

06.00 CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

1. INTRODUCCIÓN

El Consejo Audiovisual de Andalucía ha publicado en 2008 diversos estudios relacionados con diversos asuntos de su competencia en los que se han detectado situaciones de desigualdad o trato discriminatorio por razón de género.

En este sentido se elaboró un *Informe sobre la emisión de anuncios de contactos sexuales en televisión*. El informe, concluía que aunque no es posible demostrar que todos los anuncios de contacto sexual encubran la compraventa de servicios sexuales, se dió traslado del informe a la Fiscalía Superior de Andalucía al objeto de dilucidar si la publicidad relativa al comercio sexual pudiera incardinarse como uno de los supuestos de la Ley 34/1988, General de Publicidad, tras la modificación operada por la Ley 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género. El informe recomendaba, además, a los medios de comunicación audiovisuales que, en cumplimiento de sus funciones de servicio público, realicen campañas de sensibilización que permitan modificar la percepción social del uso de las mujeres como mercancía sexual y obtener una repulsa social generalizada hacia el comercio sexual como vulneración de los derechos fundamentales de las mujeres en situación de prostitución. Igualmente el Consejo adoptó la decisión de impulsar la elaboración de un Código Ético de la Publicidad que contemple la emisión de anuncios de contactos sexuales, pero también otras recomendaciones encaminadas a mejorar la protección de la mujer en el mensaje publicitario, que contribuya a erradicar estereotipos de género.

En el mismo ámbito publicitario, se llevó a cabo un estudio sobre *La publicidad del sector de limpieza: Modelos y representaciones sexistas* que se realizó sobre una muestra de 76 anuncios emitidos en los meses de agosto y septiembre de 2007, pertenecientes a 20 campañas publicitarias de 20 marcas comerciales distintas, con 2.877 impactos. La principal conclusión a la que el estudio dio lugar fue que la publicidad de productos de limpieza sigue incluyendo, de manera objetiva y evidente, contenidos sexistas que no reflejan las nuevas realidades sociales: el 76% de los anuncios estudiados presentaban contenidos considerables explícitamente sexistas. De este modo, puede afirmarse que el sector publicitario de los productos de limpieza contribuye de alguna manera a la consolidación de estereotipos tradicionales que en nada ayudan a la consecución de una igualdad efectiva entre hombres y mujeres.

Por lo que respecta a la programación de contenidos audiovisuales de los operadores andaluces, el Consejo Audiovisual de Andalucía desarrolló un informe sobre *Género y deporte en televisión*, en el que se realizó un análisis cuantitativo de la presencia de la mujer en el deporte a través del estudio de más de 138 horas de emisiones televisivas pertenecientes a cadenas autonómicas y nacionales. El deporte femenino apenas aparece en la televisión. Los porcentajes de emisión frente al deporte masculino reflejan una situación de discriminación en los medios: del total de emisiones dedicadas a eventos deportivos, más del 90% se refieren a deportes protagonizados por hombres, y menos del 5% del total a deportes protagonizados por mujeres, quedando el resto del tiempo para el deporte mixto. La desigualdad entre la aparición de deporte masculino y femenino no se relaciona con la realidad de la actividad deportiva, dado que se producen muchos más eventos de deporte femenino (algunos de ellos con resonancias internacionales) de los que aparecen en la televisión. En el periodo analizado se produjeron acontecimientos de gran relevancia que no fueron cubiertos por las televisiones. Las mujeres deportistas con discapacidad no aparecen en los medios. En los periodos y cadenas analizados, a pesar de haberse desarrollado tres competiciones de relieve de deporte para personas con discapacidad, ninguna televisión autonómica ni local se hizo eco de estos eventos. Parece claro, por tanto, que se está produciendo la doble discriminación, por género y por discapacidad, denunciada por el *I Plan de Acción Integral para las Mujeres con Discapacidad en Andalucía 2008-2013*. Esta doble discriminación ha de ser combatida por parte de todos los agentes sociales y muy en especial desde los propios medios de comunicación.

Por otra parte, en trabajos de carácter más general emprendidos por el Consejo Audiovisual de Andalucía se ha tratado la problemática de género desde diversas ópticas. Así en la segunda edición del Barómetro Audiovisual de Andalucía se han introducido variables de género en las encuestas realizadas que han aportado datos sobre la imagen que los andaluces y las andaluzas tienen del panorama audiovisual de nuestra Comunidad, que arroja datos tan significativos como, por ejemplo, las importantes diferencias de género existentes en el acceso, uso y valoración de lo audiovisual. Los hombres se muestran en general críticos y abiertos a las nuevas tecnologías y más decididos a valorar las cuestiones que se les proponen que la población femenina, en las que aparece una preocupante tendencia a la autoexclusión. Es evidente -concluye el Barómetro- que la posición de desventaja de las mujeres sigue existiendo pese a los avances conseguidos, y resulta necesario que uno de los ejes de formación audiovisual sea el perseguir la igualdad de género, también en el ámbito audiovisual.

