



UNIVERSIDAD DE JAÉN  
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

Trabajo Fin de Grado

**POLÍTICAS PÚBLICAS  
AUDIOVISUALES.  
EL CONSEJO  
AUDIVISUAL DE  
ANDALUCÍA COMO  
INSTRUMENTO DE  
RACIONALIZACIÓN.**

Alumno: Carlos Francisco Ortega Olid

ÍNDICE .....	3
<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	3
1.1. Justificación del tema .....	3
<b>2. MARCO TEÓRICO</b> .....	3
2.1. Los medios de comunicación en las sociedades actuales .....	3
2.2. Los instrumentos para evaluar la información procedente de los medios de comunicación. ....	9
<b>3. MARCO METODOLÓGICO</b> .....	11
3.1. Metodología .....	11
<b>4. ANÁLISIS DEL CONSEJO</b> .....	11
4.1. ¿Qué es el Consejo Audiovisual de Andalucía? .....	11
4.2. ¿Cuáles son sus funciones / objetivos? .....	13
4.3. Miembros actuales y anteriores .....	21
<b>5. EL PAPEL DEL CAA EN ANDALUCÍA</b> .....	25
5.1. Informes y publicaciones .....	25
5.2. Incidencias del Consejo Audiovisual de Andalucía en los medios de comunicación en Andalucía .....	29
<b>6. RELACIÓN DEL CAA CON LA POLÍTICA ANDALUZA</b> .....	31
6.1. ¿Pluralismo? .....	31
6.2. “Escándalos” del Consejo Audiovisual de Andalucía desde su creación .....	32
6.3. Consejo Audiovisual de Andalucía en la actualidad .....	33
<b>7. CONCLUSIONES</b> .....	34
<b>8. AGRADECIMIENTOS</b> .....	36
<b>9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	37

## **1. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Justificación del tema**

Es importante conocer el Consejo Audiovisual de Andalucía porque ayuda a entender el sistema de los medios de comunicación de nuestra Comunidad Autónoma, ya que tienen una gran importancia para el desarrollo y el buen conocimiento de la actualidad.

Es el organismo que vela para el buen funcionamiento de los medios audiovisuales de Andalucía, tanto públicos como privados. Los medios audiovisuales tienen una gran importancia en nuestra sociedad, porque llevan la información de forma más accesible para todos. A día de hoy, tenemos la información al momento con un solo clic, ya sea mediante redes sociales o páginas web, a través de nuestro Smartphone.

En este Trabajo de Fin de Grado, se va a llevar a cabo un análisis minucioso del Consejo Audiovisual de Andalucía, donde se estudiará con profundidad sus funciones, objetivos que desempeña y su aplicación a los tiempos modernos.

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Los medios de comunicación en las sociedades actuales**

Los medios de comunicación son necesarios para el desarrollo de la democracia y tienen un papel fundamental en el funcionamiento del Estado de derecho porque les corresponde actuar como observadores permanentes de las instituciones y denunciar posibles abusos de poder. Tener acceso a la información es un derecho básico, por eso una sociedad libre necesita una prensa independiente que permita a los ciudadanos conocer en todo momento lo que sucede en su entorno para actuar en consecuencia. Los medios de comunicación siempre han tenido gran influencia en la sociedad, pero también hay que relativizar su poder, porque están condicionados por una serie de

factores, políticos y económicos, que limitan su independencia, restringen sus funciones y los hacen vulnerables.<sup>1</sup>

Los medios son poderosos porque tienen capacidad para llegar a todos los ciudadanos e influir en la sociedad. A través de su línea editorial pueden orientar la opinión pública y modificar conductas y comportamientos. Estos efectos son especialmente relevantes en periodos electorales porque se traducen en votos, por eso los políticos están interesados en controlar los medios de comunicación porque saben que son un instrumento fundamental para hacer llegar sus mensajes a la audiencia y convencerla.<sup>2</sup>

### ***Los medios de comunicación en la democracia***

Los medios de comunicación en democracia los han definido a la perfección y de distintos puntos de vista en América Latina<sup>3</sup>, mientras desde Europa se siguen impulsando unas políticas en materia de telecomunicaciones carentes de nuevas propuestas, tal y como se define en el artículo publicado por Manuel Chaparro. En un contexto en el que la información se concibe, preferentemente, como un valor económico, los medios masivos construyen identidades y sostienen imaginarios cada vez más alejados de la defensa de los intereses de la ciudadanía.

Son necesarias más iniciativas sociales que promuevan el cambio de modelo empresarial mediático a partir de una reforma legislativa, con la que los medios lideren la construcción de nuevos imaginarios más acordes con los tiempos que vivimos. Es preciso una verdadera democratización de la comunicación y una participación activa y continua de la ciudadanía para superar una etapa bajo la quimera del desarrollo.

En relación con el papel que desempeñan los medios, es una certeza que los Medios se deben al capital que los hace posible. Aun aceptando esta realidad, la lógica

---

<sup>1</sup> Soengas Pérez, Xosé. (2018). *Los medios de comunicación en la sociedad actual: crisis, negocio y politización*. Recuperado de: <https://institucionales.us.es/ambitos/los-medios-de-comunicacion-en-la-sociedad-actual-tesis-negocio-y-politizacion/>

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Chaparro, Manuel. (2012). *Medios de comunicación y democracia*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4244276.pdf>

democrática exigirá que los intereses comerciales de las empresas de comunicación sean exclusivamente los de la industria editorial. No se puede concebir capital ajeno a estos intereses participando en el accionariado, en la propiedad de los medios. En el ámbito de la comunicación las empresas deben sustentarse con recursos provenientes de la producción editorial.

Tal y como se hace referencia en el artículo del Dr. Pablo S. Blesa Aledo<sup>4</sup>, los medios de comunicación juegan un papel determinante en las sociedades democráticas por una serie de razones:

1. Los medios de comunicación generan información, cultura, educación y entretenimiento de calidad, todo lo cual contribuye a la creación y sostenimiento de una “cultura cívica”.
2. Los medios de comunicación tienen una función delegada de supervisión y control en asuntos de interés público, especialmente los relativos a la gestión gubernamental de esos intereses y la acción del Estado.
3. En principio, esta función delegada se lleva a cabo, se sobreentiende, en el interés de los ciudadanos.
4. Los medios de comunicación substancian, y a su vez hacen posible, uno de los derechos más importantes que caracterizan a la sociedad democrática: la libertad de expresión, presente en todas las constituciones de los Estados europeos, y en la Carta de Derechos Fundamentales de la Unión.
5. Finalmente, a los medios de comunicación se les asigna la función de suministrar una información accesible al público en general, atractiva para las audiencias y asequible económicamente.

Estas razones nos dicen que existen diferentes puntos de vista y nos guían hacia diferentes asuntos con una transcendencia general, lo que conlleva a discusiones en las

---

<sup>4</sup> Blesa Aledo. Pablo. (2006). *Medios de comunicación y democracia: ¿El poder de los medios o los medios al poder?* Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2657491>

que se discute, se debate, o se intercambia información sobre ciertos temas de interés general.

En definitiva, en este artículo se comenta que los medios de comunicación y las teorías que se establecieron en un principio por Habermas, “han muerto”. Debido a lo que aquí llaman “oligopolización” esto es: la desigualdad en la producción y acceso a la misma de culturas, países y regiones enteras del planeta.

Otro punto importante a destacar, es como se desarrollan los medios de comunicación hoy en día, y qué impacto tienen en la ciudadanía, para ello, nos apoyamos en el artículo de Rómel Alfredo Montesinos Condo<sup>5</sup>. En él, a modo de resumen, se establece que los medios de comunicación desarrollan en las personas un panorama de dependencia. Además de esto, también se muestra cómo las personas participan en los mismos, y que si esta participación, refleja la realidad de los sentimientos, necesidades y problemas de la ciudadanía.

También, Issa Luna Pla, en su artículo “Medios de comunicación y democracia: Realidad, cultura cívica y respuestas legales y políticas<sup>6</sup>” da su visión, la cual es muy interesante, sobre lo que es la democracia, los medios de comunicación y la relación que tienen entre sí. Esta autora establece que las democracias actuales requieren de una cultura cívica sólida que participe y se interese por los asuntos públicos. De modo que, desde la realidad de los medios de comunicación y sus fuerzas de poder, el impacto en las sociedades no ha afectado con las necesidades cívicas de los individuos. El surgimiento de los grandes conglomerados de medios de comunicación ha causado que éstos no sean únicamente los guardianes o supervisores del poder público y político, o los "medios" entre la sociedad y el Estado. Parecen tener el papel de organismos con una autonomía económica propia, centrada principalmente, en mayor medida, a los intereses políticos y económicos del mundo actual, más que a la responsabilidad social que exige de ellos la democracia. Esto es el origen de una nueva relación entre Estado-

---

<sup>5</sup> Montesinos Condo. Rómel Alfredo. (2011). *Medios de comunicación y ciudadanía*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3759647>

<sup>6</sup> Luna Pla, Issa. (2001). *Medios de comunicación y democracia: Realidad, cultura cívica y respuestas legales y políticas*. Recuperado de: [http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n23/23\\_iluna.html](http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n23/23_iluna.html)

medios-sociedad que significa, primeramente, un desencanto de los modelos de servicio público que alimentaron y fortalecieron a la industria mediática durante muchos años.

