

## DECISIÓN 66/2017 DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA SOBRE LA VIOLENCIA DE GÉNERO COMO ASUNTO DE ACTUALIDAD INFORMATIVA EN 2016.

1. El Consejo Audiovisual de Andalucía debe velar para que los medios audiovisuales sobre los que ejerce sus funciones traten y reflejen la violencia de género en toda su complejidad, de acuerdo a lo dispuesto en la normativa sobre violencia de género y en los códigos de autorregulación.

Los medios de comunicación, públicos y privados, tienen que contribuir a la sensibilización de la población, así como a la prevención y erradicación de los malos tratos hacia las mujeres difundiendo una información adecuada, tal como establece el capítulo IV de la Ley 13/2007 de Medidas de Prevención y Protección Integral contra la Violencia de Género.

Entre las acciones emprendidas, el Consejo ha publicado en 2015 la *Guía para el tratamiento informativo de la violencia de género*, que se ha elaborado en el contexto de un grupo de trabajo integrado por periodistas, medios de comunicación, representante de instituciones diversas y personas expertas. Desde el año 2010 se realiza un análisis del tratamiento que la televisión otorga a la violencia de género como asunto de actualidad informativa, teniendo en cuenta la trascendencia que tiene este medio de comunicación en la sensibilización social hacia el problema.


El propósito del CAA es conocer y evaluar la relevancia de la violencia de género en los noticiarios de las televisiones públicas, sus avances y retrocesos, para contribuir a mejorar la calidad de la información, especialmente en medios que tienen atribuida una función de servicio público y que, por tanto, deben superar inercias informativas y abordar el problema con la importancia que merece su prevalencia.

Este informe anual, que se eleva al Observatorio Andaluz de la Violencia de Género, permite extraer conclusiones generales y particulares, relativas a cada televisión analizada, que pueden contribuir a que los prestadores del servicio de titularidad pública adopten medidas encaminadas a alcanzar los objetivos marcados por la legislación y a asegurar, en general, su compromiso en la prevención y erradicación de la violencia hacia las mujeres.

El Consejo realiza un seguimiento sistemático de las noticias sobre violencia de género, utilizando ocho indicadores para evaluar el tratamiento informativo televisivo. Para realizar el informe publicado en 2017, se han analizado 2.246 horas de programación informativa con un volumen de 99.898 noticias emitidas en 2016 por la RTVA, incluyendo sus telediarios autonómicos y provinciales, las desconexiones de RTVE para Andalucía y por catorce televisiones locales públicas (Costa Noroeste TV, Écija Comarca TV, Fuengirola TV, Huelva TV, Interalmérica, Onda Algeciras, Onda Azul de Málaga, Onda Cádiz, Onda Jaén, Onda Jerez, Telemotril, Torrevisión, RTVM Marbella y Granada TG7).

El informe está referido exclusivamente a los telenoticiarios y no al conjunto de la programación informativa ni a otros espacios que, como los magazines televisivos, abordan este asunto.

2. De acuerdo a la legislación andaluza, los medios de comunicación deben difundir información sobre la protección a las mujeres, los recursos que están a su disposición y sobre las campañas de sensibilización. Los de titularidad pública tienen además el deber de colaborar e impulsar acciones de publicidad específicas. Para que el Consejo Audiovisual de Andalucía pudiese conocer y evaluar el grado de implantación de estas

<b>Código:</b>	ZZW2D711Y52PUY+VC4Asfdla0V+M0a	<b>Fecha</b>	04/12/2017	
<b>Firmado Por</b>	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO			
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	<b>Página</b>	1/8	

acciones sería necesario un desarrollo reglamentario de la legislación que, tal como sucede en Francia, obligue a los prestadores a informar anualmente a la autoridad reguladora del número de programas y campañas de sensibilización que han desarrollado a lo largo del año.

