

Líneas generales de actuación

Septiembre 2013- febrero 2016

10 de julio de 2013

Líneas generales de actuación

El presente documento contiene las líneas generales de actuación del Consejo Audiovisual de Andalucía para el periodo comprendido entre septiembre de 2013 y febrero de 2016.

Con las acciones previstas se persigue consolidar al Consejo Audiovisual de Andalucía como una institución:

“Socialmente responsable, útil para la ciudadanía y expresión de la calidad democrática en Andalucía”

Las líneas generales de actuación previstas son:

- 1. Protección de los derechos de la ciudadanía**
- 2. Defensa de la igualdad**
- 3. Fomento de la cultura**
- 4. Conexión con la sociedad**
- 5. Refuerzo del pluralismo**
- 6. Control de la publicidad**
- 7. Fortalecimiento institucional**
- 8. Consolidación como experto audiovisual**

Línea de actuación

Protección de los derechos de la ciudadanía

El Estatuto de Autonomía para Andalucía define el Consejo Audiovisual como la autoridad audiovisual independiente encargada de velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en los medios audiovisuales, tanto públicos como privados, en Andalucía, así como por el cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad. Además, destaca que velará especialmente por la protección de la juventud y la infancia en relación con el contenido de la programación.

Menores

En el último informe sobre los contenidos emitidos por las televisiones bajo competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía del año 2012 se constata una reducción de la **programación infantil**. El CAA considera necesario realizar un diagnóstico de esta cuestión, conocer el comportamiento de prestadores y audiencias, así como las expectativas y demandas ciudadanas de este tipo de contenidos en Andalucía.

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

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

Servicio público

El CAA vigila el cumplimiento de la función de servicio público de las televisiones públicas. Para dar una respuesta más operativa a dicho seguimiento, el CAA abordará la elaboración de **procedimientos de control** a los prestadores públicos autonómicos y locales en base a los requisitos establecidos en la legislación aplicable.

Con relación al **derecho de acceso** y sus posibilidades de desarrollo, el objetivo será establecer unas recomendaciones a los medios públicos andaluces sobre este principio constitucional que aún no ha sido suficientemente desarrollado.

Colectivos más vulnerables

El CAA hará público un informe anual sobre el grado de **cumplimiento de las medidas de accesibilidad de los prestadores andaluces**, en base a la legislación audiovisual vigente y la instrucción sobre la accesibilidad a los contenidos emitidos por las televisiones andaluzas para las personas con discapacidad sensorial aprobada en 2013 por el Consejo.

Línea de actuación

Defensa de la igualdad

Estereotipos de género

Tras los diferentes estudios elaborados en materia de igualdad, es necesario avanzar en el análisis de la imagen que ofrecen los medios de las mujeres y los hombres. Por ello, el CAA ha impulsado la creación de un grupo de trabajo en el marco de la Red de Instituciones Reguladoras Mediterráneas con el objetivo de **consensuar unos criterios** que permitan identificar y, en su caso, actuar de forma efectiva cuándo determinado programa o publicidad emitida por radio o televisión incluya contenidos discriminatorios hacia las mujeres.

En este contexto, el CAA elaborará un análisis sobre la **transmisión de estereotipos sexistas en publicidad**, en los anuncios de mayor difusión de diferentes sectores.

Presencia de la mujer

El informe que elabora anualmente el Consejo para evaluar a las televisiones públicas en función del **grado de equilibrio** conseguido **entre sexos en sus informativos** no presenta cambios significativos en los últimos cuatro años. Por el contrario, señala que los medios reflejan y ayudan a consolidar las desigualdades aún existentes. Es necesario, por tanto, insistir en la necesidad de combatir esta situación y propiciar un diálogo con el sector sobre su papel como motor de cambio de la sociedad.

Violencia de género

La prevención y erradicación de la violencia de género es un objetivo compartido por toda la sociedad, en el que están especialmente implicados los medios de comunicación. Pese al alto grado de concienciación y sensibilización que tienen los medios hacia el problema de la violencia de género, la mayor parte carecen de códigos o normas de autorregulación específicas, tal como prevé la legislación. Por ello, el CAA dirigirá actuaciones tendentes a fomentar la **co-regulación** en esta materia y analizar el **tratamiento informativo** dado por los medios de su competencia a esta lacra social.

