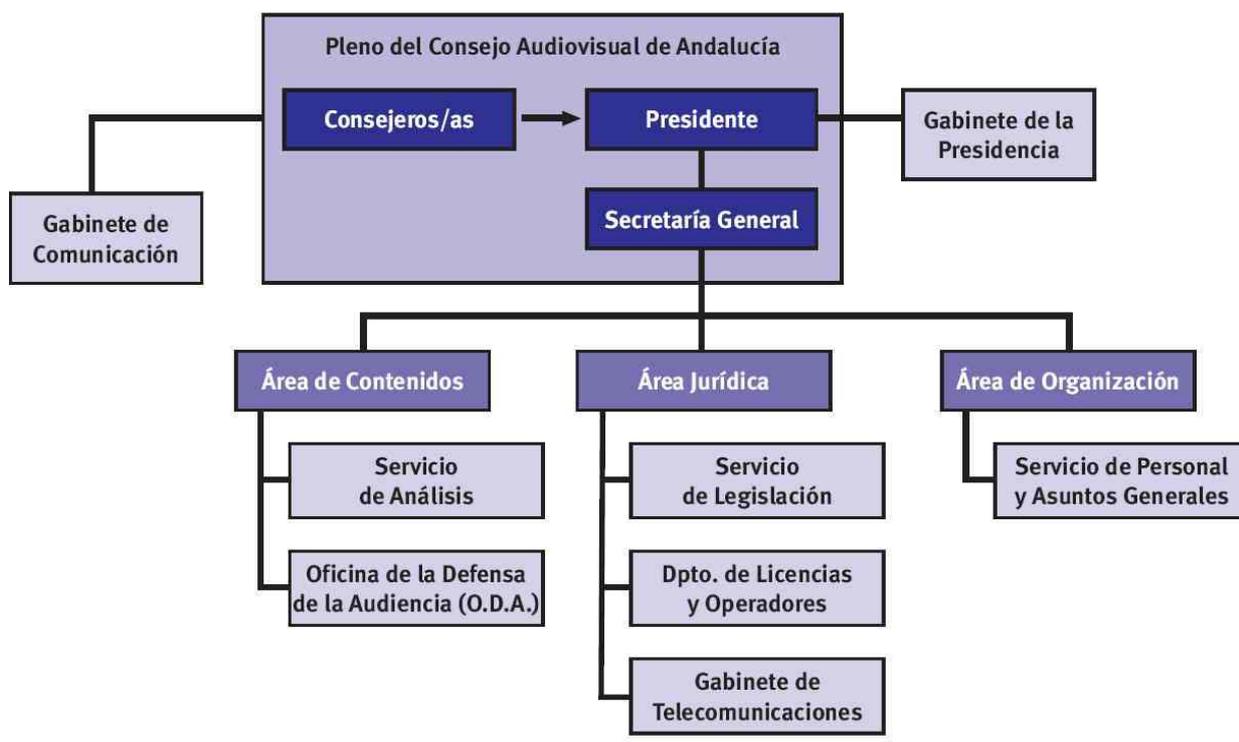
- 22/01/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía centra su actividad esta semana en Granada.
- 22/01/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía presenta en el Parque de las Ciencias de Granada las Recomendaciones sobre el Tratamiento de la Divulgación Científica en los Medios Audiovisuales.
- 22/01/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía se reúne con el Presidente del Consejo Consultivo en Granada.
- 24/02/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía aprueba unas Recomendaciones sobre el Tratamiento de la Información Política en Periodo Electoral.
- 24/01/2008 Entrega del Premio Internacional Francisco Ayala de Comunicación Audiovisual en Granada.
- 01/02/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía presente en Lisboa en el Encuentro de la Plataforma Ibérica de Consejos Audiovisuales.
- 04/02/2008 El I Encuentro de la Plataforma Ibérica de Consejos Audiovisuales concluye en Lisboa con una clara apuesta por la independencia de los Consejos Audiovisuales
- 11/02/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía incoa los primeros expedientes sancionadores.
- 11/02/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía ratifica su entrada en la Agencia de Calidad de Internet.
- 11/02/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía ofrece su reconocimiento institucional a Rafael de León con ocasión de su centenario.
- 19/02/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía, Autocontrol y AECEM se incorporan a la Agencia IQUA.
- 14/03/2008 Los medios de comunicación deben colaborar en el cambio de actitudes de contracepción. Conferencia del Presidente del Consejo Audiovisual, Manuel Ángel Vázquez Medel, en el Congreso de la Sociedad Española de Contracepción.
- 28/03/2008 El 43% por ciento de las alertas analizadas por el Consejo Audiovisual de Andalucía están relacionadas con contenidos potencialmente sexistas en la publicidad.
- 28/03/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía sancionará a las televisiones que anuncian contactos sexuales en horario infantil.
- 28/03/2008 La publicidad consolida estereotipos que contribuyen a la discriminación de la mujer.
- 08/04/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía emplaza a los medios audiovisuales a la erradicación de estereotipos deformantes con los que se señala al Pueblo Gitano.
- 16/04/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía advierte a los operadores del peligro que supone el uso repetido de rasgos negativos asociados a personas o colectivos determinados.
- 18/04/2008 El 79 por ciento de la publicidad de productos de limpieza reproduce estereotipos sexistas.
- 02/05/2008 El Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía aprueba por unanimidad una metodología de estudio de pluralismo.
- 15/05/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía participa en la 27ª Cumbre Europea de Consejos Audiovisuales
- 19/05/2008 Los andaluces menores de 12 años ven más de 2 horas de televisión al día.
- 20/05/2008 Presentación ante el Parlamento de Andalucía de la Memoria 2007 del Consejo Audiovisual de Andalucía.
- 02/06/2008 Derecho a la Información en Campaña Electoral.
- 22/07/2008 Juan Montabes Pereira toma posesión de su cargo como nuevo Presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía.
- 24/07/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía celebra su primera sesión plenaria presidida por D. Juan Montabes Pereira.
- 08/08/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía advierte sobre la banalización de la violencia de género y el sexismo en telenovelas emitidas en horario infantil.
- 18/09/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía sanciona a dos operadores de televisión local por emisión de pornografía y contactos sexuales en horario infantil.
- 24/09/2008 Primer encuentro del Presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía, D. Juan Montabes con el Consejo Audiovisual de Cataluña.

- 03/10/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía asume la Vicepresidencia de la Red de Instituciones Reguladoras Mediterráneas.
- 07/10/2008 Las Consejeras del Consejo Audiovisual de Andalucía D<sup>a</sup>. Cristina Cruces Roldán y D<sup>a</sup>. M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez ponentes en el VII Foro Andaluz de la Infancia.
- 09/10/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía aprueba la creación de la vicepresidencia y presenta un análisis de la gestión económica.
- 22/10/2008 Un estudio del Consejo Audiovisual de Andalucía evidencia la invisibilidad del deporte femenino en televisión.
- 10/11/2008 El Presidente del Consejo Consultivo de Andalucía recibe en Granada al Presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía.
- 11/11/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía presenta en el Parlamento Andaluz el Primer Informe General sobre Menores y Televisión.
- 13/11/2008 La Fiscalía inicia diligencias de investigación penal a una televisión local a partir de un procedimiento sancionador del Consejo Audiovisual de Andalucía.
- 14/11/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía remite a la Fiscalía los requerimientos de cese enviados a GRANADA MIRA TV por emisión de pornografía en horario protegido.
- 17/11/2008 El Informe General sobre Menores y Televisión del Consejo Audiovisual de Andalucía se presenta en el VII Foro Andaluz de Infancia.
- 18/11/2008 La Agencia de Calidad de Internet (IQUA) de la que forma parte el Consejo Audiovisual de Andalucía nombra a Albert Recasens, Director General.
- 19/11/2008 Se clausura el VII Foro de la Infancia con una importante presencia del Consejo Audiovisual de Andalucía.
- 21/11/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía demanda la creación del Consejo Audiovisual Estatal y la Ley General que regule el Sector.
- 21/11/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía pide la declaración del 2009 como "Año del Pueblo Gitano en los Medios Audiovisuales de Andalucía".
- 24/11/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía estima parcialmente una queja contra "La Hora de Pepe Iria" de la Radio-Tv Municipal de La Línea.
- 27/11/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía estima una queja sobre la discriminación a un Partido Político en los informativos de Canal Sur.
- 09/12/2008 El Presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía, D. Juan Montabes, valora positivamente la decisión de cambiar a horario no protegido la telenovela de Canal Sur "Ángel Rebelde".
- 11/12/2008 El Presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía se reúne con los operadores de Jaén.
- 11/12/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía realiza un avance sobre el estudio de publicidad y juguetes de la campaña 2008-2009.
- 12/12/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía y la Fundación CajaSur otorgan el II Premio Francisco Ayala de Comunicación Audiovisual a la obra "Las normas del deseo: Imaginario sexual y comunicación".
- 18/12/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía presenta en Granada un estudio que evidencia la desigualdad del deporte femenino en televisión.
- 18/12/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía aprueba una normativa de funcionamiento interno para mejorar la eficacia en el cumplimiento de sus funciones.
- 18/12/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía presenta el Barómetro Audiovisual de Andalucía, edición 2008, con la opinión y las expectativas de los andaluces respecto de los medios.
- 23/12/2008 El Consejo Audiovisual de Andalucía remite a la Comisión de Publicidad el anuncio de promoción del uso del cinturón de la DGT.

## 6. ASPECTOS GENERALES DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

### 6.1. ORGANIGRAMA

El organigrama del Consejo Audiovisual de Andalucía es el que se presenta a continuación:



Además de sus miembros, el Consejo Audiovisual de Andalucía cuenta con:

#### Secretaría General

La Secretaría General es la responsable de la Administración al servicio del Consejo, organización creada a su servicio y al de sus miembros para el ejercicio de sus funciones. Le corresponden las funciones generales de secretaría del Consejo, la jefatura inmediata del personal y la dirección de las áreas y unidades administrativas. Igualmente le compete cursar las convocatorias para la celebración de las sesiones del Pleno y otros órganos del Consejo y proveer los medios necesarios para la celebración de las sesiones plenarias, en las que actúa con voz y sin voto. El Secretario General es nombrado por el Consejo de Gobierno a propuesta de la Presidencia del Consejo.

En 2008, la Secretaría General del Consejo Audiovisual de Andalucía ha estado ocupada desde el 29 de julio de 2008 por D. Fernando Contreras Ibáñez que sustituyó a D. Juan Luque Alfonso.

#### Gabinete de la Presidencia

Según el artículo 17 del Reglamento Orgánico y de Funcionamiento del Consejo Audiovisual de Andalucía corresponden al Gabinete de la Presidencia, entre otras, la coordinación de la agenda de la Presidencia y la atención a las relaciones con instituciones, organismos, asociaciones y ciudadanos, la organización y supervisión del protocolo del Consejo y de los actos a los que asistan sus miembros, así como la proyección de la imagen institucional del Consejo y el intercambio de información con otras autoridades de regulación del sector audiovisual.

El Gabinete está compuesto por un/a jefe, vocal asesor/a, asesor/a y técnico/a, más el personal administrativo asignado.

#### Gabinete de Comunicación

De acuerdo con el artículo 18 del Reglamento Orgánico y de Funcionamiento del Consejo Audiovisual de Andalucía, el Gabinete de Comunicación está constituido por el/a Vocal Asesor/a.

Las funciones del Gabinete de Comunicación del Consejo Audiovisual de Andalucía son la de información institucional de la actividad del Consejo siguiendo instrucciones de la Presidencia y el Pleno, difusión en los medios de comunicación a través de notas de prensa de la información que se considere oportuna y convocatoria de las ruedas de prensa y elaboración de informes de prensa y seguimiento de información sobre el sector audiovisual.

#### Administración al servicio del Consejo

El Consejo Audiovisual de Andalucía se compone de tres Áreas que desarrollan las funciones de apoyo y asistencia tanto legal como técnica para el desarrollo de las competencias y funciones del Consejo.

#### Área de Organización

Se encarga de proporcionar al Consejo los medios necesarios para su funcionamiento, tal y como se explicita en el artículo 23 del Reglamento Orgánico y de Funcionamiento, atendiendo a temas de presupuesto, recursos humanos, instalaciones y mobiliario, además de otros servicios. Está compuesta por:

- Coordinador/a de Área.
- Jefe/a del Servicio de Personal y Asuntos Generales.
- Jefe/a de la Sección de Personal.
- Gabinete de Telecomunicaciones.
- Personal administrativo.

#### Área Jurídica

Su cometido es intervenir en todas las cuestiones legales del Consejo, y fundamentalmente en la asistencia, asesoramiento y apoyo de las tareas de sus órganos, tal y como se recoge en el artículo 24 del

Reglamento Orgánico y de Funcionamiento del Consejo Audiovisual de Andalucía. Está compuesta por:

- Coordinador/a de Área.
- Jefe/a del Servicio de Asuntos Jurídicos y Reclamaciones.
- Personal administrativo.

#### Área de Contenidos

Se encarga del análisis y seguimiento de los programas de los medios de comunicación audiovisual según lo recogido en el artículo 25 del Reglamento Orgánico y de Funcionamiento del Consejo Audiovisual de Andalucía. Esta Área constituye el espíritu nuclear del Consejo y una de las prioridades del Consejo Audiovisual de Andalucía es potenciar su futuro crecimiento.

- Responsable de la Oficina de Defensa de la Audiencia.
- Asesores/as técnicos/as.
- Personal administrativo.

## 6.2. PLANTILLA ORGÁNICA

En la actualidad, el Consejo Audiovisual de Andalucía está siendo asistido para su funcionamiento por el personal contemplado en la Relación de Puestos de Trabajo aprobada por Decreto 216/2005, de 4 de octubre, y por el Decreto 91/2006, de 2 de mayo. Ésta cuenta con un total 43 de puestos de trabajo, de los que se encontraban ocupados a fecha 31 de diciembre, un total de 32 puestos: 28 correspondientes a personal funcionarios y 4 a personal laboral. El desglose por adscripción a las distintas Áreas y grupos se refleja en los siguientes cuadros:

#### Funcionarios

Centro directivo	Grupo A	Grupo B	Grupo C	Grupo D	Total
Área de Organización	3	1	6	-	10
Área Jurídica	3	-	-	-	3
Área de Contenidos	6	-	1	1	8
Dpto. de Informática	2	1	1		4
Secretarios/as	-		3	4	7
TOTAL	14	2	11	5	32

#### Laborales

Categorías	Grupo IV	Grupo V	TOTAL
Conductor	1	-	1
Ordenanza	-	3	3
TOTAL	1	3	4

Este Consejo ya ha puesto de manifiesto la necesidad de reforzar y completar la Relación de Puestos de Trabajo y dotarla de los recursos humanos imprescindibles para abordar con el rigor y precisión requerida las diversas funciones que esta institución tiene atribuida tanto por su Ley de Creación como por el Reglamento Orgánico y de Funcionamiento del Consejo Audiovisual de Andalucía.

De acuerdo con ello, se acometió la modificación de la vigente RPT, cuya propuesta fue aprobada por el Pleno, y con la que se pretende dotar a la institución un correcto dimensionamiento del número de puestos de trabajo, como una correcta definición de los perfiles profesionales de los puestos, para adaptarlos a las necesidades y demandas del entorno, de forma que puedan abordar con garantías suficientes el ejercicio de las competencias de este Consejo Audiovisual de Andalucía.

### 6.3. BECAS

Mediante Resolución del Consejo Audiovisual de Andalucía de 12 de abril de 2007, se estableció la normativa reguladora que ha de regir con carácter indefinido las convocatorias anuales de las becas conjuntas de formación e investigación a conceder por es-

ta institución, disponiendo que las convocatorias de becas se efectúen anualmente.