En cuanto a los estudios dedicados a las relaciones entre infancia y medios audiovisuales, el Consejo ha concluido un primer Informe General sobre menores y televisión en Andalucía, enfocado al estudio de qué tipo de televisión es la que ven nuestros niños y niñas andaluces y cómo la ven. En él se incluía un Barómetro infantil, que arroja como conclusión interesante, entre otras, que en Andalucía son fundamentalmente las madres las que se encargan de la orientación y control del consumo televisivo de los menores.

Dado que la **Ley 1/2004, de Creación del Consejo Audiovisual de Andalucía**, asigna explícitamente a esta institución tanto la toma de las medidas necesarias para neutralizar los efectos de la difusión o introducción en la programación o la publicidad de mensajes o contenidos que atenten contra el principio de igualdad, el CAA ha ampliado durante este año 2008 su sistema de seguimiento de medios que le permite, de manera sistemática ver y grabar en torno a 600 horas diarias de emisiones de televisión pertenecientes tanto al operador autonómico como a los distintos operadores locales, desarrollando un "sistema de alertas" que registra los incumplimientos en esta y otras materias competencia del Consejo, dando lugar, en su caso, a recomendaciones e instrucciones del CAA dirigidas a los operadores e incluso a la apertura de expedientes informativos y sancionadores en casos de infracción legal flagrante.

En lo que respecta a las alertas relacionadas con motivos de género el CAA ha detectado, a 30 de septiembre de 2008, 11 emisiones de programas susceptibles de contenidos sexistas y numerosas emisiones de contenidos sexuales inadecuados, que, obviamente, están vinculadas también a cuestiones de género: 47 sobre programación y 588 sobre publicidad. El número total de alertas tramitadas relacionadas, directa o indirectamente, con cuestiones de género arroja un 62% del total de expedientes estudiados. De ellos, 3 han dado lugar a la apertura de expedientes sancionadores y otros 20 se encuentran en alguna fase del expediente administrativo que podría, eventualmente, dar también lugar a expedientes sancionadores.

El Consejo Audiovisual de Andalucía cuenta también con una **Oficina de Defensa de la Audiencia** para impulsar la opinión ciudadana. En ella se reciben quejas, sugerencias y peticiones que han dado lugar a diversas actuaciones. El porcentaje de quejas referidas a cuestiones de género se mantiene constante en relación con las presentadas en años anteriores (la Oficina funciona desde 2006), en torno a un 7% del total de quejas. En el año 2008, hasta la fecha de este informe, se han recibido 7 quejas sobre estas cuestiones (6,6% del total). Hay que matizar que la unidad "queja" no debe cuantificarse como sinónimo de "reclamante". De hecho, una de las quejas recibidas en 2008 (en concreto sobre la

telenovela "Acorralada") provenía de cuatro asociaciones de mujeres de distinto ámbito, así como de varios particulares, que presentaron la queja de manera conjunta. Hasta el momento son dos las resoluciones que el Consejo ha emitido este año fruto de quejas recibidas en la ODA sobre temas de género. En concreto la Resolución 6/2008 sobre la telenovela "Acorralada" y la Resolución 10/2008 sobre la telenovela "Ángel Rebelde". En ambas se detectaron contenidos sexistas, difusión de estereotipos degradantes de la imagen de la mujer e incluso violencia de género. Aunque se trata de series de ficción, el CAA estima que la emisión de estas teleseries, como mínimo debería trasladarse a franjas horarias fuera de las marcadas como horario infantil protegido y señalizarse como aptas sólo para mayores de 18 años, dado que sus contenidos pueden afectar negativamente al desarrollo intelectual, ético y moral de los menores. Además se recomendaba al operador que sea especialmente sensible a la problemática de género a la hora de programar series y contenidos de ficción, teniendo en cuenta la influencia social de determinados géneros, como el de las telenovelas.