En segundo lugar, cabe destacar la consideración de los medios como una fuerza cargada de intereses, lista para intervenir políticamente en el momento en que le convenga.

En tercer lugar, la necesidad de limitar y controlar las relaciones de poder entre el Estado y las fuerzas económicas de los medios.

En cuanto la sociedad civil se organice y se forme una masa crítica capaz de manifestar sus necesidades y deseos frente a la información, contenidos y acceso que de los medios obtenga, los propios esquemas económicos actuales pueden volcarse en favor a la democracia y ser, al mismo tiempo y en ciertas ocasiones, rentables y capitalizables como beneficiosos para la sociedad.

Finalmente, es por medio de la política y las normas jurídicas que estas relaciones consolidarán las democracias, mientras el Estado se proponga generar un ambiente democrático en busca de la equidad, justicia y tolerancia de un sistema democrático.

Además, los escritores Bettina Martino y Humberto López, escriben en su artículo “Medios de Comunicación y Democracia: apuntes para el análisis de una relación compleja<sup>7</sup>, que muchas de las transformaciones de la política y del funcionamiento democrático son atribuidas a un proceso creciente, en los últimos años, de massmediatización, es decir, los medios de comunicación social (radio, televisión, prensa). Estas transformaciones son evaluadas negativamente en dos sentidos: comparativamente, en relación a una situación de la democracia con ciudadanos plenamente involucrados y participativos, en la cual, la escena política no estaba dominada por la TV; y en forma de culpa, en la que se acusa a los medios de comunicación de “abarcar” el mundo, en consecuencia, acusando a la TV de “engullir”

---

<sup>7</sup> Martino, Bettina. López, Humberto. (2003). *Medios de Comunicación y Democracia: apuntes para el análisis de una relación compleja*. Recuperado de: [https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/114/Martinolopez.pdf](https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/114/Martinolopez.pdf)

a la política. En el presente artículo se analiza básicamente la omnipotencia de los medios, mostrando así cómo los mismos tienen un auge y una hegemonía muy poderosa en la sociedad.

Para finalizar, cabe destacar el artículo que escribe José Eduardo Jorge, “Los medios y la cultura política democrática”<sup>8</sup>, en el, se comenta que uno de los enfoques más importantes sobre el papel que desempeñan los medios de comunicación en el funcionamiento de la democracia es el que analiza los efectos de los medios en relación con la cultura política.

Comprende, entre otros aspectos, las actitudes de las personas hacia la democracia, sus instituciones centrales y su propia relación con el sistema político, además de la propia participación en asociaciones civiles y la difusión de valores básicos para la vida democrática, como la confianza, el respeto o tolerancia, las aspiraciones de libertad, la participación, la cooperación y la solidaridad.

La idea de que los medios de comunicación cumplen un papel importante en la esfera de la cultura política goza de aceptación general, pero la naturaleza exacta y la intensidad de ese influjo ya no está tan clara.

Una gran mayoría de la literatura reciente tiene una visión crítica del impacto de los medios, pues les atribuye la responsabilidad, o al menos parte de ella, de las actitudes negativas hacia el sistema político que se han extendido entre los ciudadanos de las democracias modernas.

Como conclusión, el giro actual de las actitudes políticas refleja las tensiones inevitables del proceso de cambio económico, cultural e institucional, aunque pueda ser considerado “negativo” por quienes añoran el modo de funcionamiento de las democracias de posguerra.

### ***Redes Sociales***

---

<sup>8</sup> Jorge, José Eduardo. (2010). *Los medios y la cultura política democrática*. Recuperado de: <https://cambiocultural.org/temas-clave/medios-de-comunicacion-en-democracia/>



Además de esto, las redes sociales, o en general, internet, se ha consolidado como un nuevo medio de comunicación audiovisual, debido a su auge e impacto que han tenido en los últimos tiempos.

Incluso si profundizamos más allá, los videojuegos también son un nuevo medio de comunicación audiovisual, o por lo menos se está comenzando a considerar como tal. Como opinión personal, considero que la herramienta del videojuego se puede utilizar como medio para mandar un mensaje en particular al jugador, de distinta índole.

La comunicación en sí misma se considera un intercambio de mensajes, por esto, los videojuegos en esta materia se alzan de forma triunfante, ya que consiguen que la interactividad entre los jugadores sea plena.

Hace algún tiempo, jamás nadie hubiera pensado que plataformas como Facebook o Twitter, serian una fuente de noticias en masa, lo mismo se aplica a los videojuegos, incluso más si cabe, con un gran impacto audiovisual para el espectador. Además, estos tienen una gran campaña publicitaria, por lo que se mezclan en si diferentes formas para comunicar.

## **2.2. Los instrumentos para evaluar la información procedente de los medios de comunicación.**

Aparecen como medio para transmitir la actualidad a las personas, mediante el uso de diferentes medios, como su propio nombre indica, algunos ejemplos de ello son, la televisión o la prensa.

Es cierto, que, con la llegada de internet, algún medio de comunicación, como por ejemplo la prensa, no solo se lleva a cabo de forma escrita, sino también de forma electrónica, algunos de ellos, incluso solamente mediante esta forma, aunque en su mayor parte se ha mantenido la periodicidad diaria.

Los objetivos principales de los medios de comunicación son informar, educar, transmitir, formar y entretener, entre otros. Uno de los objetivos principales de los

medios de comunicación, y que tiene gran importancia, es formar opinión, de esta forma se consigue que con toda la información que transmiten los medios de comunicación, las personas formen su propia opinión sobre ciertos temas.<sup>9</sup>

Los medios de comunicación son una herramienta muy potente a la hora de dar publicidad sobre algún tema en particular, ya que tienen muchísima influencia en la sociedad actual, y con un buen uso, pueden ser de gran utilidad.

También cabe destacar la importancia de las redes sociales como medio de comunicación, son una herramienta que ha ido surgiendo con mucha fuerza en los últimos tiempos, y actualmente tienen un gran impacto en nuestra sociedad. Algunas redes sociales virtuales como Twitter y Facebook han probado funcionar como maneras usadas por un gran número de individuos para mantenerse informados sobre la actualidad cotidiana, e incluso como medio de filtraje y selección de mensajes relevantes. En dichos medios puede darse el intercambio de información sobre actualidad cotidiana junto con otro tipo de mensajes más típicos de los medios de entretenimiento.

Realmente, se utilizan estos nuevos medios de comunicación como una especie de “diario”, me refiero a lo más parecido a la prensa. Con esto quiero decir que se utilizan las redes sociales para conocer la actualidad del mundo, en definitiva, son los medios de comunicación entre personas que más popularidad presentan y también son los medios en los que estamos mejor conectados entre sí unos con otros.

En relación con la actualidad, y la cantidad de información que recibimos a través de las redes sociales o de los medios de comunicación, se debe de tener cuidado y actuar de forma objetiva con ella, ya que puede no ser verídica, y, como en ocasiones se menciona en este Trabajo de Fin de Grado, puede dar lugar a falsas noticias o bulos.

Las redes sociales en sí, son buenas, si se sabe cómo utilizarlas, con responsabilidad y criterio, pues no podemos creernos todo lo que nos llega.

---

<sup>9</sup> Comunicación oral, Lenguaje y Comunicación. (s.d). Recuperado del sitio web de Icarito: <http://www.icarito.cl/2009/12/95-8655-9-2-medios-de-comunicacion-de-masa.shtml/>

### **3. MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1. Metodología**

Para llevar a cabo esta investigación, se ha escogido un método de investigación combinada, con técnicas cualitativas y cuantitativas, ya que para el análisis minucioso del Consejo Audiovisual de Andalucía es mejor contrastar datos estadísticos con la revisión de las diferentes leyes o incluso el Estatuto de Andalucía, junto con diferentes artículos de prensa.

Para el análisis cuantitativo, se ha analizado el Barómetro anual que realiza el Consejo Audiovisual de Andalucía, el cual constituye una fuente que estudia y analiza las percepciones y hábitos de la población andaluza en relación con los medios de comunicación audiovisual, cuyo objetivo es conocer y actuar en defensa de los valores asociados para salvaguardar los derechos de la población y el cumplimiento de la normativa que regula el sector audiovisual.

El Barómetro es importante, ya que analiza el tamaño de la muestra y aporta una serie de opiniones de los ciudadanos andaluces concretas, lo que permite estudiar la evolución y desarrollo del audiovisual andaluz y su papel dentro de la sociedad.

### **4. ANÁLISIS DEL CONSEJO**

#### **4.1. ¿Qué es el Consejo Audiovisual de Andalucía?**

El Consejo Audiovisual de Andalucía es una autoridad audiovisual pública, de autogobierno e independiente. En relación a las funciones que desempeña el Consejo Audiovisual de Andalucía, nos encontramos con el análisis de los contenidos y la publicidad que emiten las radios y televisiones, tanto públicas como privadas, para garantizar que se adaptan a la ley y respetan los derechos de la ciudadanía. Con la finalidad de mejorar sus objetivos, el Consejo pone al servicio de la sociedad andaluza

la Oficina de Defensa de la Audiencia, la cual merece una mención especial de la que trataremos al final del presente apartado.