Durante 2008 y como resultado del área de responsabilidad de Becas y Fomento detentada por la Consejera D<sup>a</sup>. Cristina Cruces Roldán, tuvo lugar la aprobación en Pleno de la Resolución de 16 de enero de 2008, por la que se convocan becas conjuntas de formación e investigación dentro del área y funciones que desarrolla esta institución, publicada en el BOJA núm. 22, de 31 de enero de 2008.

Las materias de las becas para el ejercicio 2008, consisten en:

- Área de programación y publicidad en los contenidos radiofónicos.
- Área de técnicas de investigación estadística aplicada al estudio de los medios audiovisuales.
- Área de derechos de la infancia en los medios audiovisuales, aplicación y estudio.
- Área de análisis del discurso publicitario.
- Área de derecho público y derecho comunitario y su aplicación al ámbito audiovisual.

En la presente convocatoria se recibieron 87 solicitudes, de las cuales el 29,89% corresponden a hombres y el 70,11% a mujeres. Los porcentajes de las solicitudes presentadas por estudio son los siguientes:

Estudios	Nº Solicitudes	%
Ldo. en Comunicación Audiovisual	18	20,69%
Ldo. en Periodismo	13	14,94%
Ldo. en Derecho	9	10,34%
Ldo. en Historia	9	10,34%
Ldo. en Comunicación	5	5,75%
Ldo. en Historia del Arte	4	4,60%
Ldo. en Económicas	4	4,60%
Ldo. en Humanidades	3	3,45%
Ldo. en Sociología	3	3,45%
Ldo. en Administración y Dirección de Empresas	2	2,30%
Ldo. en Antropología	2	2,30%
Ldo. en Ciencias Políticas	2	2,30%
Ldo. en Estadística	2	2,30%
Ldo. en Filosofía	2	2,30%
Ldo. en Publicidad	2	2,30%
Ldo. en Documentación	2	2,30%
Dpdo. en Empresariales	1	1,15%
Ldo. en Filología Hispánica	1	1,15%
Ldo. en Pedagogía	1	1,15%
Ldo. en Psicopedagogía	1	1,15%
Dpdo. en Relaciones Laborales	1	1,15%
<b>TOTAL</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

La convocatoria ofertaba 5 plazas que fueron asignadas en Resolución de 4 de septiembre, por la que se adjudican becas de formación e investigación para el año 2008.

Asimismo, tuvo lugar la prórroga de dos becas adscritas al Área de Contenidos de la Institución: "Formación y realización de trabajos de recopilación, clasificación, tratamiento y análisis de datos de conte-

nido relacionados con la imagen de Andalucía y su proyección en los medios audiovisuales” y “Desarrollo de propuestas teóricas y metodológicas para estudios monográficos acerca del tratamiento del género en los medios audiovisuales”.

## 6.4. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO

### 6.4.1. Sede

De acuerdo con el artículo 6 del Reglamento Orgánico y de Funcionamiento del Consejo Audiovisual de Andalucía, Sevilla es la ciudad donde debe ubicarse la sede del Consejo Audiovisual de Andalucía. Desde su constitución, el organismo tiene su sede en la avda. República Argentina número 24, habiendo ampliado parte de sus instalaciones al número 26 de la misma avenida.

Aunque la situación actual respecto a la existencia de instalaciones en edificios diferentes es de normalidad funcional, ésta conlleva una serie de inconvenientes tanto técnicos como económicos que hacen del traslado a otra sede uno de los principales objetivos del Consejo Audiovisual de Andalucía a medio plazo.

### 6.4.2. Informática y telecomunicaciones

El Área de Organización es la responsable de los recursos informáticos y de telecomunicaciones del Consejo Audiovisual de Andalucía, a través del Gabinete de Telecomunicaciones que ha continuado consolidando la infraestructura hardware y software del Organismo, lo que ha permitido acometer nuevos proyectos de servicios, ofrecidos tanto a los usuarios del Consejo Audiovisual como directamente a los ciudadanos.

#### Actividad del Gabinete de Telecomunicaciones en 2008

Los trabajos y servicios más relevantes realizados durante el año 2008 por el Gabinete de Telecomunicaciones son los siguientes:

1. Apoyo técnico al Área de Contenidos en el ámbito del contrato “Tratamiento de información y documentación para el análisis de contenidos —programación y publicidad en la televisión en Andalucía—”

- Asistencia en el uso de las aplicaciones, interfaces y sistemas ofrecidos por la empresa adjudicataria en virtud del contrato, así como interlocución técnica con la referida empresa para las labores de personalización de las herramientas y resolución de incidencias.
- Tareas relativas a la interconexión de los sistemas y aplicaciones del Consejo con las infraestructuras hardware y software necesarias para la prestación del servicio: mantenimiento de la infraestructura de interconexión con la red del adjudicatario, seguimiento de la calidad de las herra-

mientas y redes para la prestación del servicio, compatibilidad de los sistemas implicados...

- Apoyo técnico en el diseño y elaboración de los modelos de datos de catalogación de material audiovisual.
- Servicios de alojamiento y conectividad de los servidores que graban las emisiones autonómicas y nacionales.

2. Auditoría de Seguridad y protección de datos de carácter personal en el Consejo Audiovisual de Andalucía.

3. Análisis de riesgos y preparación del organismo para la gestión de los mismos, a partir de un Plan Director de Seguridad.

4. Adecuación en materia de protección de datos de carácter personal al nuevo Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre, de Protección de los Datos de Carácter Personal aprobado por Real Decreto 1720/2007 de 21 de diciembre de 2007.

5. Primera fase del tramitador electrónico para la Oficina de Defensa de la Audiencia, basado en las herramientas informáticas Trew@, Agend@ y Oracle.

6. Apoyo al Área de Organización en el análisis y modelado de los procedimientos del Organismo, de cara a su implementación electrónica. Identificación y clasificación de procedimientos, intervinientes, firmantes...

7. Fase de prueba del sistema para la tramitación electrónica de comunicaciones internas, basado en Trew@ y Oracle.

8. Consolidación y mejora de servicios informáticos internos:

- Servicio de soporte técnico y resolución de incidencias y tickets a los usuarios del Consejo.
- Servicio de copias de seguridad —Software TSM de IBM— con la implementación de políticas específicas para los ficheros que contienen datos de carácter personal y restauración de ficheros de usuarios.
- Servicio de asistencia telemática remota a los usuarios.
- Monitorización de toda la infraestructura hardware y software mediante herramientas de software libre.
- Mejoras en la seguridad de los equipos personales: Redefinición del plataformado de equipos y permisos de los usuarios, elaboración de un manual de buenas prácticas de uso de la tecnología...
- Mejoras en la prestación del servicio TIC, con la creación de la CMDB para gestión de la infraestructura y servicios TIC de acuerdo con las mejores prácticas en tecnología de la información (ITIL) y la Formación en ITIL al personal del Gabinete de Telecomunicaciones.
- Servicio de autenticación de dominio Windows, servicio de ficheros mediante un cluster SAMBA/OpenLdap y servicio de antivirus.
- Mantenimiento de la Intranet del Consejo Audiovisual de Andalucía, diseñada y construida bajo tecnología de software libre.

#### 9. Ampliación de infraestructura tecnológica

- Dotación de equipamiento de red: Cortafuegos, switches, etc. soportarán el mayor caudal previsto para la catalogación y visualización de vídeo desde las dependencias del Organismo.
- Creación de un entorno de desarrollo para la página web.
- Ampliación de la dotación tecnológica de la Sala de Plenos: equipo de proyección audiovisual de alta definición, interconexión telemática de los distintos puestos y sistema de grabación de plenos.
- Mejoras en la seguridad física de los dos centros de proceso de datos (CPDs) del Organismo: securización y aislamiento electromagnético, dotación de doble acometida eléctrica para cada sala y nuevo suelo técnico para el CPD ubicado en la sede de República Argentina núm. 24.
- Equipamiento de videoconferencia

#### Equipamiento de uso personal

La infraestructura comprendida en este apartado, con soporte técnico del Gabinete de Telecomunicaciones, tiene como objetivo facilitar el trabajo de los usuarios del Organismo tanto dentro como fuera de las dependencias del mismo.

- 60 ordenadores personales: conectados en red bajo dominio Windows, equipados con sistema operativo Windows y la suite de aplicaciones ofimáticas Office. Dado el carácter del propio organismo, y las tareas que por ley se le atribuyen, estos equipos están especialmente preparados para la captura, reproducción y edición de material de tipo audiovisual.
- 34 ordenadores portátiles: con Conectividad —UMTS, Ethernet, WIFI, Bluetooth y acceso a la Red del Consejo Audiovisual de Andalucía a través de VPN— lo cual permite a los usuarios disponer de los servicios de los que gozan en las dependencias del Consejo desde cualquier lugar con conexión a Internet.
- 12 impresoras departamentales, algunas de ellas con características de equipos multifuncionales —fotocopiadora, escáner, etc.—.
- 25 impresoras de sobremesa.
- 2 escáneres.
- 13 pantallas LCD.
- 13 reproductores DVD.
- Receptores satélite.
- Un proyector.
- 60 terminales de telefonía fija conectados mediante centralita corporativa.
- 39 líneas y terminales de telefonía móvil celular.
- 22 tarjetas de comunicación de datos GPRS/UMTS.

#### 6.4.3. Centro de archivo, documentación y biblioteca

A partir del año 2008 se comienza a denominar el Centro de Documentación y Archivo como tal, deno-

minación establecida en el Decreto 91/2006, de 2 de mayo, por el que se modifica parcialmente la relación de Puestos de Trabajo de la Administración General de la Junta de Andalucía. El 21 de julio se cubrió la plaza vacante por una funcionaria del Cuerpo Superior Facultativo de Archiveros.

Las actuaciones durante el 2008 se han centrado principalmente en la biblioteca al estar pendiente la puesta en marcha del Archivo Central. Es una biblioteca especializada, tanto por sus fondos, enfocados a ser soporte de las actividades a desarrollar, como por sus usuarios y usuarias, el personal del Consejo.

Forman la biblioteca: el fondo bibliográfico —monografías, literatura gris, obras de referencia—; publicaciones periódicas —revistas y periódicos—; fondo no bibliográfico —CD, DVD, Vídeos— y las publicaciones seriadas —Anuarios, Memorias, Informes—. Los trabajos técnicos empiezan por la unificación en un solo depósito de todos los volúmenes divididos entre las dos sedes y la reorganización del fondo. Respecto a su organización, el fondo bibliográfico se ha clasificado adoptando el sistema de la Clasificación Decimal Universal (CDU), siendo las materias con más volúmenes:

- Ciencia y Tecnología de los ordenadores.
- Periodismo.
- Filosofía.
- Feminismo.
- Sociología.
- Comunicación Social. Sociología de la Comunicación.
- Derecho.
- Educación.
- Telecomunicaciones.
- Radio. Televisión.
- Publicidad y Propaganda.
- Fotografía.
- Cine.
- Historia.

Al tiempo que se va realizando la clasificación se van instalando en las estanterías respetando la agrupación por materias. Esta materia pasa formar parte de programa informático utilizado para este fin.

Las publicaciones seriadas —Anuarios, Memorias, Informes— también se clasifican e instalan. Las publicaciones periódicas han sido catalogadas y situadas en el depósito en la zona de Hemeroteca, exponiéndose los números más recientes y guardándose en cajas los más antiguos, preservándolos del polvo. Las más completas son: Academia; Actual; Autocontrol; Comunicar; Cahiers de Cinema; Cuadernos de Periodistas; Rechercheau; Teleinforme; Variety.

Los fondos no bibliográficos (CD, DVD, Vídeos) están a disposición de los usuarios ordenados por el número de entrada en el registro. Son de temática variada: los Consejos Audiovisuales; cortos; películas de actualidad; cursos de inglés; temas andaluces, etc.

Los documentos que va produciendo el Consejo, estudios, dossier, informes etc., también son incorporados al fondo bibliográfico.

Entre otras actuaciones se encuentra la remisión de la estadística “Formulario de Datos Estadísticos de los Centros de Documentación y Bibliotecas Especializadas dependientes de la Junta de Andalucía de datos del 2007” solicitada por la Consejería de Cultura.

Para la puesta en marcha de un Archivo Central, se ha solicitado la incorporación al Sistema de Información @rchivA. Como trabajo previo se ha realizado una Instrucción para la organización de los archivos de oficina; un Calendario de transferencias; unas Normas de Transferencias de los archivos de oficina al Central, todo ello pendiente de aprobación.

En cuanto a los nuevos ingresos destacamos 24 títulos de revistas y publicaciones periódicas —sólo una suscripción—; 60 al fondo bibliográfico; al fondo no bibliográfico 38 unidades. Se han incorporado en un 95% por compra, a petición del personal del Consejo, el resto por donación.

La utilización del servicio de préstamos/consultas ha sido la siguiente: 10 usuarios y usuarias internos. Los préstamos han sido: 36 del fondo bibliográfico; 21 del fondo no bibliográfico; tres revistas y publicaciones periódicas; cuatro publicaciones seriadas. Las consultas han sido cuatro. Fotocopias realizadas del fondo bibliográfico 283. El préstamo y la consulta, información bibliográfica, petición de adquisiciones, canje y donaciones se realizan por correo electrónico o por teléfono hasta que se informatice el fondo.

El total del fondo del Centro de Documentación y Archivo a finales de 2008 lo constituyen: 54 títulos, 326 números de revistas y publicaciones periódicas; 1503 volúmenes el fondo bibliográfico y el fondo no bibliográfico 190.

Los objetivos prioritarios para el próximo año son: la puesta en marcha del Archivo Central; la incorporación al Sistema de Bibliotecas y Centros de Documentación y al Sistema Andaluz de Archivos; la informatización de todo el fondo utilizando los programas normalizados para centros de documentación y archivo —Sistema Integrado Absys, ya en pruebas, y el Sistema de Información @rchivA— y optimizar el servicio a los usuarios y usuarias.

## 6.5. PRESUPUESTO DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

Para la consecución de sus objetivos en 2008, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha contado 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”.

Para el ejercicio 2008 el presupuesto de la Sección 06.00, contó con un crédito inicial de 8.403.983 euros, si bien y tras las modificaciones presupuestaria efectuadas, a lo largo del ejercicio, el crédito definitivo fue de 8.422.312,00 euros. El presupuesto se distribuyó en cuatro Capítulos: Capítulo 1 “Gastos de Personal”; Capítulo 2 “Gastos Corrientes en Bienes y Servicios”; Capítulo 4 “Transferencias Corrientes” y Capítulo 6 “Inversiones Reales”.

El importe de los créditos por capítulo así como el peso específico de los mismos, sobre el total del presupuesto, se refleja en el siguiente cuadro. De los datos contenidos en el mismo cabe subrayar que la mitad del importe del crédito definitivo concretamente el 54,93 %, correspondió a Gastos de Personal.

Programa presupuestario 11H: “Autoridad y asesoramiento audiovisual”. Ejercicio 2008		
Capítulo	Crédito definitivo	% Capítulo/ Presupuesto
Capítulo I	4.626.612,00	54,93%
Capítulo II	2.386.000,00	28,32%
Capítulo IV	176.200,00	2,09%
Capítulo VI	1.233.500,00	14,64%
<b>Total</b>	<b>8.422.312,00</b>	<b>100%</b>

### 6.5.1. Ejecución del presupuesto del ejercicio 2008

Ejecución por capítulos programa presupuestario 11H			
Capítulo	Crédito definitivo	Obligaciones reconocidas	% Ejecución 2008
Capítulo I	4.626.612,00	2.542.242,27	54,94%
Capítulo II	2.386.000,00	1.629.070,65	68,27%
Capítulo IV	176.200,00	112.898,24	64,07%
Capítulo VI	1.233.500,00	1.162.277,99	94,22%
<b>Total</b>	<b>8.422.312,00</b>	<b>5.446.489,15</b>	<b>64,66%</b>

Durante el ejercicio 2008 se reconocieron obligaciones por importe de 5.446.489,15 euros, que supone una ejecución del 64,66% sobre el crédito definitivo. En cuanto a la ejecución por capítulos, cabe subrayar que en el crédito definitivo se incluye en capítulo I una cantidad de 1.800.000,00 euros que corresponde a gastos de personal que no se han ejecutado al no haber sido aprobada la RPT, y sin los cuales la ejecución total del presupuesto hubiera alcanzado el 86,04%.

