



DECISIÓN 36/2018 DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA SOBRE LA VIOLENCIA DE GÉNERO COMO ASUNTO DE ACTUALIDAD INFORMATIVA EN 2017.

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 y en los códigos de autorregulación. En 2018 se han producido dos cambios relevantes en el ordenamiento jurídico con el propósito de 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, ha modificado 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 esta.

La legislación concreta algunas fechas en las que se realizarán las campañas específicas contra la violencia de género: 6 de febrero, Día Internacional de Tolerancia Cero con la Mutilación Genital Femenina; 23 de septiembre, Día Internacional contra la Explotación Sexual y la Trata de Personas; y 25 de noviembre, Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer.

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.

Código:	ZZW2D797FHFFYIbPLxUR+BVGQZnIhX	Fecha	20/12/2018
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	1/8



- d) 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.

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.


2. Al Consejo Audiovisual de Andalucía le corresponde adoptar las medidas que procedan a fin de que los medios audiovisuales sobre los que ejerce sus funciones traten y reflejen la violencia de género en toda su complejidad, así como asegurar el cumplimiento de los principios rectores de la Ley 10/2018. 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. En 2018, se abordará además un estudio cualitativo en el contexto de un grupo de trabajo internacional para comparar cómo tratan los medios de diferentes países la violencia hacia la mujer.

El propósito del informe anual 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 estudio, que se eleva al Observatorio Andaluz de la Violencia de Género y al Parlamento de Andalucía, 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 2018, se han analizado 2.772 horas de programación informativa con un volumen de 137.218 noticias emitidas en 2017 (37.320 más que en la anterior edición). La muestra incluye 154.481 intervenciones en los telenoticiarios emitidos por la RTVA, incluyendo sus telediarios autonómicos y provinciales, las desconexiones de RTVE para Andalucía y por 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).

Código:	ZZW2D797FHFFYIbPLxUR+BVGQZnIhX	Fecha	20/12/2018
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	2/8



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.

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

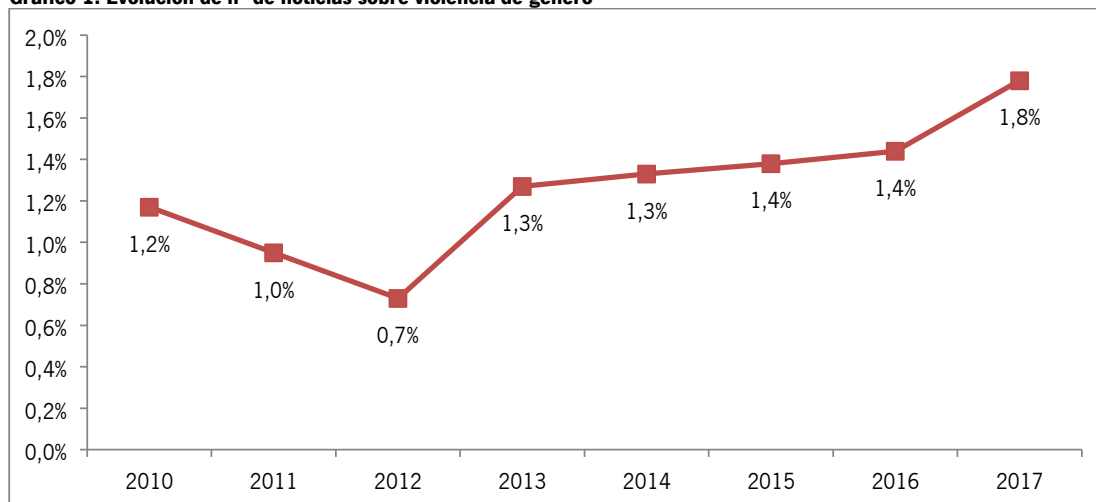
► **Los informativos incrementan un 25% las noticias y el 35% el tiempo dedicado a la violencia de género.**

La violencia de género ha seguido siendo en 2017 un asunto destacado en los telenoticiarios, situándose como segundo asunto en número de noticias, después de la inmigración, y el primero en tiempo. Las noticias han experimentado un notable incremento respecto al año anterior: 25% cuando se considera el número y 35% en tiempo. Desde 2010, este aumento ha sido del 52% y del 65%, respectivamente.

Es además el asunto que más se aborda en el primer tramo de los informativos, lo que refuerza la relevancia que los medios analizados le están dando en la comunidad autónoma.


Hay que precisar que el incremento en el número y duración de noticias registrado no viene determinado por la incidencia del conocido como caso de la manada, la violación múltiple de una mujer en Pamplona, que acaparó el 0,05% de las noticias analizadas (alrededor de 70 emitidas en las televisiones autonómicas).