Línea de actuación

Fomento de la cultura

Contenidos Culturales

El CAA considera importante evaluar la **presencia y características de los contenidos culturales en las televisiones públicas de Andalucía**, con el objetivo de conocer el impacto de la programación cultural en la ciudadanía andaluza, analizar el comportamiento de los prestadores autonómicos y locales en el ámbito de la producción cultural y conocer las expectativas y demandas ciudadanas de este tipo de contenidos.

El CAA tiene entre sus funciones velar por que la actividad de los operadores del sector contribuya a reforzar la identidad del pueblo andaluz, su diversidad cultural y su cohesión social, económica y territorial, además de Fomentar la defensa y promoción de las singularidades locales, así como del pluralismo de las tradiciones propias de los pueblos andaluces. En este sentido, se prevé la elaboración de un estudio de los **estereotipos sobre Andalucía y los andaluces** difundidos en las series de ficción

Industria Audiovisual

Una de las funciones del CAA es propiciar que el espacio audiovisual andaluz favorezca la capacidad emprendedora de los andaluces para lograr una comunidad socialmente avanzada, justa y solidaria, que promueva el desarrollo y la innovación de la industria audiovisual. En este sentido, la institución en base a la normativa aplicable vigilará que los prestadores públicos cumplan con su obligación de contribuir anualmente a la **financiación anticipada de la producción europea y producción propia** que refleje la diversidad cultural y lingüística de la ciudadanía.

También el CAA elaborará un análisis del conjunto de **emisiones cinematográficas** el prestador público autonómico por su papel esencial en el desarrollo de las industrias audiovisuales de Andalucía y por su compromiso explícito con las obras cinematográficas en nuestra Comunidad.

Línea de actuación

Conexión con la sociedad

Oficina de Defensa de la Audiencia

A través de la Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA) la ciudadanía puede trasladar al CAA peticiones, sugerencias y quejas sobre los contenidos de la programación y la publicidad que emiten las emisoras de radio y las televisiones locales y autonómicas andaluzas, manteniendo así una relación constante y fluida con los distintos sectores de la sociedad andaluza.

Con el objetivo de reforzar las acciones de la ODA se considera adecuado elaborar una **estrategia de comunicación**, difusión y sensibilización, además de **revisar los procedimientos** internos de recepción y resolución de las reclamaciones para agilizar y facilitar el acceso de los ciudadanos a esta herramienta.

Participación ciudadana

Para un buen desarrollo de las funciones del CAA es esencial una **comunicación fluida con la ciudadanía**. Para ello, es necesario conocer los estados de opinión y las expectativas de la población andaluza respecto a los medios audiovisuales, así como el nivel de conocimiento y atribuciones respecto al Consejo Audiovisual de Andalucía. Este conocimiento se alcanza con la elaboración del **Barómetro Audiovisual de Andalucía** que ofrece información útil y relevante, no sólo para el CAA, sino para todos los agentes e instituciones implicados en este sector.

En este mismo contexto el CAA organizara **encuentros con la sociedad civil**, consumidores, usuarios y otras asociaciones, con el objetivo de darles a conocer las actividades que desarrolla en consejo y recoger las preocupaciones y sugerencias que puedan tener con relación al sistema audiovisual andaluz. Se abrirán canales de participación ciudadana en la **Web y Redes Sociales** del CAA.

Medios Comunitarios

La Ley General de la Comunicación Audiovisual contempla los servicios de comunicación audiovisual comunitarios al afirmar que todas las personas tienen el derecho a que la comunicación audiovisual se preste a través de una pluralidad de medios, tanto públicos, comerciales como comunitarios que reflejen el pluralismo ideológico, político y cultural de la sociedad. Estos medios, sin ánimo de lucro, tienen como objetivo **atender las necesidades sociales, culturales y de comunicación específicas de comunidades y grupos sociales**, así como para fomentar la participación ciudadana y la vertebración del tejido asociativo. Desde el CAA se considera adecuado el impulso de acciones que permitan una mayor presencia de los medios comunitarios en radio y televisión.

Línea de actuación

Refuerzo del pluralismo y la neutralidad

Pluralismo Político

La Ley General de la Comunicación Audiovisual establece que todas las personas tienen el derecho a que la comunicación audiovisual (...) refleje el pluralismo ideológico, político y cultural de la sociedad.