Si tenemos en cuenta la Clasificación Económica del Gasto Público, las Operaciones Corrientes, que

comprenderían, en el presupuesto que nos ocupa, los Gastos de Personal —Capítulo I—, los Gastos Corrientes en Bienes y Servicios —Capítulo II—, y las Transferencias Corrientes —Capítulo IV— tienen un peso del 85,35% en el presupuesto definitivo del Consejo Audiovisual de Andalucía, esto es, 7.188.812,00 euros y fueron ejecutadas en un 59,59 %.

Las Operaciones de Capital, que incluiría Inversiones Reales —Capítulo VI— suponen el 14,64% de los créditos definitivos de la Sección, es decir, 1.233.500,00 euros, fueron ejecutadas en un 94,22 %.

Clasificación económica	Crédito definitivo	% Sobre crédito	Obligaciones reconocidas	% Ejecución
Operaciones corrientes	7.188.812,00	85,35 %	4.284.211,16	59,59 %
Operaciones de capital	1.233.500,00	14,64 %	1.162.277,99	94,22 %

### 6.5.2. Informe de Evaluación de Impacto de Género del Presupuesto 2008

Uno de los instrumentos más importantes introducidos en la Comunidad Autónoma de Andalucía para profundizar en las políticas de género es el Informe de Evaluación de Impacto de Género del Presupuesto, documento que identifica y define los objetivos estratégicos, operativos y actuaciones para alcanzar una sociedad igualitaria. En el 2008, se ha modificado la Ley General de la Hacienda Pública de la Comunidad Autónoma para incorporar la obligatoriedad de este informe en la documentación presupuestaria.

Durante el primer semestre del 2008, el Consejo Audiovisual de Andalucía desarrolló los compromisos que asumía dentro del Proyecto G+, metodología de trabajo implantada en Andalucía para enfocar y concentrar los esfuerzos en aquellos programas presupuestarios que tienen mayores competencias, responsabilidad y capacidad para avanzar en igualdad de género.

Desde la perspectiva de impacto de género, los presupuestos generales de Andalucía para el 2008 identificaron tres líneas o áreas de intervención estratégica del Consejo:

- El seguimiento y control de la programación y la publicidad.
- La Oficina de Defensa de la Audiencia.
- Realización de estudios e informes.

En el ejercicio del 2008, el Consejo Audiovisual de Andalucía se comprometió a poner en marcha seis ac-

tuaciones concretas encaminadas a avanzar en el camino hacia la igualdad efectiva de hombres y mujeres, cumpliendo el cien por cien de los compromisos adquiridos:

- Barómetro Audiovisual de Andalucía 2008.
- Grupo de trabajo con representantes de los medios de comunicación, publicistas y fabricantes de juguetes para avanzar en el discurso de la publicidad infantil.
- Estudio integral de infancia y televisión, incluyendo la perspectiva de género.
- Convocatoria de una beca para impulsar estudios de género.
- Elaboración de estudios y recomendaciones a los medios sobre la igualdad de género en la programación de radio y televisión.
- Elaboración de estudios específicos sobre publicidad sexista, la imagen de la mujer en el deporte, además de actuaciones en relación con el I Plan de Acción Integral para las Mujeres con Discapacidad 2008-2013 —El plan aprobado el 14 de octubre de 2008 incluye entre sus objetivos transformar la imagen estereotipada e infravalorada de las mujeres con discapacidad, actuando sobre los agentes de socialización para que visibilicen a estas mujeres y contribuyan a la generación referentes válidos con los que puedan identificarse. Además de acuerdos con la RTVA, se incluyen cinco medidas concretas en relación con los medios de comunicación y la publicidad—.

## ANEXOS

### ANEXO I. INSTRUCCIONES DE RÉGIMEN INTERIOR DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

El artículo 13 de la ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía, establece que el Consejo se regirá por lo dispuesto en esta Ley, en su Reglamento Orgánico y de Funcionamiento, así como por las normas reguladoras del régimen jurídico y de los procedimientos administrativos de la Junta de Andalucía.

Por su parte, el artículo 14.1 del citado texto legal establece que dentro del marco establecido en la presente Ley, el Reglamento Orgánico y de Funcionamiento Interno desarrollará las funciones, el régimen interior y de administración y las demás previsiones que sean necesarias para facilitar el adecuado funcionamiento del Consejo Audiovisual de Andalucía, pudiendo crear al efecto las Comisiones que se consideren convenientes. En cumplimiento de tales previsiones se dictó el Decreto 219/2006, de 19 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico y de Funcionamiento Interno del CAA, texto que, a lo largo de su articulado, recoge, entre otros aspectos, los principios rectores de funcionamiento; la descripción de sus órganos y régimen de funcionamiento; la regulación de la Secretaría General y de las distintas Áreas y unidades administrativas que componen la Administración al servicio del Consejo, así como los procedimientos de actuación del Consejo y los artículos dedicados al régimen de contratación, patrimonio, régimen económico y control.

No obstante la regulación expuesta, se hace preciso en el momento actual de consolidación de la institución dictar unas instrucciones de régimen interior que, a la vista de la Resolución 2/2006, regulen y adapten al nuevo marco normativo vigente las normas sobre el régimen de organización y funcionamiento de las Comisiones y grupos de trabajo del CAA, así como clarifiquen, en el marco de las previsiones del Reglamento Orgánico, no sólo diversos aspectos del régimen interno de funcionamiento del Pleno, sino los flujos de comunicación entre el Pleno, las distintas Comisiones y grupos de trabajo que puedan crearse, la Secretaría General y las distintas Áreas administrativas en que se estructura la administración al servicio del Consejo. Todo ello, partiendo de la naturaleza del Pleno como órgano colegiado y soberano del Consejo, en cuyo seno se adoptan, de manera colegiada, las decisiones que marcan y establecen los objetivos y criterios de actuación del Consejo, a fin de programar y racionalizar los recursos existentes en la Institución para la consecución de las funciones que legalmente tiene atribuidas.

Con esta finalidad, y en virtud de las atribuciones que tiene conferidas por el artículo 13.1 k) del Regla-

mento Orgánico y de Funcionamiento del Consejo Audiovisual de Andalucía, el Presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía, previo Acuerdo del Pleno de fecha diecisiete de diciembre de dos mil ocho,

### RESUELVE

Dictar las instrucciones de régimen interior del CAA, que siguen a continuación.

### TÍTULO PRIMERO

#### DE LAS COMISIONES Y DE LOS GRUPOS DE TRABAJO

### CAPÍTULO PRIMERO

#### Comisiones, naturaleza, creación y composición. Clases

#### Artículo 1

Las Comisiones, que se crearán por Acuerdo del Pleno sobre materias específicas en los ámbitos de competencia del Consejo, son órganos internos, de asistencia al Pleno, que tienen como función el estudio, el informe, la consulta, la tramitación y la preparación de los asuntos y propuestas de acuerdo que hayan de ser sometidos a la decisión del Pleno. Carecen de atribuciones decisorias ni funciones ejecutivas, salvo en aquellos casos en que, por decisión del Pleno, adoptada por unanimidad, se deleguen de manera expresa. En ningún caso, podrán ser delegados los asuntos a los que se refiere el artículo 9.4 de la Ley.

La creación o supresión de cualquier Comisión temporal se realizará por iniciativa propia del Pleno o a propuesta de la Presidencia y será acordada por mayoría simple de aquél.

#### Artículo 2

Las comisiones, integradas exclusivamente por miembros del Consejo, estarán formadas por un mínimo de tres miembros designados por mayoría simple del Pleno y previa aceptación de aquéllos, uno de los cuales las presidirá. Todo ello sin menoscabo del derecho de los Consejeros y Consejeras a participar en las Comisiones en los términos previstos en el artículo siete.

La designación de la Presidencia de cada Comisión, así como la composición de cada una de ellas, se revisará periódicamente por Acuerdo del Pleno.

### Artículo 3

Las sesiones de las respectivas Comisiones serán asistidas por la persona que ocupe la Secretaría General, que podrá delegar expresamente esta función, mediante Resolución, en las personas titulares en cada momento de la coordinación de cada Área a cuya materia corresponde la comisión, quienes desempeñarán tal función hasta tanto no sea revocada por la propia Secretaría General.

Lo anterior se entiende sin perjuicio, en cualquier caso, de lo previsto en el artículo siguiente.

### Artículo 4

Cuando se considere necesario en razón de materia, podrá ser convocado a las Comisiones cualquier persona al servicio de la Administración del Consejo Audiovisual de Andalucía.

### Artículo 5

En la composición de las Comisiones deberá respetarse la representación equilibrada de mujeres y de hombres. A estos efectos se entiende por representación equilibrada aquella situación que garantice la presencia de mujeres y de hombres al menos en un cuarenta por ciento.

Cuando el número de puestos a cubrir impida dicha representación, el porcentaje de mujeres y hombres será el más cercano al equilibrio numérico.

### Artículo 6

Los miembros del Pleno no adscritos formalmente a una comisión podrán asistir y participar en sus sesiones, con voz pero sin voto. A tales efectos, todos los miembros del Pleno recibirán las convocatorias de las comisiones, la documentación correspondiente, así como las actas de las respectivas sesiones.

La remisión de la convocatoria y de la documentación se efectuará por vía telemática, siempre que lo permita la infraestructura tecnológica, y de conformidad con las previsiones, procedimiento y garantías previstos en la Ley 9/2007, de 22 de octubre, de Administración de la Junta de Andalucía.

### Artículo 7

Las Comisiones pueden ser permanentes o temporales.

1. Son comisiones permanentes las siguientes:

- a) Comisión permanente de Contenidos.
- b) Comisión permanente de Pluralismo.
- c) Comisión permanente de Normativa.
- d) Comisión permanente de Estudios.

2. Las Comisiones, tanto permanentes como temporales, llevarán a cabo sus funciones de acuerdo con la orientación y objetivos fundamentales establecidos por el Pleno.

3. Corresponderá a la Presidencia de cada Comisión dar cuenta e información periódica de sus actuaciones. Los acuerdos adoptados en las respectivas Comisiones serán certificados por la Secretaría de la respectiva Comisión, y remitidos, a través de la Secretaría General, para su inclusión en el orden del día del Pleno que corresponda.

### Artículo 8. Comisiones temporales

1. Las Comisiones temporales serán creadas por el Pleno, con carácter finalista, para el cumplimiento de los objetivos concretos que le marque el Pleno.

2. El acuerdo de creación de una Comisión temporal deberá contener, como mínimo, los siguientes extremos:

- a) Los objetivos concretos a conseguir.
- b) Los miembros del Pleno que la integren.
- c) La Presidencia de la Comisión que se cree.

El Consejero o Consejera que ostente la Presidencia de la Comisión que haya sido creada, deberá presentar ante el Pleno un proyecto inicial en el que, de forma sistemática, se describirán los objetivos, metodología de los trabajos a realizar, calendario previsto y previsión de recursos tanto personales como materiales que se estimen necesarios para llevar a cabo las tareas encomendadas.

En la dirección de los trabajos se garantizará lo previsto en el artículo 14.1 d) ROF.

3. Las comisiones temporales se disolverán una vez culminada la tarea para la que fueron creadas.

### Artículo 9. De los Grupos de trabajo

1. Las Comisiones podrán actuar en Pleno o a través de la constitución de Grupos de trabajo, para el desarrollo de las tareas encomendadas por el Pleno del CAA.

2. Los Grupos de trabajo tendrán naturaleza temporal y carácter finalista para la realización de tareas específicas.

3. El acuerdo de constitución del Grupo de trabajo que se forme deberá contener los siguientes extremos:

- a) Los objetivos concretos a conseguir.
- b) Los integrantes del Grupo de trabajo que, en cualquier caso, no tendrán que ser necesariamente miembros de la Comisión a la cual se adscriba aquél.

c) El Consejero o Consejera de la Comisión correspondiente que, previa aceptación, sea designado responsable de la dirección y del desarrollo de las tareas encomendadas, que se llevarán a cabo sin perjuicio, en cualquier caso, de lo previsto en el artículo 14.1 d) ROF.

4. La Comisión correspondiente determinará los objetivos de cada Grupo de trabajo creado, y la Con-

sejera o Consejero responsable, elaborará un proyecto inicial de ejecución del trabajo o estudio a realizar en el que deberán describirse, de forma sistemática, los objetivos, la metodología, el calendario previsto y los recursos, tanto personales como materiales, que se estimen necesarios.

5. Los Grupos de trabajo se disolverán una vez concluido el objetivo encomendado y entregadas las conclusiones a la Comisión correspondiente.

#### **Artículo 10**

La Secretaría General del CAA adoptará las medidas que resulten necesarias, de acuerdo con la disponibilidad y los recursos personales y materiales existentes en la Administración al servicio del Consejo, para llevar a efecto y ejecutar los acuerdos adoptados por las respectivas Comisiones y Grupos de trabajo, en relación a la elaboración de informes, realización de estudios y en general, para atender a cualesquiera peticiones.

### **CAPÍTULO SEGUNDO**

#### **Funciones de las Comisiones**

##### **Artículo 11. Comisión de Contenidos**

1. La Comisión de Contenidos se encargará de la tramitación de las quejas, peticiones y sugerencias recibidas a través de la Oficina de Defensa de la Audiencia, mediante el examen, análisis, admisión a trámite, en su caso, de aquéllas, así como del examen de las propuestas de Resoluciones que hayan de elevarse al Pleno y que habrán sido elaboradas por el Área o Áreas correspondientes.

2. Asimismo, y desde el punto de vista de contenidos, se encargará del análisis y elaboración de cualesquiera otras decisiones, instrucciones o recomendaciones pueda adoptar el Pleno en el ejercicio de sus funciones.

3. Además, examinará, con carácter previo a la Comisión de normativa, y desde el punto de vista de los contenidos audiovisuales, las alertas detectadas a través del sistema de seguimiento de medios, en el ejercicio de la función de vigilancia del cumplimiento de la normativa en materia de contenidos audiovisuales y publicidad.

##### **Artículo 12. Comisión de Pluralismo**

La Comisión de Pluralismo se encargará de debatir y conocer los asuntos relacionados con la salvaguarda de los principios de pluralismo político, social, reli-

gioso y cultural encomendados al Consejo Audiovisual de Andalucía en el artículo 4.1 de la Ley 1/2004. Se manifestará sobre las propuestas de estudio de pluralismo, siguiendo acuerdos plenarios y elevará al Pleno del Consejo para su conocimiento y toma de decisiones, todos los informes realizados y todas aquellas recomendaciones, instrucciones y decisiones que son de su competencia.

##### **Artículo 13. Comisión de Normativa**

1. La Comisión de Normativa será el órgano preparatorio del Pleno en cuestiones, tales como elaboración de propuestas de modificaciones legislativas.

2. Asimismo, conocerá e informará de las propuestas de acuerdos que hayan de elevarse al Pleno en los procedimientos sancionadores tramitados por incumplimientos de la normativa vigente en materia de contenidos audiovisuales y de publicidad, sin perjuicio de cuantas otras tareas le sean expresamente delegadas por el Pleno para el eficaz cumplimiento de sus funciones.

