

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

SUMARIO

IMPULSO DE LA ACCIÓN DEL GOBIERNO

PROPOSICIÓN NO DE LEY EN PLENO

-	11-19/PNLP-000009, Proposición no de ley relativa a custodia compartida (Enmiendas)	3
-	11-19/PNLP-000011, Proposición no de ley relativa a Programa de Retorno de Profesionales Sanitarios <i>(Enmiendas)</i>	6
-	11-19/PNLP-000011, Proposición no de ley relativa a Programa de Retorno de Profesionales Sanitarios <i>(Enmiendas)</i>	g
-	11-19/PNLP-000013, Proposición no de ley relativa a 8 de marzo. El tiempo de las mujeres, avanzar sin retrocesos (Enmiendas)	10

MOCIÓN CONSECUENCIA DE INTERPELACIÓN

-	11-19/M-000001, Moción relativa a política general en materia presupuestaria (<i>Inadmisión</i>
	a trámite de enmiendas)

_	11-19/M-000001	, Moción relativa a	a política general	en materia presi	upuestaria <i>(Enmiendas)</i>
---	----------------	---------------------	--------------------	------------------	-------------------------------

17

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

RELACIÓN CON ÓRGANOS E INSTITUCIONES PÚBLICAS

CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

 11-19/IACA-000001, Informe Anual del Consejo Audiovisual de Andalucía correspondiente al año 2018 (Remisión a la Comisión de Presidencia, Administración Pública e Interior)

25

IMPULSO DE LA ACCIÓN DEL GOBIERNO

PROPOSICIÓN NO DE LEY EN PLENO

11-19/PNLP-000009, Proposición no de ley relativa a custodia compartida

Presentada por el G.P. Ciudadanos

Calificación favorable y admisión a trámite de las enmiendas presentadas por el G.P. Vox en Andalucía

Sesión de la Mesa del Parlamento de 6 de marzo de 2019

Orden de publicación de 8 de marzo de 2019

A LA MESA DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

El G.P. Vox en Andalucía, al amparo de lo previsto en el artículo 169 del Reglamento de la Cámara, presenta las siguientes enmiendas:

Enmienda núm. 1, de modificación Apartado 1

Se propone la siguiente redacción:

«1. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno para que a su vez inste al Gobierno de España a impulsar de forma inmediata una ley de custodia compartida que contemple dicho modelo de custodia como preferente, salvo que en defensa del interés superior del menor lo aconsejable sea en determinados casos otro modelo diferente de custodia, siguiendo así la doctrina actual del Tribunal Supremo, determinando la modalidad de custodia compartida como la más deseable y la que permite, en mayor medida, el respeto al principio superior del menor, siguiendo en la ley las directrices marcadas por la Convención de Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño y fomentando la corresponsabilidad en el cuidado de los menores».

Justificación

La Proposición no de Ley presentada por el GP Ciudadanos, es manifiestamente incompleta, improvisada, por haberse presentado probablemente por motivos electoralistas, y defectuosa en su argumentación por contener varios errores jurídicos de grueso calibre.

De hecho, en el tercer párrafo de la exposición de motivos se confunde custodia compartida con patria potestad conjunta, dos concepciones jurídicas muy diferentes, pues no cabe duda de que las decisiones relativas al colegio al que va el menor o los médicos que le atenderán, los cuales se citan como ejemplos de decisiones de custodia, en realidad son decisiones especificas del ejercicio inherente a la patria potestad, independientemente de quién o quiénes ejerzan la guarda y custodia del menor.

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

De hecho, el artículo 156 del Código Civil, ante desavenencias entre los progenitores sobre tales decisiones, contempla que el juez pueda otorgar la patria potestad a uno de ellos en beneficio del interés del menor, sin importar quién ejerza su guarda y custodia.

En definitiva, es irrelevante quién sea el progenitor custodio para decidir el colegio al que asiste el menor, el médico que le atiende o que tome la comunión: estas son decisiones relativas al ejercicio de la patria potestad que deben tomar conjuntamente ambos progenitores, o uno solo con el consentimiento del otro.

En cambio, cuando se determina que se ejerza una custodia compartida, ello consiste en que la responsabilidad parental se alterna entre los progenitores durante los períodos de convivencia judicialmente determinados, respecto a las necesidades concernientes a la vida diaria de los hijos menores habidos en el matrimonio o unión de hecho, como pueden ser vestimenta, calzado, alimento, techo, etc.

Decimos que es una propuesta no de ley deficientemente presentada, porque además la custodia compartida ya existe contemplada en nuestra legislación.

Lo que hace falta es impulsarla como modelo preferente de custodia, de conformidad con la interpretación que de las leyes y del interés superior del menor ha hecho el Tribunal Supremo.

Porque, además de regulada en nuestro Código Civil, por ley natural la custodia compartida la ejercen ambos progenitores nada más nacer el hijo en común, y así se conserva durante todo el período de convivencia de los progenitores mientras el hijo sea menor de edad. Con lo cual resulta lógico que se mantenga este régimen de custodia como medida preferente tras la separación o divorcio de los progenitores, pues por sí sola la ruptura conyugal no es motivo suficiente para romper la custodia compartida *de facto* de los progenitores.

Siendo la custodia compartida el modelo más deseable, como bien expone el GP Ciudadanos citando la jurisprudencia del Tribunal Supremo, es lógico instar al Consejo de Gobierno a que exhorte al Gobierno de España a establecer legislativamente que la custodia compartida sea el modelo de custodia preferente en todos aquellos casos de ruptura conyugal, salvo que, en defensa del interés superior del menor, lo aconsejable en determinados casos sea otro modelo diferente de custodia.

Enmienda núm. 2, de adición

Apartado nuevo

«2. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno para que a su vez inste al Gobierno de España a dotar de forma inmediata un marco legal adecuado al funcionamiento de los equipos psicosociales en los juzgados, acorde al respeto al principio superior del menor, y a las garantías constitucionales de la función jurisdiccional».

Justificación

Los equipos psicosociales de los juzgados de toda España han sido calificados de «equipos fantasma» en varías ocasiones, por no disponer de marco legal específico, desde que se crearan en la década de los ochenta (diciembre de 1983).

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

Las conclusiones de las jornadas organizadas por el CGPJ y la Asociación de Abogados de Familia, dentro del seminario «Encuentro de jueces y abogados de familia: incidencia de la Ley de Enjuiciamiento Civil en los procesos de familia», 17, 18 y 19 de noviembre de 2003, coordinado por el magistrado D. José Luis Utrera Gutiérrez, son inequívocas al alertar de la inexistencia de un marco jurídico regulador:

«Se insiste en la necesidad de dotar a los equipos técnicos adscritos a los juzgados de familia de un marco jurídico que los regule, en especial en cuanto a su composición y funciones, buscando una mayor calidad de los servicios que prestan».

Y a pesar de los años transcurridos, la situación lamentablemente no ha cambiado.

Al respecto, baste recordar la intervención de Félix Pantoja, vocal del Consejo General del Poder Judicial encargado de los temas de familia y menores, en el congreso de la Sociedad Española de Psiquiatría y Psicoterapia del Niño y del Adolescente (Sepypna) celebrado el año 2004 en el Hospital Clínico San Carlos de Madrid. En su ponencia, Félix Pantoja hizo referencia «al hartazgo de los jueces por recibir informes falsos hechos con multicopista, informes elaborados sin conocer siquiera a las personas supuestamente analizadas, hechos con una plantilla en base a prejuicios, usando el copiar y pegar que facilita el ordenador».

El artículo 3 de la Convención sobre los Derechos del Niño dice que «los Estados partes se asegurarán de que las instituciones, servicios y establecimientos encargados del cuidado o la protección de los niños cumplan las normas establecidas por las autoridades competentes, especialmente en materia de seguridad, sanidad, número y competencia de su personal, así como en relación con la existencia de una supervisión adecuada».

Porque nos encontramos con situaciones donde la separación o divorcio se convierten en un campo de batalla donde todos pierden, convirtiendo a los menores en moneda de cambio, a veces actuando por venganza, dando lugar a procesos judiciales inacabables ya que no llegan a romper los adultos el vínculo como pareja y afectando al vínculo con los hijos que una de las partes no desea mantener, dando lugar a desequilibrios emocionales difíciles de controlar. Son menores sometidos a una gran vulnerabilidad, con niveles de defensa bajos, están confusos, pueden generar sentimiento de culpa, sufren carencias afectivas. Y se les somete a una elección para la que no están preparados.

La intervención de los equipos técnicos en estas situaciones se hace imprescindible y no está siendo adecuada desde el año 1983, porque existe un vacío legal que es urgente llenar con un marco jurídico específico, con un equipo técnico que ayude a los jueces a tomar la mejor decisión en beneficio de los menores.

Algo que ahora mismo no está ocurriendo. Y la pagan los niños.

Parlamento de Andalucía, 27 de febrero de 2019. El portavoz del G.P. Vox en Andalucía, Alejandro Hernández Valdés.

BOPA 11 039

IMPULSO DE LA ACCIÓN DEL GOBIERNO

PROPOSICIÓN NO DE LEY EN PLENO

11-19/PNLP-000011, Proposición no de ley relativa a Programa de Retorno de Profesionales Sanitarios

Presentada por el G.P. Popular Andaluz

Calificación favorable y admisión a trámite de las enmiendas presentadas por los GG.PP. Adelante Andalucía, Ciudadanos y Socialista

Sesión de la Mesa del Parlamento de 6 de marzo de 2019

Orden de publicación de 8 de marzo de 2019

A LA MESA DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

El G.P. Adelante Andalucía, al amparo de lo previsto en el artículo 169 del Reglamento de la Cámara, presenta las siguientes enmiendas:

Enmienda núm. 1, de adición

Apartado nuevo

Añadir un nuevo apartado:

«3. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía a asumir en el plazo de dos años un aumento de la inversión en sanidad al 7% del PIB andaluz, para garantizar la puesta en marcha del Plan de Retorno de Profesionales Sanitarios, alcanzar el objetivo de la estabilidad laboral de los puestos largamente precarizados y recuperar la plantilla anterior a la crisis económica. Para lograr el objetivo, el Consejo de Gobierno debe iniciar lo antes posible con todos los grupos con representación parlamentaria, sindicatos y agentes sociales una agenda de encuentros para llegar a un acuerdo para la aprobación de los presupuestos de la Junta en materia sanitaria».

Enmienda núm. 2, de adición

Apartado nuevo

Añadir un nuevo apartado:

«4. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía a destinar al menos el 20% del presupuesto sanitario total en atención primaria y el 2% en políticas de salud pública en el próximo ejercicio presupuestario».

Parlamento de Andalucía, 4 de marzo de 2019. El portavoz del G.P. Adelante Andalucía, Antonio Maíllo Cañadas.

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

A LA MESA DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

El G.P. Ciudadanos, al amparo de lo previsto en el artículo 169 del Reglamento de la Cámara, presenta la siguiente enmienda:

Enmienda núm. 3, de modificación

Apartado 1, letra f)

«f) La participación de los agentes sociales, entre los que se incluyen los colegios profesionales sanitarios, en su elaboración».

Parlamento de Andalucía, 5 de marzo de 2019. El portavoz del G.P. Ciudadanos, Sergio Romero Jiménez.

A LA MESA DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

El G.P. Socialista, al amparo de lo previsto en el artículo 169 del Reglamento de la Cámara, presenta las siguientes enmiendas:

Enmienda núm. 4, de modificación Apartado 1

Se propone modificar el encabezamiento del apartado 1, con la siguiente redacción:

1. «El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno a elaborar y aprobar un plan de retorno de profesionales sanitarios, que deberá estar completamente desarrollado antes de finalizar 2020, en el que se recoja:».

Enmienda núm. 5, de adición

Apartado 1, letra a) bis

Se propone añadir en el apartado 1, una letra a) bis, con la siguiente redacción:

«a) bis. La urgente aprobación y publicación de una norma que permita aplicar el apartado cuarto, letra b, del Acuerdo de la Mesa General de la Administración Pública, de 2 de junio de 2016, para la recuperación del 5% de las retribuciones variables, previsto para el ejercicio 2019».

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

Enmienda núm. 6, de modificación

Apartado 1, letra b)

Se propone modificar el apartado 1, letra b), con la siguiente redacción:

«b) Continuar con la estabilización de la plantilla de los centros sanitarios, a través de la realización de contratos de larga duración a los profesionales sanitarios».

Enmienda núm. 7, de modificación

Apartado 1, letra c)

Se propone modificar el apartado 1.c, con la siguiente redacción:

«c) Mantener la calendarización de las OPE cada dos años, de tal manera que se limiten los contratos de corta duración a circunstancias excepcionales; y la periodicidad de los concursos de traslados».

Enmienda núm. 8, de modificación Apartado 2

Se propone modificar el apartado 2, con la siguiente redacción:

- «El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno para que a su vez inste al Gobierno de la nación a:
 - a) Incrementar el número de plazas de médicos en formación del Sistema Nacional de Salud.
 - b) Agilizar el sistema de homologación de títulos de especialistas extranjeros».

Sevilla, 5 de ma	arzo de 2019.
El portavoz adjunto del G.	.P. Socialista
Rodrigo Sa	ánchez Haro.

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

IMPULSO DE LA ACCIÓN DEL GOBIERNO

PROPOSICIÓN NO DE LEY EN PLENO

11-19/PNLP-000011, Proposición no de ley relativa a Programa de Retorno de Profesionales Sanitarios

Presentada por el G.P. Popular Andaluz

Calificación desfavorable e inadmisión a trámite de la enmienda presentada por el G.P. Socialista

Sesión de la Mesa del Parlamento de 6 de marzo de 2019

Orden de publicación de 8 de marzo de 2019

PRESIDENCIA DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

La Mesa del Parlamento, en sesión celebrada el 6 de marzo de 2019, ha acordado no admitir a trámite la enmienda registrada con número 3269 y formulada por el G.P. Adelante Andalucía a la Proposición no de Ley en Pleno relativa a Programa de Retorno de Profesionales Sanitarios, 11-19/PNLP-000011, presentada por el G.P. Popular Andaluz.

	Sevilla, 6 de m	arzo de	2019.
P.D. El letrado mayor	del Parlamento	de Anda	alucía,
	Javier	Pardo F	alcón.

30PA 11 039

IMPULSO DE LA ACCIÓN DEL GOBIERNO

PROPOSICIÓN NO DE LEY EN PLENO

11-19/PNLP-000013, Proposición no de ley relativa a 8 de marzo. El tiempo de las mujeres, avanzar sin retrocesos

Presentada por el G.P. Socialista

Calificación favorable y admisión a trámite de las enmiendas presentadas por los GG.PP. Adelante Andalucía, Ciudadanos y Popular Andaluz
Sesión de la Mesa del Parlamento de 6 de marzo de 2019
Orden de publicación de 8 de marzo de 2019

A LA MESA DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

El G.P. Adelante Andalucía, al amparo de lo previsto en el artículo 169 del Reglamento de la Cámara, presenta las siguientes enmiendas:

Enmienda núm. 1, de modificación Apartado 1

Se modifica el apartado 1, quedando redactado como sigue:

«1. El Parlamento de Andalucía se muestra favorable a apoyar al movimiento feminista de Andalucía y sumarse a la convocatoria de huelga feminista de 24 horas en el día 8 de marzo, como una medida de concienciación y reivindicación sobre la necesidad de que las mujeres, como les corresponde, participen en igualdad en todos los espacios de la sociedad».

Enmienda núm. 2, de modificación Apartado 2.7

Se modifica el apartado 2.7, quedando redactado como sigue:

«2.7. Impulsar, mantener, financiar y garantizar las políticas de promoción y acceso a los servicios de salud sexual y reproductiva, especialmente el derecho a la interrupción voluntaria del embarazo, garantizando su realización en centros sanitarios de titularidad pública y en todas las provincias de Andalucía, eliminando las desigualdades territoriales existentes en relación con la prestación del servicio. Garantizar el pleno derecho de las mujeres a las técnicas de reproducción humana asistida independientemente de su estado civil, orientación sexual, procedencia o identidad».

Núm. 39

Enmienda núm. 3, de adición

XI LEGISLATURA

Apartado nuevo

Se añade un nuevo apartado 2.9, con la siguiente redacción:

«2.9. Establecer un certificado de responsabilidad social que impida a la Administración andaluza la contratación con aquellas empresas que no respeten los derechos de las trabajadoras, incumplan los convenios colectivos del sector, impongan condiciones precarias de trabajo, o hayan sido sancionadas por la autoridad laboral por incumplimientos graves conforme a lo estipulado en la Ley de Infracciones y Sanciones en el Orden Social (LISOS), o condenadas por sentencia de los Tribunales de Justicia por vulneración de derechos laborales o fundamentales de sus trabajadoras o trabajadores».

Enmienda núm. 4, de adición

Apartado nuevo

Se añade un nuevo apartado 2.10, con la siguiente redacción:

«2.10. Avanzar hacia la gestión directa por la Administración de la Junta de Andalucía de aquellos servicios públicos que han sido externalizados, cuya gestión actual se da en régimen de subcontratación con empresas privadas y los cuales concentran una amplia mayoría de mujeres trabajadoras, facilitando para ello el incremento de plantillas propias».

Enmienda núm. 5, de adición

Apartado nuevo

Se añade un nuevo apartado 3.4, con la siguiente redacción:

«3.4. Derogar las reformas del mercado laboral de 2010 y 2012 y sus normas reguladoras: el Real Decreto Ley 10/2010, de 16 de junio, de medidas urgentes para la reforma del mercado laboral, la Ley 35/2010, de 17 de septiembre, de medidas urgentes para la reforma del mercado de trabajo, el Real Decreto Ley 3/2012, de 10 de febrero, de medidas urgentes para la reforma del mercado laboral, y la Ley 3/2012, de 6 de julio, de medidas urgentes para la reforma del mercado laboral».

Parlamento de Andalucía, 4 de marzo de 2019. El portavoz del G.P. Adelante Andalucía, Antonio Maíllo Cañadas.

14 de marzo de 2019

A LA MESA DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

El G.P. Ciudadanos, al amparo de lo previsto en el artículo 169 del Reglamento de la Cámara, presenta las siguientes enmiendas:

XI LEGISLATURA

Núm. 39

Enmienda núm. 6, de modificación

Apartado 2.3

«2.3. Convocar la oferta de empleo público en Andalucía, especialmente en educación, sanidad y Administración general, conforme a las necesidades requeridas por los departamentos de recursos humanos, como una medida que favorecerá la incorporación de mujeres al mundo laboral».

Enmienda núm. 7, de modificación

Apartado 2.8

«2.8 Garantizar la cofinanciación con las corporaciones locales, a fin de promover la creación y mantenimiento de los centros municipales de información a la mujer».

Enmienda núm. 8, de adición

Apartado nuevo

- «4. El Parlamento de Andalucía manifiesta la necesidad de seguir trabajando y desarrollando medidas para alcanzar una igualdad real y efectiva entre mujeres y hombres, y, por ese motivo, insta al Gobierno de España a trabajar por dicha igualdad implementando las siguientes medidas:
- 4.1. Aumentar y equiparar los permisos de maternidad y paternidad, promoviendo la corresponsabilidad en su ejercicio entre los progenitores.
- 4.2 Garantizar el derecho de las mujeres al acceso al empleo, a la promoción profesional en igualdad de condiciones sin que sufran discriminación por razón de sexo.
- 4.3 Garantizar el derecho a la igualdad de remuneración por trabajos de igual valor, evitando cualquier discriminación por razón de sexo, y mejorar la transparencia salarial y el acceso de los trabajadores a la información sobre las retribuciones de su empresa, ya sea a través de sus representantes, o de manera directa.
- 4.4 Promover junto con el resto de las Administraciones públicas una cultura cívica basada en la igualdad real entre todas las personas con independencia de su sexo, en particular, en el ámbito laboral y profesional.
- 4.5 Mejorar la supervisión y evaluación de los planes de igualdad desarrollados por las empresas según los requisitos establecidos en la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, así como incentivar la implantación voluntaria de dichos planes por las pequeñas y medianas empresas.
- 4.6 Mejorar las políticas de conciliación de la vida personal, familiar y laboral a través de nuevas medidas, como la promoción del trabajo a distancia, la creación de bancos de horas o el establecimiento de nuevos permisos relativos a horas de libre disposición, así como mediante la mejora de los ya existentes, especialmente los relativos al cuidado de menores o dependientes a cargo.
- 4.7 Impulsar la universalización y la gratuidad del primer ciclo de educación infantil de 0 a 3 años para hacer efectivas las posibilidades de toda la población infantil en todo el territorio nacional de acceder a esta etapa educativa, con la finalidad de promover el desarrollo temprano de habilidades cognitivas, la igualdad de oportunidades y la conciliación de la vida personal, familiar y laboral.

14 de marzo de 2019

- 4.8 Desarrollar y trabajar, junto con las organizaciones sindicales y empresariales, las asociaciones profesionales de trabajadores autónomos y las asociaciones de la sociedad civil más representativas cuya finalidad sea promover la racionalización de los horarios españoles, para promover y acordar un pacto nacional para la racionalización de horarios y la conciliación, que siente las bases para una organización del tiempo de trabajo compatible con el disfrute efectivo del tiempo de descanso y la atención adecuada a las responsabilidades familiares.
- 4.9 Desarrollar los avances logrados con la aprobación del Pacto de Estado contra la Violencia de Género, implementando, con dotación presupuestaria suficiente, todas y cada una de las medidas acordadas en el mismo.
- 4.10 Elaborar y aprobar un proyecto de ley contra la violencia sexual, de acuerdo con las obligaciones contraídas por España con el Convenio de Estambul y a las recomendaciones emanadas del Pacto de Estado contra la Violencia de Género, a fin de regular e introducir medidas para combatir y erradicar la violencia sexual en todos los ámbitos y, en especial, medidas que mejoren la respuesta institucional inmediata que reciban las víctimas de esta violencia, así como el tratamiento estadístico y estudio académico de dichas respuestas para evaluar sus resultados y promover su eficacia».

Parlamento de Andalucía, 5 de marzo de 2019. El portavoz del G.P. Ciudadanos, Sergio Romero Jiménez.

A LA MESA DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

El G.P. Popular Andaluz, al amparo de lo previsto en el artículo 169 del Reglamento de la Cámara, presenta las siguientes enmiendas:

Enmienda núm. 9, de modificación Apartado 2.1

Se propone la siguiente redacción:

«2.1. Garantizar que todos los centros docentes elaboren e incluyan, dentro de su plan de centro, un plan de igualdad de género, que recogerá las actuaciones en materia de igualdad, coeducación y prevención de la violencia de género, incluyendo cualquier forma de discriminación, que fomente la construcción de relaciones entre mujeres y hombres sobre la base de la igualdad y que ayude a identificar y eliminar las situaciones de discriminación y violencia de género».

Enmienda núm. 10, de modificación Apartado 2.2

Se propone la siguiente redacción:

«2.2. Favorecer, a través de políticas activas de empleo y planes de empleo, la inserción de las mujeres víctimas de la violencia de género, mujeres con discapacidad, mujeres al frente de familias monoparentales

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

y mujeres especialmente vulnerables, como víctimas de trata y explotación sexual, migrantes y racializadas, entre otras».

Enmienda núm. 11, de modificación

Apartado 2.3

Se propone la siguiente redacción:

«2.3. Convocar la oferta de empleo público en Andalucía, especialmente en educación, sanidad y Administración general, en el número de plazas que estaban previstas de acuerdo con la normativa aplicable, sin reducciones ni restricciones, como una medida que favorecerá la incorporación de mujeres al mundo laboral».

Enmienda núm. 12, de modificación

Apartado 2.4

Se propone la siguiente redacción:

«2.4. Adoptar las medidas necesarias para garantizar una formación básica, progresiva y permanente de su personal en materia de igualdad de mujeres y hombres, con enfoque feminista y transformador de los roles tradicionales de género, a fin de hacer efectiva la integración de la perspectiva de género en la actuación administrativa».

Enmienda núm. 13, de modificación

Apartado 2.6

Se propone la siguiente redacción:

«2.6. Impulsar la creación de centros infantiles en los centros de trabajo, para facilitar la conciliación de la vida laboral y familiar de las empleadas y empleados públicos, y hacer posible un reparto equilibrado de las tareas y responsabilidades familiares domésticas».

Enmienda núm. 14, de modificación

Apartado 2.7

Se propone la siguiente redacción:

«2.7. Impulsar las medidas necesarias para evitar los embarazos no deseados, con especial atención a las mujeres adolescentes, a través de políticas de promoción y acceso a los servicios de salud sexual y reproductiva, debiendo contribuir al empoderamiento de las mujeres en la toma de decisiones respecto a la anticoncepción, interrupción voluntaria del embarazo y las medidas de prevención de infecciones de transmisión sexual».

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

Enmienda núm. 15, de adición

Apartado nuevo

Se propone añadir un nuevo apartado 2.7 bis, con la siguiente redacción:

«2.7 bis. Garantizar el pleno derecho de las mujeres a las técnicas de reproducción humana asistida, independientemente de su estado civil, orientación sexual, procedencia o identidad».

Enmienda núm. 16, de modificación

Apartado 2.8

Se propone la siguiente redacción:

«2.8. Promover, en cofinanciación con las corporaciones locales, la creación y mantenimiento de los centros municipales de información a la mujer. La cofinanciación será del cincuenta por ciento».

Parlamento de Andalucía, 1 de marzo de 2019. El portavoz del G.P. Popular Andaluz, José Antonio Nieto Ballesteros.

BOPA 11 039

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

IMPULSO DE LA ACCIÓN DEL GOBIERNO

MOCIÓN CONSECUENCIA DE INTERPELACIÓN

11-19/M-000001, Moción relativa a política general en materia presupuestaria

Presentada por el G.P. Socialista

Inadmisión a trámite de las enmiendas presentadas por los GG.PP. Adelante Andalucía y Vox en Andalucía

Consecuencia de la Interpelación 11-19/I-000001 Sesión de la Mesa del Parlamento de 6 de marzo de 2019 Orden de publicación de 8 de marzo de 2019

PRESIDENCIA DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

La Mesa del Parlamento, en sesión celebrada el 6 de marzo de 2019, ha acordado no admitir a trámite la enmienda registrada con número 3531 y formulada por el G.P. Adelante Andalucía; y la enmienda registrada con número 3534 y formulada por el G.P. Vox en Andalucía, a la Moción relativa a política general en materia presupuestaria, 11-19/M-000001, presentada por el G.P. Socialista, consecuencia de la Interpelación 11-19/I-000001.

	Sevilla, 6 de marzo	de 2019.
P.D. El letrado mayor	del Parlamento de A	ndalucía,
	Javier Pardo	Falcón.

IMPULSO DE LA ACCIÓN DEL GOBIERNO

MOCIÓN CONSECUENCIA DE INTERPELACIÓN

11-19/M-000001, Moción relativa a política general en materia presupuestaria

Presentada por el G.P. Socialista

Calificación favorable y admisión a trámite de las enmiendas formuladas por el G.P. Adelante Andalucía

Consecuencia de la Interpelación 11-19/I-000001

Sesión de la Mesa del Parlamento de 6 de marzo de 2019

Orden de publicación de 8 de marzo de 2019

A LA MESA DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

El G.P. Adelante Andalucía, al amparo de lo previsto en el artículo 157.4 del Reglamento de la Cámara, presenta las siguientes enmiendas:

Enmienda núm. 1, de modificación Apartado 5

Se propone modificar este apartado, quedando redactado como sigue:

«5. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno a que, en la elaboración y ejecución del Proyecto de Presupuestos 2019, compatible con el blindaje de los servicios públicos, se tengan en cuenta las siguientes consideraciones:».

Enmienda núm. 2, de modificación Apartado 9

Se propone modificar este apartado, quedando redactado como sigue:

«9. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía a que anule la modificación que hizo en el mandato anterior en relación con la regulación del impuesto de sucesiones y donaciones».

Enmienda núm. 3, de modificación

Apartado 11

Se propone modificar este apartado, quedando redactado como sigue:

«11. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía a mantener en los Presupuestos una política patrimonial que evite desprenderse de activos tanto físicos como empresariales

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

relevantes, con especial impacto económico y social en el empleo del territorio, rompiendo con la tendencia de los últimos años».

Enmienda núm. 4, de modificación

Apartado 18

Se propone modificar este apartado, quedando redactado como sigue:

«18. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno a tomar las medidas presupuestarias necesarias para la consolidación de los servicios nuevos implantados en 2018 (incrementando el personal tanto en atención primaria, urgencias y hospitales), así como a garantizar la contratación de personal para los servicios nuevos del 2019. Asimismo, el Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno a incrementar sustancialmente el ritmo de crecimiento en los presupuestos de atención temprana del último ejercicio presupuestario».

Enmienda núm. 5, de adición

Apartado 21, letra nueva

Se propone añadir una nueva letra al apartado 21, con la siguiente redacción: «y) chare de la Carolina (Jaén)».

Enmienda núm. 6, de adición

Apartado 21, letra nueva

Se propone añadir una nueva letra en el apartado 21, con la siguiente redacción: «z) La cocina y las plantas cerradas del hospital Doctor Sagaz, de Jaén».

Enmienda núm. 7, de modificación

Apartado 23

Se propone modificar este apartado, quedando redactado como sigue:

«23. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno a tomar medidas presupuestarias para la dotación de equipamientos tecnológicos de atención primaria para mejorar sustancialmente la capacidad de resolución».

Enmienda núm. 8, de modificación

Apartado 24

Se propone modificar el apartado 24, con la siguiente redacción:

«24. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno a adoptar las medidas presupuestarias para impulsar una mejora sustancial y urgente de los equipamientos electromédicos de los hospitales andaluces.

Núm. 39	XI LEGISLATURA	14 de marzo de 2019

Enmienda núm. 14, de modificación

Apartado 25, letra m)

Se propone modificar la letra *m*) del apartado 25, con la siguiente redacción:

«*m*) Incremento de las ayudas a las familias para los servicios complementarios (aulas matinales, comedores y actividades extraescolares)».

Enmienda núm. 15, de modificación

Apartado 25, letra o)

Se propone modificar la letra o) del apartado 25, con la siguiente redacción:

«o) El incremento de las becas Adriano, 6000 y beca Andalucía Segunda Oportunidad».

