

06.00 CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

I. SITUACIÓN DE LAS DESIGUALDADES DE GÉNERO EN EL ÁMBITO COMPETENCIAL Y FIJACIÓN DE OBJETIVOS

El fomento de la igualdad a través de la imagen de hombres y mujeres que transmiten los medios de comunicación es una línea estratégica del Consejo, desde el año 2007, ya que sigue teniendo vigencia, pese al tiempo transcurrido, el diagnóstico realizado hace más de dos décadas por Naciones Unidas en la IV Conferencia Mundial de la Mujer celebrada en Beijing. Allí se evidenciaron problemas graves en relación con la difusión de estereotipos sexistas, de imágenes que perpetúan la violencia y de la invisibilidad de las mujeres en la programación informativa. Los medios y la publicidad reflejan y ayudan a consolidar las desigualdades aún existentes entre sexos, de ahí la necesidad de seguir insistiendo en la concienciación del sector.

De los diferentes estudios e informes realizados por el Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) en 2011 se pueden extraer dos conclusiones generales sobre el diagnóstico de las desigualdades en el ámbito competencial del Consejo:

1. Persiste un importante desequilibrio entre hombres y mujeres en la programación informativa, no acorde con la competencia y el papel que tiene la mujeres en la sociedad andaluza.

Es especialmente preocupante la invisibilidad del deporte femenino en los informativos de las televisiones públicas en general y, en concreto en la RTVA, que dedica un 18% de su programación informativa al deporte. El Consejo pidió a las televisiones en el año 2008 un mayor interés hacia el deporte femenino, iniciativa que respaldó el Parlamento de Andalucía al aprobar una proposición no de ley en la que se pedía a los medios que situasen los logros deportivos de las mujeres al mismo nivel que los de los hombres.

Los deportistas protagonizan el mayor tiempo de palabra en los informativos de la RTVA (14%), por encima de los representantes de otros sectores de la sociedad como los gobiernos de España (11%) y de Andalucía (10%), partidos políticos de Andalucía (7%) o sindicatos (5%). En televisiones públicas de ámbito local llegan a ocupar el 30% de las intervenciones.

En general, los informes realizados por el Consejo evidencian que un 98,3% de los deportistas que intervienen en los informativos son hombres por un 1,7%

de mujeres. El mayor desequilibrio se refleja en los informativos autonómicos de la RTVA, donde las deportistas protagonizan sólo el 0,7% de los tiempos de palabra. Esta invisibilidad televisiva dificulta que la sociedad tenga referentes o ídolos deportivos femeninos y oculta el cambio que han experimentado las mujeres como generadoras de nuevos hábitos y actitudes hacia el deporte, como se ha puesto de manifiesto claramente en los Juegos Olímpicos de Londres 2012.

Desde distintos ámbitos de la sociedad debe propiciarse un diálogo con los medios de comunicación que desempeñan una función clave como motor de cambio para alcanzar la igualdad real de mujeres y hombres que propugna nuestro ordenamiento jurídico. Pueden contribuir a visibilizar a las mujeres en aquellos roles y ámbitos donde aún no ocupan puestos de responsabilidad y decisión o donde los prejuicios y estereotipos dificultan que se reconozcan el papel y competencias de las mujeres, como en la Universidad, el deporte, los ámbitos sindical o empresarial.

2. La programación y la publicidad, especialmente la dirigida a menores de edad, sigue transmitiendo una imagen estereotipada de hombres y mujeres y presentando a estas últimas como las personas encargadas de asumir íntegra o principalmente las tareas de cuidado de la casa y la familia.

El Consejo Audiovisual de Andalucía ha advertido a los medios que la asociación sistemática de actitudes, profesiones o funciones específicas a los diferentes sexos es discriminatorio y contrario a los objetivos que persigue nuestra legislación. En concreto se ha recomendado a la RTVA que incorpore a su Código de Conducta Comercial pautas más precisas o buenas prácticas que, siguiendo lo dispuesto en el art. 58.1 de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la Promoción de la Igualdad en Andalucía, contribuya a identificar y erradicar los estereotipos sexistas o de género.

Por otra parte, la confianza de la ciudadanía andaluza sobre la contribución de los medios a la igualdad sigue evolucionando negativamente. Según los sucesivos Barómetros del CAA, esta confianza ha caído un 50% en nuestra Comunidad Autónoma en relación con 2007, momento en el que el índice alcanzaba el 60,2% hasta llegar al 33% en la actualidad.

El Consejo ha incidido en el último Barómetro en las diferencias de género en el uso de las tecnologías, un hecho sobre lo que también alertó hace diecisiete años la Conferencia de Beijing.

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

11H AUTORIDAD Y ASESORAMIENTO AUDIOVISUAL

Tras el diagnóstico anterior, el Consejo desarrolla una serie de actividades dentro del ámbito de su competencia para paliar estas desigualdades.