##### **Artículo 14. Comisión de Estudios**

1. La Comisión de Estudios conocerá, examinará y evaluará, para en su caso, disponer las modificaciones necesarias, los informes, estudios y cualesquiera otras actuaciones que el Pleno del Consejo decida en materia de contenidos audiovisuales y análisis del sistema audiovisual.

2. Para ello, establecerá las metodologías y protocolos normalizados de trabajo del Consejo, con carácter previo al pronunciamiento del Pleno y sin perjuicio de cualesquiera otras tareas que le pueda delegar el mismo.

### **CAPÍTULO TERCERO**

#### **Régimen de funcionamiento de las Comisiones**

##### **Artículo 15. Régimen de constitución**

1. A efectos de celebración de las sesiones, deliberaciones y toma de acuerdos, las Comisiones quedarán válidamente constituidas en primera convocatoria cuando se hallaren presentes un mínimo de la mitad más uno de sus miembros y, en segunda convocatoria, con la asistencia de, al menos, tres de sus componentes. En todo caso será necesaria la asistencia de la presidencia y de la secretaria de la Comisión o de quienes les sustituyan. Los miembros del Pleno que asistan a las reuniones de las Comisiones de las que no formen parte, no serán computados a efectos de quórum.

2. El tiempo de espera para la constitución de la Comisión nunca excederá de quince minutos. Si transcurrido el mismo no hay suficientes miembros para que ésta se inicie, se suspenderá la convocatoria y se informará de ello a la Presidencia del Consejo y a la Secretaría General.

#### **Artículo 16. Régimen de adopción de acuerdos**

Los acuerdos de las Comisiones se adoptan por la mayoría simple de los votos favorables, salvo indicación expresa del Pleno en los casos en que se exija unanimidad.

#### **Artículo 17**

Las Comisiones permanentes se reunirán periódicamente, siempre con carácter previo al Pleno al que deban trasladar los asuntos que deban elevarse al Pleno para su aprobación o que se le hubiesen delegado de manera expresa.

#### **Artículo 18**

La Comisión permanente de Contenidos se reunirá semanalmente los miércoles a las 12 horas. Las Comisiones permanentes de Estudios y de Normativa, se reunirán los jueves alternos a la celebración de las sesiones del Pleno, a las 10 horas y a las 12 horas, respectivamente.

No podrán coincidir las sesiones del Pleno ni con las Comisiones ni con los Grupos de trabajo.

#### **Artículo 19**

La Presidencia del Consejo presidirá las sesiones de cualquier Comisión, en caso de que asista.

### **CAPÍTULO CUARTO**

#### **Funciones de la presidencia de las comisiones, de los vocales y de la secretaria de las comisiones**

#### **Artículo 20. Funciones de la presidencia de las Comisiones**

1. Corresponde a la Presidencia de las Comisiones:

a) Acordar la convocatoria de las sesiones ordinarias o, en su caso, extraordinarias, de las Comisiones, fijando el orden del día, de acuerdo con las necesidades de funcionamiento de la Comisión y las solicitudes de los miembros de la Comisión.

b) Presidir y levantar las sesiones.

c) Dirigir las deliberaciones y moderar los debates, llamando al orden a quienes se produzcan en sus in-

tervenciones en forma inadecuada o se refieran a temas ajenos a los que son objeto de la consideración de la comisión.

d) Decidir la suspensión de la reunión cuando proceda, fijando la hora en que deba reanudarse, dentro siempre de las veinticuatro horas siguientes si el día fuera laborable.

e) Cursar, a través de la Secretaria General del Consejo, las peticiones de informes y estudios de carácter técnico y jurídico que la Comisión acuerde para el debido pronunciamiento sobre los asuntos a tratar en la Comisión.

f) Visar las actas y las certificaciones de los acuerdos de la Comisión.

2. En los casos de vacante, ausencia, enfermedad u otra causa legal, la persona titular de la presidencia de la comisión será sustituida por el miembro de mayor antigüedad en la Comisión y edad, por este orden, de entre sus componentes.

#### **Artículo 21. Funciones de los miembros de las Comisiones**

Los miembros de las Comisiones tendrán derecho a:

a) Ser notificadas de la convocatoria con el orden del día de las sesiones y disponer de la documentación relativa a aquéllas con una antelación mínima de cuarenta y ocho horas.

b) Presentar propuestas para su inclusión en el orden del día, sin perjuicio de lo establecido en el artículo 9.4 del ROF para la inclusión de asuntos de carácter urgente, en cuyo caso, se requerirá la unanimidad para la apreciación y declaración de la urgencia.

c) Exponer su opinión en todas las reuniones de las Comisiones de las que formen parte y, en su caso, emitir el voto correspondiente.

d) Consignar en acta el sentido de su voto o la explicación de voto.

e) Formular ruegos y preguntas.

f) Obtener la información precisa y encaminada al cumplimiento de las funciones y de las tareas que tengan asignadas como miembro de la respectiva Comisión, cursando la correspondiente petición a través de la Secretaria General, respecto de toda aquella información y documentación relativa a los terceros que quedan sujetos al ámbito de actuación del Consejo, y que obre en los registros de la Institución.

#### **Artículo 22. Funciones de la secretaria de las Comisiones**

Corresponde a la persona que desempeñe la Secretaría de las Comisiones:

a) Asistir a las reuniones con voz y sin voto.

b) Cursar la convocatoria de las sesiones de la Comisión por orden de la persona titular de la presi-

dencia, así como remitir por vía telemática a todos los miembros del Pleno el orden del día así como la documentación correspondiente, siempre que lo permita la infraestructura tecnológica, y de conformidad con los principios previstos en la Ley 9/2007, de 22 de octubre, de Administración de la Junta de Andalucía.

c) Preparar el despacho de los asuntos, redactar y levantar las actas de las sesiones.

d) Recibir los escritos y la documentación que se genere en el seno de la Comisión o remitan sus miembros.

e) Organizar y gestionar, en su caso, el registro de la comisión.

f) Expedir los certificados de los acuerdos adoptados, así como efectuar las comunicaciones precisas y ejecutar los acuerdos.

## TÍTULO SEGUNDO

### DE LAS CONVOCATORIAS Y DESARROLLO DE LAS SESIONES Y DE LAS ACTAS DE LOS ÓRGANOS COLEGIADOS

#### CAPÍTULO PRIMERO

##### Del régimen de convocatorias

#### **Artículo 23.** *Convocatoria y orden del día de las sesiones del pleno*

1. Corresponde a la Presidencia del CAA la facultad de convocar las sesiones ordinarias del Pleno (artículo 9.2 de la Ley 1/2004), para lo cual dará a conocer, al inicio de cada trimestre, a los miembros del Consejo, el calendario de Plenos ordinarios para dicho período, sin perjuicio de la facultad que le compete de convocar sesiones extraordinarias, de conformidad con lo previsto en el artículo 9, apartados seis y siete del ROF.

2. La fijación del orden del día de las sesiones del Pleno corresponde la Presidencia del CAA, atendiendo a las necesidades de funcionamiento del Consejo y a las solicitudes de sus miembros.

3. El orden del día deberá incluir, en todo caso:

a) un punto relativo a la lectura y aprobación, si procede, del acta de la sesión anterior, salvo en las sesiones convocadas con carácter extraordinario.

b) un punto relativo al informe de la Presidencia, en el que éste trasladará al Pleno toda la información que estime pertinente en relación con el funcionamiento, y actividades de la Institución.

El informe de la Presidencia no podrá suscitar debate alguno, trasladándose al punto relativo a ruegos y preguntas todas aquellas cuestiones que eventualmente pudieran suscitarse a los miembros del Pleno en relación al informe de la Presidencia.

c) un punto relativo a ruegos y preguntas.

4. Las propuestas de inclusión en el orden del día por parte de la Presidencia de las respectivas Comisiones o por un miembro del Consejo, deberán ser remitidas a la Secretaria General del Consejo a fin de que a

las quince horas del viernes anterior al Pleno esté en poder de la Secretaria General toda la documentación necesaria para la elaboración del orden del día.

La petición que llegue con posterioridad a la fecha y hora indicada o con falta total o parcial de la documentación no se incluirá en Pleno a convocar, sin perjuicio de lo previsto en el artículo 9.4 del ROF.

5. La convocatoria se cursará a todos los miembros del Pleno, a través de la Secretaría General, que remitirá por correo electrónico, siempre que lo permita la infraestructura tecnológica, y de conformidad con los principios previstos en la Ley 9/2007, de 22 de octubre, de Administración de la Junta de Andalucía, tanto el orden del día como la documentación correspondiente, con una antelación mínima de cuarenta y ocho horas.

#### **Artículo 24.** *Convocatoria y orden del día de las sesiones de las Comisiones*

1. A la Presidencia de las respectivas Comisiones corresponde acordar la convocatoria de las sesiones ordinarias o, en su caso, extraordinarias, de las Comisiones, fijando el orden del día, de acuerdo con las propuestas de temas o expedientes a incluir efectuadas por los responsables de cada Área y las solicitudes de los miembros de la Comisión.

El contenido del orden del día de las Comisiones comprenderá necesariamente los puntos previstos en las letras a) y c) del artículo 23. 3.

2. Las propuestas de inclusión en el orden del día deberán ser remitidas a los Presidentes o Presidentas de las Comisiones con suficiente antelación a la elaboración del orden del día de la respectiva Comisión, salvo cuando se trate de incluir asuntos de carácter urgente, cuya apreciación requerirá unanimidad al inicio de la sesión conforme a lo dispuesto en el artículo 21b). Tanto el orden del día como la documentación relativa a los asuntos a tratar en aquéllas, se remitirá a todos los miembros del Pleno por correo electrónico, siempre que lo permita la infraestructura tecnológica, y de conformidad con los principios previstos en la Ley 9/2007, de 22 de octubre, de Administración de la Junta de Andalucía.

#### CAPÍTULO SEGUNDO

##### Del desarrollo de las sesiones de los órganos colegiados

#### **Artículo 25.** *Facultades de dirección y moderación de los debates*

1. A la Presidencia de los órganos colegiados (Pleno o Comisiones) les corresponden las facultades de presidir y levantar las sesiones y moderar sus de-

bates y la de dirimir los empates con su voto de calidad, en el caso del Pleno. La Presidencia de las Comisiones no tendrá voto de calidad.

En caso de que se suscite votación, se entenderá aceptado el asunto cuando tenga mayoría de votos.

2. En el ejercicio de dichas facultades les corresponde dar y retirar la palabra, asegurando la participación de los miembros del órgano colegiado en igualdad de condiciones y con respeto a los principios de participación, colaboración, contradicción, libertad e independencia, y con arreglo a las normas y pautas de comportamiento que se señalan en el artículo siguiente.

#### **Artículo 26. Normas de desarrollo de los debates y sesiones de los órganos colegiados**

1. Cualquier miembro del Pleno podrá plantear, al inicio de la sesión, una cuestión de orden previa que únicamente podrá versar sobre el orden del día remitido o sobre la documentación remitida relativa a los asuntos a tratar.

Se podrá modificar el orden del día propuesto al inicio de la sesión, a petición de la Presidencia o de cualquier miembro del Consejo, debiendo estarse, en tal caso, a lo dispuesto en el artículo 9.4 del ROF del CAA, en el caso del Pleno y exigiéndose la unanimidad en el caso de las Comisiones.

2. Cuando no se suscite debate en torno a un determinado asunto a tratar, tras la exposición de la cuestión por la Presidencia, o por el Consejero o Consejera ponente de la cuestión de que se trate, se procederá sin más dilación a la votación, en caso de que proceda, o a darle el trámite que sea procedente, de todo lo cual dejará constancia en acta el Secretario o Secretaria.

3. En el supuesto de que se promueva debate en torno a alguna cuestión de las incluidas en el orden del día de la sesión correspondiente, las intervenciones serán ordenadas por la Presidencia concediendo el turno de palabra a los miembros del Pleno que así lo soliciten y velando para que todas las intervenciones tengan duración similar.

4. El Consejero o Consejera que se considere aludido por una intervención, podrá solicitar de la Presidencia que se le conceda un turno por alusiones. La Presidencia podrá dar la palabra si considera que se han producido tales alusiones.

5. La Presidencia exhortará a guardar el debido orden y respeto en cada una de las intervenciones, pudiendo, en el ejercicio de sus facultades de moderación de los debates, requerir de los miembros del Pleno la observancia del debido respeto y moderación en la exposición de los argumentos utilizados.

Cuando la intervención de algún miembro del Pleno no se ajuste a lo establecido en el párrafo anterior, la Presidencia invitará al miembro del Pleno de

que se trate a abandonar la sesión, a fin de reconducir a sus justos términos el debate o bien, podrá adoptar la decisión de suspender la sesión, dejando constancia en acta de lo acontecido.

6. Los funcionarios de la Administración al servicio del Consejo podrán intervenir cuando fueren requeridos por la Presidencia para proporcionar asesoramiento técnico al Pleno.

### **CAPÍTULO TERCERO**

#### **Del desarrollo de las sesiones de los órganos colegiados**

#### **Artículo 27. Contenido y redacción de las actas**

1. La redacción de las actas, tanto del Pleno como de las distintas Comisiones es función de la Secretaría de cada órgano colegiado.

2. De cada sesión que celebre se levantará acta por la persona que desempeñe la Secretaría. Las actas contendrán necesariamente como elementos constitutivos de las mismas:

- a) Relación de los asistentes.
- b) Orden del día.
- c) Indicación del lugar y tiempo en que se ha celebrado.
- d) Los puntos principales de las deliberaciones.
- e) El contenido de los acuerdos adoptados.

3. Previa solicitud de los miembros que asistan a la sesión, deben formar parte del acta:

- a) El sentido y la motivación del voto.
- b) Los votos particulares o explicación de voto que formulen por escrito los miembros del órgano colegiado en los acuerdos, informes o dictámenes emanados del Pleno. Dichos votos deberán ser remitidos a la Secretaría General por correo electrónico, en el plazo de los dos días hábiles siguientes a la celebración de la sesión, para su incorporación al texto aprobado.

Los votos particulares deberán ser redactados con las precisiones y la argumentación técnica que se estime conveniente, evitando contener alusiones o conceptos ofensivos al decoro del Consejo, de sus miembros, de las instituciones públicas o de cualquier otra persona o entidad. Cuando esto suceda, la Presidencia del Consejo podrá llamar al orden, haciéndolo constar así en acta, a los redactores del voto particular, sin perjuicio del derecho de los Consejeros y Consejeras a la formulación de dicho voto.

c) La transcripción de una intervención o propuesta, cuando sea requerida expresamente su constancia por el miembro del órgano colegiado autor de aquélla y siempre que se aporte en el acto o en el plazo de los dos días hábiles siguientes a la sesión del Pleno el texto que se corresponda fielmente con su intervención, haciéndose así constar en acta.

4. Corresponde a la Secretaría del órgano colegiado la función de verificar la redacción del texto aportado por el miembro del órgano colegiado para su incorporación al acta —tanto en la motivación, como en los votos particulares como en las transcripciones de intervenciones o propuestas—, y el contenido del debate, deliberación o intervención. De existir discrepancias se resolverá en la sesión siguiente, siendo la decisión facultad de la persona titular de la presidencia.

#### **Artículo 28. Aprobación de las actas**

1. Las actas de las sesiones de los órganos colegiados del Consejo se aprobarán en la misma o en la siguiente sesión, tras haber sido enviadas con una antelación mínima de cuarenta y ocho horas a los miembros del Pleno a través del correo electrónico corporativo por el respectivo Secretario.