Enmienda núm. 16, de modificación

Apartado 26

Se propone modificar el siguiente apartado, con la siguiente redacción:

«26. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno a incrementar la oferta de formación profesional».

Enmienda núm. 17, de modificación

Apartado 31

Se propone modificar el apartado 31, con la siguiente redacción:

«31. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía a desarrollar, ampliar fuertemente y ejecutar los programas de atención a las personas dependientes, como forma de garantizar una forma digna para aquellas y el reconocimiento de las personas cuidadoras».

Enmienda núm. 18, de modificación

Apartado 34

Se propone modificar el apartado 34, con la siguiente redacción:

- «34. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía a que dote presupuestariamente el desarrollo de la Ley 9/2018, de Igualdad de Género.
- —El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía a desarrollar, con la dotación presupuestaria del 5% de los Presupuestos de la Junta de Andalucía, la reforma de la Ley de Violencia de Género 7/2018, de 30 de julio».

Enmienda núm. 19, de modificación

Apartado 34

Se propone modificar el apartado 34, con la siguiente redacción:

- «34. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía a que dote presupuestariamente el desarrollo de la Ley 9/2018, de Igualdad de Género.
- El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía a desarrollar, con su correspondiente reflejo presupuestario, la reforma de la Ley de Violencia de Género 7/2018, de 30 de julio.
- En materia de infancia, el Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía a dotar presupuestariamente el precio por plaza de día en centros de menores y adecuar el coste por plaza al nuevo convenio del sector. Incrementar los recursos de atención a menores extranjeros no acompañados en primera acogida. Incrementar sustancialmente la dotación presupuestaria de la atención infantil temprana.
- El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno a dotar presupuestariamente la puesta en funcionamiento del programa de intervención psicoterapéutica para menores del Sistema de Protección en Andalucía.
- El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno a contemplar, en el próximo Proyecto de Ley del Presupuesto de la Comunidad Autónoma, la dotación necesaria a la Agencia de Cooperación al Desarrollo de recursos para la finalización del Plan Andaluz de Cooperación para el Desarrollo (Pacode)».

Enmienda núm. 20, de adición

Apartado 34

Se propone añadir lo siguiente al apartado 34:

«El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno a crear una consejería de feminismos, que cuente con el 5% del total de los presupuestos de la Junta de Andalucía».

Enmienda núm. 21, de modificación

Apartado 35

Se propone modificar el apartado 35, con la siguiente redacción:

«35. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno a duplicar la dotación presupuestaria de los planes de empleo».

Enmienda núm. 22, de modificación

Apartado 38

Se propone modificar el apartado 38, con la siguiente redacción:

«38. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno a duplicar las subvenciones dirigidas a la integración sociolaboral de personas en situación de exclusión social a través de empresas de inserción».

Enmienda núm. 23, de modificación

Apartado 41

Se propone modificar el apartado 41, con la siguiente redacción:

«41. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía a duplicar los incentivos vinculados al programa para la contratación indefinida de personas mayores de 45 años».

Enmienda núm. 24, de adición

Apartado 44

Se propone modificar el apartado 44, con la siguiente redacción:

«44. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno a ampliar los programas presupuestarios que financian el desarrollo industrial, las órdenes de incentivos al desarrollo empresarial y las órdenes de desarrollo energético»

Enmienda núm. 25, de adición

Apartado nuevo

Se propone añadir un nuevo apartado, con la siguiente redacción:

«54. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno a acompañar el Proyecto de Ley del Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía para el año 2019 y siguientes, del informe sobre los indicadores presupuestarios en el cambio climático, previsto en el artículo 31 de la Ley 8/2018, de 8 de octubre, de medidas frente al cambio climático y para la transición hacia un nuevo modelo energético en Andalucía».

Enmienda núm. 26, de adición

Apartado nuevo

Se propone añadir un nuevo apartado, con la siguiente redacción:

«55. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno a elaborar, a partir del Proyecto de Ley del Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía para el año 2019, inclusive, el informe anual sobre el presupuesto en materia de cambio climático y su grado de ejecución, previsto en la Ley 8/2018, de 8 de octubre, de medidas frente al cambio climático y para la transición hacia un nuevo modelo energético en Andalucía».

Enmienda núm. 27, de adición

Apartado nuevo

Se propone añadir un nuevo apartado, con la siguiente redacción:

«56. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno a aumentar en manera relevante el complemento a las pensiones no contributivas, teniendo en cuenta la proporción del reparto actual entre niveles de administración, para acercar las mismas al IPREM».

Enmienda núm. 28, de adición

Apartado nuevo

Se propone añadir un nuevo apartado, con la siguiente redacción:

«57. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno a recoger, en el Proyecto de Ley del Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía para 2019, los recursos necesarios para crear instrumentos destinados a realizar auditorías sociolaborales sobre materias como contratación temporal y a tiempo parcial, jornada y horas extras, para eliminar el abuso de estas figuras, así como la promoción o conciliación de la vida laboral y familiar».

Enmienda núm. 29, de adición

Apartado nuevo

Se propone añadir un nuevo apartado, con la siguiente redacción:

«58. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno a incorporar, en el Proyecto de Ley del Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía para 2019, las partidas necesarias para la puesta en marcha un sistema de evaluación de políticas públicas, con el objetivo de optimizar los recursos públicos y potenciar los efectos de las políticas puestas en marcha contra el desempleo».

Enmienda núm. 30, de adición

Apartado nuevo

Se propone añadir un nuevo apartado, con la siguiente redacción:

«59. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno, en el marco de las competencias autonómicas, a incrementar, en el Proyecto de Ley del Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía para 2019, las partidas presupuestarias destinadas a reforzar los Servicios de Inspección de Trabajo y la tramitación de los expedientes sancionadores por parte de la autoridad laboral».

Enmienda núm. 31, de adición

Apartado nuevo

Se propone añadir un nuevo apartado, con la siguiente redacción:

«60. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno a dotar a la comunidad autónoma, mediante el Proyecto de Ley del Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía para 2019, de un sistema de detección y afloramiento de enfermedades profesionales, que tenga como uno de sus actores principales a los médicos del Sistema Andaluz de Salud, de forma que se frene la derivación permanente de enfermedades laborales a comunes en las empresas andaluzas».

Enmienda núm. 32, de adición

Apartado nuevo

Se propone añadir un nuevo apartado, con la siguiente redacción:

«61. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno a incorporar, en el Proyecto de Ley del Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía para 2019, un mecanismo que garantice que los ingresos presupuestarios producto de las sanciones recaídas en las empresas andaluzas como consecuen-

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

cia de incumplimientos graves, conforme a lo estipulado en la Ley de Infracciones y Sanciones en el Orden Social (LISOS), sean destinadas a la financiación de políticas de prevención de riesgos laborales y de salud laboral en el trabajo».

Enmienda núm. 33, de adición

Apartado nuevo

Se propone añadir un nuevo apartado, con la siguiente redacción:

«62. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno a acompañar el Proyecto de Ley del Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía para el año 2019 y siguientes, del informe sobre los indicadores presupuestarios en el cambio climático previsto en el artículo 31 de la Ley 8/2018, de 8 de octubre, de medidas frente al cambio climático y para la transición hacia un nuevo modelo energético en Andalucía».

Enmienda núm. 34, de adición

Apartado nuevo

Se propone añadir un nuevo apartado, con la siguiente redacción:

«64. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno a elaborar, a partir del Proyecto de Ley del Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía para el año 2019, inclusive, el informe anual sobre el presupuesto en materia de cambio climático y su grado de ejecución, previsto en la Ley 8/2018, de 8 de octubre, de medidas frente al cambio climático y para la transición hacia un nuevo modelo energético en Andalucía».

Enmienda núm. 35, de adición

Apartado nuevo

Se propone añadir un nuevo punto:

65. El Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía a cumplir con el dictamen del artículo 23 del Estatuto de Autonomía para Andalucía, que garantiza el acceso a una renta digna a toda la ciudadanía, dotando de recursos suficientes la partida relativa a la Renta mínima de inserción y aumentando considerablemente su dotación a partir del Proyecto de Ley del Presupuesto de la Junta de Andalucía para el año 2019.

Parlamento de Andalucía, 5 de marzo de 2019.
El portavoz del G.P. Adelante Andalucía,
Antonio Maíllo Cañadas.

30PA 11 039

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

RELACIÓN CON ÓRGANOS E INSTITUCIONES PÚBLICAS

CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

11-19/IACA-000001, Informe Anual del Consejo Audiovisual de Andalucía correspondiente al año 2018

Sesión de la Mesa del Parlamento de 6 de marzo de 2019 Remisión a la Comisión de Presidencia, Administración Pública e Interior Orden de publicación de 8 de marzo de 2019

PRESIDENCIA DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

La Mesa del Parlamento, en sesión celebrada el 6 de marzo de 2019, de conformidad con lo dispuesto en la Resolución de la Presidencia relativa a la presentación del Informe Anual del Consejo Audiovisual de Andalucía, ha conocido y ordenado su publicación en el *Boletín Oficial del Parlamento de Andalucía*, del Informe Anual del Consejo Audiovisual de Andalucía correspondiente al año 2018 (núm. de expediente 11-19/IACA-000001).

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

Sevilla, 7 de marzo de 2019.
P.D. El letrado mayor del Parlamento de Andalucía,
Javier Pardo Falcón.

INFORME ANUAL 2018 DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA AL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

(Memoria 13)

Aprobado en sesión plenaria el 27 de febrero de 2019

ÍNDICE	Pág.
PRESENTACIÓN	26
1. SEGUIMIENTO DE CONTENIDOS DE PROGRAMACIÓN Y PUBLICIDAD	30
1.1 Planificación, grabación y verificación	30
1.2 Mapa de televisiones y radios de Andalucía	32
1.3 Contenidos	33
1.4 Comunicaciones comerciales	38
1.5 Televisiones sin licencia	46
1.6 Sistema de alertas	47
1.7 Promoción obra europea	48
1.8 Accesibilidad	49
1.9. Radio	51
2. LÍNEAS GENERALES DE ACTUACIÓN	52
2.1 Defensa de los derechos de los menores	53
2.2 Salvaguarda del pluralismo político, social, religioso y cultural	56
2.3 Promoción de la igualdad de género	62
2.4 Derechos de las personas con discapacidad	69
2.5 Informes	70
3. COMUNICACIÓN CON LA CIUDADANÍA	74
3.1 Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA)	75
3.2 Barómetro Audiovisual de Andalucía	80
3.3 Jornadas, foros, congresos	84
3.4 Página web y redes sociales	87
4. RECOMENDACIONES Y CÓDIGO DEONTOLÓGICOS	89
5. PROYECCIÓN INSTITUCIONAL	92
5.1 Encuentros con organismos homólogos	92

Núm.	39	XI LEGISLATURA	14 de marzo de 2019
	5.2 Relaciones instituc	onales	94
	5.3 Convenios y protoc	colos	95
6.	ORGANIZACIÓN Y FUNC	IONAMIENTO	96
		mbros	
	6.2 Organigrama y fun	ciones	97
	6.3 Presupuesto		99
	6.4 Órganos de gobier	no	101
7.	RESUMEN DE ACTIVIDA	DES	103

PRESENTACIÓN

Un año más, el Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) elabora este informe que contiene un resumen de la actividad desarrollada durante el ejercicio anterior, con el que cumple la obligación de rendir cuentas ante la ciudadanía, cuya soberanía reside en este Parlamento. El CAA tiene encomendada la competencia de velar por que los contenidos que difunden los medios de comunicación audiovisuales en la comunidad autónoma respeten sus derechos constitucionales y estatutarios, particularmente los referidos a la protección de los menores, la defensa de la igualdad y la salvaguarda del pluralismo político y social. Informar a los ciudadanos de las iniciativas y acciones acometidas para cumplir con esa función es un ejercicio esencial en una institución democrática.

Este informe, que es ya el decimotercero de los que edita anualmente el CAA, ofrece una importante novedad con respecto a los anteriores, y es que se presenta dentro del primer trimestre del año siguiente y no en el último, como venía siendo habitual, por lo que se produce por tanto una mayor inmediatez con respecto al ejercicio objeto del estudio, algo que consideramos facilita la comprensión de las acciones llevadas a cabo.

El conjunto de las 13 memorias anuales ilustran la trayectoria del CAA a lo largo de estos años. Hay datos en continuo sobre cuestiones tan estratégicas como la protección de menores y de otros colectivos vulnerables ante los medios de comunicación, el pluralismo político y social, o la defensa de igualdad de género, entre otros, que permiten evaluar el impacto de la actuación del CAA en su trayectoria. La panorámica también permite comprobar qué asuntos han surgido en este tiempo que han merecido actuaciones y decisiones del Consejo. El informe anual recoge asimismo datos que inciden en otro compromiso institucional importante con los ciudadanos, el de la transparencia, como por ejemplo la organización y funcionamiento del consejo, o como gasta su presupuesto.

En el ámbito de la comunicación, 2018 no es un año más. La aprobación en el Parlamento de la Ley Audiovisual de Andalucía, la primera normativa que regula el sector en la comunidad autónoma, en vigor

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

desde el 17 de octubre, marca sin duda un hito. Esta ley articula un nuevo marco legislativo que da respuesta de forma integral a las necesidades de regulación del sector, atendiendo a las especificidades de Andalucía, comunidad en la que el sistema de seguimiento del CAA capta un total de 75 televisiones locales y cinco emisiones autonómicas. El sector audiovisual tiene un carácter estratégico para la cohesión social y la proyección cultural de Andalucía, además de un cierto peso en la economía regional que no se puede subestimar. A esta ley andaluza hay que unir además la aprobación, en noviembre, de la nueva directiva europea de Servicios de Comunicación Audiovisual.

La Ley Audiovisual de Andalucía introduce destacados avances en la protección de los derechos de la ciudadanía, con especial énfasis en colectivos especialmente vulnerables como los menores de edad, mayores, y personas con discapacidad. Se trata de un conjunto de iniciativas que la legislación española debería incorporar y hacer de obligado cumplimiento a los prestadores de ámbito estatal para garantizar una efectiva protección de los derechos de los ciudadanos. La nueva norma ha incorporado algunas cuestiones que han formado parte de las reivindicaciones del Consejo, como la regulación de la publicidad de los juegos de azar, que queda restringida a la franja comprendida entre la una y las cinco de la madrugada.

Como es lógico, la ley tiene una importante incidencia sobre el CAA, en cuanto que es el órgano independiente que regula la actividad de los medios de comunicación. Entre las nuevas funciones que se atribuyen al consejo está la potestad inspectora y sancionadora sobre la publicidad ilícita que emitan también las televisiones sin licencia. La proliferación de emisiones piratas que operan sin ningún tipo de licencia es un motivo de preocupación del Consejo del que reiteradamente se ha dejado constancia en estos informes anuales. Es cierto que el sistema de control del CAA detectó en 2018 un menor número de frecuencias emitiendo ilegalmente (85 frente a 121 en 2017) pero el número sigue siendo muy elevado. En estas emisiones abundan contenidos y publicidad que vulneran la ley. De hecho, la tercera parte de las 81 alertas producidas por la emisión de contenidos ilícitos en 2018 se detectaron en televisiones piratas, entre ellas todas las que tenían que ver con pornografía, publicidad de productos milagro y videncia.

Entre las actuaciones llevadas a cabo por el Consejo en el año 2018 en materia de publicidad, cabe destacar una iniciativa pionera en España, la aprobación y publicación de los 'Criterios e indicadores sobre publicidad discriminatoria para la mujer y estereotipos sexistas. Con la determinación de estos estereotipos el pleno del CAA da respuesta a la indefinición jurídica y a la falta de desarrollo legal de conceptos genéricos como sexismo, discriminación por razón de género, o estereotipos de género que, si bien son términos incluidos en el marco normativo, adolecen de una concreción que permita la intervención de las autoridades reguladoras.

Al disponer de unos indicadores que permiten objetivar la existencia de sexismo en la publicidad se persigue el doble propósito de otorgar una mayor seguridad jurídica a los prestadores de servicios audiovisuales, anunciantes y empresas, y de contribuir a promover el principio de igualdad. El documento desarrolla los supuestos de publicidad ilícita tipificados en la Ley General de Publicidad y objetiva un total de 17 estereotipos femeninos y masculinos que son frecuentes en la comunicación comercial que fomentan la desigualdad. Con esta herramienta que permite medir y argumentar la presencia se sexismo, el CAA delimita los casos en los que podrá requerir el cese de comunicaciones comerciales o sancionar la publicidad ilícita. El CAA acometió esta iniciativa tras constatar que más de la tercera parte de la publicidad que emiten las televisiones

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

contienen estereotipos de género, y que en ocasiones en las que llegaban motivos de queja a la Oficina de Defensa de la Audiencia no era posible acometer ninguna actuación porque no había determinación jurídica de los principios vulnerados.

Otro asunto en los que la memoria de 2018 constata que es urgente avanzar es en la aplicación del principio de pluralismo político, especialmente en las locales. Solo cinco de las 16 televisiones municipales andaluzas cumplen los indicadores establecidos por el CAA que fijan en el tiempo de palabra que se da a los representantes de los gobiernos, ya sea en su rol institucional o de partido, debe llegar como mucho al 60% del total de la información política. En las otras 12, este tiempo excede del 70% con casos muy llamativos en los que los grupos de la oposición permanecen prácticamente silenciados en las televisiones públicas. El pluralismo político es un elemento esencial de la sociedad democrática y los medios de comunicación públicos están obligados a ofrecer una información plural que refleje lo más fielmente posible la variedad ideológica de la sociedad y ayude a los ciudadanos a conformarse una opinión fundamentada.

El informe anual de 2018 deja también constancia de la preocupación del Consejo por el tratamiento informativo que los medios de comunicación dan a determinados asuntos de actualidad, con una propensión al sensacionalismo y, lo que es peor, vulnerando derechos fundamentales de los protagonistas de las noticias, especialmente en casos de sucesos como asesinatos, agresiones y desapariciones. El informe realizado sobre el seguimiento informativo del caso de la desaparición y asesinato del niño almeriense Gabriel Cruz alertó sobre un sensacionalismo extremo, con la difusión, en ciertas televisiones y programas, de especulaciones y rumores, la explotación sentimental de la noticia y la vulneración del derecho a la intimidad y el honor de terceras personas, y llegar al punto de poner en riesgo la investigación, según denunció la Guardia Civil. En el caso de la agresión sexual a un menor en un centro escolar de Jaén, se vulneraron derechos que incluso podrían ser constitutivos de delito, motivo por el que el CAA remitió a la fiscalía el informe sobre el tratamiento informativo de este asunto.

Entre las funciones del CAA está la mediación entre las instituciones, los agentes del sistema audiovisual y la sociedad. En este ámbito el consejo viene realizando una serie de encuentros y foros de análisis y reflexión sobre distintos aspectos de la comunicación audiovisual. La sesión anual de la serie Diálogos en el CAA se centró en 2018 en los límites del humor, y contó con las aportaciones del magistrado Joachim Bosch y los editores de la revista Mongolia Darío Adanti y Edu Galán, quienes compartieron la idea de que mientras menos restricciones hay a la libertad de expresión, más avanzada es una democracia.

En octubre, coincidiendo con la entrada en vigor de la Ley Audiovisual de Andalucía y el proceso de aprobación de la directiva europea de Servicios de Comunicación Audiovisual, el CAA organizó unas jornadas internacionales sobre «la regulación audiovisual en una sociedad democrática», en la que participaron una veintena de ponentes expertos en materia de comunicación, igualdad, pluralismo, derecho constitucional, pluralismo o internet del ámbito europeo. La regulación es uno de los principales retos para un sector como el audiovisual caracterizado por una constante evolución en cuanto a procesos tecnológicos, medios de distribución y difusión, así como técnicas de producción de contenidos y servicios.

Todos estos cambios vertiginosos que estamos conociendo en los últimos años de era digital y que están fomentando nuevos hábitos y formas de relaciones sociales tienen que ser necesariamente compatibles con la

defensa y promoción de los derechos de la ciudadanía, sin olvidar nunca la función como servicio público que corresponde a los medios de comunicación. Y en ese campo, las autoridades audiovisuales independientes, como el CAA, están llamados a jugar un papel indispensable en una sociedad democrática.

La Presidenta del Consejo Audiovisual de Andalucía, Emelina Fernández Soriano.

1. SEGUIMIENTO DE CONTENIDOS DE PROGRAMACIÓN Y PUBLICIDAD

1.1. PLANIFICACIÓN, GRABACIÓN Y VERIFICACIÓN

El Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) tiene como principal función velar por que los contenidos y la publicidad que emiten las radios y televisiones de la comunidad autónoma, tanto públicas como privadas, se adapten a la normativa vigente y respeten los derechos de la ciudadanía.

Para acometer con garantías estas funciones, el Consejo Audiovisual cuenta con un sistema de seguimiento de medios que actualmente consta de 20 centros de captación¹ para la recepción, grabación y almacenamiento de las emisiones de radio y televisión. Esa red también proporciona la gran mayoría del material analizado por la Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA), así como el utilizado para los estudios que acomete el Consejo y, muy particularmente, para los estudios de pluralismo político.

Durante el año 2018 el sistema central archivó un total de 444.307 horas de emisión. El 83,5% de este material archivado corresponde a emisiones de TDT, que suman 371.315 horas. Se registraron además 241 horas de emisiones en televisión analógica, y 72.749 de radio. En el siguiente cuadro se detallan dichas horas de grabación y los centros de captación en los que se registraron.

Tabla 1. Horas de material archivado según centro de captación y tipo de emisión.

CENTRO	RADIO	TDT	TV ANALOG.	TOTAL
AUTONÓMICO Y NACIONAL	56131	102957		159088
SEVILLA	3790	46556	127	50475
MÁLAGA	12827	23205		36032
JEREZ		20435	34	20469
JAÉN		18357		18357
MARBELLA		18101		18101
HUELVA		14922	38	14960
FUENGIROLA		13184		13184
GRANADA		12917		12917
CÓRDOBA		12681		12681

¹ Infraestructura disponible a través de un contrato con una empresa especializada.

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

CENTRO	RADIO	TDT	TV ANALOG.	TOTAL
CÁDIZ		11945		11945
ALMONTE		11551		11551
ALMERÍA		11525		11525
ALGECIRAS		11338	42	11380
EJIDO		11019		11019
ÉCIJA		9821		9821
MOTRIL		8066		8066
ANDÚJAR		5275		5275
PALMA DEL RIO		3304		3304
ESTEPA		2086		2086
ANTEQUERA		2066		2066
TOTAL	72749	371315	241	444307

El sistema de seguimiento de medios del CAA permite detectar y grabar la emisión de subtítulos, así como grabar el sonido que se recibe por el segundo canal de audio y saber si el material dispone de audio-descripción o versión original. En la siguiente tabla se muestran los datos obtenidos en 2018.

Tabla 2. Horas de catalogación automática de parámetros de accesibilidad.

	Audiodescripción o V.O.	Subtítulos	Total	
Andalucía TV	43	600	643	
Canal Sur 2	809	4219	5029	
Canal Sur TV	519	572	1092	
Total	1372	5393	6766	

Hay que destacar que el sistema de seguimiento de medios obtiene estos datos automáticamente midiendo una serie de parámetros de las emisiones, y a partir de ellos se realiza una catalogación manual donde se comprueba el audio recibido por el segundo canal, la calidad de los subtítulos y si está traducido al lenguaje de signos.

En cuanto a las campañas de catalogación que se han llevado a cabo durante 2018, podemos destacar el siguiente reparto de horas.

Tabla 3. Horas de catalogación manual según campañas de catalogación.

	GENÉRICA	OBRA	PLURALISMO	PUBLICIDAD	TOTAL	
	GENERICA	EUROPEA	POLÍTICO	FODLICIDAD	TOTAL	
ENERO	5619:38:45	1279:17:04	551:42:16		7450:38:05	
FEBRERO	5575:35:41	1112:47:36	493:56:00		7182:19:17	

Núm. 39	XI LEGISLATURA	14 de marzo de 2019

	GENÉRICA	OBRA PLURALISMO EUROPEA POLÍTICO		PUBLICIDAD	TOTAL	
MARZO	4737:45:17	1268:41:32	608:18:05		6614:44:54	
ABRIL	3102:25:28	1206:48:49	555:26:21		4864:40:38	
MAYO	5497:49:32	1251:58:50	592:17:04	28:37:05	7370:42:31	
JUNIO	6818:07:44	1240:03:58	608:55:06	377:28:29	9044:35:17	
JULIO	5406:52:46	1463:40:29	588:22:31	593:30:46	8052:26:32	
AGOSTO	4014:33:35	1531:05:15	545:27:02	763:30:43	6854:36:35	
SEPTIEMBRE	6193:18:14	1291:15:07	557:30:25	720:08:39	8762:12:25	
OCTUBRE	12470:05:16	1224:52:14	388:18:43	1119:58:06	15203:14:19	
NOVIEMBRE	12417:27:54	1180:27:55	341:33:34	1225:53:42	15165:23:05	
DICIEMBRE	8637:07:20	380:17:46	278:36:41	1036:19:02	10332:20:49	
TOTAL	80490:47:32	14431:16:35	6110:23:48	5865:26:32	106897:54:27	

1.2. MAPA DE TELEVISIONES Y RADIOS DE ANDALUCÍA.

Durante el año 2018 el área de Contenidos del CAA ha continuado realizando el seguimiento a la implantación de la TDT en Andalucía y los cambios surgidos de la liberación del dividendo digital. Para ello se realizaron 47 barridos de televisión digital terrestre y radio digital repartidos por los centros de los que dispone la red fija del CAA.

El número de cadenas de televisión y de emisiones de radio que se captaban en los centros del CAA a finales de 2018 están reflejados en los siguientes cuadros.

Tabla 4. Televisiones captadas.

TELEVISIONES ANALÓGICAS		0
	LOCALES PRIVADAS	42
TELEVISION DIGITAL	LOCALES PÚBLICAS	17
	AUTONÓMICAS PRIVADAS	1
	AUTONÓMICAS PÚBLICAS	1
	NACIONALES	35
	SIN LICENCIA	85 ²
	TOTAL TDT	181
TOTAL GENERAL		181

² Las emisiones sin licencia, al no estar identificadas, se contabilizan una vez por cada señal que se recibe en un centro distinto, sin embargo el resto de emisiones identificadas sólo se contabilizan una vez aunque se reciban por varios centros.

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

Tabla 5. Emisiones radiofónicas captadas.

		NACIONAL	7
RADIO DIGITAL	TITULARIDAD PÚBLICA	AUTONÓMICO	4
		LOCAL	5
	TITULARIDAD PRIVADA	NACIONAL	13
	ITTOLARIDAD PRIVADA	LOCAL	1
RADIO ANALÓGICA	TITULARIDAD PÚBLICA	26	
	TITULARIDAD PRIVADA	54	
	TITULARIDAD NO IDENTIF	23	
TOTAL GENERAL			

1.3. CONTENIDOS

El CAA analiza las emisiones de los canales autonómicos y locales y emite un informe anual que proporciona al sector una radiografía lo más fidedigna posible sobres contenidos audiovisuales que se difunden en la comunidad autónoma. Este estudio tiene el valor de que permite conocer una realidad que sería imposible de obtener por otros medios, dado que muchos canales carecen de parrillas de programación, y las que existen son de escasa fiabilidad.

El estudio detallado de la catalogación de contenidos correspondiente al año 2018 aún no estaba concluido en el momento de elaborar esta memoria. Por ello, hay que precisar que los datos utilizados aquí son los catalogados para el estudio de la programación realizado para el informe sobre pluralismo político.

1.3.1. Televisiones autonómicas

El Consejo analiza y cataloga los contenidos emitidos por las dos cadenas de la Radio Televisión de Andalucía (RTVA) que difunden una programación diferenciada: Canal Sur TV y Andalucía TV. Canal Sur 2 emite la misma programación que Canal Sur incorporando las medidas de accesibilidad establecidas para que puedan acceder a estos contenidos las personas con discapacidades sensoriales.

Canal Sur TV

El bloque de programas de entretenimiento e informativos ocupa la mayor parte de la programación del primer canal de la televisión pública autonómica, pues suman el 56,4% del tiempo de emisión. El reparto entre ambos géneros se muestra muy equilibrado, de forma que los programas de entretenimiento suponen el 28,3%, apenas dos décimas más que los informativos. Se trata de una tendencia que ya se venía produciendo en los últimos años, en los que la diferencia entre uno y otro bloque apenas superaba el punto, unas veces con predominio del entretenimiento (2017) y otras de los informativos (2016).

El tercer bloque en importancia en la parrilla de Canal Sur TV corresponde a los programas musicales, con un 10,8%, porcentaje idéntico al del año anterior. En el siguiente gráfico se muestra la distribución por género de la programación de Canal Sur TV

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

3,70% 6% ■ Entretenimiento 6,60% ■ Información 28,30% ■ Culturales 7,60% ■ Continuidad-Publicidad Música 8,90% ■ Ficción Concursos 10,20% 28,10% Resto

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

En cuanto a la temática tratada en los informativos, son predominantes los asuntos de sociedad (24,3%), seguidos de las noticias de arte y cultura y la crónica política, con un peso casi idéntico, 11,8% y 11,6%, respectivamente.

Los temas de actualidad más tratados en los informativos del primer canal público autonómico a lo largo del año 2018 fueron el soberanismo catalán (4,3%), la violencia de género (2%) y la inmigración (1,9%).

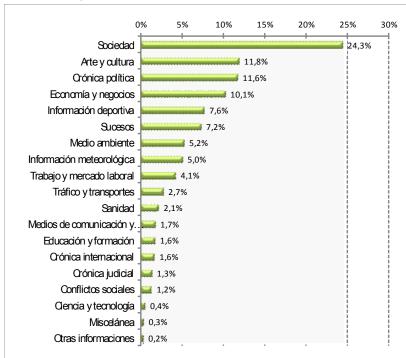


Gráfico 2. Tiempo de noticia dedicado a los diferentes temas. Canal Sur TV.

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

En los informativos de las ocho desconexiones provinciales de Canal Sur también son predominantes los temas de sociedad (24% de media), seguidos de los de arte y cultura (17%), deportes (14%) y economía y negocios (13%). La crónica política en estos espacios provinciales tiene un menor peso y es el quinto tema en importancia (8%). En todos los informativos provinciales los temas de sociedad son los más tratados, excepto en Jaén, donde predominan las noticias de arte y cultura.

