

INFORME DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA SOBRE EL ANTEPROYECTO DE LEY DE MODIFICACIÓN DE LA LEY 12/2007, DE 26 DE NOVIEMBRE, PARA LA PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD DE GÉNERO EN ANDALUCÍA.

ANTECEDENTES

El Anteproyecto de ley de modificación de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía (en adelante, Anteproyecto), fue remitido por la Secretaría General Técnica de la Consejería de Igualdad y Políticas Sociales con fecha 4 de abril de 2017, al Consejo Audiovisual de Andalucía (en adelante, CAA), a fin de que este órgano emita "informe sobre el mismo, de acuerdo con lo previsto en el artículo 4, apartado 3 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía" según lo dispuesto en el artículo 43.4 de la Ley 6/2006, de 24 de octubre, del Gobierno de la Comunidad Autónoma de Andalucía, y a tenor del artículo 34 del Reglamento Orgánico y de Funcionamiento del Consejo Audiovisual de Andalucía (en adelante, ROFCAA), aprobado por el Decreto 219/2006, de 19 de diciembre (BOJA, núm. 246, de 22 diciembre 2006), modificado por el Decreto 135/2012, de 22 de mayo (BOJA, núm. 113, de 11 junio 2012).

Visto el texto del Anteproyecto y como respuesta a la citada petición, el CAA realiza las siguientes

CONSIDERACIONES


PRIMERA.- NATURALEZA Y ALCANCE DEL INFORME SOLICITADO

La Ley 6/2006, de 24 de octubre, del Gobierno de la Comunidad Autónoma de Andalucía regula en el Capítulo I de su Título VI el *ejercicio de la iniciativa legislativa y la potestad reglamentaria*.

El artículo 43.4, de la citada Ley, dispone literalmente que *en todo caso, los anteproyectos de ley deberán ser informados por la Secretaría General Técnica respectiva, el Gabinete Jurídico de la Junta de Andalucía, y demás órganos cuyo informe o dictamen tenga carácter preceptivo conforme a las normas vigentes. Finalmente, se solicitará dictamen del Consejo Consultivo de Andalucía*.

Sobre esta base, la Secretaría General Técnica de la Consejería de Igualdad y Políticas Sociales remite el escrito referido al CAA, a fin de que este órgano emita "informe sobre el mismo, de acuerdo con lo previsto en el artículo 4, apartado 3 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía".



Código:	ZZW2D831RNTWAJLVc6Ho8y0eTspFQK	Fecha	11/05/2017	
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO			
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	1/13	

SEGUNDA.- COMPETENCIAS Y FUNCIONES DEL CAA RELACIONADAS CON EL CONTENIDO DEL ANTEPROYECTO

El Anteproyecto tiene como objeto modificar la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía, a fin de actualizarla y adecuarla a los avances sociales, económicos y políticos operados desde su aprobación, tanto en el ámbito autonómico y nacional, como europeo. A este fin, introduce novedades que consolidan todo lo desarrollado hasta el momento a través de su reconocimiento jurídico y normativo y que pretenden incrementar el compromiso, tanto de la Administración de la Junta de Andalucía, como de la ciudadanía, consolidando y estableciendo políticas de igualdad que se transformen en derechos de aplicación directa, al tiempo que instaura nuevas formas que permitan garantizar el cumplimiento de la Ley.

Las funciones estatutarias y legalmente asignadas al CAA en materia de control de contenidos y publicidad en los medios audiovisuales, de promoción de la igualdad de género, así como de protección de menores y de colectivos vulnerables, entroncan directamente con los fines de la futura Ley.


Al CAA le corresponde adoptar, en el marco de las atribuciones reconocidas en su Ley de creación, *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, restableciendo los principios que se han visto lesionados.*

Ostenta además, la misión de promover la igualdad de género en los medios de comunicación audiovisuales del ámbito de su competencia, función general que se concreta en la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del CAA; en la Ley 12/2007, de 27 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía; y en el ROFCAA, que establecen, entre otras, las siguientes funciones en este ámbito:

- Promover la transmisión de una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de los hombres y de las mujeres en todos los medios de información y comunicación, conforme a los principios y valores de nuestro ordenamiento jurídico y las normas específicas que le sean de aplicación, velando para que no se emitan espacios o publicidad sexista, discriminatoria, vejatoria, estereotipada o que justifique, banalice o incite a la violencia de género.