El Consejo Audiovisual fue creado en el año 2005, tras la entrada en vigor de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, elaborada específicamente para su creación. Esta Ley estableció el marco para la puesta en funcionamiento y consolidación de este órgano.

El Estatuto de Andalucía en el capítulo VI, del Título IV que señala las instituciones de autogobierno de la Comunidad andaluza, incluye entre ellas, al Consejo Audiovisual, estableciendo en el artículo 131 el carácter, competencias, funciones y objetivos de los que venimos hablando a lo largo de este trabajo.

Para desarrollar la función que le es propia, el Consejo Audiovisual cuenta con una financiación que es limitada y la estimación del gasto se sujeta a múltiples controles. La Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía, relaciona en su artículo 17 los recursos para la financiación del Consejo, que se concretan en la asignación presupuestaria anual establecida por la Comunidad Autónoma, subvenciones, rendimientos de estudios, publicaciones y de los bienes de su patrimonio, entre otros.

Para la obtención de tales recursos, la actividad del Consejo Audiovisual está controlada por la Comunidad Autónoma Andaluza. El artículo 18 de la Ley 1/2004 dispone que el Consejo estará sometido a los regímenes de presupuestos, intervención y contabilidad establecidos en la legislación reguladora de la Hacienda Pública de la Comunidad Autónoma Andaluza.

Estas políticas están inspiradas en el principio de equilibrio presupuestario, lo que exige a la Administración racionalizar los recursos disponibles para nivelar el presupuesto público, a fin de que los gastos previstos nunca sean superiores a la previsión de ingresos ordinarios anuales. Este principio se encuentra muy presente en el texto de la Ley 10/2018, de 19 de octubre, audiovisual de Andalucía.

Cada año, se elabora una memoria, donde se recogen todas las actuaciones que ha ido llevando a cabo el Consejo Audiovisual durante el año, y comparece una vez al año ante el Parlamento de Andalucía para mostrar estas actuaciones.

La Oficina de Defensa de la Audiencia<sup>10</sup>, es uno de los servicios más populares del Consejo, porque permite pulsar la opinión de los ciudadanos, de forma directa, ya que aquellos pueden, a través de los canales de contacto que se facilitan o, incluso, presencialmente, formular quejas, reclamaciones, aportaciones personales, sobre contenidos, publicidad o cualquier otro extremo relacionado con los medios de comunicación.

Todas las quejas son analizadas por el Consejo, y se admiten a trámite aquellas que puedan suponer un posible incumplimiento de la normativa audiovisual vigente o de las normas deontológicas. A continuación, se elaboran los correspondientes informes de contenidos y jurídico para dilucidar si se estima o no la queja.

La última resolución de ODA<sup>11</sup> dictada por el pleno del consejo, es la Resolución 4/2020, de 10 de marzo de 2020, en expediente iniciado tras queja presentada por el PSOE de Andalucía por el tratamiento informativo dado a una noticia sobre la adjudicación de una plaza en el conservatorio de Málaga a la hermana del presidente de la Junta de Andalucía por considerar que la noticia omite contenidos de interés. El consejo no haya motivos para estimar la queja por entender que la información ha sido imparcial y completa. En contra de esta resolución votaron en contra los tres consejeros propuestos por el PSOE.

## **4.2. ¿Cuáles son sus funciones / objetivos?**

---

<sup>10</sup> *Qué es y para qué sirve. (s.d).* Recuperado del sitio web del Consejo Audiovisual de Andalucía: <https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/oda/que-es-y-para-que-sirve>

<sup>11</sup> *Resolución 4/2020 sobre el tratamiento informativo dado por la RTVA a la noticia de la adjudicación de una plaza a la hermana del presidente de la Junta de Andalucía (s.d).* Recuperado del sitio web del Consejo Audiovisual de Andalucía: <https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/actividad/actuaciones/resoluciones/2020/04/resolucion-42020-sobre-el-tratamiento-informativo-dado-po>

En cuanto a los objetivos del Consejo Audiovisual de Andalucía<sup>12</sup>, en la bibliografía consultada, se observa que, para referirse a las funciones, se suelen utilizar indistintamente ambos términos, por lo que concluimos que no existe una clara diferenciación entre unos y otros. Por esta razón, profundizaremos en los objetivos cuando, más adelante, nos ocupemos de las funciones. Sin embargo, del estudio realizado se extrae que existen dos grandes bloques que calificamos aquí como objetivos, dentro de los cuales se incardinan las diferentes funciones del Consejo cuyo cumplimiento culmina, finalmente, con la consecución del objetivo. Y así:

1. Lograr el buen funcionamiento de todos los medios de comunicación y el despliegue de la información de forma correcta.
2. Fomentar la mediación entre los agentes del sector audiovisual y la sociedad para mejorar la calidad de los contenidos, adaptándolos a las reglas éticas fundamentales de la comunicación.

Para realizar eficazmente su función, el Consejo Audiovisual cuenta en varios instrumentos que le otorgan tanto su específica legislación reguladora, como la audiovisual de Andalucía. Y así:

1. Emisión de informes que realiza a petición del Parlamento y Gobierno andaluces, o por decisión propia. Informes previos a los anteproyectos de leyes del sector audiovisual y los previos y preceptivos a la concesión, renovación o revocación de licencias audiovisuales. Y, finalmente, su informe anual sobre la actividad llevada a cabo en cada ejercicio.
2. Mediación y arbitraje en la resolución de conflictos relacionados con el sector audiovisual.
3. La potestad sancionadora que le atribuye el artículo 12 de la Ley 1/2004 que regula la creación del Consejo. La importancia de este instrumento merece una especial atención.

---

<sup>12</sup> *Nuestras funciones*. (s.d.). Recuperado del sitio web del Consejo Audiovisual de Andalucía: <https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/conoce-el-consejo/nuestras-funciones>

El mentado artículo 12 de la Ley 1/2004 deja que sean las leyes reguladoras en la materia que dicte la Junta de Andalucía las que determinen y pormenoricen su ámbito de actuación y funciones. En este sentido, es la Ley 10/2018, de 19 de octubre, audiovisual de Andalucía (artículos 65 y siguientes), con las modificaciones introducidas por la reciente Ley 2/2020, de 9 de marzo, la que regula la actividad del Consejo en este ámbito. Junto con el órgano directivo de la Consejería competente en materia audiovisual, el Consejo Audiovisual ejercerá la inspección y control de las obligaciones contenidas en la mentada ley, colaborando ambos órganos para lograr una mejor consecución de sus fines.

Sin embargo, el Consejo Audiovisual no goza de competencia ante todas las posibles infracciones en las que incurre en el sector audiovisual, ya que la Ley reguladora acota las materias que entran en su ámbito de actuación. Así, el Consejo interviene frente a actuaciones que fomenten actitudes sexistas y trato vejatorio a la mujer; el maltrato animal; las que contravengan las leyes de protección del menor; contenidos que fomenten el odio o la discriminación por motivos de raza, sexo, religión, nacionalidad, etc.; el incumplimiento del porcentaje de tiempo destinado a la emisión de determinados contenidos y de las instrucciones y decisiones de la autoridad audiovisual, entre otras.

Para desplegar la potestad sancionadora, el Consejo desarrolla, en primer término, una actividad inspectora (función que le otorgan los artículos 67 y siguientes de la Ley 10/2018), para comprobar si las condiciones establecidas en la concesión de servicios de comunicación audiovisual, se cumplen satisfactoriamente. Esta actividad le permite detectar posibles anomalías que sean susceptibles de constituir alguna de las infracciones previstas en dicha ley. Para llevar a cabo su actividad inspectora, el Consejo cuenta con una serie de prerrogativas que le otorga la ley, entre los que destacan, el acceso libre, sin autorización ni previo aviso a los lugares donde se prestan los servicios, requerir y examinar documentación, pudiendo llegar, incluso a precintar o incautar temporalmente equipos utilizados para prestar el servicio. Una vez constatada una posible infracción, el Consejo despliega su potestad sancionadora e inicia el correspondiente expediente, pudiendo adoptar medidas cautelares, si lo estima necesario. La resolución dictada por el Consejo pone fin a la vía administrativa.

En relación sobre algún posible uso ilegal de los medios<sup>13</sup>, el PSOE-A ha denunciado ante la Dirección General de Comunicación Social la campaña publicitaria "ilegal" de la Junta de Andalucía 'Por una comunidad más sana que nunca' sobre logros sanitarios en diferentes medios de comunicación y soportes.

En una nota, los socialistas andaluces exponen que el Gobierno andaluz de PP y Ciudadanos ha dedicado una partida de dinero público en una serie de anuncios promocionales "que vulnera la Ley sobre Publicidad y Comunicación Social", por lo que el PSOE insta al cese inmediato de su difusión.

El Grupo Socialista argumenta en la denuncia que se trata de publicidad institucional que "se inserta bajo la apariencia de artículo periodístico" para ensalzar la gestión del gobierno y "tratar de neutralizar la creciente protesta por su mala gestión de los servicios públicos".

También, en un documento oficial de la Junta de Andalucía fechado el pasado 13 de diciembre y al que ha tenido acceso EL ESPAÑOL, la directora general de Comunicación Social, Marta Olea, confirmaba que este departamento había comprobado el cese de estas emisoras (más la frecuencia de Rock FM Málaga) "sin título administrativo habilitante".

