

DECISIÓN 25/2020 DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA SOBRE LOS INFORMES DE PRESENCIA Y DE TRATAMIENTO DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN LOS INFORMATIVOS DE LAS TELEVISIONES PÚBLICAS ANDALUZAS

El Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) 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 y en los códigos de autorregulación. El objetivo es lograr una mayor implicación de los medios de comunicación en el fomento de la igualdad y la lucha contra la violencia hacia la mujer.

Por una parte, la Ley 7/2018, de 30 de julio, modificó el artículo 17 de la Ley 13/2007, de 26 de noviembre, de medidas de prevención y protección integral contra la violencia de género, con el propósito de incidir en la necesidad de combatir los estereotipos que se transmiten a través de los medios de comunicación y establecer mayores obligaciones para los medios de titularidad pública de la comunidad autónoma de Andalucía. Estos últimos deben realizar campañas contra la violencia de género, incorporando mensajes destinados a la sensibilización de la ciudadanía contra los diferentes tipos de violencia, así como a la prevención de la misma, el deber de la denuncia, el rechazo social, los mecanismos de salida de la situación de violencia y de superación de ésta. Por otra, la Ley 10/2018, de 9 de octubre, Audiovisual de Andalucía, aborda la lucha contra la violencia de género como una obligación ante la ciudadanía de quienes prestan servicios de comunicación audiovisual, indistintamente de su titularidad pública o privada. Se dedica a este asunto el artículo 31.2, con las siguientes obligaciones:

- a) No difundir contenidos audiovisuales, ya sean programas o comunicaciones comerciales, que sean sexistas, discriminatorios, vejatorios, estereotipados o que justifiquen, banalicen o inciten a la violencia de género.
- b) Usar un lenguaje adecuado que visibilice los asesinatos de las mujeres víctimas de violencia de género de una manera crítica hacia la conducta del agresor, siempre que se haya confesado culpable o lo haya declarado así un tribunal. En el resto de los casos hay que respetar el principio de la presunción de inocencia, según se establece en el artículo 24.2 de la Constitución Española.
- c) Presentar a las hijas e hijos menores de mujeres víctimas de violencia de género como víctimas directas de dicha violencia, preservando su protección y el tratamiento de la información. Promover la formación especializada con perspectiva de género de las personas profesionales que trabajan en el ámbito de la comunicación y sociedad de la información, tal como establece la legislación vigente en materia de prevención y protección contra la violencia de género, pudiendo fijarse unos requisitos mínimos adecuados para el tratamiento de esta información.
- e) No emitir comunicaciones comerciales o contenidos que promuevan o publiciten directa o indirectamente la prostitución, la trata, la explotación sexual o el turismo sexual, cualquiera que sea el medio o soporte empleado.

FIRMADO POR	ANTONIO CHECA GODOY	18/11/2020	PÁGINA 1/9
VERIFICACIÓN	Pk2jmBSSUNUN7GLBENYR4WDQYXF5ZN	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

Se refuerza, por tanto, el papel y la responsabilidad de los medios de comunicación, especialmente de los audiovisuales, frente al problema de la violencia de género. En general, los medios han interiorizado el papel y la responsabilidad que les atribuye nuestra legislación en la lucha contra la violencia machista que, en 2019, se situó como segundo asunto con mayor número de noticias en los telenoticiarios de los prestadores públicos, y el segundo, también, que más se aborda en el primer tamo de los informativos.

Estos son dos de los datos principales que arroja el último *Informe sobre la presencia de la violencia de género en los informativos de las televisiones públicas andaluzas*, referente a 2019. Un análisis cuantitativo que el CAA viene realizando anualmente desde 2010 para 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.

El Consejo realiza un seguimiento sistemático de las noticias sobre violencia de género, utilizando diferentes indicadores para evaluar el tratamiento informativo televisivo. Para realizar este último informe cuantitativo, se han analizado 2.350 horas de programación informativa con un volumen de 99.822 noticias emitidas en 2019. La muestra incluye 120.189 intervenciones en los telenoticiarios emitidos por la RTVA, incluyendo sus telediarios autonómicos y provinciales, las desconexiones de RTVE para Andalucía y quince televisiones locales públicas (Costa Noroeste TV, Écija Comarca TV, Estepona TV, Fuengirola TV, Huelva TV, Interalmérica, Onda Algeciras, Canal 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.