- Impulsar la igualdad de género en la Comunidad Autónoma de Andalucía a través de la promoción de actividades, modelos sociales y comportamiento no sexistas en el conjunto de las programaciones que se ofrecen en Andalucía, así como en la publicidad que se emita.



Código:	ZZW2D831RNTWAJLVc6Ho8y0eTspFQK	Fecha	11/05/2017	
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO			
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	2/13	

- Promover las acciones que contribuyan al desarrollo de valores y prácticas que fomenten la igualdad de mujeres y hombres en los medios de comunicación social y en la publicidad, promoviendo especialmente la aplicación de este principio en las decisiones, instrucciones, recomendaciones e informes que emanen del Consejo.

- Recibir peticiones, sugerencias y quejas formuladas por los interesados, ya sean individuales o colectivas 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.

- Solicitar 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.

- Incoar o resolver, en el ámbito de sus competencias, los correspondientes procedimientos sancionadores por las infracciones de la legislación relativa a contenidos y publicidad audiovisuales.

- Realizar estudios sobre los diversos aspectos del sistema audiovisual.


- Garantizar el cumplimiento de las funciones de servicio público asignadas a los medios de comunicación audiovisual, vigilando singularmente la emisión de espacios obligatorios, como las campañas de sensibilización y la publicidad gratuita.

- Incentivar la elaboración de códigos deontológicos y la adopción de normas de autorregulación.

A este respecto, el Consejo ha puesto de manifiesto en distintos informes remitidos al Parlamento y al Gobierno que, con el propósito de preservar la libertad de información y de empresa, se confía en la autorregulación de los medios y de sus profesionales para que asuman los principios y medidas que dispone la legislación a fin de lograr su participación en el fomento de la igualdad.

Nuestro ordenamiento jurídico obliga a los medios de comunicación audiovisuales, tanto públicos como privados, en cumplimiento de su función social, a respetar los derechos, libertades y valores constitucionales, así como a velar por el cumplimiento del principio de igualdad de género y la eliminación de todas las formas de discriminación.



Código:	ZZW2D831RNTWAJLVc6Ho8y0eTspFQK	Fecha	11/05/2017	
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO			
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	3/13	

Numerosas disposiciones nacionales e internacionales reconocen la responsabilidad y el importante papel que desempeñan los medios de comunicación para confortar una cultura de derecho y de igualdad: Su capacidad de penetración e influencia en la sociedad les convierte en un agente de cambio imprescindible para que la igualdad de hombres y mujeres sea una realidad en todos los ámbitos de la vida. Su poder es especialmente relevante en la formación y persistencia de los estereotipos que pueden ser considerados parte de la discriminación que aún sufren las mujeres, así como en la lucha contra la violencia de género.

La normativa reguladora del CAA y la normativa audiovisual estatal y autonómica entroncan directamente con diferentes aspectos y principios recogidos en el Anteproyecto sobre el fomento y protección de la igualdad de género en el ámbito audiovisual, en aras a conseguir una representación y un tratamiento de la imagen de las mujeres acorde con la realidad social y con los principios que inspiran nuestro ordenamiento jurídico, lo que implica conocer, analizar y combatir todas las formas de discriminación, especialmente aquellas conductas sexistas, degradantes y estereotipadas.


Queda suficientemente argumentada la procedencia de que este órgano deba emitir su preceptivo informe.

TERCERA.- NORMATIVA BÁSICA RELACIONADA CON LA MATERIA OBJETO DEL ANTEPROYECTO

La Constitución Española reconoce la igualdad como valor superior del ordenamiento jurídico en su artículo 1.1, y en el artículo 9.2 establece la obligación de los poderes públicos de garantizar la igualdad real y efectiva, para lo cual deberá remover todos los obstáculos que la impidan o dificulten. Entre los derechos fundamentales establecidos constitucionalmente figura un elenco íntimamente relacionado con el principio de igualdad: el derecho a la no discriminación (artículo 14), el de acceder en condiciones de igualdad a las funciones y cargos públicos (artículo 23.2), el de contraer matrimonio con plena igualdad jurídica (artículo 32.1) o el derecho al trabajo sin discriminación por razón de sexo (artículo 35.1).