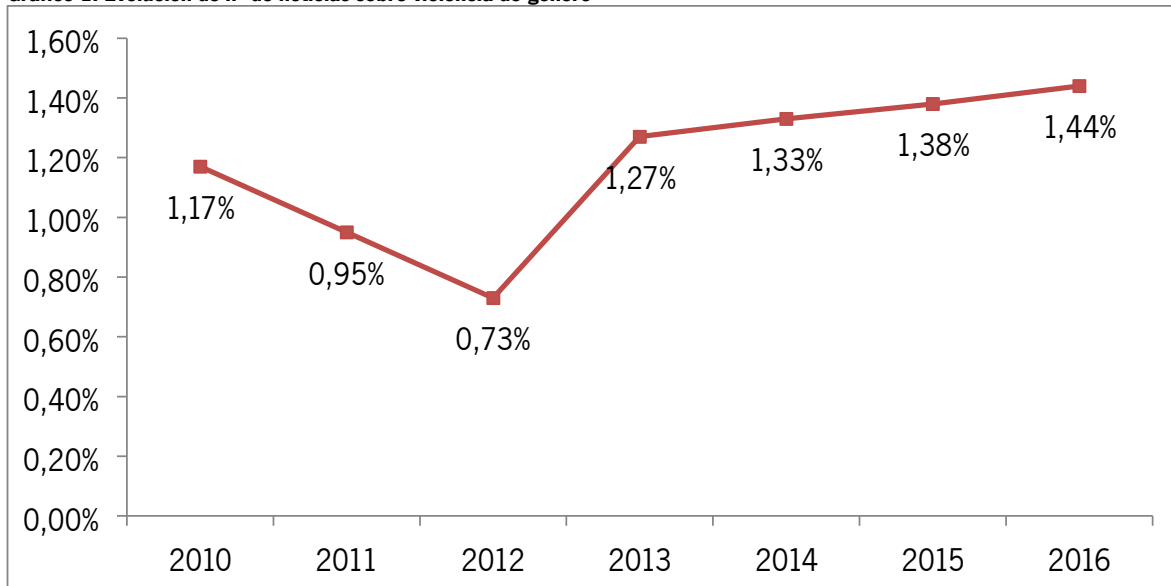
De los resultados del informe sobre la atención informativa que tiene la violencia de género en los telenoticiarios procede extraer las siguientes conclusiones generales:

**La violencia de género, tercer asunto en relevancia informativa.**

La violencia de género ha seguido siendo en 2016 un asunto destacado en los telenoticiarios, situándose como tercer asunto en relevancia informativa, después de las elecciones generales y de la formación de Gobierno nacional. Tomando como indicador la duración de las noticias bajaría al cuarto puesto. Se ha producido un ligero descenso respecto al año anterior, cuando ocupó el segundo lugar, si bien ha crecido ligeramente el porcentaje de noticias emitidas en el conjunto de los telenoticiarios.

Por prestadores, la mayor cobertura se registra en la RTVA, con 1,66% de noticias sobre violencia de género (1,8% el año anterior). Andalucía TV es el canal que más ha tratado este asunto. Por debajo del promedio están las desconexiones territoriales de RTVE (1,28) y las televisiones locales.

**Gráfico 1: Evolución de nº de noticias sobre violencia de género**




La violencia de género aparece además como primera, segunda y tercera noticia en porcentajes superiores a otros asuntos. El 22,5% de las informaciones sobre violencia de género ocupó un lugar relevante en los telediarios analizados (28% el año anterior).

Hay que precisar que la violencia hacia las mujeres se recrudeció en 2016 con un incremento del 10,6% en el número de denuncias registrados (1.42.893) si bien descendió de 62 a 52 el número de víctimas mortales.

**El 25% de las noticias sobre violencia de género se difunden en noviembre.**

<b>Código:</b>	ZZW2D711Y52PUY+VC4Asfdla0V+M0a	<b>Fecha</b>	04/12/2017
<b>Firmado Por</b>	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	<b>Página</b>	2/8

