

## 06.00 CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

### 1. SITUACIÓN DE LAS DESIGUALDADES DE GÉNERO EN EL ÁMBITO COMPETENCIAL

El Consejo Audiovisual de Andalucía es el órgano que analiza los contenidos y la publicidad que emiten las emisoras de radio y televisiones, tanto públicas como privadas, para garantizar que se adapten a la ley y respetan los derechos de la ciudadanía. La propia Ley 1/2004 de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía, establece que el Consejo Audiovisual fomentará la igualdad de género en la Comunidad Autónoma de Andalucía a través de la promoción de actividades, modelos sociales y comportamientos no sexistas en el conjunto de las programaciones que se ofrecen en Andalucía, así como en la publicidad que se emita.

Según el Barómetro Audiovisual de Andalucía, elaborado por el Consejo Audiovisual de Andalucía en el año 2010, la confianza de la ciudadanía sobre la contribución de los medios a la igualdad ha descendido un 22%. El Consejo comenzó a realizar este estudio en el año 2007, para conocer la opinión de la ciudadanía sobre determinados aspectos y cuestiones relacionadas con el sector audiovisual. En el mismo, el 60,2% de la población andaluza consideraba que los medios contribuían positivamente a la igualdad, cifra que se ha reducido al 38,6% en el último barómetro.

Esta percepción de la población coincide con las conclusiones del tercer informe europeo sobre los objetivos de Beijing, presentado en Cádiz en febrero del año 2010. Sus resultados sobre los medios de comunicación invitan a la reflexión. A la ausencia de indicadores específicos para evaluar los logros alcanzados en el ámbito de los medios de comunicación hay que sumar un balance poco optimista sobre un sector estratégico para avanzar en igualdad.<sup>4</sup>

El informe señala que los medios y la publicidad reflejan y ayudan a consolidar las desigualdades aún existentes entre ambos sexos, así, las investigaciones apuntan a que las imágenes y el idioma se han vulgarizado en los últimos diez años. Esto incide en la necesidad de combatir esta situación y de propiciar un diálogo con el sector, sobre su papel y su responsabilidad en la influencia que ejercen, especialmente en menores y jóvenes. Los veintisiete países de la Unión Europea han situado a los medios de comunicación en quinto lugar entre los once ámbitos estratégicos en los que debe incidirse para alcanzar la igualdad efectiva.

Los recientes informes realizados por el Consejo Audiovisual de Andalucía evidencian que los objetivos estratégicos planteados en 1995 por la Plataforma de Acción

<sup>4</sup> Informe Beijing+15: La Plataforma de acción y la Unión Europea.

de Beijing siguen plenamente vigentes. Así lo ha puesto también de manifiesto la Unión Europea en la *Estrategia europea para la igualdad de mujeres y hombres 2010-2015*.

En Andalucía, el Consejo inició en el año 2009 la monitorización de la programación informativa de televisiones públicas para elaborar informes trimestrales y anuales de pluralismo político, incluyendo una perspectiva de género. En esa línea, se ha publicado el primer *Informe anual sobre la distribución por sexo de tiempos de palabra 2010*. Del análisis de 115.560 noticias emitidas en catorce televisiones públicas, se desprenden las siguientes conclusiones:

- Persiste una subrepresentación de las mujeres en la información, tanto en términos absolutos como con relación a su presencia real en la sociedad andaluza. Tres de cada cuatro tiempos de palabras están protagonizados por hombres, que copan el 72,5% de las intervenciones.
- Los medios siguen transmitiendo una imagen estereotipada de hombres y mujeres. Los hombres protagonizan las noticias relacionadas con el ámbito de la política, la economía, la ciencia y el deporte mientras que la voz y la opinión de las mujeres aparece en informaciones relacionadas con asuntos sociales, sanitarios, con el mundo de la educación o en conflictos que les atañen directamente, como el aborto o la violencia de género.
- El esfuerzo por alcanzar una representación equilibrada en el ámbito institucional se refleja claramente en los medios; el 42,1% del tiempo de palabra femenino está ocupado por representantes de instituciones públicas, como el Parlamento, el gobierno andaluz y los ayuntamientos.
- Los informativos no reflejan el cambio social operado en sectores donde el papel de las mujeres ha adquirido una notable relevancia, como en la Universidad y, sobre todo, persiste la invisibilidad y el escaso reconocimiento al trabajo, esfuerzo y logros de las deportistas. El 98,3% de los deportistas que intervienen en los informativos son hombres.
- Resultan también relevantes las conclusiones del informe sobre el tratamiento de la violencia de género, asunto en el que sigue incidiendo en el Consejo para que los medios adopten los mecanismos de autorregulación que recomienda el ordenamiento jurídico. La violencia de género fue en el año 2010 el tercer asunto en volumen de noticias, después de la crisis económica y las medidas de ajustes. Contrariamente a lo que se ha afirmado, los medios no abordan sólo este problema cuando se producen asesinatos. La mayor parte de las noticias sobre violencia de género se emitieron coincidiendo con dos fechas emblemáticas: el 8 de marzo, Día de la Mujer, y el 25 de noviembre, Día contra la Violencia de Género.