En este sentido el CAA elabora anualmente un informe de pluralismo político en los informativos de las televisiones públicas de Andalucía. El Consejo ha reclamado en varias ocasiones la necesidad establecer una base legal que recoja unos criterios objetivos para avanzar y profundizar en la evaluación del pluralismo político. El Parlamento Andaluz ya ha registrado dos PNLC en las que se propone otorgar capacidad de actuación al CAA ante la ausencia de pluralismo y la adopción normativa de dichos criterios. El Consejo seguirá impulsando esta línea de trabajo.

Otros pluralismos

Por otro lado, el CAA abordará el estudio de otros pluralismos como el pluralismo deportivo, social y/o religioso. Para ello evaluará el cumplimiento de estos pluralismos en la oferta televisiva de Andalucía, con un análisis específico para los prestadores públicos.

Neutralidad

El CAA, además, se ha propuesto diseñar una metodología que permita realizar estudios de neutralidad de los informativos de Canal Sur TV y de los telediarios autonómicos que emite en su desconexión andaluza La1 de TVE. Estos estudios se ampliarían además a los teletinformativos de los prestadores públicos locales cuyos resultados en los informes periódicos de pluralismo político presenten un desequilibrio más acusado.

Control de la publicidad

Publicidad General

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

Publicidad Institucional

La publicidad institucional es una modalidad de publicidad al servicio de las Administraciones públicas que utiliza las técnicas de la publicidad comercial para difundir sus mensajes. Esta actividad publicitaria debe desarrollarse de acuerdo con los principios de igualdad, objetividad, veracidad e imparcialidad. El CAA ya ha actuado requiriendo el cese diversas modalidades de publicidad institucional en prestadores públicos andaluces. No obstante, el CAA elaborará unos **criterios o recomendaciones** sobre esta cuestión.

Actividades de juego

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

Línea de actuación

Fortalecimiento institucional

Coordinación Institucional

En el marco de las competencias asumidas por el CAA, se llevan a cabo actuaciones sobre asuntos que en ocasiones son competencia de otras administraciones u organismos. Por ejemplo, la emisión por parte de prestadores de carácter estatal de publicidad de productos milagros o de programas con contenidos de esoterismo en horario protegido, en estos casos se ha dado traslado a la Secretaría de Estado para las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (SETSI) que ha actuado a instancias del CAA. Lo mismo ocurre con otras cuestiones cuya competencia reside en la Dirección General de Comunicación Social (DGCS) u otros organismos. En este marco de colaboración, el Consejo considera necesario la celebración de **encuentros institucionales y reuniones técnicas** con todos los organismos relacionados con el objetivo de mejorar la eficacia de estas actuaciones conjuntas.

Relaciones Internacionales

EL CAA considera de especial relevancia su **presencia en foros de discusión y redes de intercambio de información** sobre cuestiones comunes de reglamentación europea y Mediterránea entre las instancias de regulación del sector audiovisual.

Consolidación como experto audiovisual

Mapa Audiovisual

Desde el año 2010, el CAA elabora un informe de catalogación de los contenidos emitidos por una selección de los operadores de TDT que emiten en la comunidad autónoma. Esta catalogación supone una importante fuente de información y sirve de base para diversas actuaciones del Consejo. Por este motivo el CAA considera conveniente continuar y avanzar en estos informes de catalogación para el **conocimiento de la realidad de los contenidos** de la televisión local en Andalucía.

Actualidad Audiovisual

El Consejo Audiovisual de Andalucía organiza todos los años una **jornada de reflexión** sobre los retos que se plantean en el sector audiovisual a nivel nacional y global. En el año 2011 el debate se centró en la alfabetización mediática, en 2012 en la televisión conectada y en la última edición se abordó como garantizar la función servicio público de las televisiones en el nuevo entorno digital. El CAA continuará con la celebración anual de estas jornadas sobre asuntos de actualidad del sector. El contenido de las mismas será publicado en los **Cuadernos del Audiovisual** que edita el Consejo anualmente.

Alfabetización Mediática

La Ley General de la Comunicación Audiovisual insta a los poderes públicos y a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual a contribuir a la alfabetización mediática de los ciudadanos. El CAA incluyó esta cuestión en su plan estratégico 2011-2013, continuando con esta línea, el CAA se propone la concesión de unos **premios de carácter anual** a trabajos realizados en los **centros escolares** que contribuyan al fomento de la alfabetización mediática.

Asimismo, el CAA organizará **sesiones formativas** dirigidas a profesorado, ampas, alumnado para reforzar las competencias audiovisuales de la comunidad educativa.