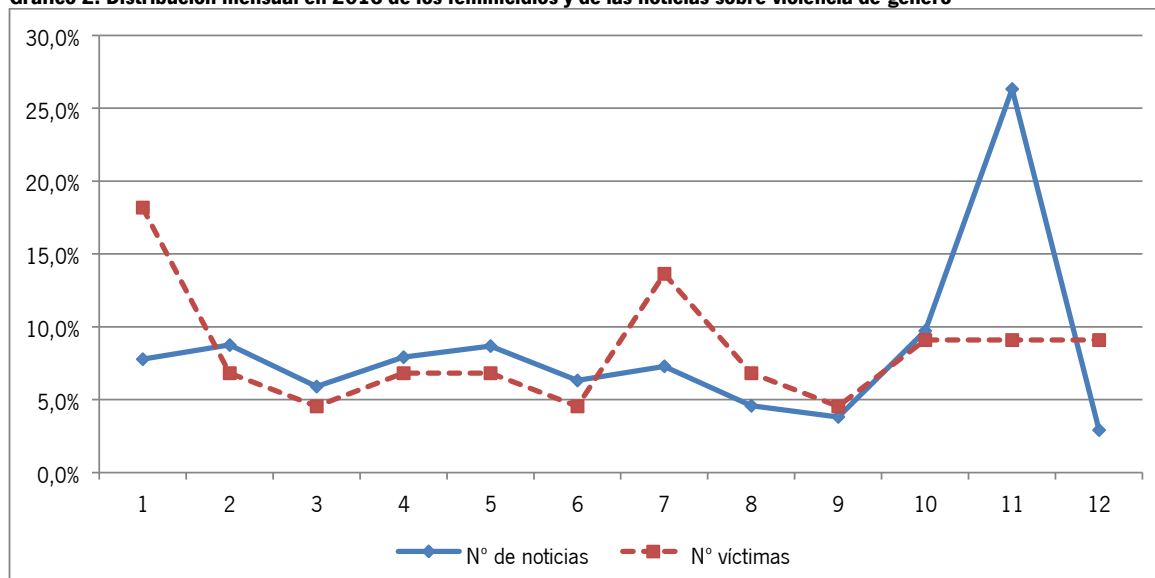


La celebración del Día Internacional contra la Violencia de Género, el 25 de noviembre, se consolida como motor del esfuerzo que realizan los medios para concienciar a la sociedad en torno al problema. En 2016, el Consejo ha registrado dos datos significativos:

- Desciende del 40% al 25% el porcentaje de noticias emitidas en torno al mes de noviembre, lo que supone un mayor tratamiento informativo entre los meses de febrero y junio.
- La RTVE 1-Andalucía no registra su mayor pico informativo en noviembre sino en julio, cuando se emitieron el 21% de las noticias sobre violencia de género difundidas por el prestador. El Consejo ha recomendado a las televisiones que intensifiquen su labor de sensibilización social en los meses de julio, diciembre y enero, que registran un repunte de víctimas mortales.

La RTVA, sin embargo, no ha atendido hasta el momento esta recomendación del CAA. En el prestador público autonómico, la tensión informativa sobre la violencia hacia las mujeres desciende precisamente en enero, julio y agosto.


**Gráfico 2: Distribución mensual en 2016 de los feminicidios y de las noticias sobre violencia de género**



***Dos de cada diez noticias sobre violencia de género se refieren a agresiones o asesinatos.***

El 63% de las noticias difundidas sobre violencia de género tienen un trasfondo informativo social y sólo 2 de cada 10 abordan un caso concreto de agresión o asesinato. Este indicador ha mejorado respecto al 2015 cuando el 55% de las informaciones eran de índole social y 3 de cada 10 informaban de una agresión o asesinato. Este dato debe contextualizarse ya que si bien en 2016 descendió el número de víctimas mortales, se han incrementado las denuncias. Los medios de comunicación deben tener presente que miles de mujeres y sus hijos sufren a diario violencia de género en nuestro país, por lo que deben contribuir a prevenirla difundiendo las actitudes y comportamientos machistas que la alimentan para que la sociedad la reconozca y pueda atajarla a tiempo.

<b>Código:</b>	ZZW2D711Y52PUY+VC4Asfdla0V+M0a	<b>Fecha</b>	04/12/2017
<b>Firmado Por</b>	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	<b>Página</b>	3/8



Sólo un 6% de las noticias sobre violencia de género abordan cuestiones relacionadas con la educación y la formación y 5% se incluyen en la crónica política. Esta presencia del problema en el contexto de la crónica política es aún más residual que el año anterior (9%).

Se mantiene como constante el que las noticias sobre violencia de género son un 27% más breve que el promedio de otras informaciones, una diferencia que se ha acrecentado en 2016. Las informaciones sobre agresiones a mujeres duran como promedio 45 segundos, 9 segundos menos que las noticias de sucesos y un 45% menos que otras noticias.