La Junta respondía a una denuncia de un periodista que denunció a principios de 2020 a estas cinco emisoras: Cope+ Granada, Cope+ Málaga, Cope+ Córdoba y Rock FM Córdoba y Rock FM Marbella.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Europa Press. (2019). *El PSOE-A denuncia la campaña de publicidad "ilegal" de la Junta sobre logros sanitarios y pide su suspensión cautelar.* Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/local/sevilla/20191211/472185328491/el-psoe-a-denuncia-la-campana-de-publicidad-ilegal-de-la-junta-sobre-logros-sanitarios-y-pide-su-suspension-cautelar.html>

<sup>14</sup> Cano, Fernando. (2020). *Las 'radios piratas' de Cope que podrían hacer que Carlos Herrera deje de escucharse en Andalucía.* Recuperado de: [https://www.elespanol.com/economia/medios/20200201/piratas-cope-podrian-carlos-herrera-escucharse-andalucia/463704616\\_0.html](https://www.elespanol.com/economia/medios/20200201/piratas-cope-podrian-carlos-herrera-escucharse-andalucia/463704616_0.html)



La junta comprobó que estas emisoras se encontraban emitiendo en una frecuencia que no era la que tenían establecidas sin autorización, por lo que se procedió a su cierre.

Sin embargo, un mes y medio después de estos acontecimientos, se ha visto que estas emisoras se encontraban de nuevo emitiendo a pesar de no tener licencia. Por lo que estas emisoras han llevado a cabo dos infracciones muy graves, operar sin licencia y desestimar un requerimiento de cese de emisiones.

La ley de comunicaciones contempla una sanción de hasta veinte millones de euros si estas emisoras continúan operando de manera ilícita.

De esta manera, si la Junta confirmase que estas emisoras siguen operando pese al cierre ejecutado en diciembre, podrían ejecutar un duro golpe legal a Cope Andalucía.

Esta situación tiene un problema de grandes dimensiones, ya que por ejemplo Carlos Herrera dejaría de escucharse en Andalucía, lo que implicaría un golpe muy duro para Cope.

El impacto económico también sería brutal, ya que Cope Andalucía aporta buena parte de los ingresos de la emisora a nivel nacional.

De momento, es un tema que para el gobierno actual de Andalucía es un auténtico dolor de cabeza, aunque este, todavía no ha tomado ninguna decisión al respecto.

Por su parte, el artículo 217 del Estatuto marca el carácter de máxima autoridad del Consejo en la protección de los medios audiovisuales, fijando como objetivo primordial el control de aquéllos para que cumplan, en todo momento, sus obligaciones de respeto a los derechos y libertades establecidos en la Constitución Española y en el propio Estatuto.

En lo que se refiere a las funciones del Consejo Audiovisual de Andalucía, buscando siempre la consecución de sus objetivos, vela por la libertad de expresión,

pluralidad informativa, igualdad de género, protección de la infancia, sectores desfavorecidos y discapacitados, por el cumplimiento de su función de servicio público y, también, propicia la conciliación de intereses de la sociedad. Siguiendo una relación similar a establecida en la Ley 10/2018, las funciones se concretan en las siguientes:

1. Trata de velar por el cumplimiento de los principios constitucionales y estatutarios, atendiendo de forma especial a los referentes a los del pluralismo político, social, religioso, cultural, a los de objetividad y veracidad informativa, en el marco de una cultura democrática y que tenga una comunicación libre y plural.
2. Pretende asesorar al Parlamento de Andalucía, al Consejo de Gobierno y a las Corporaciones Locales de Andalucía, según su Reglamento Orgánico y de Funcionamiento, en materias relacionadas con la ordenación y regulación del sistema audiovisual, además de elaborar informes y dictámenes acordes con su competencia, ya sea por iniciativa propia o a petición de las entidades anteriormente mencionadas.
3. Informa de forma preceptiva acerca de los proyectos previos a la ley y proyectos de reglamento que estén relacionados con dichas materias. Informa, de igual forma preceptiva y previamente, para garantizar el pluralismo y la libre concurrencia en el sector y prevenir, así mismo, situaciones de concentración de medios y abuso de posición dominante, en relación con las propuestas de pliegos de condiciones relativas a los procedimientos de adjudicación de concesiones en materia audiovisual.

De igual forma, trata de informar preceptivamente las propuestas presentadas en los concursos de otorgamiento de concesiones para la gestión de emisoras de radiodifusión sonora y de televisión, en lo que respecta a la composición accionarial de los licitadores, con el objetivo de garantizar el pluralismo y la libre competencia en el sector.

4. Adopta, las medidas necesarias para neutralizar los efectos de la difusión o la introducción en la programación o la publicidad de mensajes o contenidos que atenten contra la dignidad humana y el principio de igualdad, de forma muy particular, cuando estos mensajes o contenidos hayan sido difundidos en horarios

donde existe más afluencia de público infantil o juvenil, se reestablecen los principios que se han visto lesionados.

5. Salvaguarda los derechos de los menores, jóvenes, tercera edad, personas con discapacidad, inmigrantes y otros colectivos necesitados de una mayor protección, en relación con los contenidos de la programación y a las emisiones publicitarias, potencia su respeto a los valores de la tolerancia, solidaridad y voluntariado, de esta forma, se evita la inducción a comportamientos violentos, además, facilita la accesibilidad a las personas con discapacidad auditiva o visual.
6. Promueve la igualdad de género en la Comunidad Autónoma de Andalucía a través de promocionar actividades, modelos sociales y comportamientos no sexistas en el conjunto de las programaciones que se ofrecen en Andalucía, así como su publicidad.
7. Fomenta la defensa y promoción de las singularidades locales, así como del pluralismo de las tradiciones propias de los pueblos andaluces.
8. Fomenta la emisión de programas audiovisuales de formación destinados preferentemente a los ámbitos infantil, juvenil, laboral, del consumo y otros, como la información sexual, los riesgos que comporta el consumo de sustancias adictivas, además de la prevención de situaciones que puedan provocar enfermedades o discapacidad.
9. Propicia que el espacio audiovisual andaluz favorezca la capacidad emprendedora de los andaluces con el objetivo de lograr una comunidad socialmente avanzada, justa y solidaria, promotora del desarrollo y la innovación.
10. Dota a las Administraciones Públicas con competencias en medios de comunicación audiovisual para que sus emisiones se difundan en Andalucía y no queden sujetas a la competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía, la adopción de medidas correctoras ante conductas contrarias a la legislación vigente en materia de programación de contenidos y emisión de publicidad audiovisuales, en los casos en que proceda.

- 11.** Garantiza el cumplimiento de las funciones de servicio público asignadas a los medios de comunicación audiovisual, vigilando de forma singular la emisión de espacios obligatorios, como las campañas de sensibilización y la publicidad gratuita.
- 12.** Incentiva la elaboración de códigos deontológicos y la adopción de normas de autorregulación.
- 13.** Recibe peticiones, sugerencias y quejas formuladas por los interesados, ya sean de forma individual o colectiva, a través de las asociaciones que los agrupen, y canalizarlas, en su caso, ante los órganos competentes, manteniendo una relación constante y fluida con los distintos sectores de la sociedad andaluza.
- 14.** Solicita de los anunciantes y empresas audiovisuales, por iniciativa propia o a instancia de los interesados, el cese o la rectificación de la publicidad ilícita o prohibida; y, cuando proceda, disponerlo, de conformidad con la legislación aplicable y en los supuestos que la misma establezca.
- 15.** Inicia y resuelve, en el ámbito de sus competencias, los correspondientes procedimientos sancionadores por las infracciones de la legislación relativa a contenidos y publicidad audiovisuales.
- 16.** Cooperación con los órganos análogos de ámbito autonómico, estatal y europeo.
- 17.** Realiza estudios sobre los diversos aspectos del sistema audiovisual.
- 18.** Ejerce labores de mediación entre las instituciones, los agentes del sistema audiovisual y la sociedad, así como, arbitrales de acuerdo con la normativa vigente.
- 19.** Acuerda convenios de colaboración con los organismos de control de los medios audiovisuales creados por las restantes Comunidades Autónomas y a nivel estatal.

20. Vigila el cumplimiento de lo establecido en la presente Ley y en la normativa en materia de programación de contenidos audiovisuales y emisión de publicidad, incluidos el patrocinio y la televenta.

21. Aquellas otras que atribuye la ley.

### 4.3. Miembros actuales y anteriores

El Consejo es un órgano colegiado cuyas decisiones se acuerdan en Pleno, y está compuesto por nueve miembros, elegidos a propuesta de los diferentes partidos políticos:

- **Antonio Checa Godoy** (independiente) (a propuesta de Ciudadanos Andalucía). Cargo en el CAA: presidente. Es periodista e historiador. No ha ostentado cargo público ni político. Tiene un amplio y excelente curriculum como docente y escritor.
- **Antonio Joaquín Durán Ayo** (a propuesta de PSOE-A). Cargo en el CAA: consejero. Es periodista. Ha trabaja en la Cadena SER, pero la mayor parte de su amplia labor profesional ha sido en Canal Sur Radio y Televisión, ostentando la dirección de la cadena.
- **María Luisa Suero Muñoz** (a propuesta de PSOE-A). Cargo en el CAA: consejera. Es periodista. Hasta 2011 ostentó la Jefatura de Prensa de la Consejería de Gobernación y Justicia. Entre 2012 y 2017, fue asesora y responsable de presa de varias consejerías y del gabinete de prensa del PSOE hasta julio de 2019.
- **Juana Amalia Rodríguez Hernández** (a propuesta de PSOE-A). Cargo en el CAA: consejera. Licenciada en Derecho. Ejerció la abogacía hasta 1984. Después, ostento los cargos de coordinadora general de la dirección general de Consumo, Comercio y Cooperación Económica y secretaria general del Consejo Económico y Social de Andalucía, diputada en el Parlamento andaluz entre 2013

y 2015, diputada en el Congreso de los Diputados desde 2015 hasta 2019. Compatibilizó el ejercicio de estos cargos con su labor como docente en la Universidad de Sevilla.