En nuestra Comunidad Autónoma, el Estatuto de Autonomía asume un fuerte compromiso con el principio de igualdad de género, recogiendo en multitud de preceptos. Así, el artículo 10.2 fija como objetivo básico de Andalucía el de la paridad, al establecer que esta propiciará la efectiva igualdad del hombre y de la mujer andaluces, promoviendo la democracia paritaria y la plena incorporación de aquella en la vida social, superando cualquier discriminación laboral, cultural, económica, política o social. En complemento indispensable del principio de igualdad se constituye la prohibición de discriminación, que el artículo 14 recoge en el ejercicio de los derechos, el cumplimiento de los deberes y la prestación de los servicios contemplados en el Título I, particularmente la ejercida, entre otras, por razón de sexo. Este veto no impedirá acciones positivas en beneficio de sectores, grupos o personas desfavorecidas.



Código:	ZZW2D831RNTWAJLVc6Ho8y0eTspFQK	Fecha	11/05/2017	
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO			
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	4/13	

Por su parte, el artículo 15 hace extensivo este axioma de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres a todos los ámbitos, y el artículo 73.1 atribuye a nuestra autonomía la competencia exclusiva en materia de políticas de género.

En ejercicio de dicha atribución y como desarrollo del marco normativo que supuso la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, en esta materia, se aprobó la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la Promoción de la igualdad de género en Andalucía. Con esta norma, la Comunidad Autónoma llena de contenido el principio de igualdad formal, al dotarse con instrumentos de diversa naturaleza y desarrollos eficaces que contribuyen al propósito común de una sociedad igualitaria en la que las mujeres y los hombres disfruten, realmente, de los mismos derechos y oportunidades. A este fin, la Ley tiene como objetivo principal garantizar la vinculación de los poderes públicos en todos los ámbitos, en el cumplimiento de la transversalidad como instrumento imprescindible para el ejercicio de las competencias autonómicas en clave de género.

Por lo que respecta al ámbito audiovisual, la Ley 7/2010, de 31 de marzo, de Comunicación Audiovisual (LGCA, en adelante), en su artículo 4 prescribe que *la comunicación audiovisual nunca podrá incitar al odio o a la discriminación por razón de género o cualquier circunstancia personal o social y debe ser respetuosa con la dignidad humana y los valores constitucionales, con especial atención a la erradicación de conductas favorecedoras de situaciones de desigualdad de las mujeres.*


Continuando con esta misma Ley, el artículo 18 establece cuáles son las comunicaciones comerciales prohibidas en cualquiera de sus formas. Dicho precepto, además de remitirse a lo dispuesto en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad (LGP, en adelante) en relación con la publicidad ilícita y a las prohibiciones previstas en el resto de normativa relativa a la publicidad, dispone con carácter general que *está prohibida toda comunicación comercial que vulnere la dignidad humana o fomente la discriminación por razón de sexo, raza u origen étnico, nacionalidad, religión o creencia, discapacidad, edad u orientación sexual. Igualmente está prohibida toda publicidad que utilice la imagen de la mujer con carácter vejatorio o discriminatorio.*

De otra parte, el artículo 7, titulado *Los derechos del menor*, impone en su apartado 3 limitaciones a las comunicaciones comerciales para que no produzcan perjuicio moral o físico a las personas menores de edad. Entre ellas cabe destacar, por materia objeto de análisis, la recogida en su letra e): *"No deben incitar conductas que favorezcan la desigualdad entre hombres y mujeres."*

De acuerdo a lo dispuesto en el art. 3 a) de la Ley General de Publicidad es ilícita la publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente a los que se refieren sus artículos 14, 18 y 20, apartado 4.



Código:	ZZW2D831RNTWAJLVc6Ho8y0eTspFQK	Fecha	11/05/2017
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	5/13



Se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria o discriminatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulnere los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género.

La Ley 6/2005, de 8 de abril, Reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía, con una fundamentación muy similar a la expuesta, dispone que la actividad publicitaria deberá desarrollarse con respeto, entre otros principios, a los de protección a la imagen de la mujer y de no discriminación por razón de nacimiento, raza, sexo o religión.