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



Las noticias sobre violencia de género son como promedio un 21% más breve que el resto de las noticias (57 segundos frente a 1 minuto y 21 segundos del resto), circunstancia que viene determinada por aquellas que informan de agresiones o asesinatos. Estas informaciones duran como media 47 segundos, es decir, un 35% menos. Sin embargo, en conjunto se ha incrementado un tercio el tiempo que las televisiones analizadas dedican al problema, registrándose la cifra más alta desde 2010.

Código:	ZZW2D797FHFFYIbPLxUR+BVGQZnIhX	Fecha	20/12/2018
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	3/8

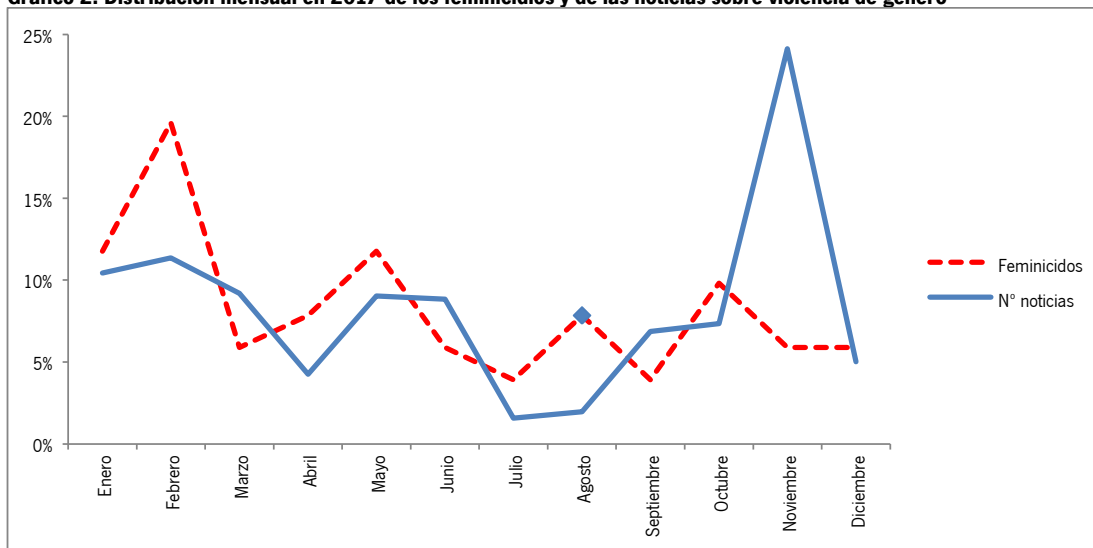


► **El 24% de las noticias sobre violencia de género se difunden en noviembre.**

La celebración del Día Internacional contra la Violencia de Género, el 25 de noviembre, sigue siendo el motor del esfuerzo que realizan los medios para concienciar a la sociedad en torno al problema: El 24% de las noticias sobre violencia de género se emitieron en el mes de noviembre. Hay que recordar que hasta 2016 este porcentaje era del 40%.

Los siguientes meses con mayor incidencia informativa son enero y febrero, coincidiendo con las cifras más altas de asesinatos. En julio y agosto se registra sin embargo un acusado descenso, pese a que este último mes registró en 2017 cuatro víctimas mortales. Sólo el 3,5% de las noticias sobre violencia de género se difunden en los meses de verano.

Gráfico 2: Distribución mensual en 2017 de los feminicidios y de las noticias sobre violencia de género



► **Una de cada tres noticias sobre violencia de género se refieren a agresiones o asesinatos.**

El 55% de las noticias difundidas sobre violencia de género tienen un trasfondo informativo social y una de cada tres abordan un caso concreto de agresión o asesinato. Este indicador refleja diferencias según el ámbito de las cadenas: En las locales, el 68,37% de las noticias se abordó como un asunto social. El 10,38% de todas las noticias analizadas se encuadrarían en la crónica política, cifra que desciende al 4,5% en el caso de la violencia de género.

► **Las instituciones son el principal referente frente a la violencia de género.**

Los mensajes institucionales suponen el 52% del tiempo de palabra en las noticias sobre violencia de género, una relevancia muy superior a la que se registra en otras noticias (39%) y ligeramente mayor a la registrada en 2016 (48%).

Los representantes de los Gobiernos de Andalucía y de los Ayuntamientos representan el 31%, cifra superior a la del año anterior.