- **Mateo Rísquez Madridejos** (a propuesta de PP-A). Cargo en el CAA: consejero. Es periodista. Formó parte del gabinete de prensa del PP y fue miembro del consejo de administración de RTVA hasta 2019.
  
- **Pilar Jimeno Llerena** (a propuesta de PP-A). Cargo en el CAA: consejera. Es periodista. Además de sus primeros años como redactora en diversos medios, ha sido miembro del consejo de administración de RTVA hasta 2019.
  
- **Paulino García García** (independiente) (a propuesta de Ciudadanos Andalucía). Cargo en el CAA: consejero. Es Periodista. Ha ostentado la dirección de gabinetes de Comunicación Institucional y Corporativa en diferentes áreas de la administración y gestionado con éxito la resolución de situaciones críticas en el ámbito de la Administración
  
- **María del Pilar Távora Sánchez** (a propuesta de Adelante Andalucía). Cargo en el CAA: consejera. Es directora, productora, guionista de cine, teatro y televisión. Estudió psicología y ha formado parte de diversas iniciativas para fomentar el cine andaluz. Ha recibido varios premios nacionales e internacionales por sus trabajos en cine y televisión.
  
- **Ana Millán Muñoz** (a propuesta de Vox Andalucía). Cargo en el CAA: consejera. Es licenciada en Historia del Arte y tiene varios masters. Su profesión ha estado orientada a la comunicación y relaciones institucionales en entidades como Expo 92, Coca-Cola, Compass Group UK y Asociación Española contra el Cáncer.

La duración de mandato de los consejeros del CAA es de cinco años. Desde su creación en 2005 hasta 2019, en que fueron nombrados los actuales consejeros, el CAA ha estado integrado por los siguientes miembros:

### **En 2005 y 2006:**

- Presidente: Manuel Ángel Vázquez Medel.
- Consejeros: José María Arenzana Seisdedos, Eduardo Castro Maldonado, Francisco Cervantes Bolaños, Cristina Cruces Roldán, Mercedes de Pablos Candón, Marino Díaz Guerra, Carmen Elías Iglesias, Carmen Fernández Morillo, Francisco José Gutiérrez Rodríguez, M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez.

### **En 2007:**

- Presidente: Manuel Ángel Vázquez Medel.
- Consejeros: José María Arenzana Seisdedos, Jaime Bretón Besnier, Eduardo Castro Maldonado, Francisco Cervantes Bolaños, Cristina Cruces Roldán, Mercedes de Pablos Candón, Carlos del Barco Galván, Carmen Elías Iglesias, Carmen Fernández Morillo, M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez.

En el año 2007 salen del Consejo sin concluir el mandato legalmente previsto, Marino Díaz Guerra y Francisco José Gutiérrez Rodríguez, que son sustituidos por Jaime Bretón Besnier y Carlos del Barco Galván.

### **En 2008 a 2010:**

- Presidente: Juan Montabes Pereira.
- Consejeros: José María Arenzana Seisdedos, Jaime Bretón Besnier, Eduardo Castro Maldonado, Francisco Cervantes Bolaños, Cristina Cruces Roldán, Mercedes de Pablos Candón, Carlos del Barco Galván, Carmen Elías Iglesias, Carmen Fernández Morillo, M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez.

En el año 2008 sale del Consejo sin concluir el mandato legalmente previsto, el presidente, Manuel Ángel Vázquez Medel, que es sustituido por Juan Montabes Pereira.

### **Entre 2011 y 2014:**

- Presidenta: Emelina Fernández Soriano.
- Consejeros: José María Arenzana Seisdedos, Eduardo Castro Maldonado, Francisco Cervantes Bolaños, Cristina Cruces Roldán, Isidro Javier Cuberos González, Eugenio Cosgaya Herrero, Carmen Elías Iglesias, Carmen Fernández Morillo, Inmaculada Navarrete Contreras, M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez.

### **En 2015:**

- Presidenta: Emelina Fernández Soriano.
- Consejeros: José María Arenzana Seisdedos, Eduardo Castro Maldonado, Francisco Cervantes Bolaños, Cristina Cruces Roldán, Isidro Javier Cuberos González, Eugenio Cosgaya Herrero, Carmen Elías Iglesias, Carmen Fernández Morillo, Inmaculada Navarrete Contreras, M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez.

En junio de 2015, Eugenio Cosgaya Herrero Cosgaya, causa baja y en octubre de 2015, Isidro Javier Cuberos González, fallece. Ambos cargos quedan vacantes.

### **Entre 2016 y 2018:**

- Presidenta: Emelina Fernández Soriano.
- Consejeros: José María Arenzana Seisdedos, Eduardo Castro Maldonado, Francisco Cervantes Bolaños, Cristina Cruces Roldán, Carmen Elías Iglesias, Carmen Fernández Morillo, Inmaculada Navarrete Contreras, M<sup>a</sup> Luisa Pérez Pérez.

Se realiza un examen de la trayectoria profesional de las personas relacionadas anteriormente, y no se observa que ninguna de ellas haya incurrido en corruptelas tales como intercambios de puestos con otros organismos públicos. Es cierto que algunas de ellas han ostentando cargos en otras administraciones, pero existe un espacio temporal, más o menos amplio, entre el ejercicio de dichos cargos y el inicio de su labor como consejeros y no hay noticia de que otro miembro del CAA, haya ocupado ese cargo vacante. Algunos de ellos han simultaneado el cargo en el CAA con labores docentes, pero esta actividad no es incompatible con aquél.



Se observa que buena parte de los consejeros han renovado su mandato en el CAA y han permanecido en ese puesto hasta catorce años. Queremos pensar que no estamos en presencia de la criticada figura del político profesional que convierte la política en su medio de vida y para el que es indiferente el cargo a ocupar, siempre que le procure la rentabilidad que busca. Entendemos que, con toda probabilidad, esa dilatada permanencia en el cargo ha redundado en beneficio de los logros y éxitos obtenidos por el CAA, ya que la experiencia adquirida es un grado que juega a favor y sirve de guía a los nuevos consejeros que se van incorporado en cada renovación.

## **5. EL PAPEL DEL CAA EN ANDALUCÍA**

### **5.1. Informes y publicaciones**

El Consejo Audiovisual de Andalucía es la máxima autoridad que se encarga de garantizar el cumplimiento de la normativa que regula la programación y la publicidad que se muestra en las radios y televisiones de Andalucía.

Se encarga de velar por el respeto a la libertad de expresión, mediante el derecho de la buena información y a la pluralidad informativa. También se encarga de proteger la independencia de los medios públicos de información, al igual que los servicios públicos. Trata de promover la igualdad de género y proteger los derechos de los menores, entre otros.

Ejerce funciones de información, estudio o fomento del sector audiovisual, además de proponer la conciliación de intereses entre distintos agentes.

En lo referente a las publicaciones del CAA, este organismo realiza numerosos informes, estudios y publicaciones sobre el sistema audiovisual.

**Publicaciones:** Cuadernos del Audiovisual. Se trata de monográficos sobre un tema de interés concreto en los que se recogen los debates y ponencias que se desarrollan durante una jornada celebrada ex profeso para ese tema. Desde la creación del consejo

se han celebrado siete jornadas que han dado lugar a siete cuadernos sobre temas de contenido diverso. Y así:

- a)** Cuadernos del Audiovisual nº 7: Periodismo y Deporte. Esta jornada se celebró el 24 de octubre de 2017, y se analizó el periodismo deportivo por tratarse de uno de los sectores que alcanza mayores índices de audiencia. El cuaderno incluye recomendaciones sobre violencia en el deporte.
  
- b)** Cuadernos del Audiovisual nº 6: La radio, presente y futuro. Esta jornada se celebró el 22 de noviembre de 2016, y se analizó el presente y futuro de la radio y su adaptación a las nuevas tecnologías manteniendo su finalidad de servicio público.
  
- c)** Cuadernos del Audiovisual nº 5: Regulación ética de la publicidad en una sociedad multimedia. En la jornada se analizaron las actuaciones llevadas a cabo por el Consejo en ese sentido.
  
- d)** Cuadernos del Audiovisual nº 4: Medios de comunicación e igualdad, una alianza necesaria. En esta jornada se analizaron datos sobre la imagen que proyectan los medios de comunicación sobre la mujer y el respeto entre mujeres y hombres.
  
- e)** Cuadernos del Audiovisual nº 3: Medios públicos, cultura y democracia en tiempos de crisis. En esta jornada se analizó y debatió con profundidad el objetivo de servicio público de radio y televisión, como derecho fundamental.
  