Entre los compromisos que la Carta de Servicio Público de la RTVA, aprobada en 2010, recoge para este medio de comunicación autonómico de titularidad pública, se encuentra el de divulgar en las programaciones, contenidos y servicios que presten y difundan el ente público y sus sociedades, los valores relativos a la plena igualdad entre mujeres y hombres, y la erradicación de la violencia de género. En esta misma línea, el prestador público y su sociedad Canal Sur asumen, en el *contrato-programa suscrito entre el Consejo de Gobierno de la Junta y la RTVA para el período 2017-2019*, la obligación de fomentar la transmisión de una imagen igualitaria plural y no estereotipada de las mujeres en pie de igualdad real con los hombres, y el tratamiento especialmente riguroso frente a la violencia de género, con acciones en programas de radio, televisión, Internet y canales web, y con una actividad publicitaria favorable a todos esos fines de utilidad y servicio público. Todo ello, como concreción de las obligaciones que la LGCA atribuye, al conjunto de prestadores de titularidad pública, por su función de servicio público.

Centrándonos en el ámbito competencial del Consejo, se ha de hacer una breve referencia al ámbito de distribución de competencias, establecido en el artículo 69 del Estatuto de Autonomía en materia de medios de comunicación y servicios de contenido audiovisual y en el artículo 70 en materia de publicidad, que atribuye a la Comunidad Autónoma de Andalucía la competencia exclusiva *sin perjuicio de la legislación del Estado*.

CUARTA.- SOBRE EL TEXTO DEL ANTEPROYECTO EN RELACIÓN CON EL CAA. OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS AL ARTICULADO.

Este informe se ciñe a realizar observaciones referidas a las materias que tienen incidencia en el ámbito competencial del CAA, sin perjuicio de que, dentro del marco de colaboración y lealtad institucional que preside las relaciones entre las Administraciones, se considere conveniente proponer sugerencias al texto del Artículo único del Anteproyecto, cuya finalidad es mejorarlo en la medida de lo posible.



Código:	ZZW2D831RNTWAJLVc6Ho8y0eTspFQK	Fecha	11/05/2017	
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO			
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	6/13	

1. Con carácter general:

1ª) En aras del principio de seguridad jurídica, y dada la proyección transversal de la aplicación de la norma, resultaría de gran utilidad la previsión de un artículo donde se recogiera el significado de algunos términos contemplados por la Ley.

A título de ejemplo se advierte sobre la conveniencia de distinguir el significado de expresiones como "representación paritaria" y "representación equilibrada", ya que, a efectos de lo que establece la Ley, no queda claro si la conceptualización de ambas es idéntica o si, por el contrario, presentan matices diferenciadores.

Por otra parte, algunas locuciones se manifiestan vagas o imprecisas, como las de "Administración de la Junta de Andalucía" y "Administración audiovisual", en el apartado 3 del artículo 58, máxime cuando se incardinan en el catálogo de infracciones.

Deben definirse y determinarse jurídicamente conceptos como "lenguaje sexista" y "estereotipos sexistas" en relación a los medios de comunicación y la publicidad.

2ª) Se atribuyen amplias facultades al Instituto Andaluz de la Mujer (en adelante, IAM), entre las que destacan las de investigación e inspección, y la de defensa del principio de igualdad de género en las relaciones de la ciudadanía con el sector privado.


Estas competencias podrían colisionar con las ya conferidas por normas vigentes a otras instituciones o agentes sociales. En cualquier caso, se propone valorar la colaboración en este ámbito, lo que sería extensivo a otras materias, como la sancionadora.

Por otra parte, dicha agencia administrativa no es un órgano de extracción parlamentaria, como sí lo son otras figuras establecidas a este fin en la legislación de otras Comunidades Autónomas. Circunstancia esta última que supondría incrementar las garantías de objetividad, independencia e imparcialidad.

3ª) La exigencia de obtener previo consentimiento para el acceso a las dependencias, prevista por el nuevo artículo 71, se limita sólo al caso de que aquellas coincidan con el domicilio particular. A este respecto, se considera conveniente extender dicha autorización a otros lugares que igualmente requieran autorización del titular, ya que, además de revestir de una mayor protección los derechos de la ciudadanía, resultaría más acorde con la redacción del artículo 18.3 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

4ª) Ciertos tipos infractores podrían resultar vagos e imprecisos, lo que podría contravenir los principios de tipicidad y seguridad jurídica.



Código:	ZZW2D831RNTWAJLVc6Ho8y0eTspFQK	Fecha	11/05/2017	
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO			
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	7/13	

La técnica de los conceptos jurídicos indeterminados para la definición de infracciones administrativas es admitida por el Tribunal Constitucional –STC 62/1982– siempre que la concreción de tales conceptos sea factible en virtud de criterios lógicos, técnicos o de experiencia, que permitan determinar con suficiente grado de certeza las conductas que se sancionan –SSTC 11/1988, 207/1990, 133/1999–. La tipificación debe tener una predicción de los efectos sancionadores con un grado de seguridad razonable –STS de 18 de julio de 2006–.