Tabla 6. Tiempo de noticias dedicado a los diferentes temas. Desconexiones provinciales Canal Sur TV

TEMA	AL	CA	СО	GR	HU	JA	MA	SE
Sociedad	22%	28%	20%	29%	26%	18%	23%	22%
Arte y cultura	16%	17%	11%	16%	15%	20%	21%	17%
Información deportiva	11%	7%	11%	14%	13%	16%	15%	24%
Economía y negocios	18%	14%	18%	9%	12%	12%	11%	12%
Crónica política	7%	6%	15%	9%	8%	7%	6%	4%
Información meteorológica	4%	6%	4%	4%	4%	6%	4%	2%
Medio ambiente	4%	5%	5%	2%	7%	4%	4%	1%
Trabajo y mercado laboral	2%	4%	7%	3%	4%	4%	4%	3%
Sucesos	4%	5%	1%	4%	3%	2%	4%	8%
Educación y formación	4%	2%	3%	3%	3%	3%	2%	2%
Sanidad	2%	1%	2%	2%	3%	1%	3%	1%
Medios de comunicación y telecomunicaciones	2%	2%	1%	2%	2%	3%	1%	1%
Tráfico y transportes	1%	0%	1%	1%	0%	1%	0%	1%
Conflictos sociales	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Ciencia y tecnología	1%	0%	0%	1%	1%	1%	0%	0%
Crónica judicial	1%	1%	0%	1%	0%	0%	0%	0%

Andalucía TV

Prácticamente, las tres cuartas partes (72,3%) de la programación del segundo canal público autonómico están compuestas por programas informativos y culturales. Ello obedece al carácter de Andalucía TV, que es un canal temático informativo y divulgativo de neto servicio público, dedicado a la actualidad andaluza con una programación específica centrada en la información y la divulgación sobre una amplia variedad de asuntos, según define el contrato programa de la RTVA 2017-2019. El 95% de la programación debe ser de producción propia.

Los programas de entretenimiento apenas ocupan el 8,8% de la parrilla de Andalucía TV, seguidos de los contenidos musicales (7,4%) como refleja el siguiente gráfico sobre la distribución de la parrilla de este canal.

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

2,50% 2% $\Gamma^{1,60\%}$ 5,00%_ ■ Información 7% ■ Culturales 37,80% ■ Entretenimiento 8,80% Música Continuidad-Publicidad ■ Ficción Deportes Otros 34,50%

Gráfico 3. Distribución por género de emisiones de Andalucía TV

La temática de los informativos en Andalucía TV es muy similar a la de Canal Sur TV, con un predominio de los temas de sociedad (24,6%), seguidos de los de arte y cultura (12,2%), crónica política (11,5%) y economía y negocios (11,4%).



Gráfico 4. Tiempo de noticias dedicado a los diferentes temas. Andalucía TV

Desconexión en Andalucía de La 1

En el informativo de ámbito autonómico que emite el primer canal de TVE, los temas predominantes en el período comprendido entre marzo de 2017 y junio de 2018 también fueron los de sociedad (18%). En estos informativos tiene un peso importante la información deportiva, que es el segundo bloque en importancia, junto a arte y cultura (ambos con un 15% cada uno), por delante la crónica política (13%).

Los temas de actualidad más tratados fueron la inmigración (2,1%), narcotráfico (1,8%), el caso de los ERE irregulares (1,7%) y la violencia de género (1,5%).

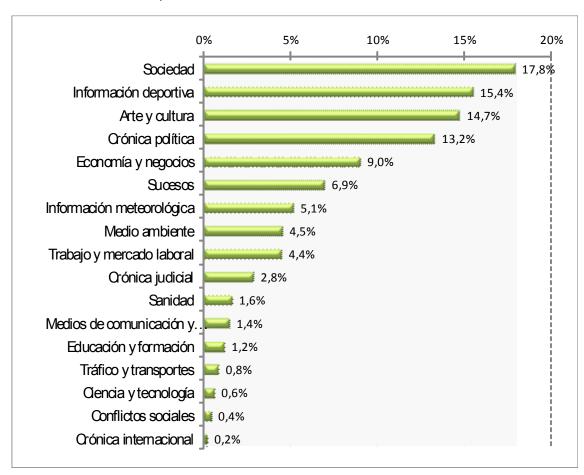


Gráfico 5. Tiempo de noticias dedicado a los diferentes temas. Andalucía TV

Televisiones locales

La temática tratada en los informativos de las televisiones locales públicas de Andalucía ofrece una gran variedad. El promedio de las 17 televisiones analizadas en el estudio de pluralismo político sitúa como tema preponderante los asuntos de sociedad, con un 25%. A continuación se sitúan los temas de arte y cultura (17%), deportes (14%), economía y negocios (13%) y la crónica política (8%).

La sección de sociedad es la que más tiempo ocupa en los informativos de 13 de estas 17 televisiones. En Canal Málaga, Estepona TV (emisión Estepona) y Onda Jaén el asunto principal es el deporte, en tanto que en TG 7 predomina la crónica política. En la siguiente tabla se ofrece la composición temática de los informativos de estas 17 televisiones públicas municipales.

Tabla 7. Tiempo de noticias dedicado a los diferentes temas. Televisiones locales públicas.

Temas	C. Málaga	C. Noroeste TV	Écija Comarca Tv	Estepona TV - EST.	Estepona TV - MAN.	Fuengirola TV	Huelva TV	Interalmería	O. Algeciras	O. Cádiz	O. Jaén	O. Jerez	RTVM Marbella	Telemotril	TG7	Torrevisión - ALH.	Torrevisión TORR.
Sociedad	16%	24%	26%	20%	26%	40%	29%	23%	26%	28%	18%	21%	24%	25%	20%	29%	19%
Arte y cultura	13%	22%	24%	26%	15%	17%	15%	16%	10%	19%	14%	17%	11%	16%	24%	27%	13%
Economía y negocios	13%	9%	8%	16%	12%	13%	11%	19%	11%	17%	12%	12%	18%	20%	10%	12%	18%
Información deportiva	17%	19%	14%	18%	15%	4%	17%	13%	15%	5%	24%	15%	10%	15%	2%	13%	15%
Crónica política	15%	14%	12%	4%	8%	9%	12%	13%	11%	13%	8%	15%	22%	5%	24%	4%	15%
Educación y formación	2%	4%	8%	7%	13%	9%	5%	4%	5%	3%	6%	5%	5%	8%	5%	8%	4%
Trabajo y mercado laboral	4%	3%	3%	2%	3%	3%	3%	2%	4%	6%	4%	3%	4%	2%	3%	0%	5%
Información meteorológica	9%	2%	1%	2%	0%	0%	1%	3%	5%	3%	5%	6%	1%	1%	2%	1%	2%
Medio ambiente	2%	1%	1%	2%	2%	2%	3%	1%	3%	2%	2%	2%	3%	3%	1%	2%	2%
Sanidad	3%	1%	1%	2%	2%	1%	3%	2%	1%	2%	3%	1%	1%	2%	2%	1%	1%
Medios de com. y telecom.	1%	1%	1%	1%	4%	1%	0%	0%	2%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	2%	1%
Sucesos	1%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	2%	2%	0%	1%	1%	0%	1%	1%	0%	2%
Tráfico y transportes	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	1%	1%	0%	1%
Conflictos sociales	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	1%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	0%
Crónica judicial	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	0%	2%	0%	1%
Ciencia y tecnología	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

1.4. COMUNICACIONES COMERCIALES

El Consejo Audiovisual de Andalucía analiza las comunicaciones comerciales difundidas a través de los medios audiovisuales para velar porque se atengan tanto a la legislación vigente como a los códigos éticos con los que se ha dotado el sector publicitario.

El CAA ha mostrado su preocupación ante los nuevos formatos de promoción comercial en los que los anunciantes renuncian cada vez más a los bloques publicitarios para insertar sus mensajes dentro del discurso narrativo de los presentadores. Esta tendencia favorece prácticas prohibidas en la legislación, como

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

la publicidad encubierta y la publicidad no señalizada. Las máximas preocupaciones del Consejo en esta materia se centran en la promoción de bebidas alcohólicas, de productos milagro, de los juegos de azar, así como la publicidad institucional y la de carácter sexista.

A continuación se describen las actuaciones sobre comunicaciones comerciales que ha desarrollado en CAA en el año 2018, circunscritas al seguimiento de oficio que realiza, sin perjuicio de las resoluciones y decisiones adoptadas por reclamaciones interpuestas en la Oficina de Defensa de la Audiencia, que se encuentran recogidas en el apartado correspondiente de la presente memoria.

Publicidad de bebidas alcohólicas

La vigilancia y control de las comunicaciones comerciales sobre bebidas alcohólicas para asegurar que se cumplen los requisitos que impone la legislación es una prioridad para el CAA, dada la preocupación social sobre sus efectos, especialmente ente los menores de edad, y para prevenir el consumo precoz y abusivo.

En 2018 remitió en buena medida la emisión de publicidad ilícita de bebidas alcohólicas en las televisiones andaluzas. El sistema de control del CAA detectó siete alertas por este motivo, 19 menos que en el año 2017 cuando la emisión de publicidad indebida de estos productos supuso la tercera parte de las anomalías analizadas en total. A lo largo de 2018, el pleno del Consejo acordó cuatro requerimientos de cese de anuncios televisivos de bebidas alcohólicas que invadían la franja horaria de protección infantil establecida para este tipo de comunicaciones comerciales, y realizó otras cuatro advertencias.

Ante la preocupación sobre la incidencia y efectos de la publicidad de bebidas alcohólicas en menores de edad y otros colectivos vulnerables, el CAA viene reclamando una serie de modificaciones legislativas encaminadas a conseguir una protección efectiva de éstos. La publicidad del alcohol está regulada por la Ley General de Publicidad, de 1988 –modificada en 2012– y la Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA), de 2010. El artículo 18 de esta ley prohíbe cualquier publicidad en televisión de bebidas alcohólicas de más de 20 grados, y limita la promoción de las de menos de 20 grados cuando se emita fuera de la franja de tiempo entre las 20.30 horas y las 6 horas del día siguiente, –salvo que esta publicidad forme parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir–, circunstancia que se produce, entre otros, con ocasión de la retransmisión de eventos deportivos. El Consejo cree necesario corregir esta excepción porque invade la franja de protección de menores, que comprende desde las 6.00 hasta las 22.00 horas.

También se considera conveniente establecer una regulación sobre la publicidad de bebidas alcohólicas en radio, medio sobre el que no existe ninguna restricción normativa que impida, más allá del carácter general legal o deontológico, anunciar libremente cualquier tipo de producto, sea cual sea su graduación o la franja horaria de su emisión ni el tipo de programa. Igualmente, el CAA entiende que es necesario regular la promoción de bebidas alcohólicas en los contenidos audiovisuales que se difunden a través de internet.

Publicidad de juegos de azar

La proliferación de publicidad de juegos de azar y apuestas *on line* en cualquier franja horaria de radio y televisión constituye una gran preocupación para el CAA, y, no en vano es uno de los principales caballos de batalla de su actuación. En menos de tres años, el pleno del Consejo ha aprobado dos decisiones solicitando

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

la elaboración de una ley específica que regule esta publicidad con dos objetivos primordiales: la protección de los menores y la prevención de la ludopatía.

Se trata de un asunto que responde a una creciente demanda social, porque la promoción del juego está fomentando la práctica de apuestas entre los menores, pese a que según la ley tienen prohibido hacerlo antes de los 18 años, lo que genera la consiguiente preocupación entre las familias. El Barómetro Audiovisual de Andalucía de 2017 constató que el 71,5% de la población considera necesaria una regulación de la publicidad de juegos de azar que, entre otros aspectos, elimine completamente la emisión de anuncios dentro del horario protegido para menores en televisión. Según el último informe del CAA al respecto, el 36% de los anuncios de juego y apuestas se emiten dentro de esta franja, lo que evidencia que el código de autorregulación del que se dotó el sector en 2012 no se está cumpliendo. Otros aspectos a regular, según manifestaron los andaluces en el Barómetro, son que en las promociones comerciales de las apuestas se advierta expresamente sobre los posibles riesgos de generar adicción y las consecuencias derivadas de ésta –como sucede con el tabaco– y que haya una separación nítida entre información y mensaje publicitario.

La Ley Audiovisual de Andalucía aprobada en octubre de 2018 restringe la posibilidad de emisión de publicidad de juegos de azar a la franja de madrugada, entre la 1.00 y las 5.00 horas. Pero como es lógico esta ley solo es aplicable a las televisiones locales y de ámbito andaluz bajo el marco de competencias de la administración autonómica. El CAA sigue reivindicando la imperiosa necesidad de una ley estatal que regule la actividad.

En el informe sobre el proyecto del Real Decreto de Comunicaciones Comerciales de Juego y de Juego Responsable que el CAA remitió al ministerio de Hacienda y Función Pública, se considera que cualquier tipo de publicidad de juego en radio y televisión debería realizarse entre las 22.00 y las 6.00 horas, fuera del horario de protección de menores, sin ningún tipo de excepción, que si contemplaba el borrador.

El Consejo considera necesario además la inclusión de medidas que contrarresten una posible saturación de las comunicaciones comerciales sobre apuestas que el decreto permite en las retransmisiones deportivas en directo. A este respecto debe destacarse el fenómeno social de supone el deporte en general, y el fútbol en particular, y los valores intrínsecos asociados al mismo que contribuyen de forma esencial a la formación de los menores de edad.

El CAA aboga también porque en el decreto exista una definición más concreta sobre la identificación de comunicaciones comerciales y anunciantes, ya que con frecuencia los mensajes publicitarios no son reconocibles como tales. Este fenómeno, evidenciado en los últimos informes del Consejo, ocurre especialmente en la radio, medio en el que el mensaje comercial está muy a menudo inserto en el discurso narrativo de los presentadores.

Publicidad de productos milagro

Durante el año 2018 se produjo un importante incremento de la emisión de publicidad de productos milagro, que rompe la tendencia descendente de los últimos años. El sistema de análisis del CAA contabilizó 35 alertas por esta causa, más de la mitad (55%) de las producidas por emisiones publicitarias. Son 27 alertas más que

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

las contabilizadas en el año 2017, con la particularidad de que todas ellas fueron emitidas en televisiones que carecen de licencia, lo que dificulta la actuación del CAA al no estar identificados los operadores. Así, pese a este incremento, la publicidad de productos milagro no causó ningún tipo de advertencia ni requerimiento de cese por parte del Consejo en 1018, mientras que el año anterior se produjeron tres, y hace dos años, ocho.

Desde el año 2012, el CAA ha realizado 99 intervenciones para impedir la emisión de esta publicidad y ha identificado una docena de productos que van desde bebidas contra el colesterol, a parches adelgazantes o cremas contra el dolor, a las que los anuncios emitidos les atribuyen propiedades terapéuticas pese a que no son medicamentos, ni están homologados por las autoridades sanitarias.

El Real Decreto 1907/1996 de productos-milagro prohíbe la publicidad o promoción en televisión de productos, materiales, sustancias, energías o métodos con pretendida finalidad sanitaria que sugieren propiedades específicas adelgazantes o contra la obesidad, que aportan testimonios de profesionales sanitarios, de personas famosas o conocidas por el público, o de pacientes reales o supuestos como medio de inducción al consumo, y que utilizan el término natural como característica vinculada a pretendidos efectos preventivos o terapéuticos.

El Consejo recuerda que los anuncios de bienes y productos adelgazantes que fomenten el culto al cuerpo y el rechazo a la autoimagen solo pueden emitirse fuera de la franja de horario protegido, circunstancia que no se cumple en algunos de los anuncios detectados. Además, en un porcentaje elevado, se trata de un tipo de publicidad sexista, pues en el caso de los productos supuestamente adelgazantes, dirige sus mensajes y su consumo exclusivamente a mujeres.

Criterios e indicadores sobre publicidad sexista

El pleno del CAA celebrado en Jaén el 7 de febrero de 2018 aprobó unos criterios e indicadores sobre publicidad discriminatoria para la mujer y estereotipos sexistas que delimita las posibilidades de actuación ante la emisión de anuncios que vulneren el derecho a la igualdad. El documento da respuesta a la indefinición jurídica y a la falta de desarrollo legal de conceptos genéricos como sexismo, discriminación por razón de género, o estereotipos de género que, si bien son términos incluidos en el marco normativo, adolecen de una concreción que permita la intervención de las autoridades reguladoras.

Leyes como las de Igualdad, Violencia de Género, Publicidad o de Comunicación Audiovisual contienen específicamente estos principios básicos de obligado cumplimiento, pero carecen de determinación jurídica precisa y de régimen sancionador.

El CAA se dota así de una herramienta de regulación eficaz puesto que desarrolla los supuestos de publicidad ilícita tipificados en la Ley General de Publicidad y objetiva un total de 17 estereotipos femeninos y masculinos frecuentes en la comunicación comercial que fomentan la desigualdad. El establecimiento de estos indicadores permitirá medir con precisión el sexismo y argumentarlo técnicamente, algo fundamental para las autoridades reguladoras con capacidad para requerir el cese de emisiones o sancionar la publicidad ilícita. Se da además seguridad jurídica al sector.

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

El documento desarrolla cuatro supuestos de publicidad ilícita:

- La presentación vejatoria de la mujer utilizando su cuerpo como mero objeto desvinculado del producto, como envoltorio con connotaciones sexuales.
- Aparición de situaciones de violencia o de dominio del hombre sobre la mujer, conductas humillantes o que favorezcan el abuso.
- Presentación explícita en los anuncios de un único sexo destinatario, hombre o mujer, aunque el producto pueda ser usado por ambos.
- Aparición de mensajes que contribuyan a la sexualización temprana de las niñas, en los que éstas aparezcan con una presencia hipersexualizada, maquilladas y vestidas como adultas y en poses seductoras.

En cuanto a estereotipos, se objetivan nueve femeninos y ocho masculinos que son frecuentes en la publicidad. Entre los estereotipos femeninos se encuentran los anuncios donde la mujer es responsable exclusiva del cuidado de la familia y el hogar, o en los que es incapaz de controlar sus emociones, o se presenta el cuerpo como un espacio con imperfecciones que es preciso corregir.

En los estereotipos masculinos se incluyen la representación del hombre como torpe en las tareas del hogar, ser capaz de controlar sus emociones, o asociado patrones como conquistador y seductor, o como cabeza de familia.

Publicidad para personas con discapacidad

En su sesión del 17 de octubre de 2018, el pleno del CAA adoptó una decisión en la que considera "necesario y urgente" acometer iniciativas legislativas para incorporar medidas de accesibilidad a la publicidad audiovisual de productos y servicios que puedan considerarse de primera necesidad. "En una sociedad donde la publicidad desempeña un papel muy importante y que proclama la autonomía e independencia de las personas con discapacidad, su derecho a decidir por sí mismas, no encaja que el entorno de las comunicaciones comerciales quede totalmente al margen del principio de accesibilidad universal, que resulta esencial para poder ejercer ese derecho", argumenta la decisión.

En la actualidad, la publicidad de productos y servicios vinculados a la alimentación, la salud, la actividad física o las comunicaciones, entre otros, no es accesible para personas que sufren discapacidades auditivas o sensoriales, que no sólo constituyen un amplio sector de la población sino que también tienen derechos como consumidores a percibir y comprender con claridad mensajes comerciales. El Consejo entiende que por la complejidad y el calado de la materia no son suficientes iniciativas legislativas solo de ámbito autonómico.

La decisión se adoptó después de conocer un informe que deja constancia de la invisibilidad de las personas con discapacidad en la publicidad. Sólo en el 0,94% de los anuncios emitidos en televisión aparece alguna persona con algún tipo de discapacidad, lo que contrasta con el peso demográfico de este colectivo en la comunidad autónoma, que roza el 10%. Este informe es el primero realizado por el CAA al amparo de la nueva Ley de Derechos y Atención a las Personas con Discapacidad en Andalucía sobre el tratamiento que éstas reciben en los medios de comunicación.

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

Para cumplir con lo establecido en esta ley, el CAA realizará informes periódicos sobre la presencia de las personas con discapacidad en los medios de comunicación audiovisuales, tanto en el ámbito de la publicidad y como en el plano informativo. Para este primer análisis sobre la publicidad se estudiaron 747 anuncios difundidos por Canal Sur TV entre noviembre de 2017 y junio de 2018 (el 75% de la publicidad emitida por la cadena autonómica en ese período). Sólo en siete de esos anuncios aparecían personas con discapacidad, mientras que en otro cinco había alguna mención (si se consideran éstos, el porcentaje de anuncios con visibilidad de la discapacidad asciende al 1,6%).

En la mayoría de los casos, la situación de discapacidad aparece vinculada a la dependencia o al envejecimiento, pues se trata de publicidad de centros auditivos, clínicas de rehabilitación y residencias de personas mayores. Solo en los anuncios de la ONCE y en la publicidad institucional de la Junta las personas discapacitadas aparecen representadas sin esta vinculación.

En cuanto a la accesibilidad de los anuncios, tan solo el 9,24% incorpora subtítulos, y un 0,67% añade traducción al lenguaje de signos, que son los de la ONCE y la publicidad institucional del Estado. El 45% de los anuncios subtitulados pertenece al sector de los servicios públicos y privados.

Por el contrario, ninguno de los 35 anuncios de medicamentos incluidos en la muestra analizada está subtitulado, cuando la legislación básica establece que la publicidad de estos productos debe ser accesible para personas con discapacidades sensoriales, laguna sobre la que también incide la decisión del CAA.

Patrocinios

A lo largo de 2018, el CAA realizó seis advertencias y requerimientos de cese de patrocinio comercial de los espacios informativos a canales públicos de televisión local, dos menos que el año anterior. Las alertas por patrocinio de espacios informativos es uno de los capítulos que más ha crecido en el sistema de control del CAA, al pasar de 4 en 2017 a 13 en 2018, representando casi el 10% del total.

Dado el aumento de las actuaciones que el CAA ha tenido que acometer a este respecto en los dos últimos años, en noviembre de 2017 publicó una guía sobre el patrocinio en programas de radio y televisión que, con un carácter eminentemente pedagógico, ofrece una síntesis de las normas que regulan esta fórmula de financiación de programas y que está dirigida de forma eminente a los prestadores de los servicios audiovisuales.

La Ley General de Comunicación Audiovisual establece que los programas de contenido informativo de actualidad no pueden ser patrocinados. Únicamente cabe este tipo de promoción comercial en los bloques de información deportiva y meteorológica, siempre que éstos tengan una entidad autónoma. Los espacios informativos de televisión cuya duración supere los 30 minutos, si pueden hacer interrupciones para la emisión de mensajes publicitarios, pero éstos siempre deben emitirse con el formato de anuncios, convenientemente señalados e identificados, y nunca como patrocinio.

Las normas sobre patrocinio establecen que los mensajes deben limitarse a la identificación del patrocinador, mediante el nombre, logotipo, símbolo, producto o servicio; y debe insertarse al principio y al final de los programas y en la reanudación de los intermedios.

Otros supuestos de publicidad ilícita

La identificación de los mensajes publicitarios y su difusión convenientemente señalizada para no confundirla con los contenidos de los programas es una norma básica. El artículo 14 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, titulado El derecho a emitir mensajes publicitarios, establece que en la emisión de publirreportajes, telepromociones y, en general, de aquellas formas de publicidad distintas de los anuncios televisivos que, por las características de su emisión, podrían confundir al espectador sobre su carácter publicitario, deberá superponerse, permanentemente y de forma claramente legible, una transparencia con la indicación "publicidad".

En 2018, el CAA realizó dos advertencias a la televisión pública autonómica sobre la difusión de mensajes publicitarios por parte de presentadores de programas sin la pertinente señalización.

1.5. TELEVISIONES SIN LICENCIA

En 2018 el sistema de control del CAA detectó 85 canales de televisión que emiten sin ningún tipo de licencia, 36 menos que el año anterior. Aunque se trata de un descenso apreciable que rompe la tendencia de crecimiento de los últimos dos años, la cantidad de los llamados canales piratas es aún muy elevada y supone el 47% del total de emisiones captadas en los 20 puntos de control del CAA repartidos por Andalucía.

La ocupación del espacio radioeléctrico por canales de televisión que emiten sin licencia es un problema que afecta a todo el Estado, si bien en Andalucía se conoce su dimensión mediante el seguimiento y control que se realiza desde el Consejo Audiovisual. Este fenómeno viene a agravar la incertidumbre existente sobre un modelo de televisión digital en abierto, sobredimensionado y financieramente insostenible.

La televisión por ondas terrestres afronta no sólo la competencia desleal de las ilegales, sino también la de televisiones que transmiten por sistemas no convencionales. Los efectos de la crisis económica, la convergencia tecnológica y el desarrollo del sector audiovisual a través de internet exigirían una reordenación del mercado de la TDT en abierto para adecuar su dimensión, asegurar su viabilidad y garantizar los derechos de la audiencia.

La dimensión y naturaleza del problema que para todas las comunidades autónomas supone la existencia de canales ilegales de TDT exige la cooperación y coordinación institucional en el todo el Estado. El 98% de los responsables de las emisiones que se registran en Andalucía son empresas y organizaciones que operan en otras regiones o son de ámbito internacional.

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

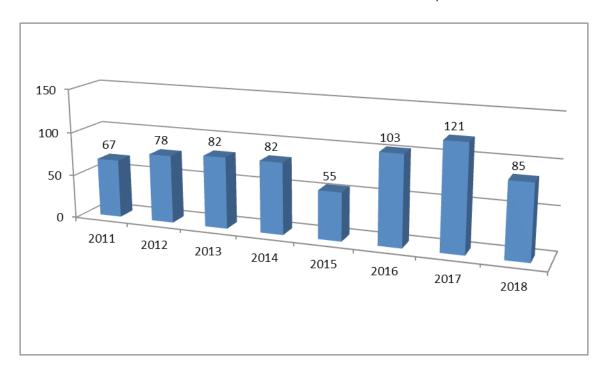


Gráfico 6. Evolución anual del número de frecuencias ocupadas sin licencia

El CAA comunica puntualmente a la Dirección General de Comunicación Social de la Junta de Andalucía las emisiones en las frecuencias de TDT libres que detecta, así como los cambios más significativos registrados en las emisiones de canales no asignados. Normalmente, la mayor parte de las emisiones de estos canales son servicios de videncia y chat.

1.6. SISTEMA DE ALERTAS

Cuando durante el análisis de las emisiones de las distintas televisiones bajo competencia del CAA el Servicio de Análisis estima que pueden existir contenidos potencialmente ilícitos, se elaboran las correspondientes alertas, que son estudiadas por la comisión de Contenidos. Durante el año 2018 se examinaron 132 alertas, un 63% más que las producidas en 2017. Este aumento no se debe necesariamente a un mayor grado de incumplimiento de la norma audiovisual por parte de los prestadores de televisión, sino más bien a la optimización del sistema de seguimiento de medios del CAA.

Casi la mitad de las alertas (48%) estaban relacionadas con la publicidad, principalmente de productos milagro. En cuanto a contenidos, la pornografía y la emisión de contenidos esotéricos en horario protegido son los dos asuntos que suscitaron las alertas, y todos ellos detectados en televisiones que operan sin licencia.

Con respecto a 2017 cabe destacar un cambio sustancial, el descenso de las alertas por publicidad de bebidas alcohólicas en horario no permitido (5%), que en ese año llegó a suponer la tercera parte del total. Por el contrario, han vuelto incrementarse las alertas por publicidad de productos milagro (26,5%), que habían descendido considerablemente el año anterior.

Tabla 8. Alertas analizadas en 2018 por causa.

CAUSA	NÚMERO	%
Publicidad	63	47,7%
Productos milagro	35	26,5%
Patrocinio	13	9,8%
(Patrocinio de informativos)	(7)	(5,3%)
(Otros patrocinios)	(6)	(4,5%)
Bebidas alcohólicas	7	5,3%
Sin señalizar	4	3%
Partidos políticos	3	2,3%
Otros	1	0,8%
Videncia	51	38,6%
Pornografía	18	13,6%
TOTAL	132	100%

El 78% de las alertas analizadas se produjeron en televisiones que emiten sin licencia. De estas 103 alertas en cadenas piratas, 34 se corresponden con publicidad, 51 con contenidos pornográficos y 18 de videncia. Pese al considerable incremento del número total de alertas, cabe destacar el descenso en las producidas sobre emisiones de canales que emiten con licencia, que de las 54 del año 2017 se han reducido hasta 29 en 2018.

De estas 29 alertas, 20 se produjeron en televisiones públicas (14 de ámbito autonómico y 6 locales) y 15 en cadenas privadas locales. En los siguientes gráficos se ilustra este reparto de las alertas según los tipos de prestadores.

Gráfico 7. Porcentaje de alertas según situación administrativa del prestador

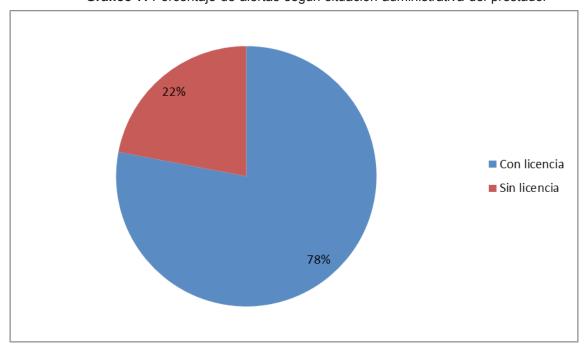


Gráfico 8. Porcentaje de alertas en prestadores con licencia según titularidad

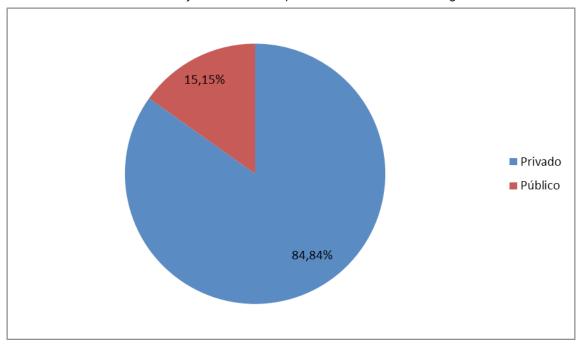
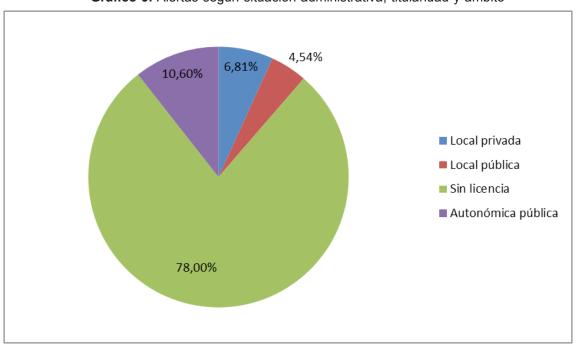


Gráfico 9. Alertas según situación administrativa, titularidad y ámbito



Las alertas detectadas en 2018 dieron lugar al envío de nueve requerimientos de cese y 11 advertencias a los prestadores. Cabe destacar las ocho actuaciones relacionadas con la emisión de publicidad de bebidas alcohólicas de menos de 20 grados en horario no permitido (cuatro requerimientos de cese y otras tantas advertencias), aunque son 10 menos que en el año anterior.