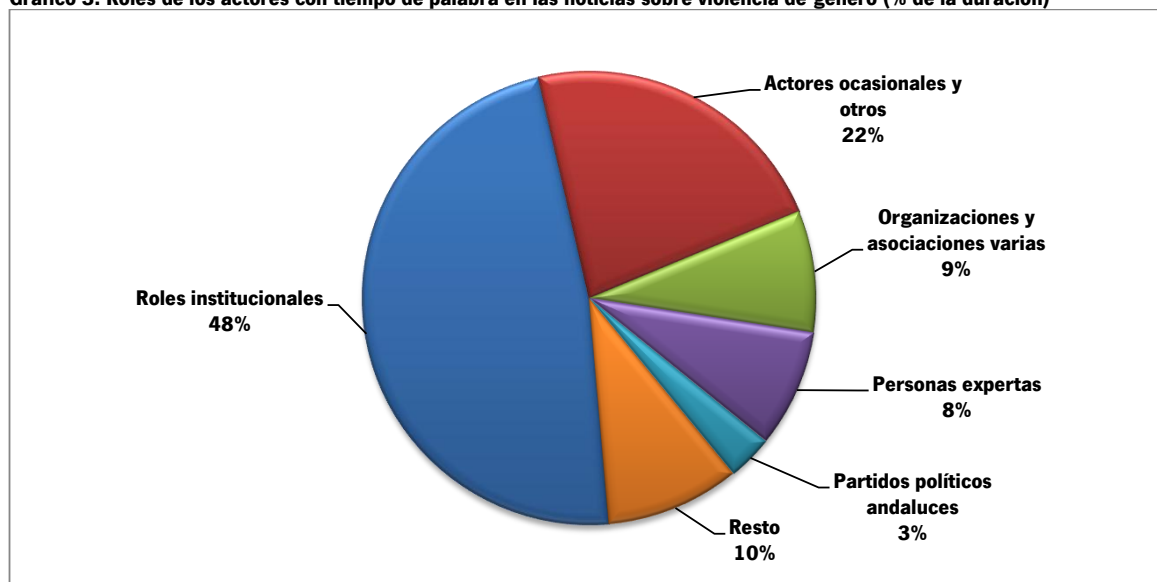
La *Guía para el tratamiento informativo de la violencia de género* recomienda a los medios que las noticias sobre agresiones y asesinatos de víctimas de violencia de género no deben tratarse como sucesos aislados sino contextualizarse como un problema grave, que afecta a la sociedad por lo que debe diversificarse tanto los datos que se transmiten como las fuentes y difundir información útil, incluyendo siempre una mención verbal o escrita al teléfono gratuito 016, al que puede acudir cualquier persona para informarse y denunciar.

### **Las instituciones lideran la voz contra la violencia de género**


Los mensajes institucionales suponen el 45% del tiempo de palabra en las noticias sobre violencia de género, una relevancia muy superior a la que se registra en otras noticias (26%).

Los representantes de los Gobiernos de Andalucía y de los Ayuntamientos representan el 22% del tiempo de antena en estas noticias y se ha producido un acusado descenso del tiempo de antena de dirigentes de grupos políticos que abordan este asunto en los telenoticiarios pese a que, durante el 2016, se puso especialmente de manifiesto la naturaleza política del asunto en el ámbito nacional y autonómico: El Congreso de los Diputados creó la Subcomisión para un Pacto de Estado sobre Violencia de Género y el Gobierno de Andalucía aprobó el anteproyecto de ley el que se modifica la Ley 13/2007, de 26 de noviembre, de medidas de prevención y protección integral contra la violencia de género. El tiempo de antena de los representantes de partidos políticos andaluces descendió del 6% al 3%.