Como ejemplo de lo expuesto, se trae a colación en este punto la difícil distinción entre los tipos de los apartados 1 y 2 del artículo 77; o las infracciones tipificadas en los artículos 76.1 y 77.1, donde la concreción sobre cuándo debe entenderse parcial o absoluta la "negativa a colaborar con las acciones investigadora e inspectora del IAM", podría ocasionar la arbitrariedad de la determinación de la infracción como leve, o grave, respectivamente.

2. En cuanto a las materias sobre las que este Consejo ostenta competencias:

1ª) Con el fin de fomentar la igualdad en los medios de comunicación públicos y privados, sujetos al ámbito competencial de la Junta de Andalucía, resultaría conveniente incorporar la perspectiva de género en los procedimientos de otorgamiento de títulos habilitantes para la prestación del servicio de comunicación audiovisual televisivo y radiofónico.


2ª) Se sugiere valorar la oportunidad de modificar el artículo 57 de la Ley, en cuanto a la definición de publicidad ilícita recogida por el apartado 2, a fin de adecuarla a los últimos pronunciamientos judiciales.

A estos efectos, también incurriría en ilicitud la publicidad que transmita el mensaje de que determinados trabajos, labores o incluso juegos son propios o exclusivos de hombres, o de mujeres.

En opinión de este Consejo, podría subsumirse entre los supuestos de publicidad ilícita los siguientes:

- La presentación vejatoria de la mujer, utilizando su cuerpo como mero objeto desvinculado del producto, como envoltorio con connotaciones sexuales (vejación).
- La aparición de situaciones de violencia o de dominio del hombre sobre la mujer, conductas humillantes o que favorezcan el abuso (violencia).
- La presentación explícita de un único destinatario, hombre o mujer, aunque el producto pueda ser utilizado por ambos sexos indistintamente (discriminación).
- La aparición de mensajes que contribuyan a la hipersexualización temprana de las niñas.



Código:	ZZW2D831RNTWAJLVc6Ho8y0eTspFQK	Fecha	11/05/2017	
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO			
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	8/13	

3ª) Con relación a las modificaciones introducidas en el artículo 58:

1. El propio título del precepto recoge la mención genérica "Medios de Comunicación Social", como anticipo de la regulación, a juicio de este Consejo, difusa y poco clarificadora contenida en el mismo, sobre a qué medios de comunicación (audiovisuales o no) deben entenderse referidos los distintos mandatos contenidos en el artículo puesto que, como es sabido, están sujetos a diferente regulación.

En consecuencia, se propone una mejor concreción de los destinatarios de la norma a lo largo del artículo.


Incluso dentro de la propia tipología de los medios de comunicación audiovisual, sería necesario modular las previsiones contenidas en la disposición, en función de la titularidad pública o privada de aquellos, de modo análogo a la metodología y estructura seguida en esta materia por la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.

Nuestro ordenamiento jurídico atribuye a los medios de comunicación audiovisuales de titularidad pública una función de servicio público de la que carecen los prestadores del servicio audiovisual de titularidad privada, considerados de interés general. Esta cuestión parece que no se tiene en cuenta en el artículo 58, ya que no se distinguen las medidas de acuerdo a su titularidad y a las obligaciones que para los medios públicos dependientes de la administración autonómica se establecen a través de otros instrumentos como la Carta de Servicio Público y el Contrato-programa.

Por otra parte, el principio de seguridad jurídica, en su acepción de certeza, exige que en el texto de la norma se utilice siempre una misma expresión o conjunto de palabras para referirse a un mismo concepto, en aras de lograr la coherencia interna del texto normativo. A este respecto, advertimos el uso indistinto de las expresiones "medios de comunicación social" y "medios de comunicación" en la redacción del artículo, por lo que se sugiere, o bien el empleo de los mismos términos en todas las citas (si se consideran equivalentes), o bien la clarificación de lo que debe entenderse por uno y otro concepto (si se emplean con distinto significado).