- f)** Cuaderno del Audiovisual nº 2: TV conectada. El futuro de la televisión. En esta jornada se analizaron las expectativas y los resultados de la TDT, valorando calidad, cantidad, etc. También se valoraron los nuevos formatos y servicios audiovisuales, tales como vídeos bajo demanda, televisión a la carta y OTT.
  
- g)** Cuadernos del Audiovisual nº 1: TDT un nuevo modelo de televisión. En esta jornada se obtuvo una visión global sobre la repercusión que la TDT tiene en todos los ámbitos.

**Estudios:** El CAA ha realizado una gran cantidad de estudios sobre temas de su competencia, cuya finalidad, además de la divulgativa, es lograr un debate social sobre cuestiones relacionadas con los medios de comunicación. Y así:

1. Estudio sobre género y deporte en televisión que analiza posibles contenidos discriminatorios en relación con la presencia del deporte femenino en televisión, analizando 138 horas de emisiones en diversos canales autonómicos.
2. Estudio sobre la publicidad de juguetes en la campaña de Navidad 2008-2009. Analiza la publicidad de juguetes en las cadenas andaluzas durante la campaña navideña de ese año.
3. Estudio sobre presencia de Andalucía en los telenoticiarios de las televisiones públicas andaluzas. Analiza, desde el punto de vista cuantitativo, las noticias sobre Andalucía en diferentes canales andaluces.
4. Estudio sobre la presencia y tratamiento informativo de la población y la cultura gitana en los informativos de las televisiones públicas de Andalucía. Analiza las referencias al pueblo gitano en los informativos de canales públicos andaluces.
5. Agenda Setting de televisión, violencia y menores que sustenta la hipótesis de partida de que los medios destacan temas relacionados con menores, cuando contienen violencia o espectáculo.
6. Estudio sobre propuesta, adopción y aplicación de indicadores para detectar estereotipos de género en la Red de Instancias Reguladoras Mediterráneas. Este estudio tiene en cuenta la heterogeneidad cultural, política y social existente en los territorios del Mediterránea, porque abocan en la asunción de roles diferentes para hombres y mujeres. El objetivo fundamental de este estudio es fomentar la igualdad de género.
7. Estudio sobre la presencia de Andalucía en los informativos de las cadenas de radio nacionales, para conocer la imagen que transmiten tales informativos sobre Andalucía.

**Informes:** El CAA emite informes sobre materias de interés, respecto de las cuales realiza un seguimiento periódico y en los que resume las conclusiones obtenidas. Entre los informes realizados durante sus años de actividad, destacan los siguientes:

1. Informe sobre proyecto de decreto por el que se crea el Consejo Andaluz Del Pueblo Gitano.
2. Informe General sobre Menores y Televisión en Andalucía que analiza la relación entre los menores y la televisión, persiguiendo, como fin último, la protección de sus derechos.
3. Informes sobre la promoción en el 2018 de obras audiovisuales en televisiones autonómicas de Andalucía.
4. Informe sobre el mundo del trabajo en los informativos de las televisiones pública andaluzas.
5. Informe sobre los contenidos emitidos por las televisiones bajo competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía 2016
6. Informe sobre la distribución por sexo de los tiempos de palabra en los informativos de las televisiones públicas andaluzas 2016.
7. Informe sobre el contrato-programa de RTVA 2017/2019.
8. Informe sobre la distribución por sexo en el uso de la palabra en las televisiones públicas andaluzas en 2015 y 2012.
9. Informe sobre pluralismo e igualdad en la programación deportiva en 2016.
10. Informes anuales sobre los contenidos emitidos por las televisiones bajo competencia del CAA en 2015 y 2014.

11. Informe sobre los contenidos emitidos por El Sembrador Nueva Evangelización TV.
12. Informe sobre el tratamiento informativo de las noticias sobre el Gobierno andaluz y su presidenta en las desconexiones territoriales de TVE en Andalucía.
13. Informe sobre acuerdo de indicadores y metodología para evaluar la imparcialidad informativa de los medios audiovisuales públicos.
14. Informe sobre el pluralismo deportivo en las televisiones andaluzas.
15. Informe sobre la presencia en los informativos de los colectivos más necesitados de protección.
16. Informes sobre el tratamiento informativo del caso Matsa (subvención concedida por la Junta de Andalucía a la empresa Matsa).
17. Y finalmente, los informes anuales y trimestrales sobre pluralismo político en los que se analizan los contenidos, tiempos de emisión dedicados a las diversas opciones políticas. Estos informes constituyen la actividad más voluminosa del Consejo. De su análisis, extraemos información sobre la posición del pleno del Consejo y los votos particulares emitidos en los asuntos tratados. Estas posturas nos permiten concluir que, durante los años de mandato del PSOE en el gobierno andaluz,

## **5.2. Incidencias del Consejo Audiovisual de Andalucía en los medios de comunicación en Andalucía**

Existe constancia de varios expedientes sancionadores incoados por el CAA, entre los que destacan:

- Expediente sancionador 01/2013 al Ayuntamiento de Tarifa como prestador de servicio de comunicación audiovisual.
- Expediente sancionador al Ayuntamiento de Tarifa como prestador de los servicios de comunicación audiovisual televisiva local por incumplir el deber de atender un requerimiento de información dictado por la autoridad competente, así como retrasar injustificadamente su aportación. En la resolución de este expediente, el Pleno del CAA acordó el pasado 27 de febrero imponer a dicho ayuntamiento una multa de 5.000 €.
- Expediente S03/2011 al Ayuntamiento de Mairena de Alcor como prestador de servicio de comunicación audiovisual.

Resolución de expediente sancionador al AYUNTAMIENTO DE MAIRENA DEL ALCOR por no archivar durante un plazo de seis meses, las copias de las emisiones realizadas, incumpliendo la obligación establecida en el artículo 61.1 párrafo 2 de la LGCA.

Declara autor de infracción leve y le impone sanción de 5.000 €.

Desde 2007, se lleva a cabo la elaboración de un barómetro anual, que consiste en un estudio de opinión donde se lleva a cabo como objeto de estudio a la población andaluza para analizar su percepción en cuanto al sistema audiovisual se refiere.<sup>15</sup>

Respecto a la incidencia que tiene el CAA en los medios de comunicación, está principalmente enfocado a la igualdad de género en nuestra comunidad autónoma, posee una gran influencia, lo que permite eliminar estereotipos y tópicos que degradan a la mujer. Como se ha mencionado con anterioridad, el CAA elabora estudios e informes,

---

<sup>15</sup> Consejo Audiovisual de Andalucía (s.d.). Recuperado del sitio web del Consejo Audiovisual de Andalucía:  
[https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/Transparencia/Institucional/que\\_hace\\_el\\_consejo/memorias\\_y\\_publicaciones](https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/Transparencia/Institucional/que_hace_el_consejo/memorias_y_publicaciones)

donde se puede comprobar que todavía a día de hoy, persiste un desequilibrio entre hombres y mujeres en la programación informativa y en la publicidad.<sup>16</sup>

## **6. RELACIÓN DEL CAA CON LA POLÍTICA ANDALUZA**

### **6.1. ¿Pluralismo?**

En relación con la política andaluza, el Consejo Audiovisual Andaluz presenta un gran pluralismo, de hecho, es tal vez el concepto con el que más frecuencia se ha pronunciado este organismo. Se debe fomentar una presencia de las diferentes fuerzas políticas de manera proporcional respetando el principio de equidad, es decir, que el tiempo dedicado a cada fuerza política sea proporcional a la representación de cada una de las candidaturas, según los resultados de las últimas elecciones. La noción de equidad no es la misma que la de igualdad estricta, sino que se fundamenta en la igualdad escalonada; es decir, en función de la relevancia de cada formación política en el momento de concurrir a las elecciones.<sup>17</sup>

En palabras del Consejo Audiovisual de Andalucía, Es parte de nuestro trabajo velar por la diversidad política, religiosa, cultural y social en los medios. La televisión y la radio están obligadas a reflejar la pluralidad de la sociedad desde el punto de vista político, religioso, cultural y social. Es un derecho de la ciudadanía en su relación con la televisión y la radio, tanto pública como privada.

El pluralismo político es, tal vez, el concepto más conocido y sobre el que con más frecuencia se ha pronunciado este Consejo hasta hoy. Sin embargo, existen otros

---

<sup>16</sup> Junta de Andalucía (2017). Recuperado del sitio web de la Junta de Andalucía: [https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/cehap\\_presupuesto2017\\_memoria-a-4.pdf](https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/cehap_presupuesto2017_memoria-a-4.pdf)

<sup>17</sup> Consejo Audiovisual de Andalucía (2008). *Recomendaciones del Consejo Audiovisual de Andalucía*. Sevilla: Autor: Fernández Soriano, Emelina. Recuperado de: [https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/recomendacion/pdf/1807/rec\\_caa\\_web\\_f inal.pdf](https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/recomendacion/pdf/1807/rec_caa_web_f inal.pdf)

tipos de pluralismo igualmente relevantes para conseguir una comunicación audiovisual respetuosa con los valores de la sociedad y, sobre todo, fiel a la realidad.<sup>18</sup>

## **6.2. “Escándalos” del Consejo Audiovisual de Andalucía desde su creación**

Desde el punto de vista laboral, las dietas y gastos de locomoción se describe como *“retribuciones de carácter irregular que responden a los gastos que genera en el trabajador la orden empresarial de desplazamiento provisional o temporal a un lugar distinto a aquel donde habitualmente presta sus servicios o donde radica el centro de trabajo, para efectuar tareas o realizar funciones que le son propias”*.