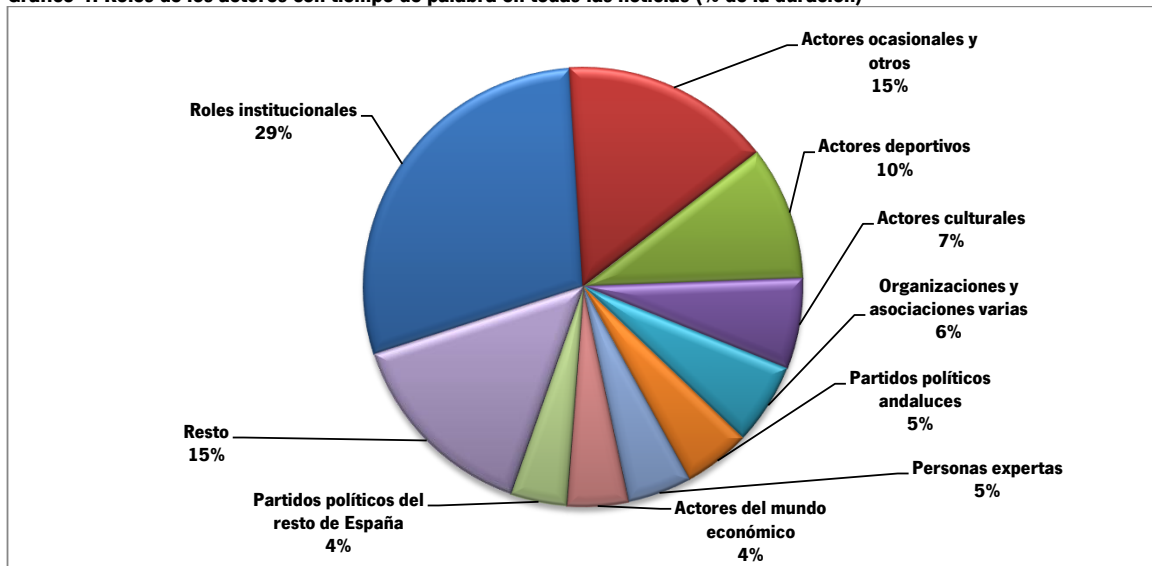
**Gráfico 3: Roles de los actores con tiempo de palabra en las noticias sobre violencia de género (% de la duración)**



<b>Código:</b>	ZZW2D711Y52PUY+VC4Asfdla0V+M0a	<b>Fecha</b>	04/12/2017
<b>Firmado Por</b>	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	<b>Página</b>	4/8



**Gráfico 4: Roles de los actores con tiempo de palabra en todas las noticias (% de la duración)**




***Más personas expertas pero se incrementa también el tiempo de antena de personas no identificadas que opinan sobre las agresiones y asesinatos***

El rigor y calidad necesario al informar sobre los casos de violencia de género exige que los medios de comunicación acudan a personas expertas, fuentes autorizadas y testigos directos evitando difundir rumores, elucubraciones y opiniones de vecinos o allegados no contrastadas. En 2016, las intervenciones de personas expertas (8,40%) duplica al promedio que registran otras informaciones y ha crecido tres puntos respecto al año anterior. Esta presencia de personas expertas en las noticias sobre violencia de género es superior en la RTVA y la RTVE 1 Andalucía, ambas superan el 11%.