2. Igualmente resulta confusa, y no acorde con la legislación sectorial, la regulación indistinta y conjunta que el precepto establece con respecto a los contenidos y a la publicidad. Procede advertir que las normas y principios que regulan y amparan unos y otros son diferentes, por lo que resultaría conveniente que el Anteproyecto también contemplara esta distinción. Dentro de los contenidos que difunden los medios de comunicación audiovisuales procede distinguir entre los contenidos o programas informativos, que abarcan los espacios de opinión, cuyo propósito es satisfacer el derecho a la información de acuerdo a los límites y libertades establecidos en el artículo 20 de la Constitución; las comunicaciones comerciales y otros programas (divulgativos, culturales, de entretenimiento, etc).



Código:	ZZW2D831RNTWAJLVc6H08y0eTspFQK	Fecha	11/05/2017	
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO			
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	9/13	

3. Con respecto al apartado 1 del artículo, se adiciona como novedad la incorporación de la perspectiva de género de forma transversal y la de velar para que los contenidos de las programaciones cumplan el principio de igualdad de género.

Sobre este aspecto, el Consejo ha puesto de manifiesto reiteradamente el problema que plantea establecer obligaciones y prohibiciones indeterminadas jurídicamente. Por el contrario, considera más razonable que, tal como hace la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del CAA y, como sucede en otros países de nuestro entorno, se encomiende a este órgano la función de velar por la consecución de una representación equilibrada de hombres y mujeres en los programas de los servicios de comunicación audiovisuales sujetos al ámbito competencial de la Comunidad Autónoma de Andalucía, así como por la transmisión de una imagen de hombres y mujeres libre de estereotipos y prejuicios sexistas.

En este sentido, el CAA puede, en su calidad de autoridad reguladora fijar las condiciones y criterios de aplicación de este artículo, mediante un acuerdo con los prestadores del servicio afectados y, en particular, con la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA).

4. El apartado 2, al igual que el anterior, reproduce y amplía otras obligaciones ya establecidas en el articulado actual de la Ley de Igualdad andaluza, como las atinentes a la autorregulación, a la adopción de códigos de conducta, o a la de colaboración con las campañas institucionales, pese a que la práctica ha demostrado ampliamente la imposibilidad de compeler a los medios de comunicación a este fin, salvo a los gestionados directamente por la Junta de Andalucía.

Sería posible imponer estos mandatos con relación a la RTVA. Mientras que con respecto a los medios de comunicación, cuya actividad se encuentre sujeta al ámbito competencial de la Comunidad Autónoma, podría promoverse la suscripción de acuerdos de correulación con el CAA para la consecución de estos objetivos.


5. Se propone una revisión del apartado 3, ya que tal como aparece redactado, podría inducir a confusión:

- Por una parte, en cuanto a los sujetos aludidos en el mismo, debería clarificarse que la "Administración audiovisual" es el CAA, de conformidad con el Estatuto de Autonomía para Andalucía y su Ley de creación.

- Por otra parte, podría generar dudas en cuanto al mapa competencial actual.

A este respecto, se atribuyen competencias a la "Administración de la Junta de Andalucía" que otras normas con el mismo rango ya confieren a este Consejo como propias (ni siquiera en régimen de colaboración): concretamente, las funciones relacionadas en las letras a) y b).



Código:	ZZW2D831RNTWAJLVc6Ho8y0eTspFQK	Fecha	11/05/2017	
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO			
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	10/13	

Otras, como la de la letra e), ya viene desarrollándose igualmente por este Consejo, por ser una labor íntimamente ligada a otras funciones que por su naturaleza se le atribuyen, al tiempo que carecería de habilitación con relación a la regulada por la letra d).

- La redacción de este apartado 2 del artículo 58 también podría entrar en contradicción con el apartado 3 del artículo 57 de la misma Ley, que no ha sido modificado, donde de forma expresa se reconoce al CAA las funciones que tiene asignadas y que, a renglón seguido, parece sustraer de la competencia de este, para atribuir las a la "Administración de la Junta de Andalucía".

4ª) En cuanto al régimen de infracciones y sanciones en materia de igualdad de género, introducido por el nuevo Título V, el CAA considera, con carácter general, que debería respetar la regulación de la legislación básica audiovisual, constituida actualmente por la LGCA.

Por otra parte, en la distribución competencial de la materia sancionadora, no debe perderse de vista que la misma debe estar supeditada al medio (publicidad exterior, audiovisual, prensa) a través del cual se difunda el mensaje atentatorio contra el principio de igualdad de género.