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

1.- Las noticias sobre violencia de género siguen siendo relevantes, pero con tendencia a la baja

Las noticias sobre violencia de género siguen teniendo una gran relevancia en los informativos de las cadenas públicas analizadas en este informe, registrándose en 2019 un 1,49% del número de noticias y un 1,20% de su duración. No obstante, este año se consolida una tendencia a la baja (1,63%-1,25%) que comenzó en 2018 respecto a los datos de 2017, año que acumula los porcentajes máximos de toda la serie histórica. Por prestadores, la mayor cobertura de la violencia de género corresponde a las televisiones autonómicas, con un 2,34% en general, igual que el año anterior, siendo La 1 Andalucía el canal en el que este tipo de noticias tiene más relevancia, un 2,68%.

Tanto por el número de noticias como por su duración, la violencia de género es el segundo tema en importancia en 2019 entre los asuntos de actualidad definidos, solamente superado en esta ocasión por las elecciones municipales.

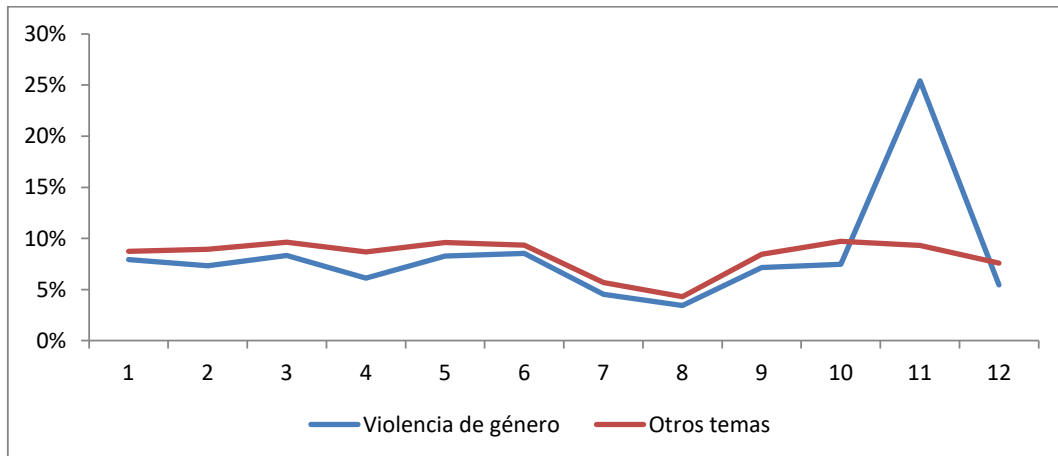
FIRMADO POR	ANTONIO CHECA GODOY	18/11/2020	PÁGINA 2/9
VERIFICACIÓN	Pk2jmBSSSEUN7GLBENYR4WDQYXF5ZN	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

Las noticias sobre violencia de género siguen siendo más cortas que el resto, un 20% de promedio (1'08" frente a 1'25"). Este fenómeno se da en todos los años estudiados, aunque la diferencia de duración oscila entre el 9% de 2009 y el 28% de 2016.

2.- Noviembre sigue concentrando la publicación de las noticias sobre violencia de género

La evolución mensual del número de informaciones sobre violencia de género alcanza de nuevo sus cotas más altas en el mes de noviembre, que acapara el 20% de las noticias, tres puntos más que en 2018, aunque por debajo del promedio de toda la serie, que asciende al 25%. La coincidencia de la concentración de este tipo de noticias en el mes en el que se celebra el Día Internacional contra la Violencia de Género evidencia la importancia que las políticas institucionales tienen en este asunto.

Distribución mensual del nº de noticias sobre violencia de género (todos los prestadores, 2009-2019)



En 2019, los siguientes meses con mayor incidencia informativa son enero y junio. No obstante, no hay, ni este año ni ningún otro de la serie histórica, una vinculación significativa entre las fechas en que se producen los crímenes machistas y la distribución de las noticias. Sí hay un patrón que se repite más, que es el descenso tan acusado de noticias de este tipo que se produce en los meses de verano, concretamente julio y agosto.

3.- La mayoría de las noticias sobre violencia de género se tratan dentro de la temática de sociedad

La temática predominante en las noticias sobre violencia de género en 2019 es sociedad, con un 49,7%, seguida de sucesos, con un 16%. Estos últimos consolidan en general su tendencia a la baja con los descensos de 2018 y 2017, donde llegaron a suponer un tercio. Bajan también con respecto a la media de la serie histórica, como la temática de sociedad, mientras suben las crónicas política y judicial.