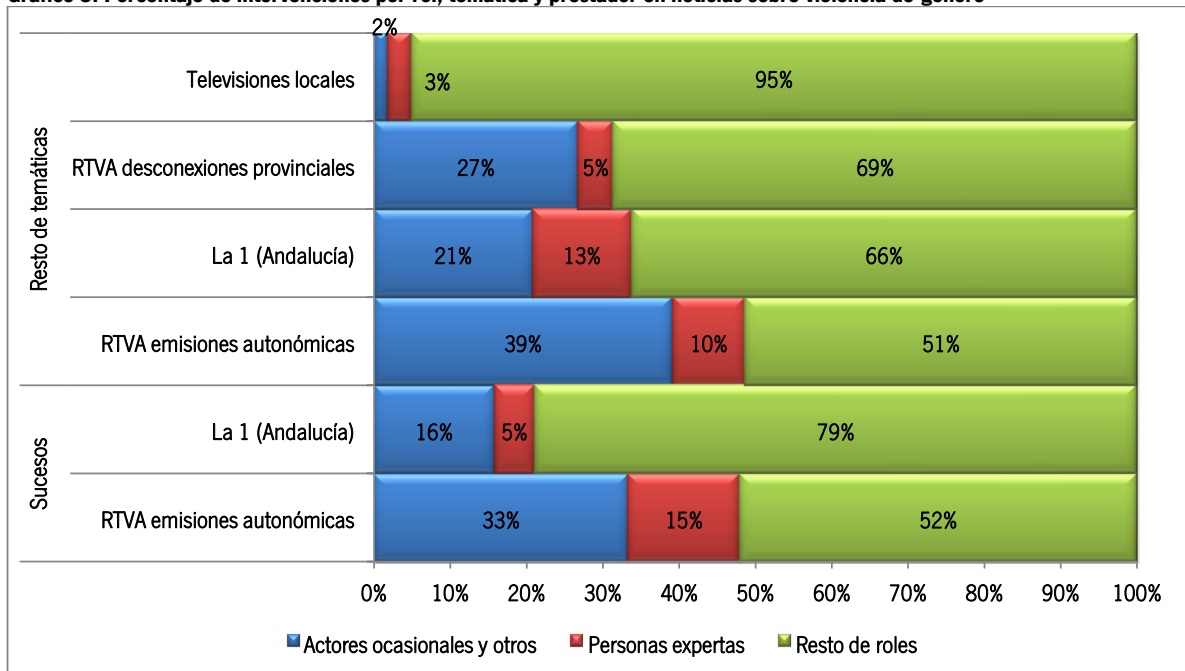
Sin embargo, se ha incrementado considerablemente el porcentaje de personas no identificadas que abordan este asunto pasando del 15% al 22%, cifra muy superior a la que registran otras noticias (15,5%). Especialmente relevante es el peso que tienen los denominados “actores ocasionales” cuando se informa de una agresión o un asesinato, donde el 34% del tiempo de palabra se destina a personas no identificadas frente al 14% de las expertas.

Las personas no identificadas vuelven a tener el mayor protagonismo en las noticias sobre violencia de género, una práctica que se había corregido en años anterior y que está especialmente contraindicada cuando se informa de asesinatos o agresiones al objeto evitar propagar conjeturas y rumores.

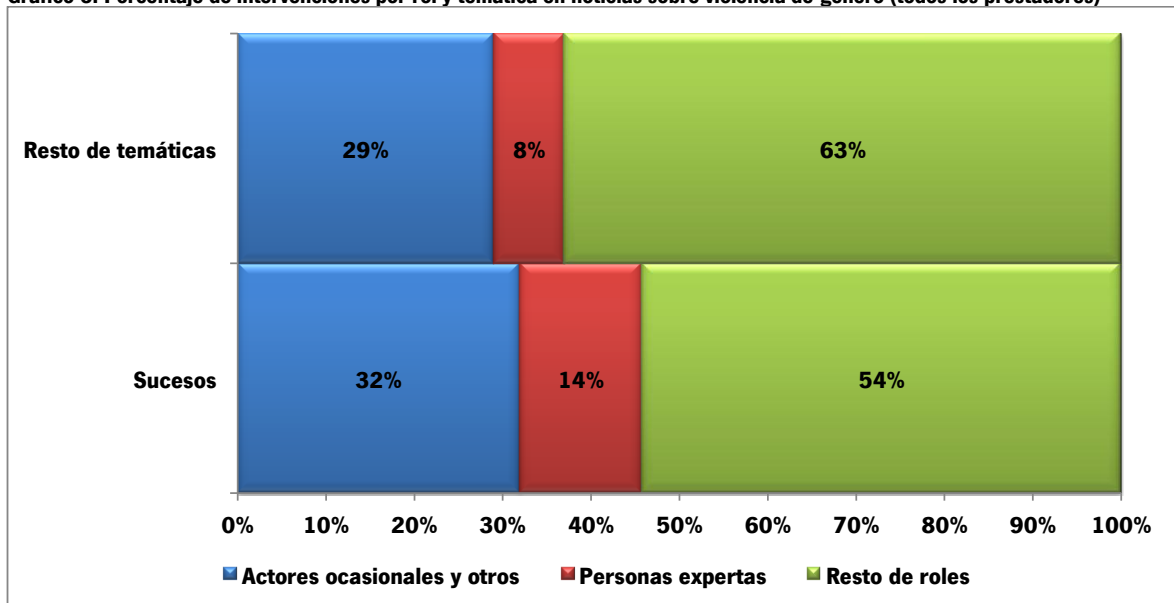
<b>Código:</b>	ZZW2D711Y52PUY+VC4Asfdla0V+M0a	<b>Fecha</b>	04/12/2017
<b>Firmado Por</b>	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	<b>Página</b>	5/8