Código:	ZZW2D797FHFFYIbPLxUR+BVGQZnIhX	Fecha	20/12/2018
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	4/8




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

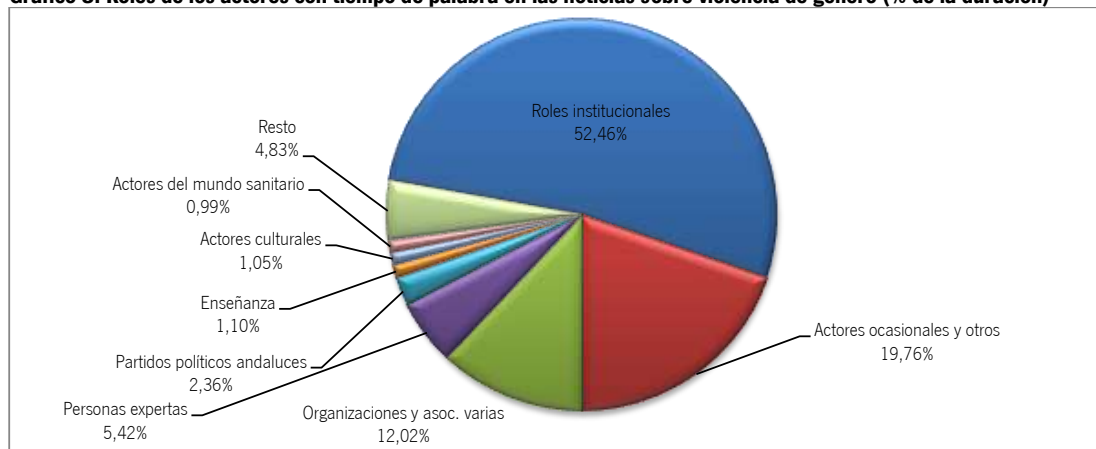
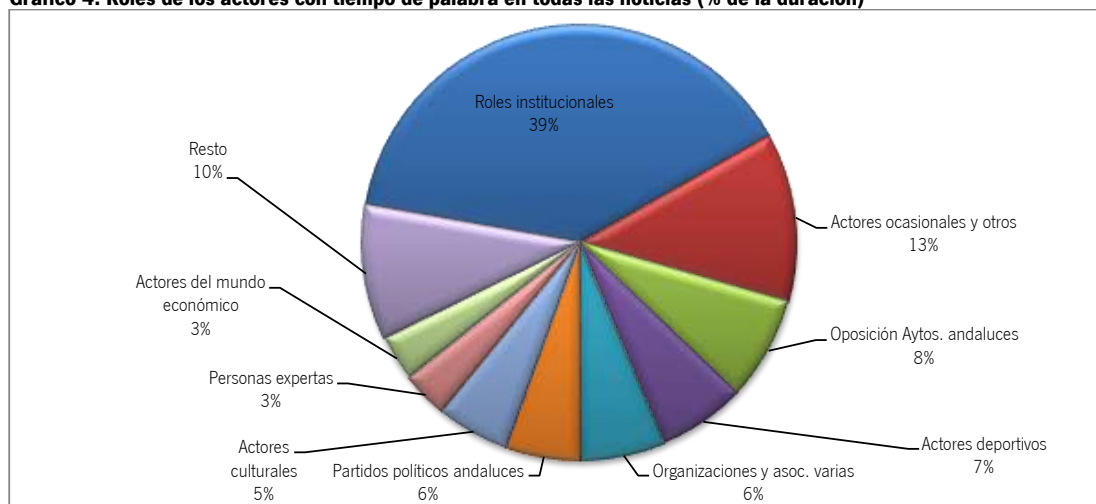


Gráfico 4: Roles de los actores con tiempo de palabra en todas las noticias (% de la duración)



► **Menos personas expertas y más fuentes no relevantes en las noticias sobre 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 cuando se informa de agresiones y asesinatos. Es una decisión editorial, que depende exclusivamente del medio. Este indicador refleja una evolución negativa. En estas noticias, sólo el 6,8% de las intervenciones están protagonizadas por personas expertas mientras que personas no identificadas siguen ocupando el papel más relevante (32,2% de las intervenciones).