Independientemente de que los consejeros sean altos cargos, su relación laboral con la junta de Andalucía es idéntica a la de cualquier otro trabajador por cuenta ajena. Los presupuestos de la Comunidad Autónoma Andaluza, prevén para el Consejo Audiovisual las cantidades anuales destinadas a sufragar tales gastos. Analizaremos las partidas presupuestarias previstas durante los últimos cinco ejercicios:

### **1. Presupuesto para 2019. Indemnizaciones por razón del servicio:**

- Dietas: 12.500 €.
- Locomoción: 15.000 €.
- Otras indemnizaciones: 30.600 €.

**TOTAL: 58.100 €**

### **2. Presupuesto para 2018. Indemnizaciones por razón del servicio:**

- Dietas: 9.470 €.
- Locomoción: 14.024 €.
- Otras indemnizaciones: 30.583 €.

**TOTAL: 54.077 €.**

---

<sup>18</sup> Consejo Audiovisual de Andalucía (2020). *Pluralismo*. Recuperado del sitio web del Consejo Audiovisual de Andalucía: <https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/conoce-el-consejo/nuestras-funciones/pluralismo>



### **3. Presupuestos para 2017, 2016 y 2015, se repiten las mismas cifras que en el de 2018.**

Para analizar si las partidas presupuestarias previstas son coherentes y equilibradas respecto al coste de las actividades para cuyo abono están previstas, habría que conocer con detalle, y en la praxis, el trabajo que desempeñan los consejeros y, por razones obvias, no es posible. Sólo podemos valernos de las informaciones que se recogen en la prensa, radio o televisión, procedentes de medios que gocen de credibilidad y prestigio en su campo. En este sentido, existen publicaciones que “denuncian” la existencia de facturas de comidas no oficiales cargadas por los consejeros socialistas durante 2007 y cuyo importe se eleva a la nada despreciable cantidad de 23.700 euros. Los dos vehículos oficiales de los que dispone el CAA, con un solo chofer, son coches matriculados hace un año destinados, en teoría, para uso exclusivo del presidente. Uno de los coches suma 79.000 kilómetros y el otro 60.000.

Además, el dossier refleja que, a dos de las consejeras, se les recogía en sus respectivos domicilios situados fuera de la provincia de Sevilla, en vehículo oficial, casos que no están contemplados en la normativa interna del Consejo. En 2007, una de las consejeras socialistas, gastó en taxis algo más de 1.500 euros, a pesar de que estuvo de baja por maternidad y durante cuatro meses sólo acudió a los plenos y a alguna comisión.<sup>19</sup>

### **6.3. Consejo Audiovisual de Andalucía en la actualidad**

Para llevar a cabo nuestro estudio de caso, se ha procedido a analizar una entrevista<sup>20</sup> que se le realizó al presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía (Antonio Checa Godoy), el cual, precisamente es de Jaén, en el momento de adquisición de su nuevo cargo en 2019.

---

<sup>19</sup> De Tena, Pedro (2008). *Un dossier denuncia los gastos de los consejeros socialistas del Consejo Audiovisual andaluz*. Recuperado de: <https://www.libertaddigital.com/sociedad/un-dossier-denuncia-los-gastos-de-los-consejeros-socialistas-del-consejo-audiovisual-andaluz-1276333025/>

<sup>20</sup> Maestre, Romualdo. (2019). Antonio Checa: «No somos conocidos, 40 quejas al año de 8 millones de andaluces es muy poco». Recuperado de: [https://sevilla.abc.es/andalucia/sevi-antonio-checa-no-somos-conocidos-40-quejas-8-millones-andaluces-poco-201912100724\\_noticia.html](https://sevilla.abc.es/andalucia/sevi-antonio-checa-no-somos-conocidos-40-quejas-8-millones-andaluces-poco-201912100724_noticia.html)

Lo más a destacar de dicha entrevista pueden ser los objetivos que se plantea el presidente, así como la revolución que van a tener los medios de comunicación.

En relación con los objetivos, el presidente pretende que se les conozca mucho más para que se nos valore en las labores que realizamos, ya que cree que hasta ahora no son lo suficientemente conocidos ni valorados.

Respecto a las nuevas tecnologías, comenta que estas tienen la hegemonía absoluta de la comunicación y que es ahí donde hay que hacer hincapié, ya que toda la información circula a través de estas vías.

En otra entrevista que se le realiza a Antonio Checa, se le pregunta que, si existe más pluralidad en Canal Sur, en este caso, Antonio comenta que se está trabajando en más pluralismo. No hay un partido que diga ordeno y mando. Hay que consensuar y dialogar.

En relación con Canal Sur, encontramos que dentro de la página web del Consejo Audiovisual de Andalucía, aparte de realizar el barómetro anual, mencionado anteriormente, realizan un informe anual sobre el pluralismo, en los distintos medios audiovisuales de nuestra Comunidad Autónoma.

## **7. CONCLUSIONES**

Como conclusiones, comentaría que los medios de comunicación han sufrido una evolución importante a lo largo del tiempo, ya que lo que en un inicio comenzó con el cine o la televisión, ha acabado derivando en la radio, publicidad, prensa, redes sociales o incluso videojuegos. Estos nuevos medios de comunicación, aparte de comunicar propiamente dicho, nos permiten estar interconectado entre nosotros, especialmente las redes sociales, lo que permite una mayor facilidad y rapidez a la hora de comunicar.

Todos estos medios de comunicación los regula el Consejo Audiovisual de Andalucía, organismo en el que se basa este trabajo. De hecho, el propio presidente del Consejo Audiovisual, ha considerado en alguna entrevista que las redes sociales son el nuevo instrumento del organismo, y que, por consiguiente, tienen el auge en los tiempos actuales, la buena utilización de las mismas, permite que la comunicación y la información se transmita de forma super rápida y eficaz, aunque esto también puede acarrear problemas de que se transmita información falsa o bulos. Con la crisis actual del COVID-19, han sido numerosos los bulos que han tenido difusión por las diferentes redes sociales, lo que ocasiona que se pueda crear cierta alarma social.

Como he comentado en el marco metodológico, los videojuegos también son una fuente de información, y a nivel personal, podría decir que si, debido a que presentan numerosos géneros o formatos, y son herramientas potenciales para transmitir mensajes a través de ellos.

El crecimiento acelerado de la televisión y el internet han producido una degradación en la sociedad, la pérdida de valores éticos y morales.

Actualmente los medios se han convertido en "jueces de la verdad", son ellos quienes deciden y dictan modas, consumos, modelos de vida. Establecen que es lo correcto y qué es lo incorrecto, y deciden cuales son los hechos importantes y trascendentes del mundo e influyen en la educación de los niños y jóvenes y en la formación de la opinión pública.

Internet es entonces un nuevo canal de comunicación que resalta, además, porque permite en su particular ambiente la combinación de todos los demás medios y puede tratarse del medio de comunicación más potente que se haya conocido hasta estos días.

La prensa, la radio, el teléfono, internet y la televisión son hoy una parte casi esencial de la cotidianidad del hombre moderno, aparte de influir sobre las personas, modificando sus modelos de vida, sus elecciones, sus costumbres, el consumo y la opinión pública.

Por lo tanto, los medios de comunicación, a modo de resumen, representan la gran fuente de información dentro de la sociedad actual.

## **8. AGRADECIMIENTOS**

He querido dedicar este apartado para realizar un pequeño homenaje a María Luisa Pérez Pérez, que fue mi tutora de este Trabajo de Fin de Grado. He de decir, que aunque no la conocí personalmente ya que en el momento que se asignaron los tutores del TFG, yo me encontraba de Erasmus, y no pude conocerla, aún así, estuve en contacto con ella un tiempo para enfocar el trabajo, y la impresión que me dio, fue la de una persona que estaba dispuesta a ayudar a los demás, me facilitó desde el primer momento muchísimo material para la elaboración de este trabajo, por lo cual estoy muy agradecido. A ello se une las opiniones de quienes la conocieron, que destacaban su enorme capacidad de trabajo y su amor por la docencia, que, unidos a la humildad y sencillez pese a sus grandes logros, la convertían en una persona excepcional.

En cualquier caso, también quiero aprovechar este homenaje para agradecer la labor de la que es mi tutora actual del trabajo, Manuela Ortega Ruíz, la cual se ofreció de forma desinteresada para ayudarme. Manuela, además de mi actual tutora, ha sido profesora en varias asignaturas que he cursado en la carrera, motivo por el cual, cuando se me asignó a Manuela para dirigir mi trabajo me hizo mucha ilusión porque mi experiencia con ella fue muy satisfactoria, y, me dio gran confianza en que mi trabajo llegaría a buen puerto.