**Gráfico 5: Porcentaje de intervenciones por rol, temática y prestador en noticias sobre violencia de género**




**Gráfico 6: Porcentaje de intervenciones por rol y temática en noticias sobre violencia de género (todos los prestadores)**



***Persiste la feminización del problema a través de los medios***

Los medios de comunicación no deberían contribuir a la feminización del problema de la violencia de género. Para ello, se recomienda que dispongan de una agenda diversificada de personas expertas, hombres y mujeres, que aborden este asunto.

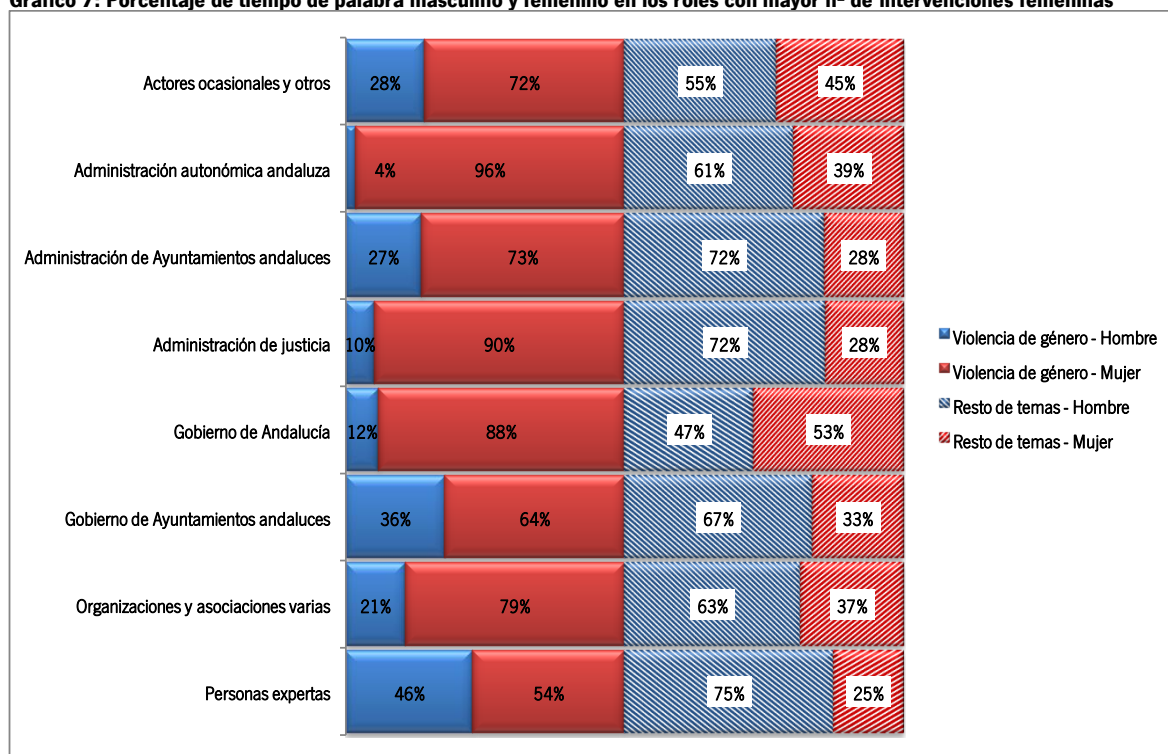
Código:	ZZW2D711Y52PUY+VC4Asfdla0V+M0a	Fecha	04/12/2017
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
Url De Verificación	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	Página	6/8



El Consejo Audiovisual de Andalucía ha advertido reiteradamente que la feminización del problema a través de los medios puede contribuir a crear la percepción errónea de que la violencia machista atañe sólo a las mujeres. Este indicador no registra cambios positivos desde el año 2013: El 67% de las personas que intervienen en las noticias son mujeres que, sin embargo, en otras informaciones suponen sólo un 31%.