FIRMADO POR	ANTONIO CHECA GODOY	18/11/2020	PÁGINA 3/9
VERIFICACIÓN	Pk2jmBSSUN7GLBENYR4WDQYXF5ZN	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

Por prestadores se aprecian, en 2019, diferencias significativas con respecto al peso de la temática social: las que acumulan mayor porcentaje en este sentido son las televisiones locales (64,13%), seguida de las desconexiones provinciales de la RTVA (56,15%) y las televisiones autonómicas (29,61%). En estas últimas, la primera temática, sin embargo, es la de sucesos (32,30%)

4.- Las instituciones son el principal referente frente a la violencia de género

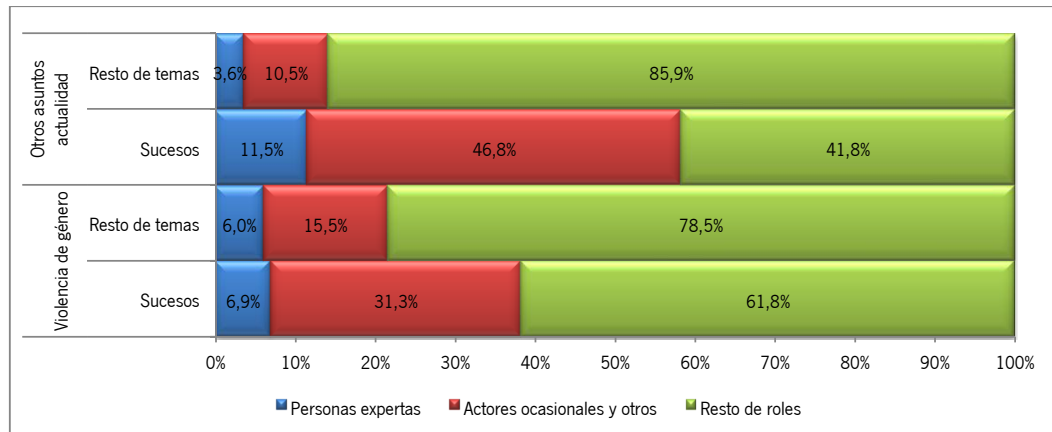
Los mensajes o presencia institucional suponen un 43% del tiempo de palabra en las noticias sobre violencia de género, una relevancia superior a la que se registra en otras noticias. El peso de los roles institucionales es particularmente notable en las cadenas locales (51%, con un 41% referente a sus gobiernos locales). En las autonómicas supone un 28,38%, con un 13,73% para el gobierno de Andalucía.

Desde 2016, en que se alcanza el mínimo de los roles institucionales en todo el periodo, con un 31%, se verifica una tendencia al alza que culmina en 2019, cuyo 43% sólo fue superado en 2010 con un 46%.

5.- Notable descenso de los actores ocasionales mientras las personas expertas se mantienen en solo un 5%

En 2019 se verifica un notable y positivo descenso de la importancia del rol de actores ocasionales (12%), que fue el primero de todos en 2018 con un 19% (20% en 2017, 22% en 2016 y 15% en 2015), mientras que el rol de personas expertas se mantiene por tercer año consecutivo en torno al 5% de tiempo de palabra, por debajo de la media de la serie histórica y lejos del 9,9% que alcanzó en 2013, máximo de la serie.

Peso de los roles actores ocasionales y personas expertas en las noticias sobre violencia de género según temática (% de intervenciones, todos los prestadores, 2009-2019)



6.- Los tiempos de palabra en las noticias sobre violencia de género siguen estando feminizados

En toda la serie histórica (2009-2019) en las noticias sobre violencia de género, dos de cada tres intervenciones son protagonizadas por mujeres, mientras que en el resto de noticias la proporción se invierte a favor de los hombres. Circunstancia que vuelve a darse este año. Por

tipo de prestadores, el tiempo de palabra femenino en las noticias de violencia de género es más elevado en las televisiones locales.

Este año, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha querido complementar su trabajo de análisis realizando, además, un estudio cualitativo, *Informe sobre el tratamiento de la violencia de género en los informativos de las televisiones públicas andaluzas en 2019*, basado en un exhaustivo y amplio conjunto de indicadores, que tienen su precedente en un estudio similar elaborado en 2018 en el seno de la RIRM. A diferencia de éste, el estudio de 2019 incluye también, además de las televisiones autonómicas, a las televisiones locales.

Para este informe se han analizado los informativos autonómicos de la RTVA y TVE-Andalucía y los locales de las 15 cadenas municipales durante los meses de enero, abril y septiembre de 2019. En total, 902 telenoticiarios, 21.982 noticias y más de 550 horas de emisión.