Por lo que se refiere más concretamente a los tipos infractores que atañen al sector audiovisual, este órgano ha observado lo siguiente:

- El artículo 77.6 tipifica como infracción grave la *realización de campañas de publicidad o anuncios que utilicen el cuerpo de las mujeres o partes del mismo como reclamo publicitario, desvinculado del producto anunciado, o que utilicen la imagen de las mujeres asociada a comportamientos que justifiquen o inciten a la prostitución o a la violencia contra ellas.*


Dicho precepto coincide, en lo sustancial, con lo que ya establece el artículo 3 a) de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad que, con una regulación más amplia, configura como publicidad ilícita:

a) La publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente a los que se refieren sus artículos 14, 18 y 20, apartado 4.

Se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria o discriminatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulnere los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género.



Código:	ZZW2D831RNTWAJLVc6Ho8y0eTspFQK	Fecha	11/05/2017
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	11/13



Volvemos a traer a colación en este punto la observación realizada en el presente informe a la redacción del artículo 57, sobre los supuestos que podrían configurar la publicidad ilícita a efectos de la Ley de igualdad.

Con respecto a la publicidad que utilice la imagen de las mujeres asociada a comportamientos que justifiquen o inciten a la prostitución, que igualmente integra el tipo infractor, el Consejo considera oportuno advertir que la publicidad de prostitución y de servicios sexuales no se encuentra actualmente regulada, por lo que únicamente queda sometida a las restricciones horarias impuestas por el artículo 7 de la LGCA, en cuanto a los medios de comunicación audiovisual se refiere.

Para este Consejo, sería deseable disponer de una norma restrictiva de este tipo de comunicación comercial, mediante la conceptualización de la prostitución a estos efectos y la acotación clara y exacta del ámbito subjetivo y objetivo de la prohibición, que en el caso de los medios de comunicación audiovisual únicamente podría comprender a los prestadores del servicio sujetos al ámbito de actuación del CAA, de acuerdo a lo establecido en el artículo 2 de su Ley de creación. La extensión a otros medios de comunicación requeriría una norma de ámbito estatal.

Esta regulación, además, debería ser aplicable con independencia de que dicha actividad se ejerciera por hombres, o por mujeres.

- El Consejo considera especialmente gravosa la tipificación como infracción muy grave, por el artículo 78.4, del *empleo de un lenguaje sexista*, máxime cuando, como ya se ha apuntado, no se ha definido previamente en el articulado del Anteproyecto qué debe entenderse por "lenguaje sexista". Igualmente, también debe acotarse con exactitud el ámbito subjetivo y objetivo de la prohibición de transmitir mensajes o imágenes estereotipadas de subordinación de las mujeres a los hombres o de desigualdad entre ambos sexos tipificado en este artículo como infracción muy grave.


3. Otras observaciones:

1ª) Se han detectado algunas erratas de carácter tipográfico, como la advertida en la segunda línea del último párrafo de la página 4 del borrador remitido: "parea", por "para"; la duplicación del artículo "el" en la primera frase del artículo 37.bis.1; la repetición de la frase relativa a la clasificación de infracciones del artículo 75, junto con la expresión "de", por "se"; la inclusión de la preposición "a" en la letra a) del apartado 3 del artículo 81; o la expresión "defectos", por "efectos", en la letra f) del artículo 82.1.

2ª) Igualmente se observan otros errores, en relación con la ordenación de los artículos:

- La redacción del apartado Catorce del Artículo único, recoge la adición de "cuatro" nuevos apartados al artículo 20, cuando sólo se añaden tres (4, 5 y 6).



Código:	ZZW2D831RNTWAJLVc6Ho8y0eTspFQK	Fecha	11/05/2017		
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO				
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	12/13		

- El apartado Veinte, por su parte, modifica el apartado 9 del artículo 23. Sobre este punto cabe advertir que, en su actual redacción, este precepto carece de apartado 9 y que, en todo caso, la literalidad de la modificación propuesta se corresponde con el apartado 8 que, tras la aprobación del Anteproyecto, pasaría a numerarse como apartado 10.

Es cuanto el Consejo Audiovisual de Andalucía informa.
Aprobado por el Pleno reunido en Sevilla, el 10 de mayo de 2017.

LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL
DE ANDALUCÍA.

Fdo.: Emelina Fernández Soriano.



Código:	ZZW2D831RNTWAJLVc6Ho8y0eTspFQK	Fecha	11/05/2017
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	13/13