Código:	ZZW2D797FHFFYIbPLxUR+BVGQZnIhX	Fecha	20/12/2018
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	5/8




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

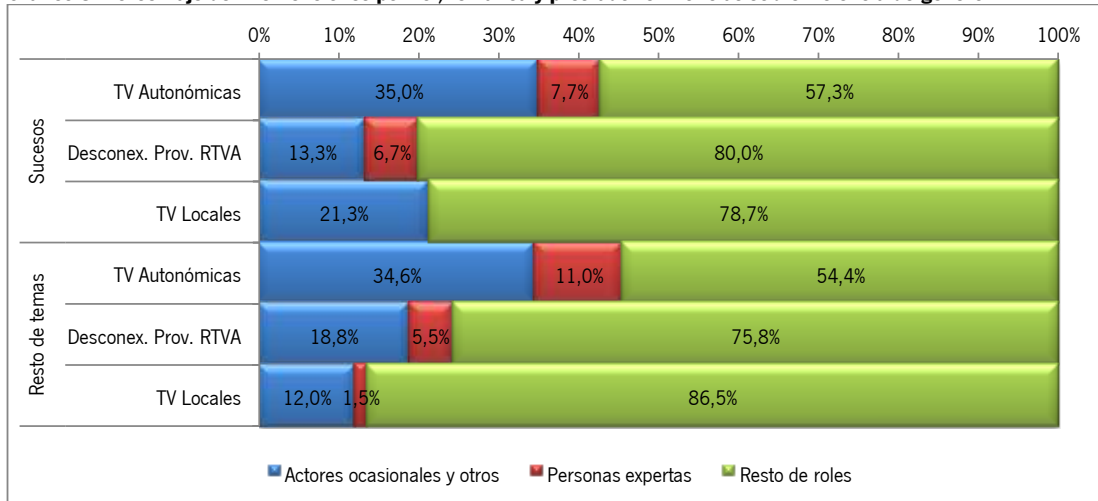
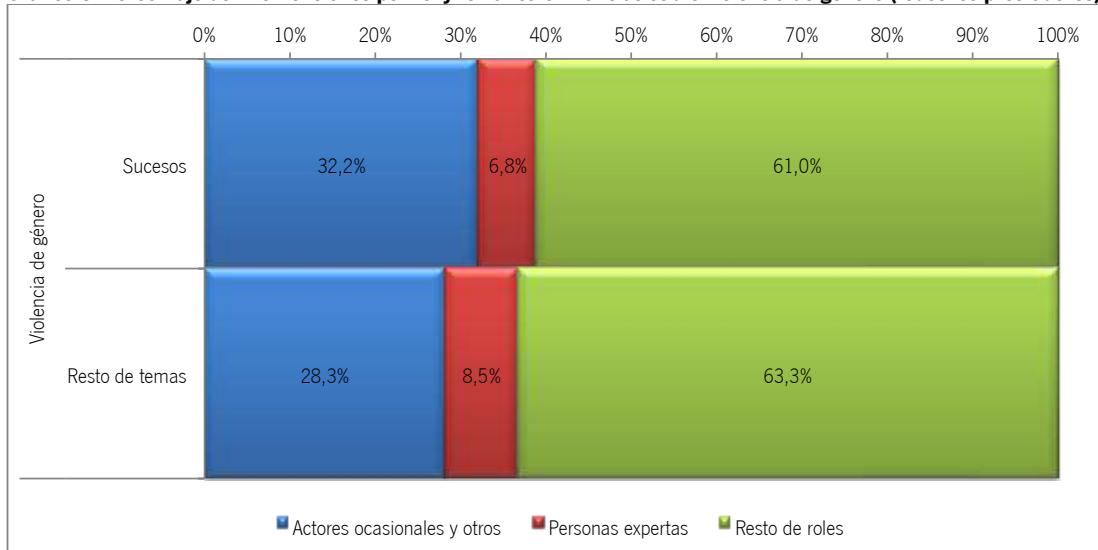


Gráfico 6: Porcentaje de intervenciones por rol y temática en noticias sobre violencia de género (todos los prestadores)