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

Tabla 9. Actuaciones realizadas por el CAA a partir de las alertas detectadas en 2018

Causa de la alerta	Advertencias	Requerimientos de cese	Total actuaciones	
Publicidad	11	9	20	
Bebidas alcohólicas	4	4	8	
Patrocinio de informativos	3	2	5	
Publicidad sin señalizar	2	2	4	
Patrocinio indebido	1		1	
Partidos políticos		1	1	
Interrupción en informativo	1		1	
TOTAL	11	9	20	

1.7. PROMOCIÓN DE OBRA EUROPEA

La Ley General de la Comunicación Audiovisual (LGCA) establece unas cuotas mínimas de emisión de obras europeas e independientes con el propósito de promover la diversidad cultural y lingüística en el seno de la Unión Europea. Los prestadores del servicio televisivo de ámbito estatal o autonómico deben reservar a obras europeas el 51% del tiempo de emisión anual de cada canal o conjunto de canales de un mismo prestador, excluido el tiempo dedicado a informaciones, manifestaciones deportivas, juegos, publicidad, servicios de teletexto y de tele venta. A su vez, el 50% de esa cuota queda reservado para obras europeas en cualquiera de las lenguas españolas.

En todo caso, el 10% del total de emisión estará reservado a producciones independientes, ajenas al prestador de servicio, y la mitad de las obras incluidas en este porcentaje debe haber sido realizadas en los últimos cinco años. El incumplimiento en más de un 10% del cupo reservado a producciones europeas se considera una infracción muy grave de la ley.

Si bien la aprobación de la Ley 10/2018, de 9 de octubre, Audiovisual de Andalucía ha venido a completar estas obligaciones, de forma que con relación a reserva del tiempo de emisión anual de la programación, el 5% de dicho tiempo de emisión estará reservado a producciones o coproducciones que difundan la cultura andaluza.

Del mismo modo, en relación con la obligación de financiación, al menos el 50% de la financiación destinada a la producción en castellano deberá aplicarse en el conjunto del cómputo anual a obras que difundan la cultura andaluza y estén realizadas por empresas radicadas en Andalucía, priorizando a las entidades de economía social.

El CAA ha elabora anualmente un informe sobre el cumplimiento de estas obligaciones, por parte de los prestadores públicos y privados autonómicos, según la nueva Ley el incumplimiento en más de un 10% del deber de reserva, así como la obligación de financiación, está tipificado como infracción muy grave, con respecto a la cual es competente el CAA para ejercer la potestad sancionadora.

Para dicho informe se analiza la programación de los dos canales públicos, Canal Sur TV y Andalucía TV, y el canal autonómico privado 8Boom TV). Los resultados de estos estudios, cuyo último informe corresponde

a las emisiones del año 2017, muestran que los porcentajes de difusión de obras europeas siguen creciendo en los dos canales autonómicos públicos. Se superan las cuotas mínimas exigidas, tanto en producciones independientes como en emisión en lengua española.

100% 95% 94% 90% 86% 86% 80% 77% 70% Obra europea 60% 50% Obra europea de 40% producción 30% 28% independiente 20% 10% 0% 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017

Gráfico 10. Evolución de porcentajes de emisión de obra europea. Canal Sur TV

El canal autonómico de titularidad privada en funcionamiento (Boom TV) ha mejorado ostensiblemente con respecto a otros años (43,2%), aunque sique por debajo por del mínimo exigido por la ley.

1.8. ACCESIBILIDAD

El Consejo Audiovisual de Andalucía tiene entre sus funciones evaluar la implantación de las medidas de accesibilidad dispuestas en la legislación con el propósito de eliminar las barreras que impiden acceder a la comunicación televisiva a las personas con discapacidades sensoriales. El análisis y seguimiento de la subtitulación, la traducción al lenguaje de signos y la audiodescripción de la programación de las televisiones autonómicas se realiza de acuerdo a la Instrucción del CAA sobre accesibilidad a los contenidos audiovisuales en las televisiones de Andalucía.

En este apartado también hay que señalar los cambios introducidos tras la entrada en vigor de la Ley Audiovisual de Andalucía que establece nuevos objetivos específicos a cumplir en el tiempo para la subtitulación, la lengua de signos y la audiodescripción según se trate de la televisión pública o privada autonómica, o de las públicas y privadas locales, que van más allá de los establecidos por la normativa básica estatal.

La novedad es que se equiparan las obligaciones de accesibilidad para los prestadores públicos y privados, incluyendo los prestadores de cobertura local. El calendario sobre dichas obligaciones que se harán efectivas a 31 de diciembre de cada año, es el que sigue:

Tabla 10. Calendario medidas de accesibilidad en la televisión pública autonómica

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

Tabla 11. Calendario de medidas de accesibilidad televisión autonómica privada y local pública y privada

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

A la fecha de redacción de este informe, el CAA está adecuando la instrucción sobre accesibilidad a los contenidos audiovisuales en las televisiones de Andalucía a lo dispuesto en la nueva ley andaluza al objeto de evaluar con garantías los nuevos valores y porcentajes diarios de accesibilidad a los servicios televisivos de ámbito autonómico e incorporar a las 54 televisiones locales sobre las que se realiza un seguimiento de oficio.

Los últimos datos disponibles respecto a la RTVA y su evolución desde 2011 se presentan en el siguiente gráfico.

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

120,00% 100,00% 93,90% 94,60% 90,20% 80,00% -Subtitulación 64,10% 60,00% 57,20% 58,20% -Audiodescripción 48.90% 45,40% 47,20% Lenguaje de signos 40,00% 20,00% 11,50% 0,00% 2012 2013 2011 2014 2015 2016 2017

Gráfico 11. Evolución de medidas de accesibilidad en Canal Sur TV (2011-2017)

Hasta el año 2018, el único prestador privado de televisión autonómica, Boom TV, no incorporó ninguna medida de accesibilidad.

1.9. RADIO

El 55,1% de la población andaluza oye diariamente la radio, a la que dedica una media de dos horas y 55 minutos, según datos del Barómetro Audiovisual de Andalucía (BAA) 2018 elaborado por el Consejo. Esta situación supone un importante descenso de la audiencia de más de 11 puntos (66,2% en 2017), aunque en contrapartida se produce un aumento del tiempo dedicado a oír la radio, 20 minutos más al día que en 2017.

Los oyentes de radio prefieren los programas musicales, que concitan casi la tercera parte de la audiencia total (32,2%), seguidos de los informativos (28,9%) y, a mayor distancia, de los espacios de opinión como los debates y tertulias (17,8%). Los contenidos de entretenimiento son los preferidos por el 12,2% de los oyentes de radio, en tanto que un 8,9% se interesa por los espacios deportivos.

Según el último Barómetro, los andaluces han dejado de considerar la radio como el medio más imparcial, frente a la televisión y a la información en internet, con una puntuación de 4,51 sobre 10. El dato es muy significativo, porque tradicionalmente la radio siempre ha aparecido en esta encuesta como el medio mejor valorado en su imparcialidad, pero en un año ha descendido su calificación en 1,1 puntos. Ahora, la imparcialidad de los tres medios merece una valoración casi idéntica, con ligera ventaja de la información en internet (4,56) sobre la radio (4,51) y la televisión (4,42).

La mayor parte de las actuaciones del CAA sobre radio están motivadas por quejas interpuestas por los ciudadanos ante la Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA). De las 30 reclamaciones presentadas a lo largo del año 2018, un total de tres estaban relacionadas con contenidos radiofónicos, la mitad que en 2017. Estas quejas fueron objeto de una resolución del CAA en la que se emplazaba a Radio Chiclana, emisora de titularidad municipal, a adoptar medidas para asegurar el respeto al pluralismo político y la imparcialidad informativa.

2. LÍNEAS GENERALES DE ACTUACIÓN

	ATÉGICA	ÁMBITO	ACTUACIÓN	ACCIONES			
A BROTEGO				Fomentar la programación infantil. Estudios sobre programación infantil emitida por			
₹ ppotect			Programación infantil	prestadores andaluces.			
A DROTECO		MENORES	Publicidad alimentos	Impulsar un código de co-regulación en relación a la publicidad de alimentos. Realizar estudio sobre publicidad de alimentos de alimentos en horario infantil.			
DEREC	IÓN DE LOS IOS DE LA		Modificación código de Autorrequlación 2004	Impulsar la modificación del código de autorregulación de contenidos televisivos e infancia.			
CINE	ADANÍA	SERVICIO PÚBLICO	Procedimientos de control	Establecer procedimientos de control del cumplimiento de la función de servicio público de los prestadores públicos autonómicos y locales.			
RALA		SERVICIO POBLICO	Derecho de acceso	Elaborar recomendaciones a los medios públicos andaluces sobre el derecho de acceso.			
IL PA		COLECTIVOS MAS VULNERABLES	Accesibilidad	Seguimiento de aplicación de la instrucción de accesibilidad			
SABLE Y UTI	CONSEDO AUDIOVISUAL SOCIALMENTE RESPONSABLE Y UTIL PARA LA CIUDADANTA CIUDADANTA DELES SPONSABLE Y UTIL PARA LA CIUDADANTA CONSTRUCTOR FORMANDO AUDIOVISOR FORMANDO AUDIOVISOR CONSTRUCTOR CONSTR	ESTEREOTIPOS DE GÉNERO	Programación general	Generar metodologías para el estudio de indicadores de estereotipos de género en la programación y la publicidad. Celebrar encuentros de trabajo con expertos y administraciones públicas competentes para definir un modelo de indicadores de estereotipos de género.			
O DEFEN	SA DE LA		Publicidad sexista	Elaboración de informe sobre la transmisión de estereotipos sexistas en publicidad			
E IEO	ALDAD	PRESENCIA MUJER	Informativos	Informe sobre la presencia de la mujer en los informativos de las televisiones públicas.			
Σ Σ		VIOLENCIA DE	Informativos	Informe sobre tratamiento informativo de la violencia de género.			
CIAL		GÉNÉRO	Co-regulación	Mediación con prestadores para buenas prácticas. Fomento de la co-regulación sobre violencia de género, medidas de sensibilización.			
T 80		CONTENIDOS	Programación	Evaluar la presencia y características de los contenidos culturales en las televisiones públicas de Andalucía.			
FOMEN CU	ITO DE LA .TURA	CULTURALES	Estereotipos	Elaborar un estudio de los estereotipos sobre Andalucía y los andaluces difundidos en las series de ficción			
VOI		INDUSTRIA AUDIOVISUAL	Cine Financiación	Estudio sobre la programación cinematográfica en la RTVA Control de emisión de obras europeas y financiación de obras propias.			
AND	AUC	AUDIOVISUAL		Elaborar una estrategia de comunicación, difusión y sensibilización de la Oficina de			
CONSEJO	ODA	Comunicación	Defensa de la Audiencia.				
	,	PARTICIPACIÓN CIUDADANA MEDIOS	Procedimientos	Agilizar los procedimientos internos de recepción y resolución de reclamaciones			
5 CONEXI	ÓN CON LA IEDAD		Barómetro	Potenciar el conocimiento del Barómetro Audiovisual de Andalucía			
			Encuentros	Impulsar las relaciones con la sociedad civil. Celebración de encuentros informativos			
			Web y redes sociales	Impulsar la participación ciudadana a través de la Web y las redes sociales.			
		COMUNITARIOS	Mediación	Fomentar la participación de medios comunitarios en radio y televisión.			
S REFUE	REFUERZO DEL	PLURALISMO POLÍTICO	Metodología Informe	Consolidar el seguimiento del pluralismo político en las televisiones y radios andaluzas. Continuar impulsando la adopción de criterios normativos sobre indicadores de pluralismo político.			
O CRÁ	ALISMO JTRALIDAD	OTROS PLURALISMOS	Estudios	Elaboración de estudios específicos de pluralismo deportivo, social y/o religioso			
REFUE W A LANGE W A		NEUTRALIDAD	Estudios	Diseño de metodología para elaborar estudios de neutralidad en los informativos de RTVA y de la desconexión andaluza de TVE, así como de prestadores públicos locales que presenten mayores desequilibrios en los informes de pluralismo político.			
						General	Realizar campañas de alertas y análisis sistemáticos dirigidos a detectar incumplimientos en materia publicitaria.
	OL DE LA ICIDAD	PUBLICIDAD	Institucional	Elaborar criterios o recomendaciones sobre publicidad institucional			
IÓN E	Z O		Actividades de juego	Elaborar informe sobre la publicidad, patrocinio y promoción de actividades de juego.			
X FORTAL	ECIMIENTO	COORDINACIÓN	Encuentros	Celebración de encuentros institucionales y reuniones técnicas con SETSI, DGCS y otros organismos de regulación.			
INSTITUTE OF THE PROPERTY OF T	institucional	RELACIONES INTERNACIONALES	Foros	Participación de la Institución en foros y plataformas de decisión como la UE, la EPRA, la RIRM, UNESCO y otras consideradas de especial interés.			
DVIS		MAPA AUDIOVISUAL	Catalogación contenidos	Acciones sobre operadores en base a resultados del informe anual de catalogación de contenidos			
nDid	FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL CONSOLIDACIÓN COMO EXPERTO AUDIOVISUAL	ACTUALIDAD	Jornadas	Celebración de jornadas anuales centradas en la actualidad el sector			
O CONSOLTE		AUDIOVISUAL	Publicación	Cuadernos Audiovisuales con periodicidad anual.			
EXPERTO		ALFABETIZACIÓN	Premios	Ediciones anuales de los premios del CAA para la alfabetización mediática (desarrollo de competencias audiovisuales) en los centros escolares			
		ALFAE ME		Formación	Sesiones formativas dirigidas a la comunidad educativa.		

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

Como en años anteriores, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha centrado sus actividades en torno a las líneas generales de actuación 2013-2018. Éstas constituyen una referencia esencial para el trabajo de esta institución y hacen especial hincapié en aspectos como la protección de los derechos de los menores, el pluralismo en todas sus formas, la igualdad, la defensa de la función de servicio público de los medios o la lucha contra las distintas formas de publicidad ilícita.

2.1. DEFENSA DE LOS DERECHOS DE LOS MENORES

El CAA tiene la encomienda de proteger de forma efectiva los derechos de los menores de edad ante los contenidos y la publicidad que difunden los medios de comunicación audiovisuales, puesto que se trata de un colectivo especialmente vulnerable. La emisión de contenidos inadecuados para determinadas edades conlleva el riesgo de producir daños psíquicos e incluso físicos que pueden llegar a tener consecuencias graves y, en algunos casos, irreversibles.

La inmensa mayoría de las alertas producidas en 2018 en el Sistema de Análisis del CAA está relacionada con la emisión de contenidos inadecuados para menores dentro del horario protegido, 111 de un total de 132 (84%). El motivo principal fue la emisión de programas de videncia (51) y de contenido pornográfico (18), además de la difusión de publicidad de productos milagro (35) y de bebidas alcohólicas (7).

La protección se hace aun más necesaria con la expansión del uso de internet, ya que los menores pueden acceder a la red con facilidad y rapidez, gracias a dispositivos como los *smartphone*, que
se manejan a edades cada vez más tempranas. El nuevo marco regulador europeo faculta a que las
autoridades reguladoras del audiovisual puedan ser dotadas de competencias para proteger los derechos de los menores también en la red, además de fijar una serie de normas comunes para todos los
servicios de comunicación sobre contenidos que puedan perjudicar el desarrollo físico, mental o moral
de los menores.

Se trata de una reivindicación que de forma reiterada viene realizando el CAA, pero también el conjunto de la sociedad y de forma creciente. El 81,7% de los andaluces es partidario de la ampliación de competencias para que el CAA regule también contenidos y publicidad en internet, según constata el Barómetro Audiovisual de Andalucía 2018, el porcentaje más elevado, con diferencia, de las últimas encuestas. El aspecto sobre en el que más coincidencia hay sobre la conveniencia de la intervención del CAA es la señalización de contenidos inadecuados para los menores, señalada por casi las dos terceras partes de los andaluces (65%). Las otras medidas más reclamadas son la identificación y lucha contra el ciberacoso (39%), la eliminación de contenidos que inciten al odio por razón de raza o religión (38%). Por primera vez a esta pregunta del Barómetro aparece entre las respuestas la necesidad de regulación de contenidos del juego, reclamada por el 17,4% de los encuestados.

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

Ciberacoso

El Consejo Audiovisual de Andalucía realizó en 2018 un informe para analizar el tratamiento informativo que las televisiones bajo su ámbito competencial conceden a este fenómeno entre los menores que abarca las noticias sobre esta materia emitidas desde 2009 hasta 2017. Las principales conclusiones de este estudio, que incluye los informativos de la RTVA, de la desconexión para Andalucía de los Telediarios de TVE y los de 20 televisiones municipales, señalan un tratamiento complejo donde las personas expertas ocupan una posición destacada y en las que se ofrecen datos y recursos de servicio público para personas que pudieran estar atravesando una situación semejante.

Con este informe, el Consejo se proponía conocer las relaciones entre los menores andaluces y las nuevas tecnologías que reflejan las televisiones andaluzas, con especial énfasis en el uso acrítico y abusivo de las redes, la exposición de la intimidad o el ciberacoso, entre otros fenómenos. También se perseguía conocer la evolución de las noticias sobre estos conflictos entre menores de edad como asunto de actualidad periodística.

Los resultados de este trabajo revelan que las noticias sobre el acoso representan el 2,31% de las noticias sobre menores de edad, mientras que aquellas relativas al ciberacoso suponen un 0,9%. En cuanto a su tratamiento, la mayor parte se adscriben a la sección de sociedad (70%), mientras que el 21% se enmarcan en noticias sobre educación y sólo el 9% lo hacen bajo el género de sucesos. Otro rasgo relevante es la elevada presencia de personas expertas en estas noticias, cuya participación asciende al 19%, casi el doble del promedio que registran el resto de informaciones.

Del análisis cualitativo de estas noticias se deduce una evolución en el enfoque mediático del ciberacoso como un fenómeno complejo, encuadrado en ópticas relativas a la formación, la cultura o la sanidad. Así, en 2009, la mayoría de estas informaciones estaba relacionada con casos concretos de ciberacoso (75%), mientras que en 2017 solo dos de cada diez noticias daba cuenta de casos concretos. En ninguno de ellos se detectó vulneración de derechos fundamentales de los menores implicados.

Al mismo tiempo, se ha constatado un crecimiento del tratamiento de este fenómeno desde una perspectiva informativa y preventiva -noticias sobre protocolos y planes institucionales, actividades formativas o campañas-. En este sentido, destaca la función de servicio público de algunas de estas noticias que, sobre todo en la RTVA, se acompañan de información sobre los recursos disponibles para la ciudadanía ante este problema.

Tratamiento a menores víctimas de agresiones sexuales

Otra de las actuaciones llevadas a cabo a lo largo del ejercicio 2018 relacionado con la protección de los menores estuvo centrada en el estudio del tratamiento informativo dado por las televisiones a un caso de agresión sexual grupal a un menor de edad en un centro educativo de la provincia de Jaén, cuyas conclusiones fueron trasladadas a la Fiscalía ante la posible vulneración de derechos fundamentales de los implicados, todos ellos menores de 18 años. En la decisión aprobada por el Pleno del CAA relativa a dicho informe, se acordó asimismo su traslado a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), tras haber constatado que dichas vulneraciones de derechos fundamentales se produjeron en prestadores de alcance nacional y, por tanto, bajo su ámbito de competencias.

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

Este informe se centró en los programas informativos y los magacines de La1 de TVE (*La Mañana* y *Telediario 1*), de Telecinco (*El Programa de Ana Rosa* e *Informativos Telecinco*), Antena3 (*Espejo Público* y *Noticias 1*), de Canal Sur TV (*Buenos días, Andalucía, Noticias Mediodía, Noticias 1* y *Andalucía Directo*) y de Onda Jaén (*Noticias 1* y *Noticias 2*). La muestra comprendía los días 8 de febrero -día en que se hizo pública la noticia-, 9 de febrero -cuando se produjo un mayor despliegue mediático- y el 12 de febrero.

Las televisiones públicas TVE y Canal Sur no aportaron datos personales de los menores e incluso incidieron en la inconveniencia de hacerlo, mientras que Onda Jaén no abordó la noticia en los días analizados. En cambio, en los programas analizados de Antena 3 se difundieron el nombre de la localidad donde ocurrieron los hechos, imágenes de la localidad, del colegio, con primeros planos del nombre del centro escolar, datos referidos a la religión de la víctima, que incluían especulaciones sobre el sentido de la agresión, y el curso en el que se encontraban los presuntos agresores. Telecinco también difundió estos datos, así como especulaciones sobre el sentido de la violación, datos sobre las circunstancias personales de los supuestos agresores y entrevistas a vecinos con el fin de que ofreciesen más detalles sobre sus familias.

En este sentido, el Consejo recalcó el hecho de que la agresión tuviera lugar en una localidad de apenas 1.500 habitantes supone una mayor vulnerabilidad de la identidad de los menores implicados, tanto la víctima como los presuntos agresores. Este contexto, recordó el CAA, exige que los medios extremen sus cautelas para no revelar datos personales que pudieran conducir su identificación en este entorno tan reducido.

Fomento de la alfabetización mediática

Uno de los objetivos fundamentales del CAA es avanzar en el proceso de alfabetización mediática, ámbito en el que se han abordado diversas iniciativas en los últimos años. Los menores están expuestos a edades cada vez más tempranas a los medios de comunicación, especialmente a través de internet. En esta sociedad de la información y el conocimiento, es imprescindible que los menores estén familiarizados con los lenguajes mediáticos, y dispongan de capacidades y criterios para comprender y evaluar los procesos de selección y publicación de la información, y conocer el contexto social, ideológico de poder en el que se produce dicha información para que puedan ejercer como ciudadanos de pleno derecho.

Con el propósito de contribuir a estimular entre la población más joven la capacidad de análisis crítico de los contenidos que transmiten los medios de comunicación audiovisual e internet y de familiarizarse en el manejo de las herramientas y lenguaje que utilizan, el Consejo Audiovisual de Andalucía creó en 2014 los Premios Andaluces el Audiovisual en la Escuela.

En noviembre de 2018 se convocó la quinta edición de este certamen en colaboración con la Fundación Cajasol, como en años anteriores. En esta edición se ha incorporado además como ente colaborador la RTVA, que se ha comprometido a difundir los trabajos ganadores en Andalucía TV y en sus redes sociales. El plazo para la presentación de trabajos finaliza el 30 de abril. En la anterior edición participaron 74 propuestas procedentes de centros escolares de las ocho provincias andaluzas, 21 más que en la tercera edición.

Los premios se convocan en seis modalidades distintas, cinco por cada una de las fases del ciclo educativo (Inicial, Medio y Superior de Educación Primaria, Educación Secundaria y Secundaria Postobligatoria)

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

y una para el profesorado. Cada premio está dotado con 1.000 euros, que los centros deben destinar a la realización de actividades o compra de material que tengan relación con la comunicación audiovisual.

Desde la tercera edición, se valora de forma especial los proyectos que aborden nuevas formas de comunicación a través de internet, así como los conflictos derivados de estos usos, como el ciberacoso, el sexting o la adición a las nuevas tecnologías.

En 2018 se celebró también en Málaga la tercera edición del Taller de Alfabetización Mediática y Audiovisual, organizado por el CAA en colaboración con las universidades Autónoma de Barcelona y de Málaga, para promover la adquisición de conocimientos y herramientas para interpretar a los medios de comunicación. En esta edición del taller se abordó de manera específica el fenómeno de las noticias falsas.

2.2 SALVAGUARDA DEL PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL, RELIGIOSO Y CULTURAL

El Consejo Audiovisual de Andalucía tiene entre sus funciones principales 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. Los ciudadanos tienen derecho a que los prestadores del servicio de comunicación audiovisual incluyan en su programación una suficiente variedad de géneros, de manera que pueda darse adecuada respuesta a los gustos y demandas de los distintos grupos sociales, además de afrontar el reto de garantizar ahora y en el futuro una información plural desde todos los puntos de vista.

Pluralismo político

Los medios de comunicación tienen el deber de reflejar fielmente la sociedad, y eso incluye el reparto de la representatividad política. El pluralismo político está universalmente reconocido como un elemento fundamental para el asentamiento de la democracia. Conlleva la legitimidad de la expresión de todas las ideas políticas democráticas y la utilidad de su confrontación, siendo un principio que obliga tanto a los prestadores públicos como a los privados. El Consejo Audiovisual debe velar porque se produzca el máximo equilibrio entre la sociedad existente y el reflejo que ésta tiene en los medios de comunicación. Según el Barómetro Audiovisual de 2018, el 40% de los andaluces cree que no hay suficiente pluralismo en las cadenas de televisión, una desconfianza creciente, ya que son cuatro puntos más que el año anterior, y casi 13 más que hace dos años.

Al objeto de que se cumpla el principio fundamental del pluralismo político, el CAA viene elaborando desde el año 2009 informes periódicos sobre esta materia para conocer con detalle la conducta de las televisiones públicas. Para ello se utiliza una metodología objetiva que analiza distintos aspectos de los informativos que emiten, destacando el reparto de los tiempos de palabra de los actores políticos según rol (institucional y de partido), y de género, así como la temática que abordan. Estos estudios se realizan sobre las emisiones de la RTVA (incluyen Canal Sur TV, las desconexiones provinciales y Andalucía TV), de los informativos de la desconexión para Andalucía de TVE y de las televisiones municipales.

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

El año 2018 es el primero en el que se emitieron informes completos de pluralismo político en los informativos de los servicios de comunicación audiovisual de titularidad pública en Andalucía con las modificaciones sobre tamaño y universo de las muestras a analizar y periodicidad de los informes aprobados en junio de 2017 (Decisión 44/2017 adoptada por el pleno del CAA el 7 de junio).

Para realizar el estudio se analiza una muestra aleatoria de la programación de cada canal, con un nivel de confianza del 95% y, además de los informativos diarios y resúmenes semanales, se incluyen también aquellos programas que sean susceptibles de contar con apariciones de actores políticos como magacines que incluyan debates y entrevistas. Los informes mantienen su periodicidad anual, pero en lugar de sobre años naturales, sobre anualidades de las distintas legislaturas, al objeto de hacer más coherentes y homogéneos estos estudios.

Así, para el prestador público autonómico (RTVA) el informe es de marzo a marzo (mes en el que se celebraron las elecciones autonómicas de 2015), siendo el primero que se ha realizado el comprendido entre marzo de 2017 y marzo de 2018. El informe sobre las desconexiones autonómicas del prestador estatal (RTVE) abarca entre marzo de 2017 y junio de 2018, mes en el que se produjo la moción de censura que supuso un cambio de Gobierno.

Para los informes de las televisiones locales se toma como referencia el mes de junio, que es cuando se constituyen las corporaciones locales resultantes de las elecciones municipales, por lo que el primer informe es del período junio 2017-junio 2018.

Sí se mantienen inalterables los criterios cuantitativos utilizados por el CAA para valorar el pluralismo político: 60% de tiempo de palabra para los actores políticos que componen la mayoría parlamentaria o plenaria que apoya al Gobierno, en la suma de sus roles institucional o de partido; 35% de tiempo de palabra para la oposición que debe ser repartido equitativamente entre las distintas fuerzas en función de su representatividad; y 5% para los partidos sin representación en el Parlamento autonómico o en los plenos municipales.

RTVA

Canal Sur TV mantiene unos satisfactorios indicadores de pluralismo político, como ya constataron informes anteriores, y la presencia de los grupos de oposición en los informativos supera la mitad del tiempo de palabra total de la información política. Sumando los tiempos de las apariciones de los distintos representantes políticos, tanto en rol institucional como de partido, el PSOE ocupó un 49,8% del tiempo de palabra de los actores políticos en el período marzo 2017-marzo 2018, es decir, 10,2 puntos por debajo del límite establecido en los criterios sobre pluralismo del CAA para los partidos de gobierno.

El tiempo de palabra de los partidos que no forman parte del Gobierno andaluz, 50,2% del total, se sitúa por encima de los indicadores del CAA tanto para las formaciones con representación en el Parlamento andaluz (43,6%), como para las extraparlamentarias (6,6%). El 43,6% del tiempo de palabra de los representantes de los partidos de oposición parlamentaria se repartió así: 31,3% (PP), 5,9% (Ciudadanos), 3,5% (IU) y 2,9% (Podemos).

PSOE-Rol Institucional PSOE-Rol Partido PP-Rol Institucional PP-Rol Partido 10,5% 24,1% PODEMOS-Rol Partido C's-Rol Institucional 50,2% 7,2% 39,3% C's-Rol Partido 0.1% 5.8% IU-Rol Institucional **IU-Rol** Partido Otros partidos-Rol Institucional Otros partidos-Rol partido

Gráfico 12. Tiempo de palabra de actores políticos agrupados por partido político.

Andalucía TV

También el segundo canal de la televisión pública autonómica cumplió los indicadores de pluralismo en el período analizado, ya que el tiempo de palabra de representantes del PSOE, tanto en su rol institucional como de partido, fue del 52,7% del total del destinado a la información política, lo que supone 7,3 puntos menos que el máximo estipulado por el CAA. En el tiempo de la oposición, el PP ocupa el 28%, seguido por Ciudadanos (4,5%), IU (4,5%), Podemos (2,5%) y otras formaciones (7%).