Como en el cuantitativo, este análisis cualitativo refleja también que el impacto de la violencia de género sigue siendo relevante en las televisiones públicas de Andalucía, donde ocupa globalmente el 1,4% de las noticias tratadas en los informativos analizados y el 0,9% del tiempo destinado a la información. En las televisiones locales, tanto el número de noticias como el tiempo dedicado es proporcionalmente menor que en las autonómicas. Estas, en comparación con el anterior análisis cualitativo, han incrementado levemente tanto el tiempo como el número de noticias de este tipo, concretamente en un 0,4 y 0,9 puntos.

Del informe se deduce, también, no obstante, que ha habido un descenso en la importancia dada a la noticia en el relato de los teletinformativos. Si en 2018, el 28% de las noticias sobre violencia de género ocuparon los titulares de las televisiones autonómicas, en 2019 fueron titular en el 18,62% de los casos. La mayoría de los titulares en los prestadores de ámbito andaluz lo son por agresiones (42%), crónica judicial (23,21%) y acciones sociales y programas de concienciación (21,43%). Por prestadores, TVE es el que más lleva el tema a titulares, y de las locales, Huelva TV.

El análisis realizado por el CAA evidencia que los programas y medios analizados respetan en general las recomendaciones encaminadas a asegurar un tratamiento adecuado de la información sobre violencia de género, respetuoso con la ética profesional y con los códigos de autorregulación vigentes, aunque se han producido algunas variaciones con respecto a ejercicios anteriores.

En la muestra, el mayor número de intervenciones ya no están protagonizadas por personas expertas (30%), como lo estuvo en 2018. En esta ocasión son los políticos los actores con más tiempo de palabra (45,5%), seguidos por terceras personas (40,8%) y las asociaciones (8,8%). Los actores políticos tienen un tiempo de palabra similar en autonómicas y locales de manera global. En este sentido, este informe cualitativo refleja también la tendencia ya analizada en el estudio cuantitativo de la fuerte presencia institucional en la información sobre violencia de género.

FIRMADO POR	ANTONIO CHECA GODOY	18/11/2020	PÁGINA 5/9
VERIFICACIÓN	Pk2jmbSSEUN7GLBENYR4WDQYXF5ZN	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

Por otra parte, este año, a diferencia de 2018, no se ha dado tiempo de antena a ninguna víctima, como tampoco hay tiempo de palabra para ningún agresor.

Entre todas las categorías de actores (políticos, asociaciones, administración de Justicia, persona especialista o terceras personas), el 36% de las intervenciones corresponden a expertos en violencia de género en cada uno de sus campos, correspondiendo la mayoría de las intervenciones como expertos a las categorías de actores políticos (42,3%) y de representantes de asociaciones (35%).

Como también se ha visto en el informe cuantitativo, las mujeres continúan teniendo mayor tiempo de palabra e intervenciones que los hombres en las noticias sobre violencia de género y, dentro de éstas, es mayor en las televisiones locales que en las autonómicas. De manera global, protagonizan el 68,8% del total de tiempos de antena, muy por encima de los hombres, con un 31%. Salvo en los roles de administración de Justicia y en personas especialistas, en los que el tiempo de voz mayoritario es masculino, en el resto de roles el tiempo de palabra está protagonizado por mujeres y, además, en porcentajes muy elevados: asociaciones (96%), terceras personas (77%) y actores políticos (60%).

Del total del tiempo de palabra de personas expertas en cada categoría de actores, el 89% corresponde a mujeres frente al 11% que está protagonizado por hombres. Este porcentaje es mayor en las televisiones locales, con un 94,8% de tiempo de palabra para mujeres expertas.

Sólo el 5% de las noticias analizadas utiliza imágenes que pueden contribuir a la espectacularización de la información, como primeros planos de manchas de sangre o armas. En el 0,95% (tres noticias) se incluyen gritos de vecinos o familiares y en otras dos noticias se realizan sendas recreaciones de una agresión, otro tipo de recurso visual que espectacularizan la información.