## **9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Blesa Aledo, P. (2006). Medios de comunicación y democracia: ¿El poder de los medios o los medios al poder? *Dialnet*(6), 87-106. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2657491>
- BOE. (20 de marzo de 2007). Obtenido de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-5825>
- BOE. (1 de abril de 2010). Obtenido de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-5292>
- BOJA (Ed.). (16 de octubre de 2018). *Junta de Andalucía*. Obtenido de <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2018/200/1>
- Cano, F. (1 de febrero de 2020). Las 'radios piratas' de Cope que podrían hacer que Carlos Herrera deje de escucharse en Andalucía. *El Español*. Obtenido de [https://www.elespanol.com/economia/medios/20200201/piratas-cope-podrian-carlos-herrera-escucharse-andalucia/463704616\\_0.html](https://www.elespanol.com/economia/medios/20200201/piratas-cope-podrian-carlos-herrera-escucharse-andalucia/463704616_0.html)
- Chaparro, M. (diciembre de 2012). Medios de comunicación y democracia. . *Dialnet*(1). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4244276.pdf>
- Consejo Audiovisual de Andalucía. (30 de diciembre de 2004). Obtenido de [https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/normativa/pdf/0501/ley\\_1-2004\\_de\\_17\\_de\\_diciembre.pdf](https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/normativa/pdf/0501/ley_1-2004_de_17_de_diciembre.pdf)
- Consejo Audiovisual de Andalucía. (2006). Obtenido de [https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicaciones/i\\_memoria\\_2006\\_caa.pdf](https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicaciones/i_memoria_2006_caa.pdf)
- Consejo Audiovisual de Andalucía. (2007). Obtenido de [https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicaciones/i\\_i\\_memoria\\_2007\\_caa.pdf](https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicaciones/i_i_memoria_2007_caa.pdf)

- Consejo Audiovisual de Andalucía.* (2008). Obtenido de [https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicaciones/ii\\_memoria\\_2008\\_caa.pdf](https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicaciones/ii_memoria_2008_caa.pdf)
- Consejo Audiovisual de Andalucía.* (2009). Obtenido de [https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicaciones/iv\\_memoria\\_2009\\_caa.pdf](https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicaciones/iv_memoria_2009_caa.pdf)
- Consejo Audiovisual de Andalucía.* (2010). Obtenido de [https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicacion/pdf/1111/arte\\_final\\_memoria\\_2010\\_para\\_imprenta\\_-en\\_baja-.\\_14\\_nov\\_2011.pdf](https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicacion/pdf/1111/arte_final_memoria_2010_para_imprenta_-en_baja-._14_nov_2011.pdf)
- Consejo Audiovisual de Andalucía.* (2011). Obtenido de [https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicacion/pdf/1210/memoria\\_anual\\_2011.pdf](https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicacion/pdf/1210/memoria_anual_2011.pdf)
- Consejo Audiovisual de Andalucía.* (2012). Obtenido de [https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicacion/pdf/1311/memoria\\_2012.pdf](https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicacion/pdf/1311/memoria_2012.pdf)
- Consejo Audiovisual de Andalucía.* (2013). Obtenido de [https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicacion/pdf/1410/a.\\_memoria\\_2013\\_ultima.pdf](https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicacion/pdf/1410/a._memoria_2013_ultima.pdf)
- Consejo Audiovisual de Andalucía.* (2014). Obtenido de [https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicacion/pdf/1512/memoria\\_2014.pdf](https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicacion/pdf/1512/memoria_2014.pdf)
- Consejo Audiovisual de Andalucía.* (2015). Obtenido de [https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicacion/pdf/1611/memoria\\_2015.pdf](https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicacion/pdf/1611/memoria_2015.pdf)
- Consejo Audiovisual de Andalucía.* (2016). Obtenido de [https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicacion/pdf/1711/informe\\_anual\\_2016.pdf](https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicacion/pdf/1711/informe_anual_2016.pdf)
- Consejo Audiovisual de Andalucía.* (2017). Obtenido de [https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicacion/pdf/1812/informe\\_\\_ok\\_2018\\_pdf\\_web.pdf](https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicacion/pdf/1812/informe__ok_2018_pdf_web.pdf)

*Consejo Audiovisual de Andalucía.* (2018). Obtenido de [https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicacion/pdf/1903/informe\\_anual\\_parlamento\\_2018.pdf](https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicacion/pdf/1903/informe_anual_parlamento_2018.pdf)

*Consejo Audiovisual de Andalucía.* (16 de octubre de 2018). Obtenido de [https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/normativa/pdf/1811/ley\\_10-2018\\_de\\_9\\_de\\_octubre.pdf](https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/normativa/pdf/1811/ley_10-2018_de_9_de_octubre.pdf)

*Consejo Audiovisual de Andalucía.* (2020). Obtenido de <https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/actividad/publicaciones/barometro>

*Consejo Audiovisual de Andalucía.* (2020). Obtenido de <https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/oda/que-es-y-para-que-sirve>

*Consejo Audiovisual de Andalucía.* (marzo de 2020). Obtenido de <https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/actividad/actuaciones/resoluciones/2020/04/resolucion-42020-sobre-el-tratamiento-informativo-dado-po>

*Consejo Audiovisual de Andalucía.* (2020). Obtenido de <https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/conoce-el-consejo/nuestras-funciones>

*Consejo Audiovisual de Andalucía.* (2020). Obtenido de [https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/Transparencia/Institucional/que\\_hace\\_el\\_consejo/memorias\\_y\\_publicaciones](https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/Transparencia/Institucional/que_hace_el_consejo/memorias_y_publicaciones)

*Consejo Audiovisual de Andalucía.* (2020). Obtenido de <https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/conoce-el-consejo/nuestras-funciones/pluralismo>

*Consejo Audiovisual de Andalucía.* (2005). Obtenido de [https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicaciones/memoria\\_2005\\_caa.pdf](https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicaciones/memoria_2005_caa.pdf)

De Tena , P. (19 de junio de 2008). Un dossier denuncia los gastos de los consejeros socialistas del Consejo Audiovisual andaluz. *Libertad Digital*. Obtenido de <https://www.libertaddigital.com/sociedad/un-dossier-denuncia-los-gastos-de-los-consejeros-socialistas-del-consejo-audiovisual-andaluz-1276333025/>

- Emartv.* (22 de abril de 2020). Obtenido de <https://www.emartv.es/2020/04/22/consejo-audiovisual-andalucia-decreto/#.Xs-thzozZPZ>
- Fernández Soriano, E. (2008). *Consejo Audiovisual de Andalucía*. Obtenido de [https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/recomendacion/pdf/1807/rec\\_caa\\_web\\_final.pdf](https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/recomendacion/pdf/1807/rec_caa_web_final.pdf)
- Icarito.* (s.f.). Obtenido de <http://www.icarito.cl/2009/12/95-8655-9-2-medios-de-comunicacion-de-masa.shtml/>
- Jorge, J. (2010). Medios de Comunicación y Cultura Política en las Democracias Nuevas y Maduras. *Cambio Cultural*.
- Junta de Andalucía.* (30 de diciembre de 2004). Obtenido de <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2004/254/1>
- Junta de Andalucía.* (19 de marzo de 2007). Obtenido de [https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/publicacion/19/12/texto\\_completo\\_ley\\_organica\\_2-2007.pdf](https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/publicacion/19/12/texto_completo_ley_organica_2-2007.pdf)
- Junta de Andalucía.* (2017). Obtenido de [https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/cehap\\_presupuesto2017\\_memoria-a-4.pdf](https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/cehap_presupuesto2017_memoria-a-4.pdf)
- Junta de Andalucía.* (12 de marzo de 2020). Obtenido de <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2020/504/1>
- Luna Pla, I. (2001). Medios de comunicación y democracia: *Razón y Palabra*(23).
- Maestre, R. (12 de diciembre de 2019). Antonio Checa: «No somos conocidos, 40 quejas al año de 8 millones de andaluces es muy poco». *ABCandalucía*. Obtenido de [https://sevilla.abc.es/andalucia/sevi-antonio-checa-no-somos-conocidos-40-quejas-8-millones-andaluces-poco-201912100724\\_noticia.html](https://sevilla.abc.es/andalucia/sevi-antonio-checa-no-somos-conocidos-40-quejas-8-millones-andaluces-poco-201912100724_noticia.html)
- Martino, B., & López, H. (2003). Medios de Comunicación y Democracia: apuntes para el análisis de una relación compleja. *Confluencia*(3). Obtenido de [https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/114/Martinolopez.pdf](https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/114/Martinolopez.pdf)
- Montesinos Condo, R. A. (2011). Medios de comunicación y ciudadanía. *Dialnet*, 2(1). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3759647>



*Noticias Jurídicas*. (11 de enero de 1982). Obtenido de [http://noticias.juridicas.com/base\\_datos/Admin/lo6-1981.html](http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/lo6-1981.html)

Press, E. (11 de diciembre de 2019). El PSOE-A denuncia la campaña de publicidad "ilegal" de la Junta sobre logros sanitarios y pide su suspensión cautelar. *La Vanguardia*. Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/local/sevilla/20191211/472185328491/el-psoe-a-denuncia-la-campana-de-publicidad-ilegal-de-la-junta-sobre-logros-sanitarios-y-pide-su-suspension-cautelar.html>

Soengas Pérez, X. (21 de marzo de 2018). *Ámbitos. Revista internacional de comunicación*. Obtenido de <https://institucionales.us.es/ambitos/los-medios-de-comunicacion-en-la-sociedad-actual-crisis-negocio-y-politizacion/>