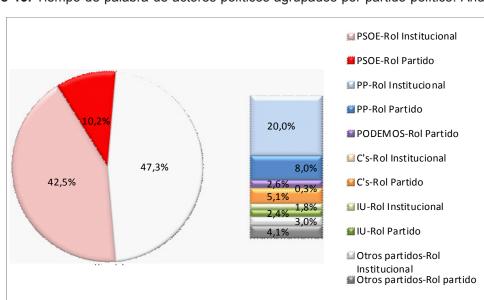


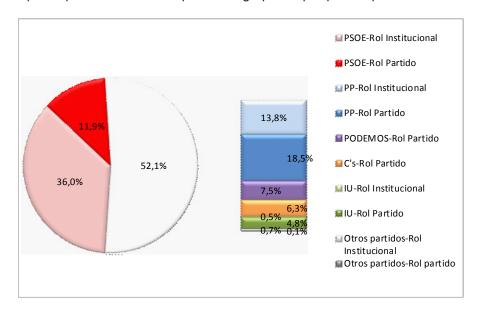
Gráfico 13. Tiempo de palabra de actores políticos agrupados por partido político. Andalucía TV

En los informativos de las desconexiones territoriales de Canal Sur TV, hay una casuística muy variada. En cinco de las ocho, los tiempos de voz obtenidos por los actores políticos de los diferentes partidos no observan los porcentajes recomendados por el CAA (Huelva, Granada, Sevilla, Jaén y Cádiz). Los resultados de las desconexiones de Córdoba, Almería y Málaga si están dentro de los límites que estipulan los indicadores.

Desconexión territorial de TVE

Los informativos de la desconexión territorial para Andalucía de TVE también cumplen con crece los indicadores de pluralismo del CAA en cuanto al reparto del tiempo entre a actores políticos del gobierno y de la oposición. Así, a los representantes del PSOE les correspondió el 48% del tiempo, 12 puntos por debajo del máximo estipulado. Entre la oposición destaca la preponderancia del PP (32%) sobre Podemos (8%), Ciudadanos (6%), IU (5%) y otras formaciones (1%).

Gráfico 14. Tiempo de palabra de actores políticos agrupados por partido político. Desconexión TVE



Televisiones municipales

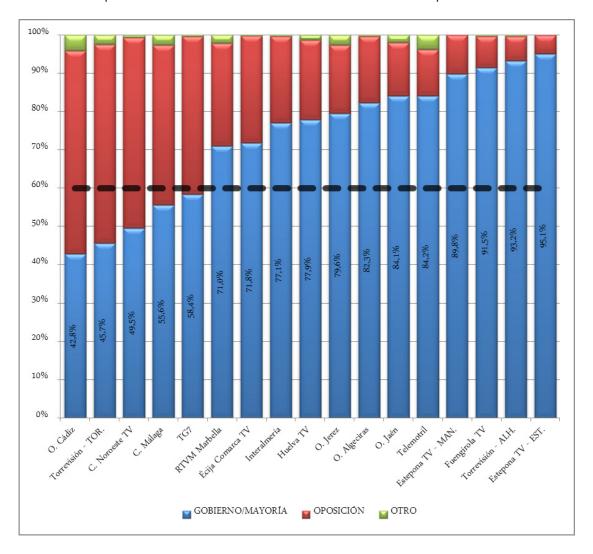
Las emisiones analizadas para el estudio del período marzo 2017-marzo 2018 corresponden a 17 televisiones locales públicas: Canal Málaga, Costa Noroeste TV, Écija Comarca Televisión, Estepona TV, Fuengirola TV, Huelva TV, Interalmería, Onda Algeciras, Onda Cádiz, Onda Jaén, Onda Jerez, RTVM Marbella, Telemotril, TG7, Torrevisión, Canal Doñana y TVM Córdoba. Estas dos últimas no emiten espacios informativos, por lo que no se realiza informe de reparto de tiempos de palabra, pero el estudio abarca 17 emisiones porque hay dos cadenas que emiten programaciones diferenciadas: Estepona TV (para Estepona y para Manilva) y Torrevisión (para Alhaurín de la Torre y para Torremolinos).

En general, la mayoría de las televisiones locales mantienen unos índices de pluralismo muy deficientes, y solo cinco de ellas cumplen los criterios establecidos por el CAA. Las cadenas en las que el tiempo de palabra

dedicado a los actores políticos que apoyan a los respectivos gobiernos municipales no llega al máximo del 60% son: Canal Málaga, Onda Cádiz, Torrevisión Torremolinos, Costa Noroeste TV y TG7. En los anteriores estudios de 2016 y primer semestre de 2017 sólo las dos primeras cumplían los indicadores de pluralismo.

En las otras 12 televisiones, en ningún caso el tiempo ocupado por los representantes de los respectivos gobiernos municipales desciende del 71%, que ofrecen RTVM Marbella y Écija Comarca TV, con extremos en los que el tiempo destinado a la oposición es irrelevante. Son especialmente llamativos los casos de Estepona TV (en cada una de sus dos emisiones), Torrevisión Alhaurín de la Torre y Fuengirola TV, en las que el tiempo de palabra de los grupos de oposición apenas supone entre un 5% y un 10%.

Gráfico 15. Reparto del tiempo de palabra entre los representantes de los gobiernos municipales y la oposición en los informativos de las televisiones locales públicas.



El gráfico ilustra cómo, a pesar de que el número de televisiones que cumple los indicadores óptimos ha aumentado de dos a cinco con respecto al anterior estudio, en general persiste un marcado déficit de pluralismo político en la mayoría de las televisiones públicas locales de Andalucía.

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

De las 17 televisiones analizadas, siete han mejorado sus indicadores de pluralismo con respecto al anterior informe, aunque solo en tres casos de forma suficiente para estar dentro de los parámetros considerados adecuados. Entre ellas destaca especialmente el caso de Torrevisión Torremolinos, en la que el tiempo de palabra de los representantes del gobierno municipal se ha reducido en 34 puntos con respecto al anterior informe (primer semestre de 2017), al pasar del 79,9% al 45,7%. También es considerable la reducción de estos tiempos en TG7 y en Costa Noroeste TV, que en ambos casos alcanza los 20 puntos.

Por el contrario, las otras cuatro televisiones donde se ha producido una mejora de los indicadores, aun permanecen lejos de alcanzar unos resultados óptimos, ya que el tiempo de palabra dado a los representantes de los respectivos gobiernos municipales se encuentra por encima del 60% considerado límite máximo: RTVM Marbella (71%), Onda Jerez (79,6%), Onda Jaén (84,1%) y Onda Algeciras (82,3%).

Además, televisiones que daban en sus informativos un tiempo muy preponderante a los representantes de los gobiernos locales, aun los han aumentado más, como son los casos de Fuengirola TV (ha pasado del 84,5% al 91,5%) y Torrevisión Alhaurín de la Torre (del 90,2% al 93,2%).

Las dos televisiones que en los últimos estudios se mantienen dentro de los indicadores óptimos, han incrementado algo los tiempos de palabra dados a los representantes de los respectivos gobiernos municipales con respecto al anterior informe (Canal Málaga ha pasado del 50,7% al 55,6% y Onda Cádiz del 32,9% al 42,8%, si bien en este canal los porcentajes permanecen invertidos con respecto a los criterios del CAA al destinar a la oposición el tiempo establecido para los gobiernos, y viceversa).

Han mejorado los indicadores de pluralismo de Torrevisión Torremolinos, Huelva TV y RTVM Marbella, aunque aún lejos de los indicadores del Consejo. En Torrevisión Torremolinos los actores políticos del Gobierno municipal dispusieron del 79,9% del tiempo de palabra en los informativos, 8,9 puntos menos que en 2016 (88,8%). En Huelva TV este tiempo se ha reducido en 8,2 puntos, al pasar del 82,6% al 74,4%; mientras que en RTVM Marbella la mejora ha sido de 4,4 puntos (77,6% frente al 82% del año anterior).

Pluralismo social

Durante el año 2018, el CAA elaboró un informe sobre el pluralismo social, en el que se analizó el mundo del trabajo en los informativos de las televisiones públicas andaluzas y que permitió constatar como conclusión más destacada la persistencia de una importante brecha de género en las informaciones sobre este ámbito. En las noticias sobre trabajo, la presencia de voces femeninas apenas es del 25%, muy por debajo de la media de los informativos, y del 29% en las noticias sobre economía.

Pero los datos más llamativos son los relativos a la representatividad de las organizaciones empresariales, donde apenas hay un 7% de voces de mujer, y de las organizaciones sindicales, en las que no llegan al 16%. Con estos resultados, el pleno del Consejo aprobó una decisión en la que conmina a las televisiones públicas andaluzas a que aumenten el número de mujeres entrevistadas en las noticias sobre economía y empleo.

El informe del CAA se centra en la representación de las organizaciones ligadas a las relaciones sociolaborales y económicas en el mundo del trabajo y los negocios en los informativos de las televisiones públicas. Para ello, se han analizado de forma cuantitativa más de 1.448.000 noticias emitidas entre enero de 2009 y diciembre de 2017 enmarcadas en las secciones o epígrafes "trabajo y mercado laboral" y "economía y

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

negocios" emitidas en los informativos de la RTVA, en los telediarios de la desconexión andaluza de TVE y en los informativos de 20 televisiones municipales.

Este análisis revela el enorme peso de las noticias sobre economía y negocios, que alcanzan el 13,6% del total, solo superadas por las noticias de sociedad (22,5%). En cuanto a los perfiles de las personas con tiempo de voz en estas noticias, el informe revela una elevada presencia de actores políticos, tanto en rol institucional –39%– por encima de la media general (23%), como en rol de partido -3,6%-. Los representantes de organizaciones empresariales se sitúan en quinto lugar, con un 8,4%.

En cuanto a las noticias sobre trabajo y mercado laboral, éstas representan el 5,6% del total, lo que las sitúa en el sexto lugar, por detrás de las noticias de cultura, política y deportes. En este caso, tres de cada cuatro tiempos de voz están protagonizados por perfiles no políticos. Además, y como es previsible, son mayoritarias las voces de actores sindicales 39,6%. De este porcentaje, la gran mayoría (63,4%) pertenecen a los sindicatos CC.OO. y UGT, con el 33,8% y el 29,6%, respectivamente. El resto de sindicatos representados de manera ponderable son CSIF, con casi el 4% de voces, y el Sindicato Andaluz de Trabajadores (SAT), con casi el 2%.

Estos resultados en cuanto a la representación de los sindicatos en las noticias ha llevado al Consejo a recomendar también a los prestadores de servicio público de televisión que amplíen el abanico de actores sindicales en estas noticias, con el objetivo de ajustar la pluralidad informativa con la presencia de organizaciones que, aun sin alcanzar el grado de representatividad de los sindicatos mayoritarios, gozan del arraigo social suficiente para ser tenidas en cuenta.

2.3 PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD DE GÉNERO

La defensa de la igualdad de género constituye una de las líneas prioritarias de actuación del Consejo Audiovisual de Andalucía, que debe velar porque las radios y televisiones bajo su competencia cumplan los principios rectores recogidos en la Ley para la Promoción de la Igualdad de Género en Andalucía y la Ley de Medidas de Prevención y Protección contra la Violencia de Género.

El CAA ha priorizado su intervención en asuntos como los desequilibrios existentes entre hombres y mujeres en la información, y la lucha contra la transmisión de estereotipos sexistas en los medios de comunicación, tanto en programas como en comunicaciones comerciales, sobre todo las dirigidas a menores. Además, se promueve la autorregulación de los medios de comunicación y de sus profesionales para contribuir a la sensibilización y prevención de la violencia de género.

Igualdad en el ámbito informativo

Las voces de mujer que intervienen en los informativos de las televisiones públicas en Andalucía apenas alcanzan la tercera parte del total, lo que evidencia que persiste una importante brecha de género que apenas se ha corregido en los últimos años. Desde 2009, el CAA realiza cada año un informe sobre la

presencia de hombres y mujeres en los informativos diarios de las televisiones públicas de Andalucía. El estudio correspondiente al año 2018 no estaba aún concluido a la fecha de cierre de esta memoria. En este capítulo se utilizan los datos extraídos del estudio sobre pluralismo político, que contiene los indicadores más recientes sobre la distribución del tiempo de palabra por sexo.

En Canal Sur TV, las intervenciones de mujer apenas suman el 30% del tiempo total de los informativos. En el segundo canal público autonómico, Andalucía TV, esta proporción es un punto más, 31%. En cuanto a los informativos de las desconexiones provinciales de Canal Sur, la media de la presencia de voces femeninas se sitúa en el 29%, con una amplia horquilla que oscila entre un máximo del 35% en Granada, al mínimo de 24% en Sevilla, como muestra el siguiente gráfico.

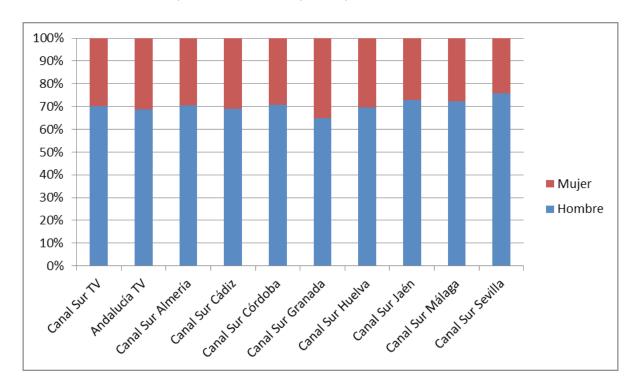
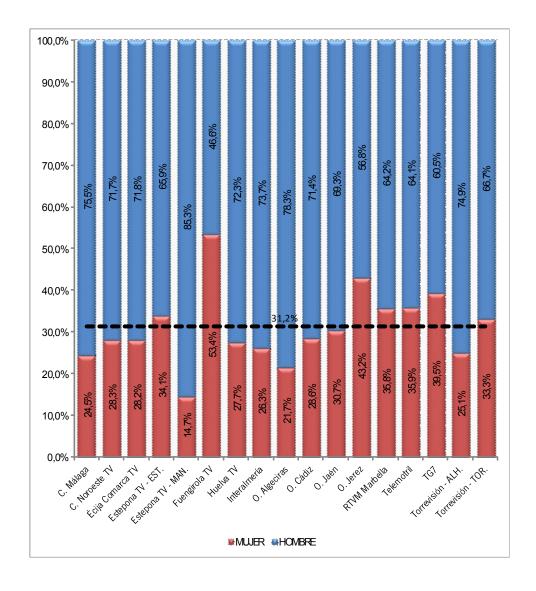


Gráfico 16. Distribución por sexo de los tiempos de palabra en los informativos de la RTVA.

En el informativo de la desconexión andaluza de TVE, la presencia de voces femeninas es del 33%.

En las televisiones locales públicas, la presencia de voces femeninas ofrece grandes diferencias, desde el 14,7% de Estepona TV (emisión Manilva), hasta el 53,4% de Fuengirola TV, la única televisión pública andaluza en la que la mujer tiene más presencia que el hombre en sus informativos. Se da la circunstancia de que cuatro de las cinco televisiones andaluzas en las que más tiempo de palabra tiene la mujer corresponden a emisiones municipales de ciudades gobernadas por una alcaldesa: Fuengirola TV (53,4%), Onda Jerez (43,2%), Telemotril (35,9%) y RTVM Marbella (35,8%). El siguiente gráfico ofrece los datos de las 17 televisiones públicas locales analizadas en el informe de pluralismo.

Gráfico 17. Distribución por sexo de los tiempos de palabra en los informativos de las televisiones municipales



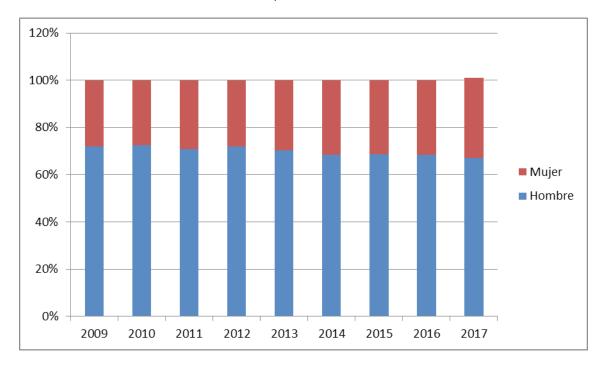
Los últimos estudios sobre la distribución del tiempo de palabra ponen de manifiesto que los asuntos en los que más suelen intervenir las voces femeninas son los de educación y formación, sanidad y sociedad; en tanto que son más reducidas en asuntos de ciencia, tecnología, transportes y, especialmente en deportes, área en el que la presencia de la mujer es prácticamente inapreciable.

Además, la presencia de mujer en los medios está fuertemente relacionada con el rol político e institucional. La brecha de género es especialmente apreciable en el caso de las personas expertas que aparecen en los medios de comunicación.

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

El siguiente gráfico muestra la evolución de la distribución de las voces masculinas y femeninas en los informativos de las televisiones públicas andaluzas según los estudios específicos realizados por el CAA, desde 2009 hasta 2017.

Gráfico 18. Evolución de la distribución por sexo de los tiempos de palabra en los informativos de las televisiones públicas andaluzas



Igualdad en el ámbito de la publicidad

En este campo destaca como principal actuación del CAA en 2018 la elaboración de los criterios e indicadores sobre publicidad discriminatoria para la mujer y estereotipos sexistas, que aparece detallado en el capítulo 1.4 de esta memoria.

Previamente a la aprobación del documento en el pleno, éste se sometió a consultas del grupo de trabajo de personas expertas en igualdad de género del CAA, que abogó por la necesidad de avanzar en la legislación con una mejor tipificación para combatir la publicidad sexista. En la reunión celebrada el 18 de enero, la magistrada Amanda Cohen, autora de la sentencia que condenó por publicidad sexista a la compañía aérea Ryanair lamentó precisamente la falta de jurisprudencia en España al respecto a pesar de que los anuncios discriminatorios están a la orden del día.

Como ya se ha mencionado en el capítulo 1.4., con la delimitación de estos indicadores se trata de dar concreción a una serie de principios genéricos recogidos en algunas leyes como de obligado cumplimiento tales como estereotipos de género, sexismo o discriminación a través del lenguaje o la imagen, que son conceptos son jurídicamente indeterminados. Pese a estar reconocidos, no se dispone aún de indicadores

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

normativamente establecidos que permitan su comprobación, ni se ha configurado un régimen sancionador al respecto.

Este grupo de trabajo está integrado por representantes de varios ámbitos sociales, como la Fiscal Delegada de Violencia sobre la Mujer en Andalucía, Flor de Torres, la magistrada Amanda Cohen, la directora del IAM, Elena Ruiz, la directora general de Violencia de Género de la Junta de Andalucía, María de los Ángeles Sepúlveda; la decana de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, María del Mar Ramírez; las portavoces de Igualdad de los Grupos Parlamentarios andaluces o la decana del Colegio de Periodistas de Andalucía, Eva Navarrete; entre otras personas del ámbito académico, laboral o de los medios de comunicación.

Violencia de género

En 2010, el CAA inició un trabajo de seguimiento sistemático de las noticias sobre violencia de género difundidas en las televisiones públicas de Andalucía, utilizando ocho indicadores que permiten comprobar los avances y retrocesos que se producen en este ámbito de información tan sensible. La serie continuada de este análisis muestra como a partir de 2013 se ha ido produciendo una mayor sensibilización de los medios hacia este problema.

Esta tendencia se mantuvo en 2017, año en el que las noticias sobre violencia de género se incrementaron en un 25% y se convirtió en el segundo asunto por número en los informativos de las televisiones públicas andaluzas, 1,78% del total, solo por detrás de temas de los temas de migraciones (el informe sobre el ejercicio de 2017 se aprobó en diciembre de 2018, por lo que la memoria anterior no pudo recoger sus resultados definitivos).

También se incrementó el tiempo de duración de estas noticias (35%), si bien aún siguen siendo más cortas que el promedio del resto de las informaciones dentro de los noticiarios. Una información sobre violencia machista dura 57 segundos de media, frente al minuto y 21 segundos que suele durar el resto de informaciones. La brevedad de estas crónicas es una de las quejas de los periodistas que cubren estas noticias, y que señalan a la falta de tiempo como uno de los primeros factores que impiden dotar de contexto adecuado a la noticia. El 55% de las noticias tiene un trasfondo social y una de cada tres aborda un caso concreto de agresión o asesinato.

Para realizar este último informe se han analizado 137.218 noticias emitidas (37.320 más que en el ejercicio anterior), así como las intervenciones en los telenoticiarios de la RTVA y sus ocho desconexiones provinciales, las desconexiones de TVE para Andalucía, y los informativos de 15 televisiones locales públicas (Costa Noroeste TV, Écija Comarca TVC, Estepona TV, Fuengirola TV, Huelva TV, Interalmería, Onda Algeciras, Canal Málaga, Onda Cádiz, Onda Jaén, Onda Jerez, Telemotril, Torrevisión, RTVM Marbella y Granada TG7).

Otra de las conclusiones del análisis es la relevancia que los informativos otorgan a las voces no autorizadas a la hora de abordar casos de agresiones o asesinatos machistas -allegados o vecinos de las personas implicadas- que alcanzan el 32,2% en este tipo de noticias y el 28,3% en el resto de informaciones sobre

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

violencia de género. Una presencia elevada si se compara con el resto de crónicas (13%), y una práctica desaconsejada por todos los códigos deontológicos que recomiendan acudir a fuentes expertas en la materia para contribuir a contextualizar y reconocer la violencia machista. Los medios deben huir de testimonios de conocidos, vecinos y otros allegados a las personas implicadas en una agresión porque restan rigor y calidad a la información, y suelen difundir rumores, elucubraciones y opiniones no contratadas.

Entre estos códigos se encuentra la Guía para el Tratamiento Informativo de la Violencia de Género, editada por el CAA en 2016, que reúne una serie de recomendaciones y normas deontológicas dirigidas a los profesionales de la información para conciliar el derecho a la libertad de información con la responsabilidad y las obligaciones legales y éticas que corresponden a los medios de comunicación.

En contraste, las voces expertas representan el 6,7% del total de actores, un dato también mayor que en resto de informaciones, donde las fuentes cualificadas para explicar la actualidad se sitúan en el 3%. Al distinguir entre noticias relativas a agresiones y noticias sobre el resto de temas relacionados con maltrato de género, en las primeras, los expertos representan el 6,8% de todos los testimonios a cámara, y en las segundas el 8,5%. Acudir a profesionales vinculados con la prevención, la detección o la lucha contra la violencia de género es una de las recomendaciones unánimes para conseguir una información rigurosa, contextualizada y útil para la sociedad.

En general, estas noticias están muy institucionalizadas: el 52% del tiempo de voz corresponde a representantes institucionales. Y persiste la feminización de estas informaciones, pues el 66% de las personas que intervienen son mujeres. Este indicador no evoluciona desde 2013 y contribuye a trasladar la idea de que la violencia de género es un problema que atañe en exclusiva a las mujeres.

El informe revela asimismo que, de forma progresiva, los medios andaluces están rompiendo la estacionalidad que caracterizaba a estas informaciones. Hasta el año 2016, cuatro de cada diez noticias se emitían durante el mes de noviembre, coincidiendo con la celebración del Día Internacional para la Eliminación de la Violencia hacia las Mujeres. En 2017 esta concentración ha descendido de forma notable, hasta el 24% de noticias emitidas en ese mes. Los siguientes meses con mayor incidencia informativa son enero y febrero —lo que coincide con las fechas más altas de asesinatos machistas—. En los meses de julio y agosto se registra un acusado descenso de esta información, a pesar de que en agosto de 2017 se produjeron cuatro crímenes.

Estos resultados llevaron al Consejo Audiovisual de Andalucía a aprobar una decisión en pleno en la que se valora de forma positiva el esfuerzo de los medios de comunicación por sensibilizar a la opinión pública y visibilizar la violencia machista, si bien, advierte de que es necesario incorporar a personas expertas en las crónicas y desterrar los testimonios de allegados o vecinos que no aportan información de calidad a la noticia y sí suelen ser el origen de rumores, elucubraciones y opiniones personales.

Gráfico 19. Evolución de la duración de las noticias sobre violencia de género respecto al total de los informativos en las televisiones públicas andaluzas

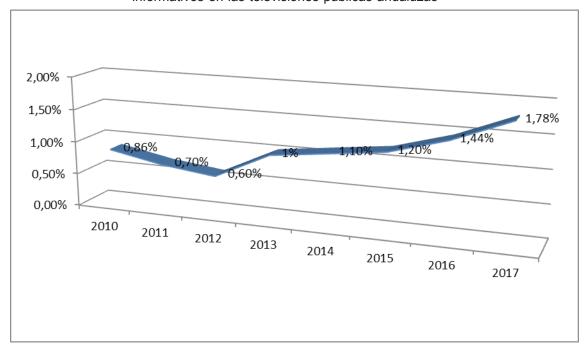
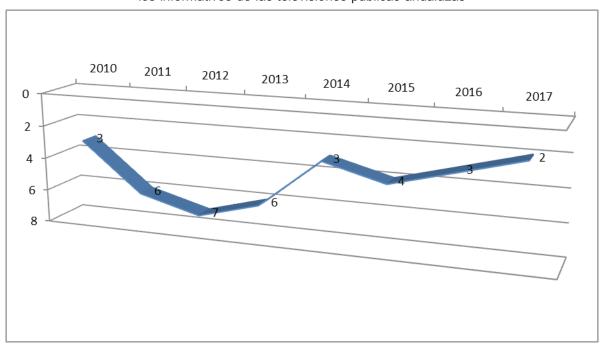


Gráfico 20. Evolución del orden de relevancia informativa de las noticias sobre violencia de género en los informativos de las televisiones públicas andaluzas



Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

2.4. DERECHOS DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

La Ley de los Derechos y Atención las Personas con Discapacidad aprobada en septiembre de 2017 (*BOJA*, 4 de octubre), contiene un capítulo específico dedicado a los medios de comunicación que persigue mejorar la información y el conocimiento de la discapacidad en la comunidad autónoma, así como transmitir una imagen real y positiva de las personas afectadas para evitar la estigmatización social de este colectivo. Entre los instrumentos y medidas que la normativa contempla a este respecto se incluye la realización de un informe anual por parte del Consejo Audiovisual de Andalucía sobre el tratamiento que este colectivo recibe en los medios de comunicación y la imagen que proyectan de él.

Con el objeto de conocer las inquietudes y propuestas de los colectivos afectados en relación a estos informes, el CAA convocó en febrero de 2018 a diversas asociaciones, y federaciones que los representan. El objeto de estos encuentros es conocer también las principales quejas y reclamaciones de las personas con discapacidad hacia los medios de comunicación. El Consejo debe ser un aliado de las personas discapacitadas para que los medios de comunicación cumplan con su obligación legal de transmitir correctamente la diversidad social. Los medios de comunicación son un instrumento esencial para satisfacer los derechos de las personas con discapacidad, la igualdad de oportunidades y su integración social.

Estos informes incluirán un análisis diferenciado sobre la presencia de las personas discapacitadas en el ámbito de la publicidad y sobre el reflejo que tienen en la programación informativa. El objetivo en ambos casos será «determinar si los medios difunden una imagen normalizada, respetuosa e inclusiva de las personas con discapacidad».

El CAA ya incorporó a su sistema de seguimiento de la programación informativa y de la publicidad una serie de indicadores cuantitativos y cualitativos que permitirán la realización de los informes, que se considerarán entre los trabajos anuales y sistemáticos del Consejo. Así, el CAA realizará un análisis cuantitativo sobre la presencia de la discapacidad en los informativos de las televisiones públicas andaluzas (Andalucía TV y Canal Sur, además de las televisiones municipales incluidas en el sistema de seguimiento). Con estos datos, el Consejo hará un informe sobre las noticias que abordan la discapacidad, la presencia de personas que representen a estos colectivos, así como la aparición de personas discapacitadas y su papel en la noticia. Este análisis tendrá además perspectiva de género, e incluirá en qué sección tiene encaje la noticia (sociedad, política, economía, sucesos, deportes, cultura, etc.).

En materia de publicidad, el CAA ya emitió un primer informe sobre la visibilización de las personas con discapacidad en la publicidad, que se encuentra reflejado en el capítulo 1.4 de esta memoria, así como la decisión del pleno del Consejo reclamando una regulación para incorporar medidas de accesibilidad a la promoción comercial de productos de primera necesidad.

Estos informes anuales que realizará el CAA al amparo de lo que contempla la nueva Ley de los Derechos y Atención las Personas con Discapacidad se sumarán a los que ya se realizan sobre accesibilidad de la programación de las televisiones andaluces a los que se ha hecho alusión en el capítulo 1.8 de esta memoria. En su función de salvaguardar los derechos legales de las personas con discapacidad en este ámbito, el CAA se dotó de una instrucción que asegura una adecuada implantación, seguimiento y desarrollo en Andalucía de las medidas de subtitulación, interpretación con lengua de signos y audiodescripción de los contenidos audiovisuales, que fija criterios y define el cómputo de programación accesible que deben

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

emitir las televisiones. La elaboración de esta instrucción contó con las aportaciones del Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI).

2.5. INFORMES

Informes preceptivos

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

Durante 2018 el CAA emitió 48 informes preceptivos, 25 más que en el año anterior. De estos informes, 39 corresponden a propuestas de extinción o renovación de concesiones para la explotación de emisoras de radiodifusión y nueve de explotación de televisiones locales.

Otros informes

A lo largo del año 2018, el CAA emitió 14 informes no preceptivos, en su mayoría a iniciativa propia. Entre ellos se incluyen todos los relacionados con la actividad de seguimiento de las emisiones de los medios audiovisuales andaluces para el análisis de algunas de sus vertientes, muchos de los cuales ya han sido referidos en capítulos anteriores de esta memoria y que se realizan anualmente (contenidos de las televisiones bajo competencia del CAA, producción europea, accesibilidad, distribución por sexo del tiempo de palabra en los informativos, presencia de violencia de género en los telenoticiarios, y pluralismo político en las televisiones públicas en los períodos 2016-2017 y 2017-2018).