El tratamiento dado por los profesionales que exponen la información es en general correcto y riguroso. Sólo se ha registrado una noticia (0,32% de la muestra) en la que se vierten comentarios que pueden contribuir a trivializar el problema, una menos que en 2018, pero en esta ocasión —a diferencia del ejercicio anterior— sí se han hallado algunas muestras de expresiones que pueden provocar un efecto de dramatismo en el 2,84% de las noticias analizadas. El término "violencia de género" es el más utilizado en las noticias. Se emplea en el 25,5% de las ocasiones, seguido de "agresión" o "asesinato" (23,75%) y "violencia machista" (16,7%). Se da la circunstancia que, con respecto a 2018, ha habido un ligero cambio en las televisiones autonómicas, donde baja el término "violencia de género" 22 puntos, sube ligeramente el de "agresión" y sube bastante, hasta 10 puntos, el concepto "otros". De manera global, este año se da una mayor diversificación en los términos usados.

En el 13,6% (43 noticias) de la muestra se establecen relaciones causa-efecto por situaciones personales, principalmente por separación o divorcio. Esta circunstancia se da mucho menos en las cadenas locales (7,1%) que en las autonómicas (15,38%), donde además ha subido 12 puntos este año. En Andalucía TV se da este hecho en un 51%, en Canal Sur TV un 34,88 y TVE, en un 2,33%.

Mientras que en el pasado ejercicio analizado no se encontraron noticias que relacionaran como

FIRMADO POR	ANTONIO CHECA GODOY	18/11/2020	PÁGINA 6/9
VERIFICACIÓN	Pk2jmBSSSEUN7GLBENYR4WDQYXF5ZN	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

causa de la violencia de género las circunstancias sociales o geográficas del agresor o la víctima, en esta ocasión se cita la procedencia u origen de los protagonistas de la noticia en un 5% de las informaciones.

Las principales temáticas desde las que se abordan las informaciones sobre violencia de género son en general las de agresiones, acciones sociales y programas de concienciación y, en tercer lugar, actividades y propuestas de actores políticos. En número ganan las primeras y si se miden por duración, dominan las segundas. Estas, las referidas a acciones sociales y programas de concienciación, se dan más en las televisiones locales que en las autonómicas. En estas últimas, las principales son las referidas a agresiones, con una duración del 33,10%, seguida de acciones sociales y concienciación (21,10%) y actividades y propuestas de actores políticos (20,24%). Mientras que las centradas en agresiones bajan 16 puntos con respecto a 2018, las de propuestas de actores políticos suben más de 13 puntos y las de acciones sociales y concienciación se incrementan en más de tres puntos. La duración de las referidas a la crónica judicial, por su parte, sube más de 11 puntos, mientras baja, hasta quedarse en esta ocasión en un 3,84%, la que incluyen informes, estadísticas o encuestas; es decir, las noticias que se complementen con datos nacionales o internacionales o que informen sobre la prevalencia del fenómeno de la violencia de género y el alcance de sus secuelas, de todo tipo, en las víctimas o sus familiares.

Un porcentaje, este último, muy bajo si tenemos en cuenta que tanto en las recomendaciones internacionales, como en la *Guía para el tratamiento informativo de la violencia de género* del CAA, se apunta la necesidad de contextualizar la información, ofrecer datos y elementos que ayuden a reflexionar y entender el problema. Es recomendable explicar los antecedentes, los procesos seguidos por la persona agredida, dar información sobre los recursos públicos que existen, como el teléfono 016 u otros, transmitir actos de repulsa e informar sobre sentencias y condenas, ya que ello contribuye a trasladar a la ciudadanía que el sistema judicial actúa frente a la violencia de género.

La contextualización de las noticias, por tanto, es un hecho necesario e importante y es significativo el esfuerzo realizado para no presentar las agresiones como hechos aislados sino contextualizándolos. En este sentido, casi la mitad 46,1% de las noticias analizadas incluye referencias a las consecuencias negativas —detención, encarcelamiento o medidas de alejamiento— para los agresores. El resto de datos de contextualización incluidos en este análisis están por debajo de este porcentaje. Así, el 28% de las noticias estudiadas incluye datos sobre informes y estadísticas o, en la misma proporción, muestras de rechazo social, como manifestaciones o concentraciones de repulsa. Estas últimas se dan más en las locales que en las autonómicas, aunque en éstas se han incrementado cuatro puntos. Las que incluyen información sobre recursos públicos —016, casas de acogida, centros municipales de información a la mujer o Sistema VioGén— se dan también en mayor proporción en las televisiones municipales que en las autonómicas, donde en comparación con el anterior ejercicio estudiado han bajado. Mientras que en 2018, por ejemplo, el 12,40% de las informaciones incluía referencias al teléfono de atención a las víctimas, este año sólo se incluye en un 4% de las noticias de prestadores autonómicos.