## 2. RECURSOS-RESULTADOS PARA LOGRAR UNA MAYOR IGUALDAD DE GÉNERO

### 11H AUTORIDAD Y ASESORAMIENTO AUDIOVISUAL

El Consejo continúa desarrollando su función de concienciación de los medios de comunicación sobre el papel relevante que desempeñan en el camino hacia la igualdad efectiva y sobre la necesidad de que se planteen objetivos concretos para cambiar esta realidad.

Se puede afirmar que el Consejo ha cumplido ampliamente los objetivos establecidos en el año 2010 y que se ha situado, en el ámbito de las autoridades reguladoras de Europa y del Mediterráneo, como referente en el desarrollo de acciones que mejoren el conocimiento de la imagen que hombres y mujeres ofrecen en los medios de comunicación para que se adopten medidas encaminadas a remover los obstáculos que impiden la igualdad real.

El Consejo Audiovisual de Andalucía aprobó en julio del año 2011 un nuevo plan de trabajo bienal que amplía de cuatro a siete las líneas de actuación establecidas hasta ahora. El fomento de la igualdad de género sigue siendo un ámbito prioritario de intervención durante el periodo 2011- 2013.

El Consejo Audiovisual de Andalucía se propuso como estrategia, las siguientes tareas:

- Realizar un informe sobre la presencia de hombres y mujeres en los programas informativos de las televisiones públicas.
- Elaborar un estudio específico sobre el tratamiento de la violencia de género y su contexto familiar en informativos de televisión.
- Avanzar en los indicadores que permitan evaluar los logros alcanzados en relación con el fomento de la igualdad en los medios y situar este asunto en las agendas de otras autoridades reguladoras.

En el actual marco normativo, los consejos audiovisuales deben pronunciarse sobre la posible ilicitud de conceptos que son jurídicamente indeterminados y que se prestan a diferentes interpretaciones, como aquellos que atentan contra la dignidad humana, los que refuerzan los estereotipos de género, o la utilización del lenguaje sexista. No existen criterios universalmente válidos en materia de contenidos discriminatorios por razón de género ni se dispone de indicadores que permitan medir con precisión el sexismo y argumentarlo. Esa es una tarea pendiente para el Consejo Audiovisual de Andalucía que requiere el consenso y colaboración por parte de los medios y de sus profesionales.

De ahí que, en la estrategia que se ha marcado el Consejo hasta el año 2013 se prevea la celebración de encuentros de trabajo con personas expertas y con otras Administraciones públicas competentes para diseñar las metodologías que sirvan para velar con rigor y objetividad por el cumplimiento de la normativa.

También se dará continuidad a los informes anuales sobre distribución del tiempo de palabra por sexo y el tratamiento informativo de la violencia de género, que aportarán a Andalucía datos y conclusiones relevantes para observar la evolución de la sociedad andaluza. Ya son más de 70 países los que participan en una monitorización semejante a la que realiza el Consejo Audiovisual de Andalucía, aunque sus resultados se publican cada cinco años.

En consonancia con las exigencias del sector, nuestro ordenamiento jurídico parte de la autorregulación como instrumento de cambio para que los medios de comunicación contribuyan a la igualdad de género, presentando una imagen realista del papel que desempeñan hombres y mujeres y evitando retratar a estas de manera ofensiva, denigrante y estereotipada. Se ha limado el régimen sancionador para los supuestos de publicidad sexista y se ha renunciado a la corregulación, instrumento que en otros países ha logrado armonizar las capacidades de autorregulación y la efectiva aplicación y desarrollo de las potestades y funciones de las autoridades reguladoras. Teniendo en cuenta el escaso desarrollo de la autorregulación en España, el Consejo se propone avanzar en el camino de la corregulación como línea estratégica de trabajo hasta 2013.

### 3. PERSONAL

#### ANEXO I SITUACIONES ADMINISTRATIVAS

Permisos y licencias concedidos al Personal del Consejo Audiovisual de Andalucía en el año 2010

PERMISOS Y REDUCCIONES DE JORNADAS	Nº de permisos concedidos		
	Hombres	Mujeres	Total
Exámenes prenatales y técnica de preparación al parto	0	0	0
Permiso por paternidad	0	0	0
Parto, adopción o acogimiento preadoptivo o permanente	0	1	1
Permiso adicional por parto o adopción	0	1	1
Desplazamiento previo en supuesto de adopción o acogimiento internacional	0	1	1
Accidente grave, enfermedad grave, hospitalización, intervención quirúrgica sin hospitalización o fallecimiento: del cónyuge o análogo y familiar dentro del primer grado y del segundo grado	0	0	0
Enfermedad infecto-contagiosa de hijos menores de 9 años	0	0	0
Permiso por lactancia (reducción de jornada o acumulación horas)	0	1	1
Reducción de jornada por cuidado de cada hijo o hija menor de 16 meses	0	0	0
Reducción de jornada por guarda legal	0	0	0
Reducción de jornada por nacimiento prematuro, hospitalización del recién nacido	0	0	0
Reducción de jornada por cuidado del cónyuge o análogo y familiar hasta segundo grado	0	0	0
Reducción de jornada por cuidado de familiar en 1º grado por razón de enfermedad muy grave	0	0	0
Permiso a las mujeres por razón de violencia de género	0	0	0