Además, por iniciativa del Consejo se realizaron informes para conocer más aspectos de los contenidos de los medios audiovisuales, como los relativos a la información en los servicios televisivos, el tratamiento informativo de la inmigración, o el pluralismo social en el mundo del trabajo. También algunos relacionados con la función de seguimiento y garantía de derechos que le compete al CAA como los de los tratamientos informativos dados por las televisiones a los casos de la desaparición de un menor en Almería (caso Gabriel) y de la violación de un menor en Jaén, el de la discapacidad en la publicidad y el de la presencia de acoso y ciberacoso a menores en los informativos de televisión.

De algunos de estos informes ya se ha dado cuenta en distintos capítulos de la memoria. A continuación se reflejan los restantes. En el capítulo 7 de esta memoria aparece la relación completa de los informes emitidos por el CAA en el año 2017.

Informe tratamiento informativo caso Gabriel

Fue el caso del seguimiento informativo de la desaparición y asesinato de un menor en Níjar (Almería), ocurrida el 28 de febrero de 2018 y resuelta 11 días después con la detención de la pareja del padre del menor

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

como acusada del crimen en lo que se ha conocido como 'caso Gabriel'. Las características tan dramáticas de estos hechos contribuyeron a que muchas televisiones, públicas y privadas, dedicaran buena parte de su programación informativa y de sus magacines al seguimiento del caso, con numerosas conexiones en directo, mesas de debate, reportajes y otros contenidos.

Este tratamiento generó una gran preocupación social por el papel que desempeñan los medios de comunicación al ocuparse de tragedias como la desaparición de personas, especialmente determinados programas de televisión. La cobertura informativa desplegada en el caso Gabriel fue cuestionada debido a la difusión, en ciertas televisiones y programas, de especulaciones y rumores, la explotación sentimental de la noticia y la vulneración del derecho a la intimidad y el honor de terceras personas, así como, según denunció la Guardia Civil, el riesgo de entorpecer la investigación en curso.

Por todo ello, el Consejo decidió de oficio realizar un informe cualitativo sobre el tratamiento dado a este caso en La 1 de TVE, Antena3, Telecinco, La Sexta, Cuatro, Canal Sur TV e Interalmería. A los pocos días de esta decisión, el CAA recibió una queja en su Oficina de Defensa de la Audiencia del entorno familiar de una persona que circunstancialmente se vio involucrada en la investigación y que fue rápidamente descartada por parte de las fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado.

En esta queja se denunciaba la manipulación informativa y la quiebra intencionada, con fines comerciales y de alimentar el espectáculo televisivo, del principio fundamental de veracidad al seguir vinculando a esta persona con la desaparición y muerte del menor en los magacines matinales de Antena 3 y Telecinco, a pesar de que las fuentes oficiales de la investigación habían descartado su participación. La reclamación añadía que sendos programas ignoraron todas las peticiones realizadas por la familia para que se rectificasen las informaciones que estaban difundiendo en torno a esta persona y denunciaba además acoso mediático.

El análisis sobre el tratamiento informativo de este caso comprendió casi 69 horas de contenidos correspondientes a los informativos y otros programas no netamente informativos de los canales citados durante los tres días clave del desarrollo del suceso. Del mismo se desprende el abultado tiempo dedicado a la cobertura de este caso, especialmente en los programas magacines de La 1, Antena 3 y Telecinco, con porcentajes que superan el 70% del tiempo de emisión. El CAA constató la descompensación entre el tiempo destinado a difundir información contrastada sobre la investigación frente a la divulgación de elucubraciones y especulaciones realizadas por el programa y sus colaboradores.

En cuanto a la queja recibida en el CAA, el informe constató que algunos de estos programas pudieron vulnerar el artículo 4 de la Ley General de Comunicación Audiovisual, sobre el derecho al honor, la intimidad y la propia imagen de personas que, circunstancialmente se han visto involucradas en este caso. La decisión aprobada por el Consejo sobre este informe calificaba de "verdadero linchamiento mediático" el sufrido por esta persona desde algunas televisiones que no tuvieron ningún ánimo de rectificar a pesar de que su vinculación con los hechos estaba totalmente descartada.

Por ello, el Consejo remitió la queja, el informe y la decisión a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), organismo competente en las televisiones de ámbito nacional, interesándole para que adoptase las medidas correctoras ante conductas que pudieran ser contrarias a la legislación vigente.

Otra de las conclusiones más relevantes del análisis constata el contagio en los espacios netamente informativos de prácticas amarillistas en las que se omite por completo el deber de diligencia en la comprobación

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

de la veracidad de la información al reproducir rumores y especulaciones alimentadas en los programas de entretenimiento. Una práctica sobre la que el CAA llamó la atención y ante la que reclamó la asunción de los códigos, guías y normas deontológicas de los que disponen los periodistas para garantizar un tratamiento informativo riguroso y responsable en asuntos de interés general como las desapariciones de personas.

Informe tratamiento informativo inmigración

También en el ejercicio 2018 el Consejo decidió analizar el tratamiento de la inmigración en la programación informativa. El motivo de esta decisión está en la preocupación mostrada por la Comisión Europea porque los ataques terroristas, la incertidumbre sobre la creciente diversidad cultural y religiosa, y la escasa perspectiva económica que tienen los jóvenes alimenten en los medios de comunicación discursos populistas y xenófobos. Los datos oficiales procedentes del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) evidencian una relación directa entre la percepción que tiene la ciudadana sobre la inmigración y la presencia de este asunto en la agenda mediática.

Así, el CAA llevó a cabo un amplio estudio que comprende un informe cuantitativo sobre las noticias relacionadas con la inmigración y los refugiados emitidas entre 2009 y 2017, así como un análisis cualitativo de seis noticias destacadas relacionadas con este colectivo acontecidas en el ejercicio 2017. La intención del Consejo perseguía conocer la evolución de las noticias sobre inmigración y la crisis de refugiados, valorar si la profesión periodística ha incorporado las recomendaciones para asegurar un tratamiento adecuado de este fenómeno y, por último, conocer si los prestadores de televisión y radio incluyen en su programación contenidos específicos orientados a la promoción de valores como la solidaridad, la integración de los inmigrantes, así como a profundizar en la complejidad de este fenómeno dando voz a sus protagonistas.

Para ello, el CAA analizó 1.448.205 noticias emitidas entre 2009 y 2017 en los telenoticiarios de la RTVA (incluidas sus ocho desconexiones provinciales), los informativos para Andalucía de TVE, y los de 20 televisiones municipales. La muestra arroja casi 13.500 noticias en las que se aborda la inmigración o la temática de los refugiados, que irrumpió en la agenda mediática a partir de 2015.

Las conclusiones más destacables de este estudio revelan que la inmigración ha estado siempre muy presente en la agenda mediática, al ser el quinto asunto más tratado por las televisiones públicas en la última década, después de la crisis económica, las medidas de ajuste, la violencia de género y el desempleo. Además, de forma abrumadora, se abordan desde una perspectiva social (el 73% de las noticias) frente al 6% de las informaciones analizadas incluidas en la sección de sucesos.

El estudio cualitativo que integra este informe se centraba en el análisis de seis casos que en 2017 tuvieron gran repercusión mediática y donde había menores de edad como protagonistas: el hallazgo de un menor en los bajos de un autobús; el hallazgo de un menor ahogado en una playa de Barbate tras el naufragio de una patera; el uso de la cárcel de Archidona como centro de internamiento de inmigrantes provisional y la muerte de un interno; el incendio en Lepe de chabolas ocupadas por inmigrantes; la separación en distintos centros de una madre y su hijo, llegados ambos en diferentes pateras; y la afluencia de pateras a Andalucía en julio de 2017.

El CAA utilizó diez indicadores para evaluar si en estas noticias se respetaron las recomendaciones para asegurar un tratamiento acorde con la deontología profesional y con los derechos de las personas

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

implicadas. Las conclusiones de este análisis revelan una ausencia de difusión de estereotipos o prejuicios negativos, si bien, en una sola noticia se vincula de forma indirecta la inmigración con la posible difusión de enfermedades contagiosas.

Se comprobó también el uso generalizado del pixelado del rostro de los menores de edad, asimismo, tan sólo en un 4% de las noticias analizadas emplearon términos desaconsejados que podían contribuir a generar alarma o rechazo como "oleada" o "avalancha". En este sentido, se comprobó que el lenguaje periodístico había desterrado por completo expresiones que eran frecuentes hasta hace unos años como "ilegales", "sin papeles" o "espaldas mojadas" para referirse a los inmigrantes. Estos y otros resultados conducen al Consejo a concluir que la realidad del tratamiento informativo de la inmigración no se corresponde con la percepción negativa que expresa la ciudadanía sobre el trabajo de los medios, al menos cuando se toman como referencia a las noticias emitidas en las televisiones de titularidad pública.

El informe del CAA incluía asimismo una encuesta que voluntariamente respondieron los principales prestadores de los servicios de radio y televisión de Andalucía sobre si ofrecían programas específicos destinados a promover la integración o dar voz a los inmigrantes y refugiados. En el momento de la elaboración de este informe, tan solo contaban con estos espacios cuatro emisoras de radio: Canal Sur, la SER, así como las emisoras municipales de Marbella y Estepona. En televisión, solo la RTVA ofrecía a la audiencia este tipo de programas.

Todos estos resultados llevaron al Consejo a aprobar una decisión asociada a este informe en la que reconoce de forma expresa el papel de las televisiones públicas andaluzas para que la población conozca y comprenda el problema de la inmigración y de los refugiados. Un tratamiento informativo que contribuye a la integración social de estos colectivos, a que se respeten los derechos humanos y a que se promuevan valores como la tolerancia, la multiculturalidad y la solidaridad. Finalmente, destaca la necesidad de que en un contexto en el que los movimientos migratorios tienen un enorme impacto en la agenda mediática, el periodismo ejerza su función de forma rigurosa, responsable, templada y humanitaria.

La información en los servicios televisivos de Andalucía

La presencia de servicios informativos en televisión ha sido el objeto de otro de los informes específicos elaborados por el Consejo Audiovisual de Andalucía en 2018. El objetivo de esta actuación está en la función que la Ley 7/2010 de 31 de marzo General de Comunicación Audiovisual encomienda al sector televisivo en abierto: satisfacer el derecho a la información de la ciudadanía de acuerdo a las exigencias de pluralismo, imparcialidad y respeto a los derechos constitucionales.

El informe ofrece una visión general de la evolución que ha experimentado la programación informativa televisiva en el sector audiovisual obtenida mediante la monitorización de los prestadores del servicio captados por la red del Consejo entre los años 2011 y 2017. Estos datos permiten conocer el peso que la información tiene en los contenidos audiovisuales emitidos y de los diferentes subgéneros dentro de la programación informativa de 152 televisiones locales, de las que 21 son de titularidad pública, y de los canales televisivos de ámbito autonómico.

Este trabajo incluye un apartado sobre los hábitos de la ciudadanía y su opinión en torno a la función informativa de los medios audiovisuales obtenidos a través del Barómetro Audiovisual que anualmente realiza

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

el Consejo, así como un resumen de las quejas ciudadanas en relación a la programación informativa recibidas en la Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA). Por último, se describen algunos criterios, indicadores y recomendaciones emanados del Consejo en su función de fomentar en el sector el respeto a los principios y valores constitucionales y estatutarios.

Así, entre las principales conclusiones de este informe, se deduce que entre el año 2011 y el año 2017, los contenidos informativos emitidos por la RTVA y las televisiones locales crecieron cuatro puntos, al pasar del 15,7% al 19,7% de sus emisiones. Este incremento es especialmente significativo en la RTVA -que ha subido 15,3 puntos, hasta situarse en un 32,8% de contenidos informativos en el total de sus emisiones- y en el sector privado local, donde la oferta de espacios informativos ha crecido 5,7 puntos en este periodo, y alcanza el 20% de todas sus emisiones.

En las televisiones locales públicas se registra un leve descenso entre 2011 y 2017 de 2,9 puntos hasta situarse en el 18,5% de programación informativa. Los titulares de una licencia de televisión local en Andalucía están obligados a emitir, entre las 13 y las 16 horas, y entre las 20 y las 24 horas, al menos un espacio informativo diario con una duración mínima de 20 minutos que debe cubrir las noticias y acontecimientos de interés para la población a la que se dirige.

Este informe constató asimismo que la única televisión autonómica de titularidad privada que se ha consolidado en Andalucía carece de programación informativa, a pesar de que las condiciones de licitación establecen la obligación de emitir dos informativos diarios de al menos 30 minutos de duración, así como la difusión de un mínimo de 40 horas semanales de contenidos relacionados con Andalucía.

Respecto a la RTVA, este informe revela el peso notable de la información en su programación, especialmente desde 2013, cuando se unifica la programación del primer y segundo canal para incorporar todas las medidas de accesibilidad universal en Canal Sur 2. En 2015 se pone en marcha Andalucía TV, donde el 42% de sus contenidos son informativos. Mientras que en el primer canal -Canal Sur TV- la información supone también uno de los dos pilares de su programación, con el 31,2%, junto al entretenimiento (36,34%).

3. COMUNICACIÓN CON LA CIUDADANÍA

El Consejo Audiovisual de Andalucía cuenta con la Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA), un instrumento de comunicación con la ciudadanía que pone a su servicio para atender sus reclamaciones, peticiones y sugerencias sobre los contenidos de la programación y publicidad que emiten las emisoras de radio y televisión en el ámbito de sus competencias.

Es una ventana más a una sociedad que afronta el reto de mejorar la calidad y transparencia de las administraciones públicas y avanzar en aquellos aspectos que permiten a la ciudadanía mantener una más estrecha relación con sus representantes. El CAA tiene además en marcha diversas iniciativas de participación, desde foros de debate abiertos tanto a los agentes del sector como a la ciudadanía en general, hasta jornadas y encuentros específicos en los que se exponen las últimas novedades e investigaciones en el campo de la comunicación audiovisual.

3.1. OFICINA DE DEFENSA DE LA AUDIENCIA (ODA)

Todas las quejas recibidas a través de este servicio son analizadas para detectar aquellas que puedan suponer un incumplimiento de la normativa o de los códigos deontológicos. Cuando la queja se refiere a un canal nacional y, por tanto, fuera de las competencias del CAA, se canaliza desde la ODA hacia el organismo correspondiente. Esta oficina recibe y tramita las quejas formuladas por cualquier persona física o jurídica, de manera individual o colectiva y de forma personal o a través de representación.

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

Desde enero de 2017 la interposición de reclamaciones ante el Consejo Audiovisual de Andalucía puede realizarse a través de la ventanilla electrónica de la Administración de la Junta de Andalucía en el caso de contar con identificación legal (DNI electrónico o certificado digital). Las quejas sin identificación legal pueden interponerse en el portal web del CAA, siendo recepcionadas, al igual que las anteriores, a través del Registro General del CAA.

Las notificaciones electrónicas pueden realizarse a través del Sistema de Notificaciones Notific@ de la Junta de Andalucía para todos aquellos ciudadanos que así lo han solicitado al presentar su reclamación. Además de esta vía telemática, se mantiene la presentación de quejas directamente a través del registro del CAA o en los registros de cualquier órgano administrativo, así como por correo postal.

Balance 2018

Durante el año 2018 la Oficina de Defensa de la Audiencia ha recibido un total de 30 reclamaciones, ocho menos que en 2017, y todas ellas catalogadas como quejas. La mayoría, 22, se presentaron con identificación legal de los reclamantes, en tanto que 8 se formularon de forma anónima. De las reclamaciones identificadas, 13 fueron interpuestas por particulares, siete por partidos políticos, una por una asociación y otra por una institución pública.

Tabla 6. Reclamaciones presentadas en la ODA por tipo de reclamante

TIPO DE RECLAMANTES	NÚMERO
No identificado	8
Particular con identificación legal	13
Partidos políticos	7
Asociaciones	1
Instituciones	1
TOTAL RECLAMACIONES	30

Por primera vez, el modo más utilizado para la presentación de las quejas fue el telemático, un total de 23, en tanto que en el registro físico se recibieron siete.

Tabla 7. Reclamaciones ante la ODA por modo de presentación

MODO DE PRESENTACIÓN	
Medios telemáticos	23
Registro	7
TOTAL RECLAMACIONES	30

En 2018 el primer asunto de las quejas fue el referido a cuestiones de pluralismo, imparcialidad y veracidad informativa (12), seguido por los temas de género e igualdad (4), que en 2017 fueron los más numerosos. La emisión de publicidad ilícita motivó tres reclamaciones, el mismo número que el tratamiento informativo de las tragedias. La difusión de contenidos inadecuados para menores fue objeto de dos reclamaciones, igual que el uso inadecuado de anglicismos. Las cuatro reclamaciones agrupadas en el capítulo de varios son por el trato dado a concursantes, horario de emisión inadecuado, la mala imagen de Andalucía y el uso de falsos directos en retransmisiones deportivas.

Tabla 8. Reclamaciones presentadas ante la ODA por causa

RECLAMACIONES POR CAUSA	
Pluralismo, imparcialidad y veracidad informativa	12
Género e igualdad	4
Publicidad ilícita	3
Tratamiento informativo de tragedias	3
Contenidos inadecuados para menores	2
Uso inadecuado de anglicismos	2
Otros	4
Total	30

En cuanto al tipo de medio, 25 reclamaciones hacen referencia a contenidos emitidos en televisión, tres en radio, y dos en internet.

Tabla 9. Reclamaciones ante la ODA por medio de comunicación

TIPO DE MEDIO	
Televisión	25
Radio	3
Internet	2
Total	30

El prestador que más reclamaciones acumuló en 2018 fue la RTVA, con 11 reclamaciones (10 de ellas referidas a Canal Sur TV y 1 a Canal Sur Radio). El segundo lugar lo ocupa RTV Tarifa, con 5 reclamaciones. La RTVE fue objeto de 2 reclamaciones. Recibieron 1 reclamación la televisión nacional Telecinco y las locales Onda Castilblanco, Fuengirola TV, Onda Guillena, Candil Radio y Canal Doñana. Seis reclamaciones no iban dirigidas a un prestador en concreto.

Tabla 10. Reclamaciones presentadas a la ODA por prestador afectado

Prestador	Núm. reclamaciones
RTVA	11
RTV Tarifa	5
RTVE	2
Telecinco	1
Onda Castilblanco	1
Fuengirola TV	1
Onda Guillena	1
Canal Doñana	1
Varios	6
Total general	30

Respecto al tipo de contenido al que se refieren las reclamaciones, hay una mayoría referidas a programación (25), frente a 5 de publicidad. Por género, los programas informativos son los que agrupan mayor número de quejas (15), seguidos de los de entretenimiento (7). Magacines, retransmisiones deportivas y retransmisiones taurinas cuentan cada uno de ellos con una reclamación.

Tabla 11. Reclamaciones ante la ODA por tipo de contenido

Tipo de programación	Género	
	Programas informativos	15
Programación	Programas de entretenimiento	7
(25)	Magacines	1
	Retransmisiones deportivas	1
	Retransmisiones taurinas	1
Publicidad (5)	Publicidad comercial	5
TOTAL		30

De acuerdo con la Resolución de fecha 31 de octubre de 2012, por la que se dictan las instrucciones para la tramitación de las quejas, sugerencias y peticiones presentadas ante el CAA, tras evaluar y analizar su contenido, se admitieron a trámite 16 reclamaciones y se inadmitieron 14. De estas últimas, dos fueron

canalizadas a los organismos que tenían competencia sobre la materia de cada una de las quejas, una a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia y otra al Instituto Andaluz de la Mujer.

Tabla 12. Reclamaciones ante la ODA por actuación realizada

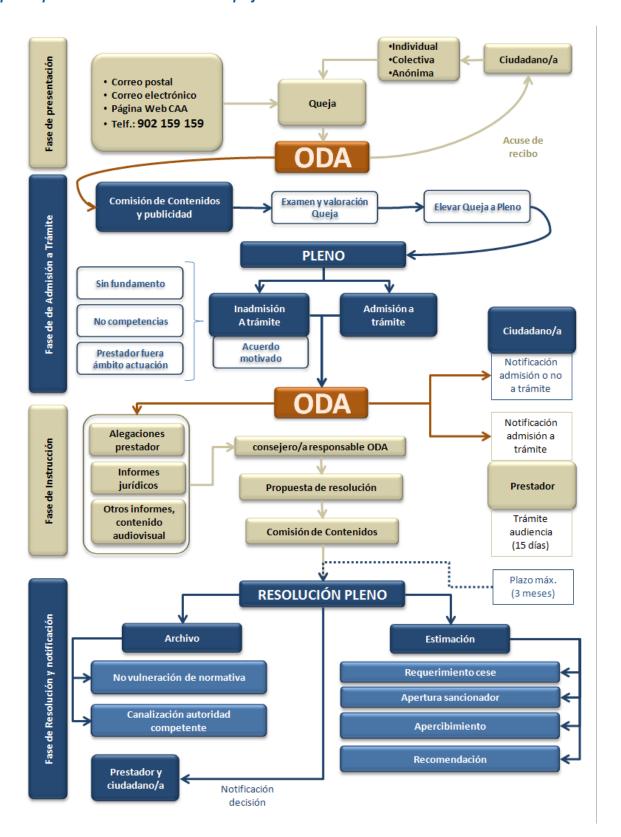
Actuación realizada	
Admitidas	16
No admitidas	14
(De las cuales canalizadas)	(2)
TOTAL	30

En el año 2018, el Consejo emitió un total de ocho resoluciones, una de ellas procedente de una queja presentada en 2017. Los prestadores de servicio afectados son todos públicos: RTVA (2), RTVE, Radio Chiclana, Fuengirola TV, RTV Tarifa, Onda Guillena y Onda Castilblanco. Con estas 8 resoluciones, la ODA suma ya un total de 208 desde su puesta en marcha en 2006.

La mayoría de las resoluciones están relacionadas con el pluralismo informativo. En concreto, en cinco resoluciones el CAA corroboró la quiebra del principio de pluralismo político en otras tantas informaciones emitidas en las televisiones la desconexión autonómica de TVE, RTV Tarifa, Onda Guillena (YouTube) y Onda Castilblanco TV, y en Radio Chiclana. En otra resolución, el Consejo estimó que no se había vulnerado la imparcialidad informativa en una noticia difundida en Fuengirola TV.

Respecto a las dos resoluciones por publicidad, ambas en Canal Sur TV, el Consejo entendió que en el caso del anuncio de un lavavajillas fomentaba los estereotipos sexistas, aunque sin incurrir en supuestos de publicidad ilícita. En el segundo caso, se estimó que no se produjo publicidad encubierta de una clínica privada en el programa La Báscula.

Esquema procedimiento resolución de quejas



Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

3.2 BARÓMETRO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

El Barómetro Audiovisual de Andalucía (BAA) es un estudio demoscópico que recoge las opiniones y actitudes de la sociedad con respecto a los medios de comunicación audiovisuales, ya sea en los formatos convencionales o en los cada vez más extendidos canales digitales en la red. Es un instrumento de gran valor no solo para el Consejo, sino para el sector y la sociedad en general porque permite conocer la visión que los ciudadanos tienen sobre los medios de comunicación, el uso que hacen de ellos, sus motivaciones, lo que les demandan, si satisfacen suficientemente o no sus expectativas y necesidades, como por ejemplo si hay prácticas que consideran abusivas.

Por su temática y tamaño se trata de un estudio único en Andalucía. Para elaborar el BBA de 2018 se realizaron 3.018 encuestas a personas mayores de 16 años en las ocho provincias andaluzas. Es ya la decimotercera edición de este estudio, que en su metodología mantiene unos temas troncales permanentes que permiten obtener una serie interanual de indicadores, además de otras cuestiones que se han ido incorporando y de capítulos monográficos específicos en cada ejercicio. El conjunto de todas estas ediciones ofrece una interesante panorámica sobre cómo ha evolucionado la relación entre los medios de comunicación y los ciudadanos en estos años.

Además de los temas habituales sobre el acceso, uso y valoración que los ciudadanos hacen de los medios de comunicación audiovisuales, cada año se introducen algunas particularidades. En la edición de 2018 se han abordado de manera específica tres bloques temáticos: base de hogares internautas y no internautas, comparativa de hogares con y sin menores de 13 años y descarga o visionado de contenidos en línea o a la carta.

Descenso del consumo de televisión

Uno de los datos más destacados del Barómetro de 2018 es la fuerte caída en el consumo de los medios de comunicación audiovisuales, y muy especialmente de la televisión, que cede casi 20 puntos. Aunque la televisión sigue siendo el medio más seguido frente a la radio e internet, y es vista diariamente por el 78,2% de los andaluces, su uso ya no está universalizado –en los siete años precedentes nunca había descendido del 97%–. En 2018 el 78,2% de los andaluces vio televisión diariamente. El entretenimiento es la principal motivación para ello (50,8% de los telespectadores), por encima de estar informados (35,9%). También se redujo el tiempo medio diario dedicado a ver televisión, que fue de 2 horas y 39 minutos, 18 minutos menos que en 2017.

Por segundo año consecutivo, la televisión fue en 2018 el medio preferido por los andaluces para informarse, 49,4%, si bien este porcentaje ha disminuido en 12 puntos con respecto a 2017. Los programas más vistos volvieron a ser los informativos (78,2% de los telespectadores, tres puntos más que el año anterior), lo que confirma el apogeo de la información en televisión, que acumula un crecimiento de 43 puntos en apenas dos años.

Por el contrario, los programas de ficción han entrado en declive, y han pasado de ser los más vistos hace dos años a concitar solo el 23,3% de la audiencia, 38 puntos menos que el año pasado. También

ha decaído notablemente el interés por los programas de entretenimiento, seguidos por el 10% de las personas que ven televisión, con una pérdida de cuota acumulada de 26 puntos en los últimos dos años. En 2018 el segundo género televisivo más seguido fue el de los espacios documentales, que concitaron un 45,5% de la audiencia. La televisión fue también en 2018 el medio preferido por los andaluces para entretenerse (44,5%)

Después de unos años de progresivo crecimiento, en 2018 también descendió el grado de penetración de internet, aunque de forma leve, menos de tres puntos. El 73,6% de los andaluces utilizó la red diariamente, proporción que se acerca así considerablemente al consumo de televisión. Ahora apenas hay entre ambos medios cinco puntos de diferencia, cuando hace dos años había 23. Los andaluces utilizan internet indistintamente para informarse (83,4%) que para entretenerse, y para ambas cuestiones es el segundo medio preferido por detrás de la televisión.

Aunque los diarios digitales son los servicios más utilizados por los andaluces para informarse en la red (67,8% de los internautas que buscan información), las redes sociales cobran peso como medio de información (42,8%). En general, las redes sociales son las aplicaciones más utilizadas en internet (61,8% de los internautas), seguidas de la comunicación electrónica (39,2%) y YouTube y canales similares (15,3%).

El uso de la radio descendió 11 puntos con respecto a 2017 y se situó en el 55,1%, el índice más bajo de los últimos ocho años. Sin embargo el tiempo medio diario de escucha fue 20 minutos mayor que el año anterior, dos horas y 55 minutos. El 16,8% de los andaluces prefiere la radio como medio de información. Los programas más escuchados son los musicales (32,2%), seguidos de los informativos (29%) y las tertulias y debates (18%).



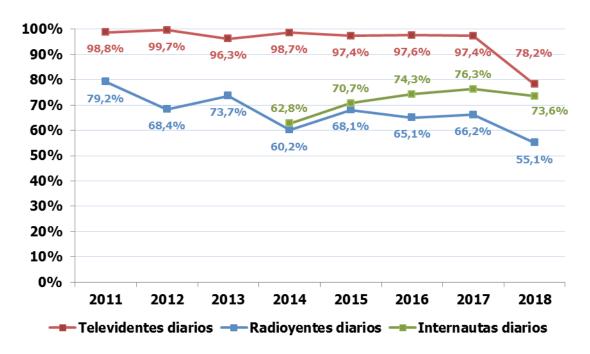
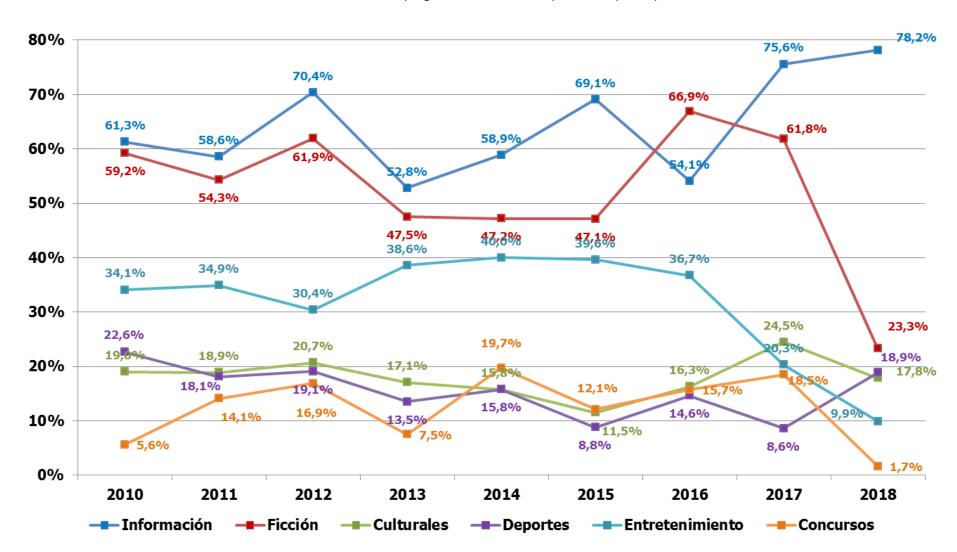


Gráfico 2. Evolución de los programas de televisión preferidos por la población andaluza



Estereotipos y discriminación

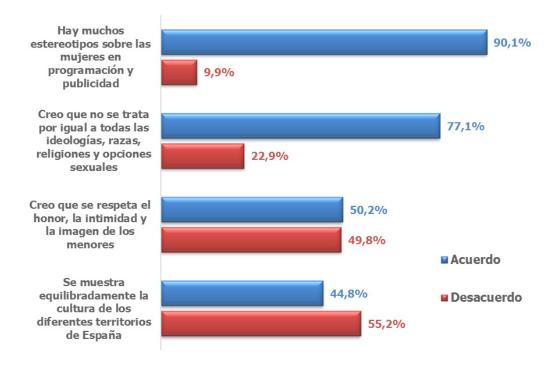
El Barómetro de 2018 muestra que los andaluces son muy críticos con los contenidos que difunden los medios de comunicación audiovisual, y particularmente la televisión, hasta el punto de que creen que se vulneran principios y derechos reconocidos en la legislación, como la igualdad o la diversidad, y que determinados asuntos de especial sensibilidad social son tratados con sensacionalismo. La consideración más unánime, 90,1% de los encuestados, es la existencia de estereotipos de género tanto en los programas como en la publicidad que difunden los medios audiovisuales.