No obstante, si fuera urgente su necesidad, la Secretaría del órgano colegiado podrá emitir una certificación sobre los acuerdos adoptados, en cuyo caso constará en la certificación la circunstancia de estar pendiente de aprobación el acta en la que se reflejan los correspondientes acuerdos.

2. Las actas de las distintas Comisiones, una vez aprobadas, y firmadas por el Secretario y el Presidente o Presidenta, serán archivadas y custodiadas por la Secretaría de cada Comisión y se insertarán en la intranet del CAA.

3. Las actas del Pleno tendrán carácter reservado durante un periodo de cinco años y serán custodiadas por la Secretaría General del Consejo junto con los documentos a los que hagan referencia.

#### **Disposición adicional**

Las presentes Instrucciones se adaptarán a los ulteriores cambios legislativos que pudieran afectarles.

#### **Disposición transitoria primera**

Los grupos de trabajo que existan en el momento de aprobación de la presente Resolución deberán adecuarse en el plazo de un mes a lo previsto en las presentes Instrucciones de régimen interior en relación a su adscripción a una Comisión y a la presentación del proyecto inicial de actuación.

#### **Disposición transitoria segunda**

Las Comisiones Permanentes de Normativa y de Contenidos continuarán funcionando, con idéntica composición a la prevista en el Acuerdo del Pleno del

CAA de 9 de octubre de 2007, hasta tanto no se proceda a adoptar un nuevo Acuerdo del Pleno sobre composición de las distintas Comisiones.

#### **Disposición derogatoria**

Queda derogada de manera expresa la Resolución 2/2006, sobre normas de organización y funcionamiento de las Comisiones y grupos de trabajo.

#### **Disposición final**

Las presentes Instrucciones entrarán en vigor mediante Resolución del Presidente del Consejo, al día siguiente a la adopción del acuerdo por el Pleno.

### **ANEXO II. DECLARACIÓN INSTITUCIONAL DEL CAA CON MOTIVO DE LA CELEBRACIÓN DEL 8 DE ABRIL COMO DÍA INTERNACIONAL DEL PUEBLO GITANO**

El Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA), a partir del trabajo que viene realizando el Comité Mixto CAA/Comunidad Gitana de Andalucía, y con motivo de la celebración el 8 de abril del Día Internacional del Pueblo Gitano, aprueba la siguiente

#### **DECLARACIÓN INSTITUCIONAL**

El Pueblo Gitano —la minoría étnica más importante de Europa, con unos 12 millones de personas diseminadas por todo el territorio de la Unión— es un grupo de población que, tanto cuantitativa como cualitativamente, ha influido de manera destacada en la construcción del espíritu de ciudadanía europea.

Los gitanos han sabido ir más allá de fronteras artificialmente creadas, fuente de algunos de los conflictos más importantes de la Humanidad, contribuyendo además de manera decisiva a la conformación de la realidad cultural de cada uno de los países en los que, a lo largo de los siglos, se han ido asentando y conviviendo.

España es, sin duda, uno de los más importantes en este sentido. Dentro de ella, Andalucía, con una población cercana a los 400.000 gitanos (entre el 4 y el 5% del total), constituye la comunidad autónoma española de referencia para este pueblo. No en vano, la andaluza no sólo es una de las poblaciones gitanas del mundo que más tiempo lleva asentada en los mismos lugares de residencia, sino que sus costumbres se han mezclado y acomodado con las de la población autóctona como en ningún otro lugar de Euro-

pa, produciéndose una fusión cultural tan intensa que ha terminado contribuyendo de manera decisiva a conformar buena parte de la imagen, la tradición, las costumbres y las formas de vida y expresión andaluzas.

La celebración, el próximo domingo 8 de abril, del **Día Internacional de los Roma / Gitanos** —fecha institucionalizada, junto a la bandera y el himno gitanos, en el Primer Congreso Mundial Gitano celebrado en Londres en 1971— supone una magnífica oportunidad para el reconocimiento de esta gran aportación, al tiempo que una nueva ocasión para el acercamiento y mejor comprensión de aquellos aspectos de su cultura que, aun estando vivos entre su pueblo, continúan siendo bastante desconocidos, sin embargo, para el resto de los andaluces.

No es posible entender muchas de nuestras manifestaciones culturales, artísticas, musicales y literarias sin la aportación del pueblo gitano (la celebración en 2008 del 80º aniversario del Romancero gitano de Federico García Lorca es un singular ejemplo). Sin embargo, en demasiadas ocasiones los gitanos sufren el mayor de los rechazos: la indiferencia.

En la actualidad, existe una juventud gitana emergente que empieza a ocupar puestos de relevancia y responsabilidad dentro de la sociedad y que se mueve entre la fuerza de la tradición y la aspiración de nuevos retos y oportunidades. En su seno, la aportación de la mujer es decisiva y avanza cada vez más hacia el horizonte de la igualdad efectiva. El futuro está cargado de optimismo para un pueblo que no desea vivir con la memoria marcada por siglos de incompreensión, incluso de persecución, sino que desea ser copartícipe activo en el desarrollo de una sociedad cada día más justa, plural y cívica. Las comunidades gitanas aspiran a cambiar muchas de las circunstancias que condicionan negativamente su existencia, sin renunciar por ello —sino todo lo contrario, potenciándolas incluso— a las costumbres que sin duda los han convertido en un pueblo unido en la diversidad y culturalmente rico. Aunque, debido a su carácter ágrafo y de tradición oral, no existan muchos documentos sobre su historia y su rico acervo cultural, éstos son innegables. La sociedad actual debe hacer un esfuerzo por encontrar claves de convivencia y no de rechazo, erradicando prejuicios y estereotipos que a todos empobrecen.

En esta tarea, los medios de comunicación —en especial, los audiovisuales— juegan un papel de primer orden y tienen una responsabilidad específica como vertebradores e impulsores de valores democráticos, entre los que se encuentra el respeto a la pluralidad cultural y a las minorías.

Por ello, el Consejo Audiovisual de Andalucía une su voz a la de quienes —a lo largo de su historia como Pueblo— han hecho de la defensa de su cultura su principal valor y de la libertad, dentro del respeto a las normas de convivencia, su principal motivo de existencia; e insta a los medios audiovisuales de Andalucía a que con-

tribuyan a la eliminación de estereotipos deformantes y al mayor y mejor conocimiento de la cultura gitana.

Sevilla, 2 de abril de 2008

#### Declaración de 2009 como “Año del pueblo gitano en los medios audiovisuales de Andalucía”

EL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA, de acuerdo con su Ley de creación 1/2004 de 17 de diciembre, tiene entre sus principios de actuación, establecidos en el artículo 3, el de “impulsar los valores de tolerancia, igualdad, solidaridad y respeto a la dignidad humana, velando porque la actividad de los operadores del sector contribuya a reforzar la identidad del pueblo andaluz, su diversidad cultural y su cohesión social, económica y territorial”. Igualmente, entre las funciones establecidas en el artículo 4, se encuentra la de “salvaguardar los derechos de los menores, jóvenes, tercera edad, personas con discapacidad, inmigrantes y otros **colectivos necesitados de una mayor protección**, en lo que se refiere a los contenidos de la programación y a las emisiones publicitarias, potenciando el respeto a los valores de tolerancia, solidaridad y voluntariado, evitando la inducción de comportamientos violentos e insolidarios, así como facilitando la accesibilidad a las personas con discapacidad auditiva y visual”, además de “garantizar el cumplimiento de las funciones de servicio público asignadas a los medios de comunicación audiovisual, vigilando singularmente la emisión de espacios obligatorios, como las campañas de sensibilización y la publicidad gratuita”.

El Consejo Audiovisual de Andalucía, a partir del trabajo que viene realizando el Comité Mixto CAA/Organizaciones Gitanas Andaluzas, y con motivo de la celebración del Día Internacional del Pueblo Gitano el pasado 8 de abril, **aprobó una declaración institucional** en la que, entre otras cosas, se reconoce la gran aportación de esta importante minoría étnica —que no en vano alcanza en la actualidad el 4% de la población— a la conformación y consolidación de la identidad cultural de nuestra Comunidad Autónoma, al tiempo que se abogaba por el acercamiento y la mejor comprensión de aquellos aspectos de su cultura que, aun estando vivos para su pueblo, continúan siendo bastante desconocidos, sin embargo, para el resto de los andaluces. Asimismo, se afirma que la sociedad actual debe hacer un esfuerzo por encontrar claves de convivencia y no de rechazo, erradicando prejuicios y estereotipos que a todos perjudican, tarea en la que los medios de comunicación —sobre todo, los audiovisuales y, en especial, los de titularidad pública— están llamados a jugar un papel de primer orden, asumiendo una responsabilidad específica como vertebradores e impulsores de los valores democráticos, entre los que se encuentra y destaca el **respeto a las minorías y a la pluralidad cultural**.

Por todo ello, el pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, con motivo ahora de la celebración del Día de los Gitanos Andaluces el próximo 22 de noviembre, acuerda por unanimidad recomendar a los medios audiovisuales de la Comunidad Autónoma que contribuyan tanto a la eliminación de estereotipos deformantes como al mayor y mejor conocimiento de la cultura gitana, declarando **2009** como el **Año del Pueblo Gitano en los Medios Audiovisuales de Andalucía**.

Sevilla, 13 de noviembre de 2008

### **ANEXO III. RECOMENDACIONES DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA SOBRE EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA EN PERIODO ELECTORAL**

En el marco de un Estado social y democrático de Derecho, como el que consagra el artículo 1º de la Constitución española, el sistema de democracia representativa, a través de la convocatoria de elecciones periódicas por sufragio universal, garantiza el derecho fundamental de participación política de los ciudadanos en el sistema democrático, en conexión con los principios de soberanía del pueblo y pluralismo político.

Es evidente que los medios de comunicación, y de manera muy destacada los audiovisuales, juegan un papel decisivo en la conformación de una opinión pública y libre. De tal modo es relevante la labor de difusión de informaciones y opiniones que llevan a cabo los medios de comunicación, con ocasión de la celebración de un proceso electoral, que resulta indispensable para que la ciudadanía pueda formar libremente sus opiniones y participar de modo responsable en los asuntos públicos. En este sentido, la protección que el artículo 20 de la Constitución dispensa al derecho fundamental a la libertad de información no sólo debe entenderse desde la perspectiva de un interés individual, sino también desde la garantía de una opinión pública libremente formada, indisolublemente unida al pluralismo político y requisito de funcionamiento de un Estado democrático.

El Consejo Audiovisual de Andalucía —reconocido como autoridad audiovisual independiente en el artículo 131 del Estatuto de Autonomía para Andalucía— tiene, entre sus funciones, la de velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en los medios audiovisuales sujetos a su ámbito de actuación y, en especial, los de pluralismo político, social, religioso, cultural, de objetividad y veracidad informativa en el marco de una cultura democrática y de una comunicación libre y plural. Entre sus principios de actuación, destaca el respeto a los principios de libertad de expresión, derecho al honor e intimidad, información veraz, difusión y comunicación.

Asimismo, el Estatuto de Autonomía de Andalucía establece, en su artículo 211, que los medios de comunicación públicos deberán respetar los principios de independencia, pluralidad, objetividad, neutralidad informativa y veracidad, así como que se garantizará el derecho de acceso a dichos medios de las asociaciones, organizaciones e instituciones representativas de la diversidad política, social y cultural de Andalucía, respetando el pluralismo de la sociedad.

Es sabido, sin embargo, que, durante las campañas electorales, y al menos en los medios de titularidad pública, la información relativa a las diferentes formaciones políticas que a ellas concurren deja de regirse por criterios profesionales periodísticos para hacerlo por la práctica de los llamados “bloques electorales”, una fórmula improvisada tras las elecciones de 1982 y que todavía se sigue aplicando de forma automática sin cuestionar su idoneidad como residuo que son de la transición democrática. Lo cierto es que dichos “bloques” no responden a criterios profesionales periodísticos, sino a otros de carácter puramente publicitario, siguiendo las pautas de proporcionalidad y reparto de tiempos fijadas por la Junta Electoral para los espacios obligatorios y gratuitos de publicidad electoral. El problema es que se confunde así la información con la propaganda, porque los criterios válidos para la regulación de los espacios gratuitos de propaganda electoral no tienen por qué serlo —de hecho, no lo son— para los espacios informativos, que deben regirse por otros de carácter exclusivamente periodístico, entre ellos sobre todo los de rigor profesional e interés público, pero también los de garantía del pluralismo y respeto de las minorías, incluidas —cómo no— las fuerzas extraparlamentarias.

Por otra parte, múltiples y representativas voces profesionales tanto periodísticas como jurídicas, así como la reciente jurisprudencia de la propia Junta Electoral Central —reconociendo que no es de su competencia decidir cómo debe ser la información electoral en los medios públicos audiovisuales, ni siquiera si dicha información debe o no existir de forma obligatoria—, han venido a demostrar que los llamados “bloques electorales” no gozan de ningún respaldo legal, por lo que los espacios de información política electoral no tienen por qué regirse por los mismos criterios obligatorios de orden y duración inamovibles que marcan la distribución de los espacios de propaganda gratuita.

El Consejo Audiovisual de Andalucía, como autoridad reguladora competente en materia audiovisual, y en el marco de las atribuciones reconocidas por su Ley de creación, está habilitado para adoptar recomendaciones, con finalidad orientativa, acerca de la labor de los medios de comunicación audiovisuales sobre los que ejerce sus competencias.

En consecuencia, y sin perjuicio de las competencias que, en todo caso y durante el periodo electoral,

corresponden a la Administración Electoral de conformidad con lo previsto en la Ley Orgánica 5/1985 de Régimen Electoral General, así como en la Ley 1/1986, de 2 de enero, reguladora de las elecciones al Parlamento de Andalucía y demás normativa que resulte de aplicación, el Consejo Audiovisual de Andalucía considera pertinente adoptar las recomendaciones que siguen a continuación con la finalidad de orientar la labor de los medios de comunicación audiovisuales, en orden a garantizar la calidad de la información también durante el periodo electoral y satisfacer, en última instancia, el derecho de la ciudadanía a una información lo más amplia posible, en el marco de una sociedad democrática y plural.