Otras quejas que afectaban a operadores fuera de la competencia del CAA fueron derivadas a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, órgano competente en estos casos, para su correspondiente tramitación (por ejemplo las que se recibieron sobre anuncios de bombones Doña Jimena, la vídeo consola Nintendo DS para niñas o el teléfono Motorola, que podrían ser susceptibles de contener mensajes discriminatorios en razón de género).

Finalmente cumpliendo el mandato que la Ley 1/2004 ordena al CAA en relación con el deber de promover la igualdad de género en Andalucía a través de la promoción de actividades, modelos sociales y comportamientos no sexistas en el conjunto de programaciones que se ofrecen en nuestra Comunidad Autónoma, el Consejo ha creado una Beca de Investigación en materia de Género y Medios de Comunicación Audiovisual, que se dota anualmente.

En resumen, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha profundizado a lo largo de este año 2008 en el desarrollo y perfeccionamiento de los tres instrumentos con que cuenta para desarrollar su trabajo en el ámbito de la defensa de los derechos de la mujer en el espacio audiovisual andaluz:

1. El sistema de seguimiento y control de los operadores que emiten en y para Andalucía
2. La oficina de Defensa de la Audiencia
3. La realización de informes y estudios en el sector audiovisual

2. RECURSOS

Para el Presupuesto 2009 se tiene previsto continuar trabajando en las líneas descritas con anterioridad, centrandos los esfuerzos en las siguientes áreas:

- Realización del tercer *Barómetro audiovisual de Andalucía* edición 2009.
- Desarrollo de un estudio y propuestas de acuerdos deontológicos sobre estereotipos de género y por otra parte, se elaborará un segundo estudio sobre publicidad de juguetes.
- Se intervendrá en relación con la emisión de anuncios de contactos sexuales y prostitución.
- Se realizarán estudios sobre la imagen de las mujeres en los medios audiovisuales de Andalucía.
- Y, por último, se dará continuidad a la convocatoria de la Beca de Investigación en Género y Medios de Comunicación Audiovisual.

3. PERSONAL

ANEXO I SITUACIONES ADMINISTRATIVAS

PERMISOS Y REDUCCIONES DE JORNADAS	Nº de permisos concedidos		
	Hombres	Mujeres	Total
Exámenes prenatales y técnica de preparación al parto dentro de la jornada de trabajo (tiempo indispensable)	0	0	0
Parto/ Adopción o acogimiento preadoptivo o permanente: 16 semanas ininterrumpidas	0	0	0
Permiso adicional por parto o adopción: 4 semanas	0	0	0
Desplazamiento previo en supuesto de adopción o acogimiento internacional: hasta 3 meses	0	0	0
Lactancia o cuidado de cada hijo o hija menor de 16 meses	0	0	0
Permiso por paternidad: 15 días naturales a partir de la fecha de nacimiento, de la decisión administrativa o judicial de acogimiento o de la resolución judicial	0	0	0
Accidente grave, enfermedad grave, hospitalización o fallecimiento: Del cónyuge o persona con quien conviva en análoga relación de afectividad a la conyugal o de familiares dentro del primer grado de parentesco por consanguinidad o afinidad: 4-5 días	0	0	0
Accidente grave, enfermedad grave, hospitalización o fallecimiento de familiares dentro del segundo grado de parentesco por consanguinidad o afinidad: 3-4 días	0	1	1
Enfermedad infecto-contagiosa de hijos menores de 9 años: 3 días	0	1	1
Reducción de jornada por: Guarda legal de quien tenga a su cuidado directo (un menor de 9 años de edad, o un disminuido físico, psíquico o sensorial que no desempeñe actividad retribuida) o cuidado directo, si por razones de edad, accidente o enfermedad no puede valerse por sí mismo y no desempeña actividad retribuida (del cónyuge o persona con quien se conviva en análoga relación de afectividad a la conyugal, o de un familiar hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad)	0	1	1
Permiso por razón de violencia de género de la mujer (se consideran justificadas por el tiempo que así lo determinen los servicios sociales de atención o de salud)	0	0	0
Guarda Legal: Reducción de la jornadas de trabajo con disminución de sus retribuciones que corresponda	0	0	0
Cuidado de familiar en primer grado por razón de enfermedad muy grave: reducción jornada laboral hasta 50% con carácter retributivo y por el plazo de 1 mes	0	0	0

EXCEDENCIAS	Nº de excedencias concedidas		
	Hombres	Mujeres	Total
Excedencia por cuidado de hijos	0	0	0
Excedencia por cuidado familiar	0	0	0
Excedencia voluntaria por agrupación familiar	0	0	0
Excedencia por razón de violencia sobre la mujer funcionaria	0	0	0