Además, un 77,1% cree que no se trata por igual a todas las ideologías, razas, religiones y opciones sexuales. En el caso la inmigración, más del 42% de los andaluces considera que las noticias que se difunden sobre este asunto son sensacionalistas y el 55% opina que la imagen de los menores inmigrantes es usada para transmitir lástima.

La mitad de la población opina que ni en los programas ni en la publicidad se respeta suficientemente el honor, la intimidad y la imagen de los menores. Aunque una importante mayoría de andaluces (60%) está de acuerdo en que el tratamiento en los medios de comunicación de los asuntos relacionados con los abusos y agresiones sexuales facilita la sensibilización y la toma de conciencia social, un 40% opina que estas noticias son tratadas de forma exagerada.

Un dato llamativo sobre la valoración de los contenidos emitidos por los medios audiovisuales es el alto porcentaje de encuestados, 55%, que considera que no muestran de una forma equilibrada la cultura de los diferentes territorios de España.

Gráfico 3. Valoración del tratamiento de la diversidad en los medios de comunicación audiovisual



Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

Jóvenes y medios de comunicación social

Las últimas ediciones del Barómetro Audiovisual de Andalucía han constatado la creciente preocupación social por la facilidad y libertad con la que los jóvenes, y particularmente los menores, acceden a internet, algo que el 83% de los andaluces considera un riesgo. Más del 77% afirma que los jóvenes acceden en la red a contenidos inadecuados para su edad, porcentaje que curiosamente se eleva hasta el 89% en el caso de quienes tienen algún hijo de entre 13 y 17 años.

El uso de internet se ha generalizado ya entre los menores de edad, de forma que las tres cuartas partes de los niños de 13 años ya navegan en la red, según reconocen sus padres y madres. Casi el 80% de los internautas menores de edad dedican entre una y tres horas diarias a la red.

Las dos terceras partes de los andaluces consideran que la población joven hace un uso excesivo de los medios audiovisuales. El 70% de los padres de menores de entre 13 y 17 años reconoce que resulta muy complicado controlar el uso y la exposición de las personas jóvenes a los medios de comunicación audiovisuales, consideración compartida por el 58% de los progenitores con hijos menores de 13 años, y ello a pesar de que en el 94% de los casos aseguran que aplican medidas de supervisión y control de contenidos a los que acceden estos menores.

Regulación y funciones del CAA

En 2018 ha crecido de forma notable el número de personas que consideran necesario una ampliación de las competencias del Consejo Audiovisual de Andalucía para que pueda regular también los contenidos y la publicidad en internet, reclamación que es ya muy mayoritaria, un 81,7% de los encuestados. Este porcentaje es más elevado en el caso de los padres con hijos de entre 13 y 17 años (89%).

Entre los asuntos que requerirían esta intervención del Consejo, la petición mayoritaria (65%) es la señalización de los contenidos inadecuados para menores. En segundo y tercer término, se considera preciso la identificación y lucha contra el ciberacoso y la eliminación de aquellos contenidos que inciten al odio por cuestión de raza o religión, que en ambos casos superan el 38%. En menor medida se requiere la ampliación de competencias del CAA a internet para regular contenidos relacionados con el juego (17%) y para evitar el exceso de publicidad (9%).

3.3 JORNADAS Y FOROS

Jornada anual: Regulación audiovisual

Como todos los años, el Consejo Audiovisual de Andalucía organiza una jornada monográfica para analizar y reflexionar en torno a los asuntos que afectan en cada momento al sector audiovisual. En 2018, estas jornadas, que llevaban por título La Regulación Audiovisual en una Sociedad Democrática, reunieron el 22 de octubre en Sevilla a personas expertas del sector de la regulación audiovisual de España y de Europa,

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

referentes en el estudio del pluralismo en los medios y otros representantes del ámbito académico. En esta ocasión, las jornadas se celebraron en la sede del Parlamento de Andalucía.

El tema elegido para las jornadas de este ejercicio, la regulación audiovisual, coincide en el tiempo con la aprobación de la reforma de la Directiva Europea de Servicios Audiovisuales y con la entrada en vigor en Andalucía de la nueva Ley Audiovisual. Y, sobre todo, pretendía dar respuestas a los desafíos que para la protección de la ciudadanía representa la nueva forma de consumo y comunicación audiovisual.

Un reto que, según se concluyó en este foro, debe afrontarse de forma transnacional con la coordinación y asunción de medidas regulatorias comunes por parte de todos los países europeos. También se apuntó la necesidad de concretar las formas de regular la comunicación a través de internet. La función de servicio público en los medios, el respeto a la igualdad y otros derechos fundamentales como la presunción de inocencia o el honor fueron cuestiones sobre las que se profundizó y debatió en las mesas de debate que conformaron estas jornadas.

En la primera de las cuatro sesiones que conformaron estas jornadas se destacaron, por parte de las presidenta del CAA, Emelina Fernández, las novedades introducidas por la Ley Audiovisual de Andalucía, sobre todo en el incremento de la protección de los menores y, entre otras cuestiones, en las herramientas más eficaces para combatir la ocupación ilegal de frecuencias de TDT local. En este sentido, Lubos Kuklis, presidente del Grupo de Reguladores Audiovisuales Europeos (ERGA), centró su intervención en el papel de las autoridades audiovisuales ante la Directiva Europea de Servicios Audiovisuales, y defendió la cooperación entre los estados miembros para poder lograr un impacto real en la protección de la ciudadanía. En la misma línea se centró la exposición de Elda Brogui, coordinadora científica del Centro de Pluralismo y Libertad en los Medios, del Instituto Universitario Europeo.

Sobre la presencia de la mujer en los medios intervino Marisa Soleto, jurista feminista experta en políticas públicas e igualdad, Francisco Manuel Campos Freire, profesor titular de la Facultad de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Santiago de Compostela, abordó el servicio público de comunicación de las radiotelevisiones públicas.

El consejero del Consejo Consultivo de Andalucía y catedrático de Derecho Constitucional de la Universidad de Málaga, Ángel Rodríguez-Vergara, reflexionó sobre la regulación dirigida a operadores jurídicos. Joan Barata, investigador del Center for Internet and Society, de la Facultad de Derecho de la Universidad de Stanford, centró su ponencia sobre el derecho a la información y la libertad de expresión en las nuevas tecnologías de la información.

Rosa Cobo Bedia, profesora de Sociología del Género de la Universidad de A Coruña, habló de las medidas de promoción de la igualdad, el catedrático de Periodismo y Ciencias de la Comunicación en la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), José Manuel Pérez Tornero centró su intervención la alfabetización mediática y Enrique Bustamante, catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Complutense de Madrid e investigador distinguido de la Universidad de Málaga, reflexionó sobre la promoción de la cultura en los medios.

Por último, Giacomo Mazzone, de la *Europeam Broadcasting Union* trató asuntos relativos a la producción europea, nacional e independiente y Amparo Huertas, directora del Instituto de la Comunicación de la UAB abordó el derecho de acceso.

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

Diálogos en el CAA: Los límites del humor

En 2018 el Consejo eligió los límites del humor en los medios como tema central para debatir en una nueva edición del ciclo Diálogos en el CAA, en la que participaron los editores de la revista satírica Mongolia, Eduardo Galán y Darío Adanti, y el magistrado Joaquim Bosch. El debate sobre los límites del humor en los medios vino suscitado por una interesante discusión jurídica en torno a los bienes y derechos protegidos por nuestro sistema jurídico tras la entrada en vigor de la Ley Orgánica de Protección de la Seguridad Ciudadana.

Esta Ley fue denunciada desde organismos internacionales de defensa de los derechos humanos y medios de comunicación internacionales que la consideraban contraria a la libertad de expresión, porque tipifica como delitos una serie de conductas descritas de forma imprecisa, como "faltas de respeto y consideración a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado", "actos que entrañen descrédito, menosprecio o humillaciones a víctimas del terrorismo () o sus familiares", e introduce el delito contra la Corona.

En sus exposiciones, tanto el magistrado Joaquim Bosch como Galán y Adanti, defendieron la derogación del delito de ofensa a los sentimientos religiosos por ser contrario a la libertad de expresión. También alertaron de que la reforma del Código Penal en la conocida como Ley Mordaza no sólo estaba teniendo efectos en los tribunales, sino que estaba provocando transformaciones sociológicas. Advirtieron además del peligro que supone esta deriva punitiva porque cualquier crítica dura contra un cargo público o contra un gobernante puede convertirse en un delito.

Taller de alfabetización mediática

Durante los días 5 y 6 de mayo de 2018 se celebró la tercera edición del Taller de Alfabetización Audiovisual y Mediática que organiza el CAA en colaboración con el Gabinete de Comunicación y Educación de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) y la Universidad de Málaga. El objetivo del taller es reunir a profesores, investigadores, educadores y público en general, interesado en adquirir conocimientos y herramientas en tres ámbitos básicos de la comunicación: información, publicidad y entretenimiento.

La alfabetización mediática es hoy en día un área de conocimiento imprescindible en todos los sectores de la sociedad, pues trata de fomentar y promocionar entre los ciudadanos un análisis crítico y reflexivo de los contenidos que reciben de los medios de comunicación, a fin de que puedan ejercer sus derechos y deberes con libertad y responsabilidad. Esta edición estuvo especialmente centrada en el fenómeno de las noticias falsas (fake news).

Las diversas actividades desarrolladas en el taller tienen como eje transversal la predilección de los jóvenes por Internet como medio de comunicación, y en esta segunda edición se prestó especial atención al tipo de consumo audiovisual actual y las tendencias futuras que cambiarán el acceso a los contenidos en los medios de comunicación.

El programa de esta edición reservó un tiempo para que docentes y especialistas, previa inscripción, pudieran presentar proyectos e iniciativas para facilitar el acceso y uso de las TIC, el aprendizaje crítico ante los medios, o la creación de contenidos y productos mediáticos.

La Universidad de Málaga concede 0,5 créditos a sus alumnos que participen en este taller, que se celebró en el centro cultural La Térmica, de la Diputación malagueña.

Actualmente, el CAA trabaja en la homologación de este taller por parte de la consejería de Educación y Deportes para que sea reconocido como curso de formación para el profesorado.

Otras actividades

Durante el año 2018 el CAA ha participado en numerosos foros, seminarios y jornadas por invitación de instituciones de diferentes ámbitos. A continuación se enumeran los más destacados:

- Jornadas 'Igualdad en las radiotelevisiones públicas: del compromiso a la práctica', Congreso de los Diputados - UGT RTVE y la Comisión de Igualdad del Congreso.
- "Adolescentes conectados, un reto educativo" Instituto de Estudios Giennenses.
- X Jornada 'Somos Radio Código de conducta ante los casos de personas desaparecidas' Cadena SER."
- Jornadas "publicidad no sexista" Universidad de Cádiz
- Curso Formación "Perspectiva de género en el ámbito de la comunicación audiovisual en Andalucía" IAAP.
- Taller Internacional "Tratamiento informativo de la crisis de refugiados y la inmigración en los medios audiovisuales" CNMC - Red de Instituciones Reguladoras Mediterráneas (RIRM)
- Taller Internacional "Responding to an evolving communications environnement" Instituto Universitario Europeo y Comisión Regional de Comunicación (CORECOM).
- Curso de verano UMA "Violencia contra la mujer y medios de comunicación"
- · Curso de verano UMA "Nuevas formas en el tratamiento de noticias, valores y comunicación".
- Foro Tresmed "Comunicación, migraciones y transformaciones sociales en el Mediterráneo "Fundación Tres Culturas del Mediterráneo.
- "VIII congreso para el estudio de la violencia contra las mujeres" Consejería de Justicia de la Junta de Andalucía CAA miembro del Comité Académico
- Seminario internacional sobre violencia de género Universidad Jaume I de Castellón
- Jornada "psicología, menores y medios de comunicación, reflejo social de las víctimas más vulnerables" - Colegio Oficial de Psicología de Andalucía occidental

3.4. PÁGINA WEB Y REDES SOCIALES

En los últimos años, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha potenciado el contenido y el funcionamiento de su página web, que ofrece una completa y detallada información sobre toda la actividad que desarrolla el CAA. Pueden consultarse por ejemplo todas las decisiones adoptadas por el pleno, así como los informes técnicos en las que se apoyan; al igual que todos los estudios y eventos organizados por el Consejo. Durante el año 2018, la página web del CAA registró 86.634 visitas, un 5,7% menos que el año anterior.

Las vías de acceso más frecuentes a la página web del CAA son, en primer lugar, las búsquedas en Google (60% de visitas), seguidas del acceso directo a la home (31%). Otras opciones de entrada, a través de la web de la Junta de Andalucía y de redes sociales como twitter y facebook, representan cada una de ellas el 2%.

31%

Búsqueda en Google

Acceso directo URL

Facebook

Twitter

Portal Junta de Andalucía

Otros

Gráfico 21. Vías de acceso a la web del CAA

La sección más visitada de la web, excluida la página de inicio, fue la de Actividad del Consejo, que concentró la tercera parte de los accesos (28.894, un 33,5% del total), seguida de la portada de actualidad (24.883 vivitas, un 28,7% del total). En menor medida las visitas a la web se encauzaron hacia la sección Conoce el Consejo (14%), el formulario de búsqueda (7,7%), el portal de transparencia (4,3%) y la Oficina de Defensa de la Audiencia (3%).

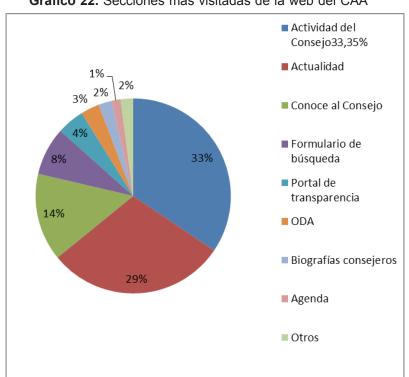


Gráfico 22. Secciones más visitadas de la web del CAA

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

Durante 2018 se contabilizaron 3.832 descargas de documentos desde la web del CAA, un 5,9% menos que en 2017. Los documentos más descargados fueron las bases de la cuarta edición de los premios El Audiovisual en la Escuela, el texto de la declaración de la RIRM para la promoción de la igualdad de género y la lucha contra los estereotipos sexistas del 23 de noviembre de 2012, el Barómetro Audiovisual de Andalucía de 2016, el de 2017 y la Ley de Creación del Consejo Audiovisual de Andalucía.

4. RECOMENDACIONES Y CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS

Un órgano como el Consejo Audiovisual de Andalucía tiene una múltiple perspectiva profesional, ya que actúa como intermediario entre los medios de comunicación y la sociedad, y debe velar porque el ejercicio del derecho a la información sea compatible con los derechos fundamentales que como ciudadanos tienen los protagonistas de las noticias. La difusión de contenidos audiovisuales genera derechos a los receptores y a los protagonistas de los mismos, que deben estar en equilibrio. Para propiciar el desempeño de este papel, una fórmula adecuada es la elaboración de recomendaciones y buenas prácticas dirigidas a los profesionales de la comunicación, tanto de los contenidos informativos como publicitarios, que éstos asuman de forma voluntaria para mejorar la calidad de su trabajo e informar con rigor a la audiencia.

En 2018, el CAA editó un volumen recopilatorio en el que se agrupan distintas recomendaciones publicadas en los últimos años. En el ámbito de la información, se elaboraron unos indicadores y metodología para evaluar la imparcialidad informativa. También se editaron los criterios e indicadores sobre publicidad discriminatoria para la mujer que aprobó el pleno del Consejo en febrero y que es un documento pionero en España.

Recopilatorio de recomendaciones del CAA

Este volumen recoge 19 documentos de recomendaciones elaborados por el CAA desde el año 2006 en cumplimiento de una de las funciones que le atribuye su propia Ley de Creación, «incentivar la elaboración de códigos deontológicos y la adopción de normas de autorregulación« (artículo 4 de la Ley 1/2004 de 17 de diciembre). El texto fundacional del Consejo establece además que ejercerá «labores de mediación entre las instituciones, los agentes del sistema audiovisual y la sociedad».

Esta recopilación permite tener una visión globalizada de una parte esencial de las actuaciones del CAA y comprobar los retos puntuales que el mundo de la comunicación ha tenido que hacer frente en estos 12 años. Cuestiones tan esenciales como la igualdad, el pluralismo político, la imparcialidad, la ética periodística, o el respeto a los derechos de las víctimas en casos que adquieren una relevancia mediática están en el fondo al que apuntan todas estas recomendaciones. Entre estos nuevos retos cabe destacar de forma muy especial los que se derivan de la extensión imparable de internet, como por ejemplo la necesidad de proteger a los menores frente al impacto que pueden tener los contenidos inadecuados a los que pueden acceder con facilidad.

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

Todas estas recomendaciones son el fruto de la labor del CAA para cumplir con esas funciones de mediación y colaboración con los medios de comunicación. Estos códigos éticos y recomendaciones pretenden ser un instrumento de ayuda para evitar las malas prácticas tanto de los operadores audiovisuales como de los profesionales que trabajan en ellos y fomentar el buen uso de los medios. Con ellos se trata de sensibilizar a todos los agentes que intervienen en la comunidad audiovisual y a la propia audiencia.

Todas las recomendaciones del CAA han sido siempre fruto de un minucioso proceso de estudio y de participación con entidades, organizaciones, especialistas y profesionales implicados en las respectivas materias. En muchas ocasiones, la elaboración de estas guías respondió a una petición del sector.

Los documentos recogidos en el recopilatorio incluyen desde las primeras recomendaciones publicadas, sobre la movilización de los medios audiovisuales a favor de la lectura y la cultura del libro, en mayo de 2006, hasta las editadas en 2017 sobre el tratamiento informativo de los casos de desapariciones y la guía sobre el patrocinio de programas de radio y televisión.

Los medios de comunicación, y muy particularmente los audiovisuales, están obligados a transmitir la información de actualidad con la mayor inmediatez posible. Cuando se trata de determinados acontecimientos de una delicada naturaleza, que normalmente suelen tener impacto social, esta inmediatez se hace vertiginosa y desemboca en ocasiones en prácticas periodísticas alejadas de la ética profesional, para las que no existe siempre un marco legal. En este ámbito, cabe citar, por ejemplo, las recomendaciones para el tratamiento informativo de la violencia de género, de los procesos judiciales, de la información política en período electoral (enero de 2008) o de la inmigración.

Además de los 19 documentos propios, el recopilatorio contiene tres anexos con otros textos en cuya elaboración participó el CAA, promovidos por iniciativa de otras entidades: recomendaciones para el tratamiento de la comunidad gitana en los medios de comunicación, para la crisis migratoria y los refugiados en el área del Mediterráneo, y la declaración de intenciones sobre la protección de los menores y la lucha contra la violencia en los medios.

Criterios e indicadores sobre publicidad sexista

Con la edición de este documento, el CAA trata de dar difusión a los criterios e indicadores sobre publicidad discriminatoria para la mujer y estereotipos sexistas aprobados por el pleno el 7 de febrero de 2018, que aparecen detallados en el capítulo 1.4 de esta memoria. Se trata de una iniciativa pionera en España y realizada por el CAA a partir de su experiencia como coordinador, junto al organismo regulador de Marruecos (HACA) del grupo de trabajo sobre igualdad creado en 2012 en el seno de la Red de Instancias Reguladoras del Mediterráneo. En este grupo se consiguió alcanzar importantes consensos sobre los indicadores y acciones necesarias para combatir el sexismo en la publicidad y promover la difusión de comunicaciones comerciales respetuosas con el principio de igualdad.

La aprobación de estos indicadores persigue un doble objetivo: otorgar una mayor seguridad jurídica a los prestadores de servicios audiovisuales, anunciantes y empresas; y contribuir a promover el principio de igualdad. Aunque la Ley General de Publicidad y otras normativas como las de Igualdad de Género han permitido avanzar en los últimos años en la lucha contra la emisión de anuncios degradantes y discrimina-

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

torios para la mujer, hay sin embargo una serie de conceptos jurídicos indeterminados que requieren de una mayor concreción para delimitar que tipos de mensajes pueden ser admisibles.

Se trata de conceptos que requieren de una objetivación, y de ahí la importancia de alcanzar acuerdos. Generar indicadores que permitan medir con precisión el sexismo y argumentarlo técnicamente es fundamental para instancias reguladoras que, como el CAA, tienen la capacidad de requerir el cese o sancionar la publicidad ilícita. Se trata además de procurar que las comunicaciones comerciales fomenten una imagen igualitaria de hombres y mujeres.

El documento fija en primer lugar los cuatro supuestos de publicidad con mensajes denigrantes, discriminatorios y/o vejatorios que motivarán que el CAA requiera el cese de la emisión de comunicaciones: utilización del cuerpo de la mujer como mero objeto sin que tenga vinculación con el producto anunciado, la aparición de situaciones de violencia o de dominio del hombre y conductas humillantes, dirigirse explícitamente a un solo sexo cuando el producto pueda ser utilizado por ambos, y mensajes que contribuyan a la sexualización temprana de las niñas.

A partir de estos supuestos, se establecen 17 estereotipos sexistas que deben combatirse para promover una comunicación comercial respetuosa con el principio de igualdad entre hombres y mujeres, nueve femeninos y ocho masculinos.

Indicadores y metodología para evaluar la imparcialidad informativa

El Consejo Audiovisual de Andalucía debe velar por el cumplimiento de los principios fundamentales reconocidos en la legislación española para asegurar una comunicación libre y plural, como los de pluralismo político, social, religioso y cultural; de objetividad y veracidad informativa, o de imparcialidad. Estos principios están recogidos básicamente en La Constitución, el Estatuto de Autonomía de Andalucía, o la Ley General de Comunicación Audiovisual, a la que hay que sumar ahora también la Ley Audiovisual de Andalucía, aprobada en octubre de 2018.

A diferencia de lo que ocurre en países de nuestro entorno, en España no se han desarrollado normas jurídicas que concreten el ejercicio de la libertad de información, más allá que la regulación del derecho de réplica y rectificación. Además, tampoco existen acuerdos y normas deontológicas profesionales semejantes a las que imperan en otros países, donde las autoridades reguladoras disponen de una carta de principios aplicables a medios públicos y privados para garantizar que se respeta el pluralismo, la imparcialidad, la honestidad y el rigor informativo, y en los que el incumplimiento de estas normas conlleva advertencias, o en su caso sanciones.

El CAA ya aprobó en diciembre de 2014 unos criterios e indicadores sobre imparcialidad informativa, que supuso un paso significativo para que pueda combatir, con rigor y objetividad, la manipulación informativa, la emisión de informaciones sesgadas y de conductas que pudieran quebrar el principio de independencia exigible a los medios de comunicación de titularidad pública cuando informan de asuntos de naturaleza política.

Una institución como el CAA, que debe velar por que los medios públicos respeten los principios de imparcialidad, rigor y pluralismo informativo, carece de competencias para exigir o determinar la aplicación de instrumentos y herramientas que deben incorporarse en una sociedad democrática para evitar la utiliza-

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

ción partidista de los medios públicos. El Consejo sí tiene reconocida su facultad de incentivar la adopción de normas éticas y la autorregulación para alcanzar los principios y valores que se exigen a los medios de comunicación. No corresponde a un organismo regulador determinar cuestiones trascendentales como qué asuntos o hechos de una realidad compleja deben convertirse en noticia, el tiempo que se debe dedicar a una información, ni su lugar en la escaleta informativa. Estos aspectos deben ser decididos libremente por los profesionales en el ejercicio de su responsabilidad de informar con rigor, independencia y honestidad.

El propósito del Consejo ha sido disponer de una serie de normas y de un sistema de análisis que permitan concretar el principio de imparcialidad aplicado a asuntos y noticias de naturaleza política, a los que procede exigir una especial imparcialidad que ponga de relieve la independencia de los medios financiados con fondos públicos, asegurando su calidad y su credibilidad.

La publicación difunde estos indicadores utilizados por el CAA para que sean conocidos por los prestadores y los profesionales. Tras definir los conceptos de noticias de carácter político y de imparcialidad, se detallan los criterios que utiliza el Consejo para evaluar ésta, y que en primer lugar son el tiempo de voz de las personas o entidades aludidas en la información y la presentación de diferentes puntos de vista en relación al hecho noticioso.

5. PROYECCIÓN INSTITUCIONAL

5.1. ENCUENTROS CON OTROS ORGANISMOS REGULADORES

Plataforma Europea de Autoridades Reguladoras (EPRA)

La Plataforma Europea de Autoridades Reguladoras (EPRA), aglutina a 52 consejos audiovisuales de 46 países. La EPRA tiene como objetivo la discusión y el intercambio de experiencias entre las autoridades de regulación audiovisual sobre los retos comunes que se presentan en el sector a nivel europeo, nacional y regional.

El Consejo participa activamente en esta plataforma que celebró en el año 2018 dos reuniones, una en mayo en Luxemburgo y otra en octubre en Bratislava (Eslovaquia). La revisión de la Directiva de Servicios de Medios Audiovisuales, aprobada definitivamente por el Parlamento Europeo el 2 de octubre de 2018, ha sido una de las cuestiones más debatidas en ambos encuentros, junto a aspectos relativos a la alfabetización mediática, el futuro del servicio público de televisión o los nuevos formatos publicitarios. En estos encuentros participan, además de las autoridades audiovisuales, representantes de la Comisión Europea, el Observatorio Audiovisual Europeo y el Consejo de Europa que comunican a la plataforma cuestiones de actualidad audiovisual en sus respectivos ámbitos de competencias.

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

Red de Instituciones Reguladoras Mediterráneas (RIRM)

La Red de Instituciones Reguladoras Mediterráneas (RIRM) actualmente está compuesta por 26 autoridades audiovisuales de 23 países distintos de ambas orillas del Mediterráneo. Celebra una sesión plenaria anual que en 2018 (vigésima reunión) se desarrolló en el mes de noviembre en Barcelona.

En esta nueva asamblea plenaria de presidentes, el CAA dio a conocer los resultados y conclusiones del Informe del Consejo sobre el tratamiento informativo de la inmigración en las televisiones públicas andaluzas. La magnitud del drama migratorio en la cuenca mediterránea hace necesario dignificar la cobertura en los medios de comunicación como forma de combatir los brotes de xenofobia e intolerancia que amenazan la convivencia.

Además, se abordaron con carácter general las grandes tendencias del entorno audiovisual y la protección de los usuarios en los nuevos servicios audiovisuales. También se presentaron los avances del grupo de trabajo de género y medios de comunicación en lo que respecta al análisis del tratamiento informativo de la violencia de género, en el que participa el CAA y que tiene como objetivo elaborar unas recomendaciones sobre esta cuestión en todos los países miembros.

Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual de Iberoamérica (PRAI)

La Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual de Iberoamérica (PRAI) surge como una red de intercambio de experiencias y recursos, especialmente su objetivo es ser un espacio de reflexión conjunta sobre la regulación de la televisión y otros formatos audiovisuales, además de constituirse en una plataforma de intercambio de información sobre aspectos legales y normativos de interés común a todos los reguladores.

La PRAI se consolida como el más importante foro regional para potenciar y apoyar el trabajo de las entidades independientes de regulación de los países iberoamericanos, en su labor de garantizar los derechos humanos, la diversidad cultural y la representatividad en los contenidos audiovisuales emitidos y distribuidos a las diversas audiencias.

Actualmente, esta organización está compuesta por organismos reguladores e instituciones de Argentina, Chile, España, Perú, Portugal, Uruguay, México, Colombia y Brasil; además de Costa Rica y Marruecos en calidad de miembros observadores. El Consejo Audiovisual de Andalucía es miembro de pleno derecho, desde al año 2015.

El CAA participó en septiembre de 2018 la asamblea bienal de la plataforma celebrada en Ciudad de México por invitación del Instituto Federal de las Comunicaciones (IFT) que actualmente ostenta la presidencia.

Conferencia Internacional de la ONU sobre Migraciones

En diciembre de 2018, se celebró en Marrakech la Conferencia Internacional de la ONU sobre Migraciones donde se adoptó el Pacto Mundial sobre la Migración. En el marco de dicha conferencia el CAA participó en un *Side Event*, organizado por la Alta Autoridad de la Comunicación Audiovisual de Marruecos (HACA). El Consejo presentó las acciones que realiza para asegurar un correcto tratamiento informativo de la inmigración en las televisiones públicas andaluzas.

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

5.2. RELACIONES INSTITUCIONALES

Parlamento de Andalucía

Durante el año 2018 la presidenta del CAA compareció en el Parlamento de Andalucía en tres ocasiones para aportar las consideraciones del Consejo sobre el proyecto de Ley Audiovisual de Andalucía, el proyecto de Ley de medidas de prevención y protección integral contra la violencia de género y el Proyecto de modificación de la Ley para la promoción de la igualdad de género en Andalucía.

Comisión de Presidencia, Administración Local y Memoria Democrática

La comparecencia sobre al proyecto de Ley Audiovisual de Andalucía se produjo el 20 de marzo de 2018. La presidenta del CAA valoró muy positivamente las medidas incorporadas en materia de regulación y de protección de los derechos de la ciudadanía en el marco de la comunicación audiovisual, destacando dos iniciativas que el CAA ha venido reclamando de forma insistente en sus informes y decisiones: la prohibición de la publicidad de juegos y apuestas en horario protegido, y la obligación de separar la publicidad del resto de contenidos, de gran repercusión en la radio.

Otra de las medidas que venía reclamando el CAA era la reducción de las cuantías previstas en el régimen sancionador respecto a las establecidas en la ley estatal que se ajustan mejor a la realidad del sector, en el que abundan prestadores locales que son considerados como microempresas.