#### Recomendaciones:

- 1. Objetividad, veracidad e imparcialidad de las informaciones.** Las informaciones, comentarios y presentaciones a que den lugar las elecciones deben exponerse con cuidado extremo y mesura. Igualmente se debe procurar que los extractos de declaraciones de candidatos y representantes políticos empleados en las informaciones, así como los comentarios a los que puedan dar lugar, no desnaturalicen el sentido general.
- 2. Separación entre información y opinión, identificación de quienes las defienden y su libre expresión.** Los medios de comunicación audiovisuales velarán muy especialmente por distinguir —hasta donde ello sea posible— las informaciones de las opiniones y juicios de valor. Esto obliga a asegurar la neutralidad informativa y a dejar de lado los elementos que descalifiquen a cualquier fuerza política. El empleo de imágenes de archivo debe hacerse con cuidado, indicando siempre con claridad la fuente y la fecha, y procurando que no puedan dar lugar a montajes o utilidades susceptibles de deformar el sentido del documento.
- 3. Igualdad de oportunidades.** Los medios audiovisuales, en especial los de titularidad pública, deben asegurar una información adecuada e imparcial sobre las diversas ofertas electorales, dando también cabida a la información sobre candidaturas de formaciones que en la actualidad no tienen representación parlamentaria, garantizando así la construcción de una información plural y objetiva.
- 4. Equilibrio en la presencia de las formaciones políticas mayoritarias, con respeto a las minoritarias.** En aras a la formación de una opinión pública libre y fundada, el Consejo Audiovisual de Andalucía subraya la importancia de debates, tertulias o mesas redondas para la difusión de información y el contraste de propuestas.
- 5. Equidad y respeto al pluralismo político.** Se debe fomentar una presencia de las diferentes fuerzas políticas de manera proporcional respetando el principio de equidad, es decir, que el tiempo dedicado a cada fuerza política sea proporcional a la representación de cada una de las candidaturas, según los resultados de las últimas elecciones. La noción de equidad no es la misma que la de igualdad estricta, sino que se fundamenta en la igualdad escalonada; es decir, en función de la relevancia de cada formación política en el momento de concurrir a las elecciones.
- 6. Atención al pluralismo territorial.** Según la naturaleza de los procesos electorales, la cobertura de la información política deberá ser respetuosa con la representación adecuada de la plural realidad territorial de Andalucía, sin primar —por encima de criterios de territorio y población— ningún ámbito sobre otro. En la información local deben tenerse en cuenta los equilibrios políticos locales.
- 7. Interés informativo.** La asignación de tiempos en los espacios informativos no tiene necesariamente que estar equiparada a la distribución de los espacios gratuitos de propaganda electoral, pudiendo ser por ello corregida con los criterios de profesionalidad, oportunidad, actualidad e interés público. El principio del interés informativo exige que la distribución equitativa de tiempos no se mida exclusivamente en relación con cada espacio informativo, sino atendiendo al conjunto de la campaña o, al menos, a periodos más amplios a lo largo de todo el proceso electoral. La ordenación de las noticias debe ser flexible y en función de la actualidad.
- 8. Respeto a la profesionalidad.** La presencia equitativa de las formaciones políticas ha de ser plenamente compatible con el ejercicio de criterios profesionales, tales como el interés informativo, el principio de pluralidad, el respeto a la neutralidad, la veracidad, el rigor y el equilibrio. Las relaciones entre los profesionales de la información y los protagonistas políticos deben basarse asimismo en criterios de independencia y de respeto recíproco. En todo momento debe preservarse la libertad de acción informativa en las campañas electorales. Las emisoras deben tener garantizado el libre acceso a los actos de campaña, así como el derecho a contar con señal propia.
- 9. Accesibilidad a la información de personas con discapacidad.** En coherencia con su defensa de los colectivos necesitados de mayor protección, el Consejo Audiovisual de Andalucía subraya la conveniencia de incrementar la accesibilidad a informaciones y debates, por parte de personas con discapacidad, especialmente visual y/o auditiva.

va, promoviendo cuando sea posible el uso de la lengua de signos, la subtitulación o los sistemas de audiodescripción.

Finalmente, el Consejo Audiovisual de Andalucía considera conveniente recordar, de forma genérica, que durante el período electoral todos los operadores audiovisuales están sometidos a las obligaciones legalmente establecidas respecto de la publicidad, la propaganda electoral, los sondeos de intención de voto, así como el respeto al derecho de réplica.

Granada, 24 de enero de 2008

#### **ANEXO IV. RECOMENDACIONES DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA SOBRE LA PUBLICIDAD DE JUGUETES DIRIGIDAS A LAS FAMILIAS Y RESPONSABLES DE LOS MENORES ANDALUCES**

El Consejo Audiovisual de Andalucía emitió en diciembre de 2006, coincidiendo con el inicio de las vacaciones escolares, diez recomendaciones destinadas a las familias y a la ciudadanía en general en relación con la publicidad de juguetes. Ahora, en diciembre de 2008, el CAA formula las siguientes recomendaciones atendiendo también a los nuevos fenómenos y circunstancias que concurren en este ámbito. El objetivo del Consejo Audiovisual de Andalucía es seguir manteniendo una relación constante y fluida con los distintos sectores de la sociedad andaluza, por lo que, en estas fechas, considera fundamental el papel que las familias y responsables de los menores pueden desempeñar ante su exposición a la publicidad de juguetes en la televisión, en aras a potenciar los elementos positivos que tal publicidad supone para ellos y, a la vez, minimizar los efectos de una publicidad intensiva, excesiva o irrespetuosa con los derechos de la infancia.

##### **Recomendaciones:**

1. La vulnerabilidad de los niños y adolescentes frente a la información a través de los medios audiovisuales tradicionales y nuevos, requiere el compromiso activo por parte de los progenitores y personas responsables. Padres y madres, como responsables principales de ejercer el control parental, han de tener presente la presión publicitaria de juguetes en la época de Navidad, tanto en los horarios de protección de menores y protección reforzada, como la que puede emitirse fuera de estas franjas horarias protegidas. Esta publicidad introduce, a menudo, referencias a páginas web sobre las cuales debería ejercerse, igualmente, dicho control, en tanto algunos de sus enlaces conducen a portales generalistas de juguetes, ocio y diversión.

2. La ciudadanía puede contribuir a la protección de los derechos de los menores, así como a la vigilancia y control de los anuncios de juguetes que pudieran suponer incumplimientos de la legislación o de los códigos deontológicos, en particular los que:

a) Inciten directamente a los menores —o a que persuadan a la familia o a terceros— a la compra explotando su inexperiencia o credulidad. Especialmente, aquellos que contienen mensajes imperativos, exhortativos, desafiantes y de apremio, o que generen sensaciones de exclusividad o formas de consumo compulsivo.

b) Los anuncios de juguetes que puedan generar confusión y posterior frustración en los menores como consecuencia de una presentación que induzca a error sobre las características y seguridad del juguete, o sobre la capacidad y aptitudes necesarias del menor para poder utilizarlos. Especialmente alertarán sobre aquellos anuncios que:

- a. Introduzcan movimientos en el juguete que no formen parte de sus atributos o funciones reales.
- b. Muestren un tamaño sin referentes que pueda producir una percepción distorsionada al menor.
- c. Intercalen sonidos de los objetos reales como propios de los juguetes.
- d. Intercalen abusivamente escenas de animación con imágenes reales del juguete.
- e. Contengan sobreimpresiones ilegibles por su tamaño, tiempo de permanencia en pantalla o contraste de color.
- f. Eludan o distorsionen los requisitos de funcionamiento o de montaje.
- g. Confundan al menor mezclando o no aclarando la exclusión o la cualidad de “compra separada” en aquellos juguetes que puedan formar parte de colecciones o respecto de los cuales existan accesorios que no forman parte del juguete anunciado.
- h. Induzcan a error sobre la edad del menor a la que van dirigidos cuando los juguetes puedan entrañar riesgos para su bienestar físico, psíquico y social.

c) Los anuncios de juguetes que puedan transmitir una imagen desigual, excluyente o estereotipada entre hombres y mujeres, niños y niñas. Especialmente pueden alertar sobre aquellos anuncios que:

- a. Estén dirigidos de manera exclusiva, expresa o implícitamente, a cualquiera de los dos sexos.
- b. Confieran roles profesionales a niños y niñas conforme a los estereotipos tradicionales —profesiones típicamente femeninas y masculinas—.
- c. Excluyan o ignoren manifiestamente a cualquiera de los dos sexos en los juguetes y juegos relacionados con el cuidado, la higiene, el desempeño de actividades domésticas y la afectividad.
- d. Excluyan o ignoren manifiestamente a cualquiera de los dos sexos en los juguetes y juegos relacionados con las actividades físicas, la acción, la aventura y el logro de objetivos.

- e. Enfaticen en las niñas la emulación de estereotipos adultos asignados a las mujeres, tales como los ideales de belleza, seducción o magnificación de la apariencia física y sobreestimación del consumo.
  - f. Enfaticen en los niños la emulación de estereotipos adultos asignados a los hombres, tales como los ideales de poder, fuerza, riesgo, velocidad, atrevimiento y desafío.
3. Tanto los progenitores como la ciudadanía en general pueden contribuir a la existencia de una publicidad responsable y respetuosa con la protección de los menores. El Consejo Audiovisual de Andalucía dispone de un teléfono gratuito 900159159 y de un apartado en su web [www.consejoaudiovisualdeandalucia.es](http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es) (Oficina de Defensa de la Audiencia del Consejo Audiovisual de Andalucía) en el que se pueden recibir quejas, sugerencias y peticiones en relación con las conductas y estrategias publicitarias que puedan vulnerar la legislación y los códigos de conducta adoptados por el sector.
4. Los niños y niñas constituyen un público que por sus características de inmadurez, credulidad, facilidad de persuasión y sugestión resulta especialmente vulnerable frente a determinadas estrategias utilizadas por la publicidad. Aunque los anuncios dirigidos a menores de edad están sometidos a normas más estrictas de protección, es muy importante que en el seno de las familias se adopten pautas que pueden contribuir a mejorar la relación de los menores con los medios audiovisuales y su protección en el ámbito de la publicidad dirigida a ellos.

#### El Consejo Audiovisual de Andalucía aconseja:

- a. Comentar los anuncios. La publicidad puede ser un medio extraordinario para fomentar el conocimiento crítico de niños y niñas, si desde el entorno familiar se les ayuda a procesar los contenidos de la televisión y a interpretar los objetivos y mensajes de los anuncios. La televisión también puede promover pautas de diálogo y mediación.
- b. Ver y analizar la publicidad televisiva fomentando el interés de los niños y niñas por los regalos y juguetes que sirven al desarrollo de la creatividad, al estímulo de la imaginación, las habilidades psicomotrices, la adquisición de conocimientos y la práctica de relaciones interpersonales.
- c. Contribuir a hacer de la publicidad en la época navideña una herramienta para la selección y elección de los juguetes, así como un espacio de diversión y entretenimiento, de formación y educación en valores fundamentales y cívicos y de aprendizaje de conductas positivas.
- d. Advertir de las franjas de edad a las que van destinadas los juguetes que se publicitan, y ajustar las decisiones de compra a cada momento evolutivo del

menor, evitando la inadecuada emulación de arquetipos y comportamientos adultos.

e. Evidenciar en los anuncios, con lenguaje adecuado para cada edad, los mensajes verbales o icónicos que trasladan en la orientación o uso de los juguetes una imagen desigual por razón de género o estereotipos tradicionalmente asignados según el sexo del menor.

f. Tener en consideración, especialmente, la publicidad que desarrolla contenidos de culto al cuerpo, hábitos indumentarios o formas de competitividad y consumo inadecuados para las edades más tempranas, y que muchas veces aparecen como atractivo en los anuncios de juguetes.

g. Orientar a los menores en relación con los anuncios de juguetes de tecnología avanzada, el acceso a pantallas digitales a edades tempranas, la implicación de actitudes y actividades relacionales en contextos virtuales o los costes de este tipo de juguetes.

h. Ejercer control parental también en las consultas que realicen a páginas web indicadas —cada vez con más frecuencia— en los anuncios de juguetes.

i. Razonar los hábitos de consumo compulsivo inducidos por la publicidad: el exceso de juguetes y regalos, como el consumo mismo de televisión, se puede convertir fácilmente en una forma equivocada de resolver conflictos o de compensar la falta de dedicación familiar.

j. Advertir sobre los anuncios puedan generar expectativas que conduzcan a la frustración el día de entrega de los regalos. Acudir junto a niños y niñas a los comercios y contrastar la imagen del anuncio con la realidad del juguete puede ser un momento no sólo formativo sino también de ocupación del ocio, y ayuda a todos a comprender cómo funciona la ficción publicitaria.

#### ANEXO V. RECOMENDACIONES DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA SOBRE VIOLENCIA EN EL DEPORTE

El artículo 131.1 del Estatuto de Autonomía para Andalucía establece que el Consejo Audiovisual es la autoridad audiovisual independiente encargada de velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en los medios audiovisuales, tanto públicos como privados, en Andalucía, así como por el cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad.

El Consejo Audiovisual de Andalucía es, según la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del mismo, la autoridad audiovisual independiente encargada de velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en el ámbito de los medios audiovisuales en Andalucía así como del cumplimiento de la normativa vigente en materia au-

audiovisual y de publicidad, de acuerdo con los principios de actuación y funciones.

Entre sus principios de actuación tal como señala la Ley se resalta el respeto a los principios de libertad de expresión, derecho al honor e intimidad, información veraz, difusión y comunicación, de igualdad y no discriminación, y en la compatibilidad de dichos principios con los de pluralismo, objetividad, y libre concurrencia en el sector audiovisual.

Asimismo, entre sus funciones, destacamos el artículo 13, según el cual es función del Consejo incentivar la elaboración de códigos deontológicos y la adopción de normas de autorregulación, y el artículo 19, que establece la función de ejercer labores de mediación entre las instituciones, los agentes del sistema audiovisual y la sociedad; así como, en su caso, arbitrales de acuerdo con la normativa vigente.

El artículo 30.2 letra g) del Reglamento Orgánico y de Funcionamiento del Consejo prevé, que en el ejercicio de sus funciones, el Consejo puede adoptar las medidas que estime oportunas, entre ellas, aquellas que puedan revestir la forma de recomendaciones, orientadas a incentivar la elaboración de códigos deontológicos y la adopción de normas de autorregulación.

En este sentido el Consejo Audiovisual de Andalucía ha elaborado, en colaboración con la Federación de Periodistas Deportivos de Andalucía (FPDA) y el apoyo de la Federación Andaluza de Fútbol (FAF) y de la Confederación Andaluza de Federaciones Deportivas (CAFD), estas Recomendaciones que son asumidas por todos los firmantes como un Manual de Buenas Prácticas y que ejercerá de código deontológico.

La iniciativa además de a los profesionales de la información y del deporte se dirige a otros agentes sociales que comparten tanto la preocupación como la responsabilidad en el desarrollo de una información, en este caso de carácter deportivo, que cumpliendo con la veracidad contribuya al fomento de la convivencia y a la defensa de los valores tradicionales del deporte erradicando actitudes y acciones violentas de las que todos, periodistas, deportistas, ciudadanos e instituciones somos víctimas.

#### A los Medios de Comunicación audiovisual

- Los Medios Audiovisuales deben evitar la repetición de imágenes violentas o enfrentamientos entre los aficionados o los deportistas. Sin dejar de informar de la realidad los Medios deben huir del sensacionalismo, el morbo o la reiteración de escenas violentas.
- Los Medios Audiovisuales deben aplicar los mismos criterios que rigen en cualquier otra información a la deportiva, preservando con idéntico rigor y escrúpulo, contrastando las noticias y distinguiendo los rumores de las noticias.
- El deporte levanta pasiones, esta es una de sus virtudes y ese es uno de los riesgos que deben

asumir los medios audiovisuales cuando informan, de tal manera que, participando de la exaltación y alegría que corresponde a esta actividad, los profesionales deben cuidar el lenguaje especialmente, en los programas radiofónicos. Aún siendo una tradición internacional y normalizada no debe abusarse del lenguaje guerrero y belicoso que convierte los encuentros deportivos en batallas y a sus participantes en enemigos, al menos nominalmente.

- Las aficiones basan su ardor en la victoria de manera que hay que procurar contribuir al júbilo sin ofender a los contrarios ni apelar a bajas pasiones ni deseo de revancha. Especialmente cuando cohabiten equipos distintos en la misma ciudad hay que evitar calentar el ambiente predisponiendo a la exacerbación y la violencia. El que las autoridades califiquen un encuentro de "alto riesgo" en cuanto al orden público debe producir mayor sosiego en las informaciones y no todo lo contrario.
- Los programas de radio y televisión deben contribuir a la normalización de las rivalidades deportivas promoviendo encuentros entre equipos contrarios (dirigentes, jugadores, peñas de aficionados) y favoreciendo campañas de convivencia entre adversarios.
- Los informadores de los programas deportivos no son la noticia aunque sus opiniones, dado el carácter de la información deportiva, sean de relevancia para el aficionado. Los líderes de opinión deben evitar formar parte de la controversia y la exasperación rehuyendo las broncas en antena, las acusaciones no probadas y las descalificaciones próximas al insulto. En muchas ocasiones los informadores son parte del problema por la virulencia de sus posicionamientos públicos.
- Los programas de participación, vitales en los programas de radio, deben ser cuidadosos a la hora de emitir determinadas intervenciones que aun siendo a veces inevitables deben ser atajadas y reprobadas por los presentadores.
- La violencia se construye desde la falta de respeto: las alusiones racistas o sexistas no deben ser amparadas ni siquiera por un presunto sentido del humor. El tono distendido y la broma es siempre un valor pero hay que ser exquisito en alusiones que puedan herir y menoscabar a personas o colectivos.