Este desequilibrio es común a todos los prestadores, independientemente de su ámbito geográfico. A continuación se detallan los roles con mayor porcentaje de intervenciones femeninas:

**Gráfico 7: Porcentaje de tiempo de palabra masculino y femenino en los roles con mayor nº de intervenciones femeninas**



Si se ha corregido esta brecha de género que registra la información sobre violencia de género entre las personas expertas: 46% hombres y 54% mujeres mientras que el desequilibrio en el resto de las noticias sigue siendo enorme: 75% hombres y 25% mujeres.

Teniendo en cuenta lo anterior, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, reunido el 29 de noviembre de 2017, acuerda adoptar, a propuesta de la Comisión de Contenidos y Publicidad, por mayoría, las siguientes

### DECISIONES

**PRIMERA:** El Consejo Audiovisual de Andalucía valora positivamente el esfuerzo que siguen realizando las televisiones públicas de Andalucía para continuar situando el problema de la violencia de género entre los asuntos de mayor relevancia e interés informativo. Aunque se ha mejorado en algunos de los indicadores

Código:	ZZW2D711Y52PUY+VC4Asfdla0V+M0a	Fecha	04/12/2017
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
Url De Verificación	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	Página	7/8

empleados por el Consejo para evaluar el tratamiento informativo se ha retrocedido en otros, lo que exige que se asuman las 26 recomendaciones de la *Guía para el tratamiento informativo de la violencia de género*, de manera que a través de la información se contribuya a la prevención y sensibilización hacia este grave problema.

Es necesario incrementar la labor de sensibilización y prevención que tienen los medios durante los meses vacacionales de verano e invierno, contribuyendo a difundir las actitudes y comportamientos machista que para que la sociedad, y las víctimas potenciales, reconozcan los síntomas .

Se ha incrementado la participación de personas expertas en las noticias sobre violencia de género, pero ha crecido aún más porcentaje de personas no identificadas que opinan sobre este asunto, pasando del 15% al 22%. El 32% de quienes intervienen en las noticias agresiones y asesinatos a mujeres son personas no identificadas. Los medios deben evitar que difundir rumores u opiniones no contrastadas sobre el caso que puedan menoscabar la dignidad de las víctimas o restarle credibilidad, fomentar la figura neutra del maltratador y buscar causas que pudieran explicar o justificar la agresión frente a la opinión pública.

No debe tampoco contribuirse a la feminización del problema: El 67% de las personas entrevistadas en noticias sobre violencia de género son mujeres que, en otras informaciones, ocupan sólo 31% del tiempo de palabra en los telenoticiarios.

Sería también recomendable que contribuir a que la violencia de género se entienda como un problema político. El tiempo de antena de los representantes de partidos políticos andaluces ha descendido del 6% al 3% pese a que en 2016 se abordó la reforma de la Ley de Violencia de Género de Andalucía y la firma de un pacto de Estado nacional. Este porcentaje es además inferior al que registra el resto de las noticias.

**SEGUNDA:** Advertir que todos los medios de comunicación, también los privados y no sólo los audiovisuales, están interpelados por nuestro ordenamiento jurídico a implicarse y adoptar las acciones y recomendaciones necesarias para asegurar la sensibilización social, promover la igualdad y proteger a las víctimas.

**TERCERA:** Remitir a la Dirección General de Violencia de Género y al Observatorio Andaluz de la Violencia de Género esta decisión, así como el *Informe sobre la presencia de la violencia de género en los informativos de las televisiones públicas andaluzas 2016* para que se incorpore a los documentos de análisis sobre la función de los medios de comunicación como instrumentos de sensibilización y prevención.

**CUARTA:** Remitir la decisión y el *Informe sobre la presencia de la violencia de género en los informativos de las televisiones públicas andaluzas 2016* a los grupos políticos del Parlamento de Andalucía, así como a los Plenos de las Corporaciones Locales que gestionan las televisiones municipales analizadas y al conjunto de prestadores del servicio televisivos incluidos.

En Sevilla, a 29 de noviembre de 2017.  
LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL  
DE ANDALUCÍA.

Fdo.: Emelina Fernández Soriano.

<b>Código:</b>	ZZW2D711Y52PUY+VC4Asfdla0V+M0a	<b>Fecha</b>	04/12/2017
<b>Firmado Por</b>	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	<b>Página</b>	8/8