Se ha remitido por segundo año consecutivo al Observatorio Andaluz de la Violencia de Género el *Informe sobre la presencia de la violencia de género en los informativos de las televisiones públicas andaluzas 2011* para que se incorpore a los documentos de análisis sobre la función de los medios de comunicación como instrumentos de sensibilización y prevención. De este Informe se extraen las siguientes conclusiones:

- Las noticias sobre violencia de género tienen una gran relevancia en los informativos de las cadenas públicas analizadas. Durante 2011 ha sido el sexto asunto en importancia ya que la crisis económica y los dos procesos electorales celebrados dicho año le han restado protagonismo, habiendo sido en 2010 el tercer asunto en importancia. La violencia de género aparece como primera noticia el triple de veces o como segunda noticia el doble de veces que el resto de informaciones. Al respecto cabe señalar la trascendencia social de la violencia de género en 2011, cuando se registraron 61 asesinatos en el país, 16 de ellos en Andalucía, comunidad que acumuló el 26,2% de los casos en la estadística nacional²

La información relativa a la violencia de género no está exclusivamente condicionada por las noticias sobre agresiones o asesinatos sino que viene marcada, fundamentalmente, por el esfuerzo social e institucional de trasladar este problema a la agenda de los medios. El 40 por ciento de las noticias informan de agresiones o asesinatos mientras que seis de cada diez noticias tiene como propósito sensibilizar a la población o seguir el proceso judicial. Esta correlación entre la labor institucional y el volumen de noticias sobre violencia de género se evidencia también en el hecho de que más de la mitad de los tiempos de palabra analizados pertenecen a portavoces o representantes institucionales, sobre todo de los gobiernos de Andalucía, de España y de ayuntamientos andaluces, cuyos tiempos de palabra, por sí solos, suponen el 40% del total.

- Prevalece la tendencia de los medios a recurrir a personas no cualificadas para informar de los casos. Los actores ocasionales, tal como se les denomina en

² Fuente: Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

el informe, suponen el 25% de las intervenciones en las noticias sobre violencia de género, cifra muy superior a la que se registra en el resto de las noticias. En 2010 el 18% eran actores ocasionales, lo que supone una tendencia negativa ya que todos los códigos éticos advierten que es más positivo recurrir a fuentes autorizadas y expertas para mantener la calidad y el rigor informativo. Hay que destacar la escasa relevancia que tienen las personas expertas en malos tratos en las noticias sobre violencia de género y que, conforme a los diferentes códigos deontológicos, pueden proporcionar otra dimensión del relato acorde con la dimensión real de la violencia de género y contribuir además a ayudar a las víctimas

Los tiempos de palabra en las noticias sobre violencia de género están claramente feminizados, a diferencia de lo que sucede en el resto de las informaciones. Esto puede contribuir a crear una imagen errónea de que la violencia de género es un problema que sólo atañe a las mujeres y no al conjunto de la sociedad. En esta línea, se ha propuesto una reflexión sobre la imagen que de hombres y mujeres transmiten programas de telerrealidad y entretenimiento dirigidos a jóvenes o que resulta de fácil acceso a menores de edad, que pueden contribuir a un incremento de la violencia contra las mujeres y al refuerzo de actitudes y opiniones sexistas, que a la larga acaban derivando en discriminación laboral, acoso sexual e infravaloración de su trabajo.

En 2013 el Consejo Audiovisual de Andalucía mantendrá las líneas de trabajo abiertas hasta ahora, continuando los informes anuales sobre la imagen de hombres y mujeres que ofrecen los informativos y el tratamiento de la violencia de género y emprendiendo nuevos estudios específicos sobre la promoción de estereotipos sexistas. Por otra parte, se plantean dos retos transversales de gran impacto sobre la discriminación de género en los medios de comunicación:

- Promover la alfabetización mediática en Andalucía. Los menores de edad se enfrentan a estereotipos sexistas a través de series de televisión, programas de entretenimiento y comunicaciones comerciales que influyen en su percepción de cómo deben comportarse hombres y mujeres. Educarles para que desarrollen la capacidad de acceder, comprender y evaluar críticamente distintos aspectos de los medios de comunicación y de la publicidad, debería ser, por tanto, una prioridad
- El Consejo Audiovisual de Andalucía se ha incorporado al grupo de trabajo de las autoridades reguladoras sobre la televisión relacionado con el objetivo de hacer frente a los desafíos que plantea Internet y el imparable avance de las

tecnologías. Su impacto en la comunicación, en el ámbito de la información y en la vida de la ciudadanía puede fortalecer pero también debilitar valores y principios que como la igualdad y no discriminación por razón de sexo avanzan muy lentamente hacia la democratización y no son aún asumidos por toda la sociedad

3. PERSONAL

ANEXO I SITUACIONES ADMINISTRATIVAS

Permisos y licencias concedidos al personal del Consejo Audiovisual de Andalucía en el año 2011

PERMISOS Y REDUCCIONES DE JORNADAS	Nº de permisos concedidos		
	Hombres	Mujeres	Total
Exámenes prenatales y técnicas 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	0	0
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	1	1	2
Enfermedad infecto-contagiosa de hijos/as menores de 9 años	0	0	0
Permiso por lactancia (reducción de jornada o acumulación de 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 1 ^{er} grado por razón de enfermedad muy grave	0	0	0
Permiso a las mujeres por razón de violencia de género	0	0	0