#### A las Federaciones Deportivas, Clubes y deportistas

- Los portavoces de Federaciones, Ligas y Clubes deben evitar un lenguaje agresivo o provocador procurando contribuir con sus declaraciones a apaciguar los ánimos de los aficionados.
- La actitud de los representantes de los Clubes, Ligas y Federaciones, antes, durante y tras los encuentros deportivos, debe ser lo más medida posible en gestos y actos teniendo en cuenta que la mayo-

ría de ellos son transmitidos por radio o televisión y que por lo tanto sus imágenes y palabras llegan a millones de personas. Lo que suceda en el palco suele tener un efecto mimetizador en la grada con todo lo que ello significa.

- Los representantes de Federaciones, Ligas y Clubes deben evitar los enfrentamientos personales contribuyendo con su actitud a desdramatizar los resultados de sus respectivos equipos.
- Las Federaciones, los Clubes y los deportistas deben mostrar con actos y palabras su rechazo frontal a comportamientos violentos e incívicos de manera que los grupos llamados ultra sean segregados del resto de la familia deportiva.
- La información que se facilite a los Medios debe ser transparente y todo lo precisa que los medios lo requieran sea cual sea la línea editorial de éste. De ninguna manera puede vetarse a un medio o a un periodista concreto aunque su opinión sea contraria o crítica con las decisiones de los directivos o de los deportistas.

#### A las Administraciones

- Según la declaración europea de 1985 los Estados miembros se comprometen a “tomar medidas adecuadas en el ámbito social y educativo ante la importancia potencial de los medios de comunicación de masas para prevenir la violencia en el deporte o cualesquiera manifestaciones deportivas, promoviendo el ideal deportivo con campañas educativas o generales defendiendo el valor del juego limpio, especialmente entre los jóvenes, a fin de favorecer el respeto mutuo entre aficionados y deportistas y alentar la participación ciudadana.”
- En este sentido la Unión Europea ha firmado en 2007 El Libro Blanco del deporte europeo donde se hace una referencia explícita a la violencia en el deporte y a la responsabilidad de los Estados Miembros en promover políticas para su erradicación. Este documento compromete a todos los Estados miembros para la adopción de medidas de apoyo al deporte “en términos de salud, educación y cultura”
- El deporte forma parte de la educación como disciplina y como generador de valores de tal manera que las Administraciones deben, en la línea de las recomendaciones de la UE, fomentar programas, actividades y experiencias relacionadas no sólo con su práctica sino también con su disfrute.
- Las Fuerzas de Orden Público y cuerpos de seguridad del Estado deben perseguir a los grupos o individuos que con actos vandálicos y violentos impidan la normalidad de los encuentros deportivos, especialmente los multitudinarios. Cuando se produzcan incidentes o altercados deben procurar información clara y concisa que permita identificar a los culpables y los distingua del resto de los aficionados.
- Las Administraciones deportivas y educativas deben contribuir a la imagen positiva tanto de la práctica del deporte como la de su seguimiento con campañas y acciones que se dirijan tanto a los aficionados adultos como a los más jóvenes.
- Las Administraciones deben premiar comportamientos deportivos ejemplarizantes no sólo a título individual, como ya se viene haciendo, sino a colectivos y grupos que sean un modelo para el resto de la sociedad. El impacto mediático de los galardones y distinciones garantiza la difusión y valoración social de las buenas prácticas.

#### A la Comunidad educativa, madres y padres

- La afición a un equipo es una señal de identidad de singular arraigo en muchas familias de Andalucía. Esta herencia es un valor que fortalece los vínculos afectivos de las personas y las integran en su entorno. Las familias deben transmitir los valores de respeto y convivencia que permitan a los niños y niñas amar lo suyo y entender el amor del contrario.
- Los espectáculos deportivos tienen categoría de familiares y por lo tanto debe animarse la presencia de los menores garantizando no sólo su propia seguridad sino que el acontecimiento deportivo contribuya en su formación como personas. Las manifestaciones agresivas verbales y físicas, las increpaciones y el uso de lenguajes no adecuados para los niños y niñas puede transformar una edificante experiencia en una lección de incivismo y falta de educación. Si bien el deporte puede vivirse como una saludable válvula de escape para las tensiones de la vida cotidiana no nos debemos permitir comportamientos inaceptables en cualquier otra situación, especialmente el uso de expresiones xenófobas o sexistas.
- El deporte, fundamentalmente el profesional que produce tanta riqueza como fama, genera ídolos y líderes que los más jóvenes adoptan como modelos a imitar. Es especialmente importante que a la juventud y el éxito de la mayoría de los deportistas famosos se le vinculen otros valores que verdaderamente los conviertan en ejemplo a seguir.
- En ese sentido la participación de clubes y deportistas en campañas humanitarias o iniciativas ciudadanas es especialmente importante para sus seguidores más pequeños. En el ámbito familiar debe enseñarse a discriminar entre unos y otros modelos, diferenciando la fama de la celebridad y aunando el concepto del éxito con el del esfuerzo y la voluntad.
- Los centros escolares, punto de encuentro esencial de la comunidad educativa deben fomentar además del ejercicio del deporte actividades y hábitos que contribuyan a la educación en la convivencia, la sana competencia y la tolerancia.

## ANEXO VI. DECISIÓN DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA SOBRE LA EMISIÓN DE DEPORTE FEMENINO EN TELEVISIÓN

1. El 9 de octubre de 2008 se presentó al Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía el estudio sobre Género y deporte en televisión elaborado por el Área de Contenidos, con el objetivo de conocer la presencia de mujeres, como deportistas y profesionales de los medios, en la programación deportiva y en los noticiarios.

En concreto se han analizado 138 horas y 56 minutos de informaciones y eventos deportivos emitidos durante quince días de agosto y quince de octubre del 2007, teniendo en cuenta que los calendarios deportivos son distintos en periodo estival.

El análisis pone de manifiesto la invisibilidad del deporte femenino en televisión, tanto en los programas informativos —donde las mujeres protagonizan sólo el 3,4 por ciento de las informaciones deportivas— como en las retransmisiones, con sólo un 7,5 por ciento de presencia sobre el total —6 de 142 retrasmisiones—. Por cada minuto destinado al deporte femenino en televisión se emiten 19 minutos de deporte masculino.

El Consejo Audiovisual de Andalucía ha analizado las noticias deportivas de 325 informativos de cuatro operadores de televisión, tres públicos y uno privado. En 24 horas de noticias se dedicaron sólo 44 minutos a acontecimientos deportivos femeninos.

Respecto al deporte emitido para Andalucía —desconexiones de TVE 1, Canal Sur y Canal Sur 2—, la presencia del deporte femenino es aún menor, ocupando sólo el 3,32 por ciento del tiempo analizado —menos de 2 horas de 58—. Cuando aparece el deporte femenino, lo hace en Canal Sur 2 —3,39 por ciento—, mientras que la principal cadena del operador público andaluz sólo dedicó un 2,15 por ciento del tiempo en su programación deportiva.

La evidente brecha existente entre el interés mediático que suscita el deporte femenino y el masculino no es coyuntural, sino que responde a una constante definida y estable común a operadores públicos y privados, evidenciada también en otros estudios y foros.

La desigualdad entre la presencia de deporte masculino y femenino no se justifica ni explica sólo con la realidad de la competición y práctica deportiva ni con el predominio del fútbol en la programación, como demuestra el medallero femenino en el período analizado o el que un 22 por ciento de los deportistas federados en Andalucía sean mujeres.

El escaso interés que muestra la televisión por el deporte femenino tampoco responde a los perfiles de audiencia o a los deseos de la ciudadanía. Según el Barómetro Audiovisual de Andalucía 2008 elaborado por este Consejo, más del 80 por ciento de la población considera que las deportistas están discriminadas por las televisiones y se muestra crítica al respecto.

Por otra parte, resalta también la doble invisibilidad que padecen los deportistas con discapacidad, teniendo en cuenta que ninguno de los eventos deportivos femeninos o masculinos de ámbito regional y nacional que se desarrollaron en Andalucía en el último trimestre del 2007 mereció atención por parte de las televisiones autonómicas y locales.

2. Es función del Consejo Audiovisual de Andalucía promover la igualdad de género en la Comunidad Autónoma de Andalucía a través de la promoción de actividades, modelos sociales y comportamientos no sexistas en el conjunto de las programaciones que se ofrecen en Andalucía, así como incentivar la adopción de normas de autorregulación en los medios de comunicación audiovisuales.

Diferentes estudios y estadísticas demuestran la importancia que para la salud de la población tiene el fomento de actividades físico-deportivas, la existencia de desigualdades de género debido a razones socio-culturales y la influencia que ejercen los referentes o ídolos deportivos.

En ese sentido, los medios de comunicación en general, pero especialmente la televisión, desempeñan una importante labor informativa, divulgativa y educativa, sobre todo entre la infancia y la juventud.

En concreto, uno de los principios que, según la Ley 18/2007, de 17 de diciembre, de la radio y televisión de titularidad autonómica gestionada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA), debe inspirar la programación del operador público autonómico es la promoción de la igualdad de género entre hombres y mujeres.

La programación que, a través de sus sociedades filiales, ofrezca la RTVA tienen que hacer compatibles el objetivo de rentabilidad social con el principio de eficiencia económica y debe, entre otros objetivos, facilitar el más amplio acceso de la ciudadanía a los distintos géneros de programación y a los eventos institucionales, sociales, culturales y deportivos, cubriendo todos los segmentos de audiencia referidos a sexo, edad, grupos sociales o territoriales, con especial atención a las personas con discapacidad.

Las consecuencias de la invisibilidad del deporte en los medios de comunicación ha sido señalada por organismos como el Instituto Oficial de Radio y Televisión, el Instituto de la Mujer y la Comisión Mujer y Deporte del Comité Olímpico Español e instituciones, como la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía. Diferentes estudios resaltan la incidencia de los medios de comunicación, especialmente la televisión, en el fomento del deporte entre la población, así como que la falta de referentes o ídolos es uno de los escollos que encuentra el fomento de la práctica deportiva femenina.

El fomento del deporte entre la población femenina es un objetivo recogido en los planes estratégicos de Igualdad de Oportunidad y en la Ley Orgánica para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres.

El Consejo Audiovisual de Andalucía, en el ejercicio de sus funciones de promover la igualdad de género en la Comunidad Autónoma de Andalucía y en el ámbito de las competencias que le atribuye el ordenamiento jurídico vigente adopta en el Pleno celebrado el 9 de octubre de 2008, a propuesta de la Comisión de Contenidos, las siguientes DECISIONES:

**PRIMERA:** La televisión puede y debe contribuir a que se alcancen modelos deportivos no discriminatorios por razón de sexo, abriendo la programación a actividades físico-deportivas femeninas e impregnando de valores sociales la difusión del deporte, valores que —al menos en los medios públicos— deben estar por encima de otros criterios que, como la rentabilidad económica o la espectacularidad, puedan incidir en la emisión de noticias y eventos deportivos.

Es necesario que los medios de comunicación incrementen la presencia de deporte femenino tanto en sus programas informativos como en sus retransmisiones, reflejando los logros y esfuerzos de las deportistas y contribuyendo a que la población cuente con modelos y referentes deportivos femeninos.

**SEGUNDA:** El Consejo Audiovisual de Andalucía considera que el contrato-programa de la RTVA, definido en su ley de creación como instrumento para articular la función de servicio público de este operador, debería contemplar acciones específicas para incrementar la presencia de deporte femenino tanto en los programas informativos como en las retransmisiones de Canal Sur y Canal Sur 2 Andalucía.

Es necesario recordar también al conjunto de los medios de comunicación audiovisuales, públicos y privados, que, en cumplimiento de su función social que le atribuye la legislación vigente, deben respetar el principio de igualdad de género y la eliminación de todas las formas de discriminación.

**TERCERA:** Se ha demostrado que la práctica deportiva es muy importante para la salud de toda la población, pero especialmente para las personas con discapacidades físicas y psíquicas. El deporte contribuye sin lugar a duda a la socialización, la integración social y la autoestima personal de un colectivo que supone el 10 por ciento de la población de Andalucía. Los deportistas son hoy referentes sociales de primer orden, sobre todo entre los jóvenes y menores de edad. Los medios audiovisuales deberían contribuir a que el conjunto de la sociedad conozca y cuente entre sus referentes sociales con hombres y mujeres con discapacidad que han logrado superar barreras y el deporte constituye para ello un elemento de primer nivel.

El Consejo Audiovisual de Andalucía recomienda a los medios de comunicación en general, y especialmente a la RTVA, que tengan en cuenta en su programación deportiva el calendario de las federaciones deportivas de personas con discapacidad, de manera que dichos eventos se integren en la programación.

**CUARTA:** Teniendo en cuenta los factores económicos existentes en relación con la difusión del deporte, su vinculación a la publicidad, el patrocinio, los derechos de imagen y de explotación audiovisual, el Consejo Audiovisual de Andalucía considera que las instituciones públicas pueden y deben contribuir a incentivar la difusión de deporte femenino en los medios de comunicación.

En este sentido, cabe hacer notar que, según la Ley para la Promoción de la igualdad de género en Andalucía, la Administración de la Junta debe fomentar acciones que contribuyan al desarrollo de valores y prácticas que fomenten la igualdad de mujeres y hombres en los medios de comunicación social y en la publicidad.

## ANEXO VII. DECLARACIÓN DE LA RIRM SOBRE LA REGULACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES

*Declaration du réseau des institutions de régulation méditerranéennes sur la régulation des contenus audiovisuels*

### PREAMBULE

Les institutions membres du Réseau des institutions de régulation méditerranéennes, désignées ci-après par les «institutions de régulation méditerranéennes»

Pleinement conscientes de l'apport humaniste de la civilisation méditerranéenne qui est leur patrimoine commun, ainsi que des valeurs de liberté, de tolérance, de respect mutuel et de diversité qui y sont attachées,

Rappelant les impératifs posés notamment par les conventions et déclarations internationales relatives aux droits de l'Homme et à la protection des mineurs,

Considérant que la liberté de communication s'exerce dans le respect de principes d'égalité de valeur tels que le respect de la dignité humaine, l'état de droit, le pluralisme, la protection des mineurs, la lutte contre la haine et la violence pour des raisons de race, de sexe, de culture, de religion, de nationalité ou toute autre base de discrimination.

Soulignant l'impact social et culturel des médias audiovisuels au-delà des frontières et la nécessité d'établir des principes fondamentaux communs pour les contenus audiovisuels, tout en respectant les spécificités nationales.

Affirmant que la convergence des technologies et l'effacement des frontières physiques n'entament en rien les valeurs communes reconnues dans les pays et régions des institutions de régulation méditerranéennes,

Décident par la présente Déclaration et selon les attributions reconnues à chacune d'elles de convenir de principes communs auxquels les instances de régulation méditerranéennes expriment la volonté de

sensibiliser les fournisseurs de services médias audiovisuels, et qui pourraient, notamment, servir de référentiel supplémentaire pour la régulation des contenus audiovisuels.

## CHAPITRE I. REGULATION DES CONTENUS

### Article 1

Dans le respect des règles nationales et internationales auxquelles elle est soumise, chaque institution de régulation méditerranéenne entend se référer, dans le cadre de sa régulation des services audiovisuels et dans la limite des attributions qui lui sont reconnues par son Droit national, aux principes énoncés aux articles 2 à 5.