FIRMADO POR	ANTONIO CHECA GODOY	18/11/2020	PÁGINA 7/9
VERIFICACIÓN	Pk2jmbSSEUN7GLBENYR4WDQYXF5ZN	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

En el 42,3% de las noticias se incluyen datos del agresor o imágenes del mismo; respecto de la víctima este porcentaje es del 47,3% y en relación con personas menores de edad el porcentaje es de un 12,3%. Hay que tener en cuenta que se han considerado datos personales la inclusión en la noticia de uno o más datos como la imagen, la edad, la procedencia, la relación con la víctima o la residencia.

Por último, mientras que en el análisis anterior se registraron dos casos, este año sólo se ha dado una noticia (0,3% de la muestra) en la que se podría banalizar la lucha contra la violencia de género. No se ha registrado ninguna noticia en la muestra en la que se culpe de las agresiones a las víctimas, al igual que en 2018, y este año tampoco hay justificaciones de la violencia de género.

Los resultados de estos informes demuestran que los medios de comunicación vienen ejerciendo un papel innegable en la concienciación social sobre la violencia de género. La mantienen entre los primeros temas de la agenda informativa, dando relevancia al asunto, con un tratamiento correcto y riguroso, y realizando una labor de sensibilización e información, aunque la difusión del teléfono de atención a las víctimas es aún proporcionalmente bajo. Se trata de un tipo de información en la que sigue persistiendo una elevada presencia de voces femeninas y una participación de personas expertas que está estancada en niveles aún bajos, frente a una fuerte presencia institucional y una concentración de las informaciones en torno al mes de noviembre fundamentalmente.

Por cuanto antecede, a propuesta de la Comisión de Contenidos celebrada el día 11 de noviembre de 2020, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, de conformidad con lo establecido en los apartados 6, 17 y 24 del artículo 4 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, en su reunión de 17 de noviembre de 2020, y previa deliberación de sus miembros acuerda por UNANIMIDAD las siguientes DECISIONES:

PRIMERA.- El CAA 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 interés informativo. Un hecho que se produce de manera muy acusada durante el mes de noviembre, coincidiendo con las celebraciones institucionales del Día contra la Violencia de Género. Esta elevada concentración puntual de información contrasta con la bajada que se produce durante otros meses, fundamentalmente los del periodo estival. Sería necesario mantener una tónica más equilibrada y menos estacional en la cobertura con más emisiones en verano.

SEGUNDA.- Se cumplen 10 años desde que el CAA elabora este tipo de estudios. En esta década, 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. La presencia femenina, una vez más, en 2020, sigue siendo abrumadora, tanto a nivel general, como entre las personas expertas, de ahí la necesidad de insistir en aumentar mucho

FIRMADO POR	ANTONIO CHECA GODOY	18/11/2020	PÁGINA 8/9
VERIFICACIÓN	Pk2jmBSSSEUN7GLBENYR4WDQYXF5ZN	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



más la presencia de hombres en estas noticias, ya que los pasos dados hasta ahora en este sentido se demuestran claramente insuficiente.

TERCERA.- El peso de los roles institucionales en las informaciones sobre violencia de género no sólo es notable, sino que se verifica una tendencia al alza. Sería necesario presentar una mayor diversidad de voces y pluralismo social en este tipo de noticias. Como es necesario, también, incrementar la participación de personas expertas, cuyo tiempo de palabra permanece estancado desde hace tres años.

CUARTA.- Los medios deben tener muy presente que han de enmarcar los asesinatos y las agresiones en un contexto informativo de sensibilización de la población y ayuda a la víctima y su entorno, con la difusión siempre de información sobre recursos públicos de atención, como el teléfono 016, cuyas referencias no sólo se dan en un porcentaje aún bajo, sino que desciende en algunos prestadores, los autonómicos. De ahí, la necesidad de que los medios redoblen esfuerzos en la inclusión de este tipo de datos.

QUINTA.- Remitir la decisión y los informes sobre la presencia y el tratamiento de la violencia de género en los informativos de las televisiones públicas andaluzas 2019 a los grupos políticos del Parlamento de Andalucía, así como a las Corporaciones Locales que gestionan las televisiones municipales analizadas y al conjunto de prestadores del servicio televisivos incluidos.

En Sevilla, a 17 de noviembre de 2020.

EL PRESIDENTE DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

Fdo.: Antonio Checa Godoy.

FIRMADO POR	ANTONIO CHECA GODOY	18/11/2020	PÁGINA 9/9
VERIFICACIÓN	Pk2jmBSSUNUN7GLBENYR4WDQYXF5ZN	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	