Comisión de Igualdad y Políticas Sociales

La comparecencia sobre al proyecto el proyecto de Ley que modifica la ley 13/2007 de medidas de prevención y protección integral contra la violencia de género de Ley Audiovisual de Andalucía se produjo el 24 de abril de 2018. Las propuestas planteadas se basaron en la dilatada experiencia del Consejo sobre la violencia machista en los medios de comunicación.

Se recalcó la relevancia de que los medios de comunicación, sobre todo los de titularidad pública, se comprometan en la prevención y la lucha contra la violencia machista, difundiendo la información sobre la protección a las mujeres, sobre los recursos que están a su disposición y sobre las campañas de sensibilización de interés general. También en la difusión de programas de sensibilización y en impulsar acciones de publicidad específicas para la prevención y erradicación de la violencia de género, en especial cuando se produzcan situaciones de alarma social.

La corregulación fue otra de las medidas planteadas como una herramienta eficaz para conseguir que los medios suscriban una serie de compromisos claros en el correcto tratamiento informativo de la violencia de género que puedan ser de obligado cumplimiento, y exigibles por parte del CAA en caso de vulneración de los mismos.

El 19 de junio de 2018 la presidenta del CAA compareció con relación al proyecto que modifica la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía. Las propuestas planteadas defendieron la incorporación de la perspectiva de género en los procedimientos de otorgamiento de títulos

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

habilitantes que fomentaría una presencia equilibrada de la mujer en los consejos de administración, la existencia de planes de igualdad en las empresas o el acceso igualitario a los puestos de responsabilidad, entre otras cuestiones. También defendió la adopción de un modelo de corregulación como la forma más eficaz de que los medios cumplan con las obligaciones reflejadas en la norma.

Así mismo, reiteró la necesidad de prohibir la publicidad de prostitución y servicios sexuales, una antigua reclamación del CAA cuyos argumentos han sido avalados por el Consejo de Estado. También se propuso modificar y acotar la definición de publicidad ilícita para adecuarla a los últimos pronunciamientos judiciales.

Reconocimientos

La Federación Andaluza de Familiares y Personas con Enfermedad Mental (FEAFES ANDALUCÍA SALUD MENTAL) otorgó al Consejo Audiovisual de Andalucía la Insignia de Oro, máximo galardón de los Premios de FEAFES ANDALUCÍA SALUD MENTAL 2018, por la sensibilidad e implicación de la institución en la guarda y protección en defensa de los derechos de las personas afectadas por problemas de salud mental.

Para la entrega de este galardón se valoró el trabajo realizado por el CAA en el seguimiento informativo de la desaparición y asesinato de un menor en Níjar (Almería). Como conclusión del mismo, se alertó sobre la posible vulneración del derecho al honor, la intimidad y la propia imagen de personas que, circunstancialmente se han visto involucradas en este caso. En concreto, el sufrido por una persona con enfermedad mental desde algunas televisiones que no tuvieron ningún ánimo de rectificar informaciones no veraces a pesar de que su vinculación con los hechos estaba totalmente descartada.

La Federación quiso mostrar con la concesión de este galardón su respeto al trabajo realizado por el CAA, y hacer visible a la sociedad que es posible ejercer la labor de comunicación defendiendo de forma constante el derecho a la dignidad de las personas y con el respeto que se merecen.

5.3. CONVENIOS Y PROTOCOLOS

Convenio con la Fundación Cajasol

El 14 de noviembre de 2018, el presidente de la Fundación Cajasol, Antonio Pulido, y la presidenta del CAA suscribieron el convenio de colaboración entre ambas entidades para la convocatoria de la V edición de los Premios Andaluces el Audiovisual en la Escuela. Esta iniciativa del CAA persigue estimular entre la población más joven la capacidad de análisis crítico ante los mensajes y contenidos que reciben a través de los medios de comunicación audiovisual y de internet, e introducir la alfabetización mediática en los centros escolares.

Como en las cuatro ediciones anteriores, estos premios se dividen en seis modalidades, una para el profesorado y cinco para los alumnos de los distintos ciclos formativos de centros públicos andaluces (inicial, medio y superior de Primaria, Educación Secundaria Obligatoria y Educación Secundaria Postobligatoria). Como en la anterior edición, se valorarán de forma especial los proyectos que abordan las nuevas formas

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

de comunicación a través de internet así como los conflictos derivados de estos nuevos usos, como el ciberacoso, el *sexting* o la adicción a las nuevas tecnologías, en formato de vídeo de menos de cinco minutos de duración.

Cada premio está dotado con 1.000 euros, cuantía que los ganadores han de destinar a la adquisición de material o a la realización de actividades relacionadas con la comunicación audiovisual. Un jurado compuesto por representantes del CAA, la Fundación Cajasol y el Consejo Escolar de Andalucía valora el interés educativo, la calidad y coherencia del trabajo y su carácter innovador a la hora de conceder los galardones.

En esta nueva convocatoria se prevé la emisión de los vídeos ganadores en los canales de la televisión pública andaluza, siempre que superen los parámetros de calidad establecidos por Canal Sur, en el marco del convenio suscrito con RTVA a tal efecto.

Convenio con RTVA

El 8 de noviembre de 2018, el Subdirector General de la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía, Antonio Joaquín Durán Ayo, y la presidenta del CAA suscribieron un convenio de colaboración entre ambas instituciones que tiene como objeto la difusión de los Premios «El Audiovisual en la Escuela».

En dicho acuerdo la RTVA se compromete a ofrecer atención informativa preferente, en alguno de sus programas tanto de radio como televisión sobre la V Edición de los Premios, especialmente respecto a su convocatoria y la entrega de los mismos. Además de emitir en Canal Sur por cualquiera de sus canales de TV, los vídeos ganadores o fragmentos de los mismos, siempre que éstos superen los parámetros de calidad establecidos por RTVA para sus emisiones.

6. ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO

6.1. COMPOSICIÓN Y MIEMBROS

El Consejo Audiovisual de Andalucía es un órgano colegiado integrado por 11 miembros, personas de reconocido prestigio en los ámbitos de la comunicación audiovisual, científico, educativo, cultural o social, según establece su Ley de Creación. Son elegidos por mayoría de tres quintos del Parlamento de Andalucía y nombrados por el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía por un periodo de 5 años, pudiendo ser reelegidos una sola vez por un nuevo periodo de la misma duración. Su composición respeta el principio de paridad.

En el ejercicio 2018 el número de miembros del Consejo ha sido de 9, dada la existencia de dos vacantes no cubiertas desde el año 2015.

La persona que ocupa la presidencia, como máxima representante legal del Consejo Audiovisual de Andalucía –artículo 12 de su Reglamento orgánico y de funcionamiento– es propuesta por el Pleno de entre

sus miembros y nombrada por el/la Presidente/a de la Junta de Andalucía mediante decreto acordado por el Consejo de Gobierno –artículo 5 de su ley de creación–.

Composición

Presidenta

Dña, Emelina Fernández Soriano

Consejeros/as

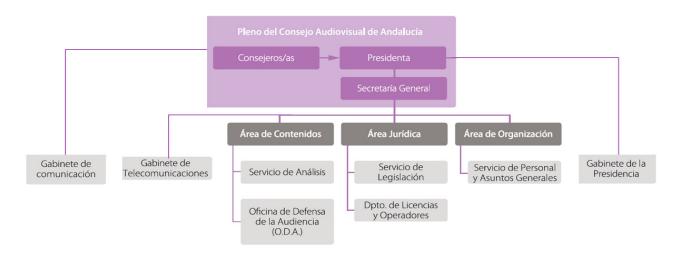
- D. José María Arenzana Seisdedos
- D. Eduardo Castro Maldonado
- D. Francisco Cervantes Bolaños
- Dña. Cristina Cruces Roldán
- Dña. Carmen Elías Iglesias
- Dña, Inmaculada Navarrete Contreras
- Dña. Carmen Fernández Morillo
- Dña. María Luisa Pérez Pérez

Secretario general

D. Juan Antonio Cortecero Montijano

6.2. ORGANIGRAMA Y FUNCIONES

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



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

		Responsabilidades	
Secretaría general		 Administración al servicio del Consejo. Jefatura inmediata del personal y la dirección de las áreas. Convocatorias para la celebración de las sesiones del Pleno y otros órganos del Consejo. 	
	Área de Organización	Presupuesto, recursos humanos, instalaciones y mobiliario, además de otros servicios.	
Áreas	Área Jurídica	Análisis jurídico de todos los asuntos que conoce el Consejo.	
	Área de Contenidos	Análisis y seguimiento de programas de los medios de comunicación audiovisual en Andalucía.	

La relación de puestos de trabajo vigente en el Consejo Audiovisual de Andalucía se aprobó por Decreto 216/2005, de 4 de octubre, y por Decreto 91/2006 de 2 de mayo. La misma cuenta con un total 43 de puestos de trabajo, de los que se encontraban ocupados a fecha 31 de diciembre de 2018, un total de 30: 27 correspondientes a personal funcionario y tres a personal laboral. El desglose por adscripción a las distintas Áreas y grupos se refleja en los siguientes cuadros:

FUNCIONARIOS	HOMBRES	MUJERES
AREA ORGANIZACION	4	4
AREA JURIDICA	1	3
AREA CONTENIDOS	3	4
DP.INFORMATICA	3	0
SECRETARIOS/AS	0	5
TOTAL	11	16

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

LABORALES	HOMBRES	MUJERES
CONDUCTOR	1	
P.S.G.	2	
TOTAL	3	0

Los nueve miembros del pleno, más el secretario general, integran los 10 altos cargos con los que cuenta el Consejo. Además, la presidenta está asistida técnicamente y asesorada por el gabinete de la Presidencia, constituido por cuatro miembros con carácter de personal eventual.

El desglose por adscripción a las distintas áreas se refleja en los siguientes cuadros:

TOTAL PERSONAL POR CATEGORÍA					
SEXO	SEXO HOMBRES MUJERES				
ALTOS CARGOS	4	6	10		
EVENTUALES	2	2	4		
FUNCIONARIOS	12	17	29		
LABORALES	3	0	3		
TOTAL	46				

6.3. PRESUPUESTOS

El CAA cuenta con unos recursos presupuestarios que se recogen en la -Sección 06.00- y el Programa Presupuestario 11H «Autoridad y Asesoramiento Audiovisual de la Comunidad Autónoma» del Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

El anteproyecto del presupuesto se incorpora cada año como sección al Anteproyecto de Presupuestos de la Comunidad Autónoma de Andalucía y, una vez aprobado, su gestión está sometida tanto a la Ley 5/1983 General de la Hacienda Pública de la Comunidad Autónoma, como a las leyes de presupuesto de cada ejercicio. Asimismo, el Consejo Audiovisual está bajo el régimen de intervención y contabilidad que determina la citada Ley de Hacienda Pública.

Para el ejercicio 2018 el presupuesto del Consejo se dotó con un crédito definitivo de inicial de 4.566.551 euros, lo que representó una cuantía ligeramente superior (0,9%) al presupuesto de 2017. Es el segundo año consecutivo en el que vuelve a crecer el presupuesto del CAA que desde 2008 mantuvo una tendencia de reducción, si bien en una línea muy moderada que no rompe la senda de ahorro presupuestario que se viene aplicando el organismo, en consonancia con las medidas de austeridad adoptadas por el gobierno de la Junta de Andalucía. Dicho ajuste ha ido acompañado de un notable esfuerzo para aumentar la eficiencia en todos sus departamentos, de manera que no se vieran afectadas ni la cantidad ni la calidad de las actividades desplegadas.

La estructura del presupuesto para el año 2018 fue la siguiente:

CAPITULO	CRÉDITO	OBLIGACIONES	% EJECUCIÓN
CAPITOLO	DEFINITIVO	RECONOCIDAS	PPTO 2017
CAPÍTULO I	2.868.587,00	2.628.138,95	91,62%
CAPÍTULO II	1.108.898,00	863.020,69	77,83%
CAPÍTULO IV	4.066,00	3.065,00	75,38%
CAPÍTULO VI	585.000,00	493.711,06	84,40%
TOTAL	4.566.551,00	3.987.935,70	87,33%

En el periodo 2008-2016, el presupuesto del CAA se ha reducido en un 46,2%.

Ejercicio	Presupuesto				
2008	8.422.312 €				
2009	7.768.185 €				
2010	7.213.909 €				
2011	6.677.819 €				
2012	5.267.351 €				
2013	4.980.566 €				
2014	4.622.594 €				
2015	4.455.312 €				
2016	4.425.124 €				
2017	4.524. 158 €				
2018	4.566.551				

En relación a los ejercicios presupuestarios anteriores, los resultados comparativos de los tres últimos ejercicios aparecen reflejados en el siguiente cuadro:

	2016			2017			2018		
CAPITULO	CRÉDITO DEFINITIVO	OBLIGACIONES RECONOCIDAS	% EJECUCIÓN	CRÉDITO DEFINITIVO	OBLIGACIONES RECONOCIDAS	% EJECUCIÓN	CRÉDITO DEFINITIVO	OBLIGACIONES RECONOCIDAS	% EJECUCIÓN
CAPÍTULO I	2.792.682,00	2.544.994,12	91,13%	2.826.194,00	2.483.834,11	87,89%	2.868.587,00	2.628.138,95	91,62%
CAPÍTULO II	1.058.376,00	851.020,56	80,41%	1.108.898,00	882.760,47	79,61%	1.108.898,00	863.020,69	77,83%
CAPÍTULO IV	4.066,00	2.400,00	59,03%	4.066,00	2.400,00	59,03%	4.066,00	3.065,00	75,38%
CAPÍTULO VI	570.000,00	489.296,20	85,84%	585.000,00	483.767,28	82,70%	585.000,00	493.711,06	84,40%
TOTAL	4.425.124,00	3.887.710,88	87,86%	4.524.158,00	3.852.761,86	85,16%	4.566.551,00	3.987.935,70	87,33%

La disminución de los créditos y del gasto en el Capítulo I registrada en los ejercicios 2014 y en los precedentes, obedeció a la incidencia total de las medidas de austeridad adoptadas al objeto de paliar la situación de crisis económica. A partir de 2015 cambia la tendencia por la recuperación en este ejercicio de parte de las retribuciones del personal funcionario que fueron suprimidas en los ejercicios anteriores. Así, el volumen de los créditos ejecutados correspondientes a los Gastos de Personal (obligaciones reconocidas) en 2018 representó el 65,92 % del total del presupuesto ejecutado del Consejo.

En relación al Capítulo II, las obligaciones reconocidas de este capítulo en 2018 fueron 20.000 euros inferiores a 2017, mostrando un porcentaje de ejecución también inferior que en los años precedentes.

Respecto al grado de ejecución del Capítulo IV, la disminución de los créditos disponibles se ha mantenido durante 2016, 2017 y 2018, y se enmarca igualmente dentro de la política de austeridad y contracción del gasto, ejecutándose en un 75,38%.

En cuanto al Capítulo VI, se observa por un lado una disminución en las obligaciones reconocidas respecto a los ejercicios anteriores, con tendencia a situarse en el nivel estable, que evidencia que esta partida de inversiones reales no admite más posibilidad de ahorro. Las obligaciones reconocidas en 2018 alcanzaron el 84,40% de los créditos, nivel dos puntos superior a la ejecución del mismo Capítulo en 2017.

A modo de resumen del trienio, puede destacarse la recuperación del crédito en 2018, tras una continua disminución de los créditos presupuestarios totales iniciada ya hace más de cinco años, y que entre 2013 y 2016 supuso un descenso superior al medio millón de Euros en los presupuestos del Consejo. También se destaca que las obligaciones reconocidas en su conjunto durante el trienio 2016-2018 han experimentado también un considerable descenso como consecuencia de las medidas de ahorro y austeridad llevadas a cabo en el Consejo Audiovisual de Andalucía.

6.4. ÓRGANOS DE GOBIERNO

Pleno

El Pleno es el órgano colegiado del Consejo Audiovisual, su órgano superior de decisión y el encargado de establecer sus líneas de actuación. Está compuesto por los consejeros y consejeras, y se encuentra asistido por el secretario general, que actúa con voz pero sin voto. En el año 2018, se celebraron 16 sesiones plenarias, una de ellas en Jaén (7 de febrero) y otra en Ronda (10 de julio). Las otras 14 tuvieron lugar en la sede del CAA en Sevilla.

Comisiones

Comisión de Contenidos y Publicidad (televisión y radio) se encarga de:

 Tramitar las quejas, peticiones y sugerencias recibidas a través de la Oficina de Defensa de la Audiencia y estudiar las alertas detectadas a través del sistema de seguimiento de medios.

 Elaborar decisiones, instrucciones o recomendaciones derivadas de contenidos audiovisuales y publicidad, así como supervisar las ediciones periódicas del Barómetro Audiovisual de Andalucía, informes y los estudios de contenido.

Comisión de Pluralismo, Regulación y Nuevos Servicios Audiovisuales se encarga de:

- Debatir y conocer los asuntos relacionados con la salvaguarda de los principios de pluralismo político y supervisar la elaboración de los estudios de pluralismo.
- Incorporar los indicadores de imparcialidad informativa en los informes de pluralismo político.
- Elaborar las propuestas de modificaciones legislativas e informar de las propuestas de acuerdos que hayan de elevarse al Pleno en los procedimientos sancionadores.
- Estudiar los impactos en la regulación audiovisual que se deriven de la aparición de nuevos servicios audiovisuales.

Comisión de Fomento de Servicio Público en las Televisiones Autonómicas y Locales andaluzas se encarga de:

- Vigilar el cumplimiento de las funciones de servicio público relativas a la emisión de espacios obligatorios, en particular, la emisión de campañas de sensibilización y publicidad gratuita.
- Elaborar metodologías para la aplicación de la función de servicio público en las televisiones autonómicas y locales andaluzas, así como fomentar la emisión de programas audiovisuales de formación destinados preferentemente a los ámbitos infantil, juvenil, laboral, del consumo y otros de especial incidencia.
- Elaboración de un informe de implantación de instrumentos y herramientas para asegurar la independencia e imparcialidad informativa en los medios de comunicación de titularidad pública en Andalucía.

COMPOSICIÓN DE LAS COMISIONES

COMISIÓN DE CONTENIDOS Y PUBLICIDAD

Presidenta

Sra. Consejera Carmen Fernández Morillo

Miembros

Sr. Consejero José María Arenzana Seisdedos

Sr. Consejero Francisco Cervantes Bolaños

Sra. Consejera Inmaculada Navarrete Contreras

Secretario: Coordinador del Área de Contenidos

COMISIÓN DE PLURALISMO, REGULACIÓN Y NUEVOS SERVICIOS AUDIOVISUALES

Presidente

Sr. Consejero Eduardo Castro Maldonado

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

Miembros

Sra. Consejera Cristina Cruces Roldán

Sra. Consejera Carmen Elías Iglesias

Sra. Consejera Inmaculada Navarrete Contreras

Sra. Consejera María Luisa Pérez Pérez

Secretaria: Coordinadora del Área Jurídica.

COMISIÓN DE FOMENTO DE SERVICIO PÚBLICO EN LAS TELEVISIONES AUTONÓMICAS Y LOCALES ANDALUZAS

Presidenta

Sra. Consejera María Luisa Pérez Pérez

Miembros

Sr. Consejero José María Arenzana Seisdedos

Sra. Consejera Cristina Cruces Roldán

Sra. Consejera Carmen Elías Iglesias

Secretario: Coordinador del Área de Organización.

7. RESUMEN DE ACTIVIDADES

DECISIONES

- ✓ Decisión 1 2018 Advertencia a Canal Sur TV de la emisión de comunicaciones comerciales sin señalizar.
- ✓ Decisión 2 2018 Tercera advertencia a Canal 43 de la inserción de publicidad en informativos de menos de 30 minutos.
- ✓ Decisión 3 2018 Advertencia a Teleonuba Almonte de la inserción de imágenes de bebidas alcohólicas en comunicaciones comerciales patrocinadas.
- ✓ Decisión 4 2018 Requerimiento de cese de comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas de menos de 20 grados en horario no permitido a PTV Málaga.
- ✓ Decisión 5 2018 Criterios e indicadores sobre publicidad discriminatoria para la mujer y estereotipos sexistas.
- ✓ Decisión 6 2018 Realización de un Informe de Contenidos sobre el tratamiento informativo dado a la violación de una menor en la provincia de Jaén.
- ✓ Decisión 7 2018 Elaboración de informes sobre el tratamiento de la imagen de las personas con discapacidad y condiciones de accesibilidad universal.
- ✓ Decisión 8 2018 Requerimiento de cese de comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas de menos de 20 grados en horario no permitido a Canal Málaga.

- ✓ Decisión 9 2018 Advertencia a Costa Noroeste TV de la emisión de comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas en horario no permitido.
- ✓ Decisión 10 2018 Sobre tratamiento informativo a una agresión sexual a una menor en la provincia de Jaén.
- ✓ Decisión 11 2018 Advertencia a Huelva Tv de la emisión de comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas en horario no permitido.
- ✓ Decisión 12 2018 Advertencia a Canal 43 de la emisión de comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas en horario no permitido.
- ✓ Decisión 13 2018 Requerimiento de cese de comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas en horario no permitido a Canal 43.
- ✓ Decisión 14 2018 Requerimiento de cese de comunicaciones comerciales de naturaleza política a Canal Costa.
- ✓ Decisión 15 2018 Requerimiento de cese de patrocinio del informativo a 101 TV.
- ✓ Decisión 16 2018 Requerimiento de cese de patrocinio en el informativo a Canal Sur TV en la desconexión provincial de Cádiz.
- ✓ Decisión 17 2018 Advertencia de la inserción de patrocinio en el informativo a Canal Sur TV en la desconexión provincial de Sevilla.
- ✓ Decisión 18 2018 Sobre el tratamiento informativo dado a la desaparición y asesinato de un menor en Almería.
- ✓ Decisión 19 2018 Sobre los contenidos emitidos por la televisiones bajo competencia del CAA.
- ✓ Decisión 20 2018 Advertencia a Canal Sur TV de la inserción de patrocinios no ajustados a la normativa en el informativo de una desconexión provincial.
- ✓ Decisión 21 2018 Advertencia a Canal Sur TV y Andalucía TV de la inserción de patrocinios no ajustados a la normativa.
- ✓ Decisión 22 2018 Sobre la representación de hombres y mujeres en los informativos de las televisiones públicas andaluzas.
- ✓ Decisión 23 2018 Advertencia de la inserción de patrocinios no ajustados a la normativa en Canal Sur TV.
- ✓ Decisión 24 2018 Advertencia de la inserción de patrocinios no ajustados a la normativa en Ondaluz Jerez.
- ✓ Decisión 25 2018 Requerimiento de cese de comunicaciones de comerciales de producto milagro a Ondaluz Sevilla.
- ✓ Decisión 26 2018 Sobre el tratamiento informativo dado a la inmigración por los prestadores del servicio audiovisual de Andalucía.
- ✓ Decisión 27 2018 Advertencia a Andalucía TV de la emisión de publicidad sin señalizar.
- ✓ Decisión 28 2018 Segundo requerimiento de cese de publicidad de bebidas alcohólicas en horario no permitido a Ondaluz Sevilla.
- ✓ Decisión 29 2018 Sobre la imagen de la discapacidad en la publicidad televisiva.
- ✓ Decisión 30 2018 Advertencia de la inserción de patrocinios no ajustados a la normativa en Canal Sur TV y Andalucía TV.

- ✓ Decisión 31 2018 Sobre el tratamiento informativo del ciberacoso en las televisiones públicas de Andalucía 2009-2017.
- ✓ Decisión 32 2018 Requerimiento de cese de comunicaciones comerciales sin señalizar a Andalucía TV.
- ✓ Decisión 33 2018 Advertencia de la inserción de patrocinios en la desconexión provincial del informativo de Canal Sur TV desconexión provincial Sevilla.
- ✓ Decisión 34 2018 Sobre el pluralismo social en el mundo del trabajo en las televisiones públicas andaluzas.
- ✓ Decisión 35 2018 Sobre el pluralismo político en las televisiones públicas andaluzas 2017-2018.
- ✓ Decisión 36 2018 Sobre la violencia de género como asunto de actualidad informativa en 2017.
- ✓ Decisión 37 2018 Requerimiento a la RTVA del cumplimiento del Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia por emisión de imágenes de particular crudeza.
- ✓ Decisión 38 2018 Requerimiento de cese de comunicaciones comerciales de naturaleza política a M95 TV.

RESOLUCIONES Y ACUERDOS ODA

- ✓ Resolución 1 2018 Sobre pluralismo político en Radio Chiclana.
- ✓ Resolución 2 2018 Sobre publicidad encubierta en el programa La Báscula de Canal Sur TV.
- ✓ Resolución 3 2018 Sobre imparcialidad en la cobertura de una noticia en FTV Fuengirola.
- ✓ Resolución 4 2018 Sobre falta de pluralismo e imparcialidad en las noticias referidas a la Ciudad Autónoma de Melilla en TVE Andalucía.
- ✓ Resolución 5 2018 Sobre falta de pluralismo e imparcialidad en RTV Tarifa.
- ✓ Resolución 6 2018 Sobre pluralismo político en el programa Guillena al Día del Ayuntamiento de Guillena.
- ✓ Resolución 7 2018 Sobre comunicación comercial del lavavajillas Fairy.
- ✓ Resolución 8 2018 Sobre falta de pluralismo e imparcialidad en Onda Castilblanco TV
- ✓ Acuerdo de inadmisión de una queja relativa a una publicidad de Vodafone.
- ✓ Acuerdo de inadmisión de una queja referida a la discriminación de la mujer.
- ✓ Acuerdo de inadmisión de una queja relativa a la emisión de corridas de toros en Canal Sur TV en horario protegido.
- ✓ Acuerdo por el que se canaliza una queja sobre el programa La Mañana de la 1 de TVE

RECOMENDACIONES

- ✓ Recopilatorio de recomendaciones del Consejo Audiovisual de Andalucía.
- ✓ Criterios e indicadores sobre publicidad discriminatoria para la mujer y estereotipos sexistas.
- ✓ Indicadores y metodología para evaluar la imparcialidad informativa de los medios audiovisuales de titularidad pública.

INFORMES

- ✓ Informe sobre la accesibilidad a los contenidos audiovisuales en televisiones autonómicas en 2017.
- ✓ Informe sobre el tratamiento periodístico de la inmigración.
- ✓ Informe sobre pluralismo político en las televisiones públicas de Andalucía 2016-2017.
- ✓ Informe sobre pluralismo político en las televisiones públicas de Andalucía 2017-2018.
- ✓ Informe sobre la discapacidad en la publicidad.
- ✓ Informe sobre la distribución por sexo de los tiempos de palabra en los informativos de las televisiones públicas andaluzas, 2017.
- ✓ Informe sobre los contenidos emitidos en las televisiones bajo competencia del CAA, 2017.
- ✓ Informe sobre el tratamiento informativo dado a la desaparición y asesinato de un menor en Almería.
- ✓ Informe sobre pluralismo social en el mundo del trabajo en los informativos de las televisiones públicas andaluzas 2009-2017.
- ✓ Informe sobre la información en los servicios televisivos de Andalucía.
- ✓ Informe sobre la promoción en 2017 de obras audiovisuales europeas e independientes en televisiones autonómicas de Andalucía.
- ✓ Informe sobre la presencia de la violencia de género en los informativos de las televisiones públicas andaluzas 2017.
- ✓ Informe sobre el tratamiento informativo dado por las televisiones al caso de una violación en Jaén.
- ✓ Informe sobre el tratamiento informativo del ciberacoso en las televisiones públicas de Andalucía 2009-2017.

ESTUDIOS

✓ Barómetro Audiovisual de Andalucía 2018

INFORMES PRECEPTIVOS

- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de Fuente Obejuna (Córdoba).
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de Montefrío (Granada).
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de Villanueva del Río y Minas (Sevilla).
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de San Juan del Puerto (Huelva).

- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de Abrucena (Almería).
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de Trebujena (Cádiz).
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de Isla Cristina (Huelva).
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de Iznájar (Córdoba).
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de Nerva (Huelva).
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de Vejer de la Frontera (Cádiz).
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de Adra (Almería).
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la gestión directa del servicio público de televisión al Ayuntamiento de Almería.
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la gestión directa del servicio público de televisión al Ayuntamiento de Cádiz.
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la gestión directa del servicio público de televisión al Ayuntamiento de Córdoba.
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la gestión directa del servicio público de televisión al Ayuntamiento de Fuengirola.
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la gestión directa del servicio público de televisión al Ayuntamiento de Jerez de la Frontera (Cádiz).
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de Espejo (Córdoba).
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de Algarinejo (Granada).
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de Atarfe (Granada).
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de Conil de la Frontera (Cádiz).
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de El Valle (Granada).
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de Espiel (Córdoba).
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de Istán (Málaga).

Núm. 39 XI LEGISLATURA 14 de marzo de 2019

- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de La Carlota (Córdoba).
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de La Rinconada (Sevilla).
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de Villa del Río (Córdoba).
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de Benalúa (Granada).
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de Torredonjimeno (Jaén).
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de Escacena del Campo (Huelva).
- ✓ Informe preceptivo sobre la renovación de la concesión de la emisora de radiodifusión al Ayuntamiento de Punta Umbría (Huelva).
- ✓ Informe preceptivo sobre la transmisión de la licencia para el servicio de comunicación audiovisual radiofónica en Ronda (Málaga).
- ✓ Informe preceptivo sobre la extinción de la concesión de licencia del servicio de comunicación audiovisual televisivo a Kiss Tv Andalucía en la demarcación del Almonte (Huelva).
- ✓ Informe preceptivo sobre la transmisión de licencias de televisión digital terrestre de las demarcaciones de Lebrija y Lora del Río, titularidad de Onda Giralda S.A. a favor de Publicaciones del Sur S.A.
- ✓ Informe preceptivo sobre la extinción de la concesión para la gestión directa del servicio público de televisión local por ondas terrestres otorgada a T.D.T.L. Campiñadigital TV S.L.
- ✓ Informe preceptivo sobre la transmisión de licencia para la prestación del servicio de comunicación audiovisual radiofónica en Lucena (Córdoba) a favor de Opción Radio S.L.