## 1<sup>ERE</sup> PARTIE. RESPECT DES VALEURS, PRINCIPES ET DROITS FONDAMENTAUX

### Article 2

Les institutions de régulation méditerranéennes veillent à faire respecter par les fournisseurs de services médias audiovisuels les valeurs, principes et droits fondamentaux associés à la dignité humaine.

#### Article 2-1. Respect de la personne humaine et de l'altérité

Chaque institution de régulation méditerranéenne s'assure que les fournisseurs de services médias audiovisuels, dans l'ensemble de leurs programmes, veillent:

- à respecter la dignité de la personne;
- à ne pas inciter à des pratiques ou comportements inhumains ou dégradants;
- à respecter, la dignité des personnes dans le traitement de l'information;
- à respecter la vie privée, l'image, l'honneur et la réputation des personnes;
- à ne pas exploiter l'inexpérience et la crédulité des personnes vulnérables, en particulier les enfants et les adolescents;
- à ne pas inciter à la haine, à la violence ou à la discrimination pour des raisons de race, de sexe, de culture, de religion, de nationalité ou toute autre base de discrimination;
- à ne pas encourager des attitudes de rejet ou de xénophobie envers certaines communautés ou les ressortissants d'autres pays;
- à respecter, le cas échéant à promouvoir la diversité culturelle des sociétés méditerranéennes dans un esprit de tolérance et de compréhension mutuelle.

#### Article 2-2. Préservation de l'Etat de droit

Chaque institution de régulation méditerranéenne entend s'assurer que les fournisseurs de services mé-

dias audiovisuels, dans l'ensemble de leurs programmes, veillent:

- à ne pas faire l'apologie de la violence et du terrorisme;
- à ne pas diffuser de documents audiovisuels prônant la violation de la troisième convention de Genève sur les prisonniers de guerre;
- à ne pas diffuser de programmes susceptibles d'inciter à des pratiques illégales.

## 2<sup>EME</sup> PARTIE. PROTECTION DE L'ENFANCE ET DE L'ADOLESCENCE

### Article 3

Les institutions de régulation méditerranéennes veillent à la protection des enfants et des adolescents, en tenant compte de la notion d'intérêt supérieur de l'enfant conformément à la Convention internationale des droits de l'enfant.

#### Article 3-1. Protection de l'enfance contre les contenus à caractère sexuel et la violence

Les institutions de régulation méditerranéennes veillent plus spécifiquement au respect de l'article 34 de la Convention internationale des droits de l'enfant selon lequel «Les Etats veillent à protéger l'enfant contre toutes les formes d'exploitation sexuelle et de violence sexuelle».

A cette fin, chaque institution de régulation méditerranéenne veille à ce que les programmes de nature pornographique et de violence extrême ou gratuite ne soient pas accessibles au public, que moyennant un système de verrouillage.

#### Article 3-2. Protection de l'épanouissement de l'enfant et de l'adolescent

Les institutions de régulation méditerranéennes veillent au respect de l'article 17 de la Convention internationale des droits de l'enfant qui vise à protéger l'enfant contre les images qui peuvent nuire à son bien-être.

Chaque institution de régulation méditerranéenne veille à ce que les fournisseurs de services médias audiovisuels avertissent le public, sous des formes appropriées qui peuvent être facilement identifiables également par les personnes sourdes et malentendantes, lorsque des programmes de quelque nature que ce soit:

- contiennent des images et/ou des sons susceptibles de heurter la sensibilité des enfants et des adolescents;
- ou qui sont susceptibles de nuire à leur épanouissement, notamment lorsque des images et/ou des sons difficilement soutenable ou violents, ou des témoignages relatifs à des événements particuliè-

rement dramatiques, sont diffusés dans les journaux d'information, les émissions d'information ou d'autres programmes de nature similaire.

Chaque institution de régulation méditerranéenne veille à ce que les fournisseurs de services médias audiovisuels ne diffusent pas de programmes susceptibles de nuire gravement à l'épanouissement des mineurs, de mettre en danger leur intégrité physique, particulièrement ceux banalisant la consommation de tabac, d'alcool et de drogues illégales, ou de les inciter à des comportements violents.

### Article 3-3. Education des enfants et des adolescents au respect des droits humains

Les institutions de régulation méditerranéennes veillent à l'application de l'article 29 de la convention internationale des droits de l'enfant, en encourageant les fournisseurs de services médias audiovisuels à éduquer les enfants au respect des droits de l'homme et la tolérance.

Chaque institution de régulation méditerranéenne s'assure tout particulièrement qu'aucun programme destiné aux enfants et aux adolescents ne soit contraire aux articles 2-1 et 2-2 de la présente déclaration.

## 3<sup>EME</sup> PARTIE. HONNETE DE L'INFORMATION ET PLURALISME DES OPINIONS

### Article 4

Les institutions de régulation méditerranéennes sont attachées à la liberté d'information et d'expression énoncées aux articles 18 et 19 de la Déclaration universelle des droits de l'Homme. Elles estiment que la liberté d'information s'accompagne d'une obligation d'honnêteté de l'information et que la liberté d'expression et le respect de la pluralité des opinions implique le respect de la pluralité des opinions et des droits fondamentaux.

#### Article 4-1. Honnêteté de l'information

Les institutions de régulation méditerranéennes veillent à ce que l'exigence d'honnêteté de l'information s'applique à l'ensemble des programmes diffusés par les fournisseurs des services médias audiovisuels.

- Chaque institution de régulation méditerranéenne s'assure que les fournisseurs de services médias audiovisuels, dans l'ensemble de leurs programmes, veillent à procéder, en temps opportun, aux rectifications nécessaires, dans l'hypothèse d'une diffusion d'informations susceptibles d'induire en erreur. Ces rectifications doivent se faire dans des conditions comparables à celles où des informations inexacts ont été diffusées.

#### Article 4-2. Respect du pluralisme des opinions

Les institutions de régulation méditerranéennes, attachées au pluralisme, veillent à ce que les fournisseurs de services médias audiovisuels respectent la

diversité des opinions et d'expression, afin de favoriser la liberté de chacun de se former sa propre opinion. L'expression de la diversité des opinions doit se faire dans le respect des principes rappelés par les articles 2-1 et 2-2 de la présente déclaration.

## CHAPITRE II. MISE EN ŒUVRE DE LA DECLARATION

### 4<sup>EME</sup> PARTIE. COOPERATION ET MECANISMES COMMUNS DE REGULATION

#### Article 5

Les institutions de régulation méditerranéennes s'engagent à mettre en œuvre cette Déclaration en appliquant ses principes dans la régulation des contenus audiovisuels en assurant, à travers la coopération internationale, une régulation concertée et effective.

Les institutions de régulation méditerranéennes s'engagent par la présente déclaration à échanger des informations et à coopérer, dans la limite de leurs attributions légales respectives, dans la régulation des contenus des fournisseurs de services médias audiovisuels reçus dans les pays ou régions dont l'institution de régulation est membre du Réseau.

Dans le cas particulier des contenus audiovisuels transfrontières, les membres du réseau s'engagent par la présente déclaration à la transparence et à l'information mutuelles

Faite à Marrakech, le 30 novembre 2007 et adoptée à Reggio Calabria, le 3 octobre 2008.

### Declaration of mediterranean network of regulatory authorities on audiovisual content regulation

#### Préambule

The member authorities of the Mediterranean Network of Regulatory Authorities thereafter referred to as Mediterranean Regulatory Authorities,

Fully aware of the humanistic contribution of the Mediterranean civilisation, their common heritage, and of the values of freedom, tolerance, mutual respect and diversity attached thereto,

Recalling the requirements set forth in particular by various international conventions and declarations relating to Human Rights and the protection of minors,

Considering that freedom of communication may only be exercised where principles such as the respect for human dignity, the rule of law, pluralism, the protection of minors, combating hatred and violence based on race, gender, culture, religion, nationality or any other basis for discrimination, are upheld

Highlighting the social and cultural impact of the audiovisual media beyond boundaries and the need for fundamental common principles to be set forth for audiovisual content while respecting national specificities,

Asserting that technological convergence and the cancellation of physical boundaries do not impinge in any way on the common values recognized in the countries and regions of the Mediterranean Regulatory Authorities,

Decide to hereby set forth common principles which the Mediterranean Regulatory Authorities in compliance with their specific competencies express their willingness to make audiovisual media service providers aware of, and which shall serve as additional reference for the regulation of audiovisual media content.

## CHAPTER I. CONTENT REGULATION

### Article 1

Each Mediterranean Regulatory Authority intends to refer to the principles set forth in articles 2 to 5 in its regulation of audiovisual services, in the framework within its competencies granted by national Law, while complying with the national and international rules by which it is bound.

#### PART 1. COMPLIANCE WITH FUNDAMENTAL VALUES, PRINCIPLES AND RIGHTS

### Article 2

Mediterranean Regulatory Authorities intend to ensure that audiovisual media service providers comply with the fundamental values, principles and rights associated with human dignity.

#### Article 2-1. Respecting human dignity

Each Mediterranean Regulatory Authority intends to ensure that audiovisual media service providers apply the following to all of their programmes,:

- respect human dignity;
- do not incite practices or behaviours inhumane or degrading;
- respect the dignity of persons in their treatment of information;
- respect the privacy, image, honour and reputation of persons,
- do not exploit the inexperience and credulity of vulnerable persons in particular children and adolescents;
- do not incite hatred, violence or discrimination on grounds of race, gender, culture, religion, nationality or any other basis for discrimination;
- do not encourage attitudes of rejection or xenophobia against certain communities or against nationals of other countries;
- respect and promote where applicable, the cultural diversity of Mediterranean societies in a spirit of tolerance and mutual understanding.

### Article 2-2. Protecting the rule of law

Each Mediterranean Regulatory Authority intends to ensure that audiovisual media service providers apply the following to all of their programmes,:

- do not eulogize violence and terrorism
- do not broadcast audiovisual documents promoting the violation of the 3rd Geneva convention relative to prisoners of war;
- do not broadcast programmes likely to incite illegal practices.

#### PART 2. PROTECTION OF CHILDREN AND ADOLESCENTS

### Article 3

Mediterranean Regulatory Authorities intend to ensure the protection of children and adolescents, keeping in mind the best interest of the child in accordance with the International Convention on the Rights of the Child.

#### Article 3-1. Protecting children from sexual content and violence

Mediterranean Regulatory Authorities specifically intend to ensure compliance with article 34 of the International Convention on the Rights of the Child under which "States Parties undertake to protect the child from all forms of sexual exploitation and sexual abuse".

Each regulatory authority intends to ensure that programmes of a pornographic and extremely or gratuitously violent nature shall not be accessible to the audience by means of a locking mechanism.

#### Article 3-2. Protecting the development of children and adolescents

Mediterranean Regulatory Authorities intend to ensure compliance with article 17 of the International Convention on the Rights of the Child the purpose of which is to protect the child against images that may be harmful to his or her well-being.

Each Mediterranean Regulatory Authority intends to ensure that audiovisual media service providers shall warn the public in the appropriate manner—that may be easily identified by deaf and people with hearing disabilities— when programmes, whatever their nature:

- contain images and/or sounds likely to upset the sensitivity of children and adolescents;
- or are likely to impair their development in particular when they are violent or difficult to watch/hear or where testimonies relating to particularly tragic events are being broadcast during news bulletins, news programs or other programs of similar nature.

Each regulatory authority intends to ensure that audiovisual media service providers do not broadcast programmes likely to, seriously impair the development of minors, endanger their physical integrity, in par-

particular those highlighting the trivialization of consumption of tobacco, alcohol, and drugs, or incite them to behave in a violent manner.

### **Article 3-3. Promoting children's and adolescents' respect of human rights**

Mediterranean Regulatory Authorities intend to ensure the implementation of article 29 of the International Convention on the Rights of the Child, when encouraging audiovisual media service providers to educate children to have respect for human rights and tolerance.

Each Mediterranean Regulatory Authority intends in particular to ensure that no programme addressed to children and adolescents violate articles 2-1 and 2-2 hereof.

## **PART 3. ACCURACY OF INFORMATION AND PLURALITY OF VIEWS**

### **Article 4**

The Mediterranean Regulatory Authorities are attached to freedom of information and expression as set forth in articles 18 and 19 of the Universal Declaration of Human Rights. They believe that freedom of information implies an obligation for accuracy of information and that freedom of expression implies respect for plurality of views and of fundamental rights.

#### **Article 4-1. Accuracy of information**

Mediterranean Regulatory Authorities intend to ensure that accuracy of information is applied to all programmes broadcast by audiovisual media service providers.

Each Mediterranean Regulatory Authority intends to ensure that audiovisual media service providers, in all of their programmes, shall take all necessary measures, at the right time, so that necessary corrections

when information likely to be misleading has been aired. These rectifications must be made in conditions comparable to those in which the inaccurate information was diffused.

### **Article 4-2. Respecting the plurality of opinions**

Mediterranean Regulatory Authorities are attached to pluralism and intend to ensure that audiovisual media service providers respect the diversity of opinions and expressions so as to foster each and everyone's liberty to form his or her own opinion. The expression of diverse opinions shall occur in conformity with the principles set forth in articles 2-1 and 2-2 hereof.

## **CHAPTER II. IMPLEMENTATION OF THE DECLARATION**

### **PART 4. COOPERATION AND COMMON REGULATORY MECHANISMS**

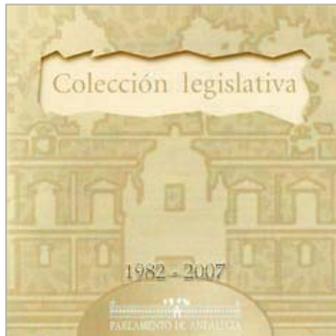
### **Article 5**

The Mediterranean Regulatory Authorities hereby undertake to implement this Declaration by applying its principles in the regulation of audiovisual content by ensuring a concerted and effective international cooperation.

The Mediterranean Regulatory Authorities hereby undertake to exchange information and cooperate, within their respective legal competencies, in the regulation of content provided by audiovisual media service providers and received in countries or regions whose authority is a member of the network.

In the specific case of transfrontier audiovisual content the members of the network hereby commit to transparency and mutual exchange of information.

Done in Marrakech, the 30th November 2007 and adopted in Reggio Calabria, the 3rd October 2008.



## SERVICIO DE PUBLICACIONES OFICIALES

### INFORMACIÓN Y PEDIDOS

#### Edición, diseño y composición:

Servicio de Publicaciones Oficiales

#### Información:

Servicio de Publicaciones Oficiales

#### Pedidos:

Servicio de Gestión Económica  
c/ Andueza núm. 1  
41009-Sevilla

#### Teléfono:

(34) 954 59 21 00

#### Dirección web:

<http://www.parlamentodeandalucia.es>

#### Correo electrónico:

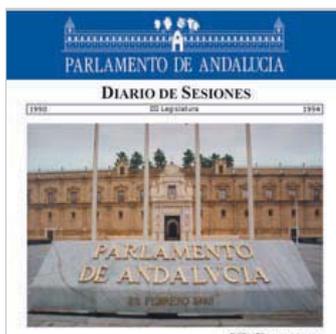
[publicacionesoficiales@parlamentodeandalucia.es](mailto:publicacionesoficiales@parlamentodeandalucia.es)  
[diariodesesiones@parlamentodeandalucia.es](mailto:diariodesesiones@parlamentodeandalucia.es)  
[boletinoficial@parlamentodeandalucia.es](mailto:boletinoficial@parlamentodeandalucia.es)



### PRECIOS

#### CD-ROM O DVD

Colección legislativa	7,21 €
Publicaciones oficiales	7,21 €



© Parlamento de Andalucía