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

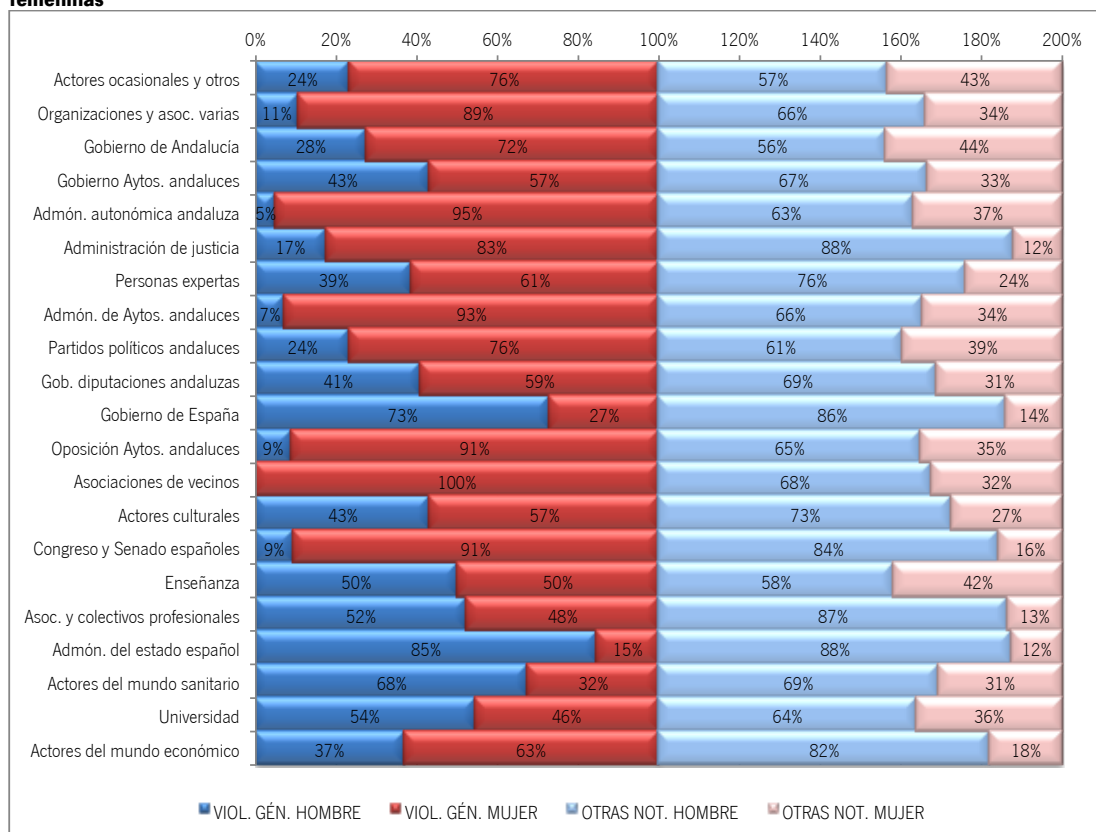
Los medios de comunicación no deberían contribuir a la feminización del problema de la violencia de género. Para ello, se recomienda que dispongan de una agenda diversificada de personas expertas, hombres y mujeres, que aborden este asunto.

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 66% de las personas que intervienen en las noticias son mujeres que, sin embargo, en otras informaciones suponen sólo un 33%. Por primera vez, en el Gobierno de la nación y entre los

representantes de la administración del Estado se invierten estas cifras, de forma que el 69% y el 86% respectivamente de las intervenciones son masculinas.

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



Teniendo en cuenta lo anterior, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, reunido el 19 de diciembre de 2018, acuerda adoptar, a propuesta de la Comisión de Contenidos y Publicidad, las siguientes

DECISIONES

PRIMERA.- El Consejo Audiovisual de Andalucía valora positivamente el esfuerzo que siguen realizando las televisiones públicas de Andalucía para mantener el problema de la violencia de género entre los asuntos de mayor relevancia e interés informativo. Hay que insistir en que todos los medios de comunicación están interpelados por el ordenamiento jurídico para que borden este grave problema como un asunto de interés general y se doten de mecanismos de autorregulación que aseguren un adecuado tratamiento de las noticias. El CAA pone a disposición de los medios la Guía para el tratamiento informativo de la violencia de género, que puede obtenerse a través de la página web.

Código:	ZZW2D797FHFFYIbPLXUR+BVGQZnIhX	Fecha	20/12/2018
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	7/8

Se ha retrocedido, sin embargo, en uno de los indicadores más relevantes, sujeto a decisiones editoriales: la incorporación de personas expertas cuando se informa de agresiones y asesinatos en lugar acudir de forma tan acusada a fuentes anónimas.

SEGUNDA.- Advertir que en 2018 han entrado en vigor dos leyes importantes que afectan a los medios de comunicación, especialmente los audiovisuales. La Ley 7/2018, de 30 de julio, ha modificado 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 que los medios de comunicación de titularidad pública desarrollen al menos tres campañas de sensibilización ciudadana contra la violencia de género los días 6 de febrero, Día Internacional de Tolerancia Cero con la Mutilación Genital Femenina; 23 de septiembre, Día Internacional contra la Explotación Sexual y la Trata de Personas; y 25 de noviembre, Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer.

Por otra parte, 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, fijando cinco objetivos concretos, entre los que se incluye la formación especializada de los profesionales y la erradicación de las 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.

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 2017 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 2017 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 el citado Informe.

En Sevilla, a 19 de diciembre de 2018.
LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL
DE ANDALUCÍA.

Fdo.: Emelina Fernández Soriano.

Código:	ZZW2D797FHFFYIbPLxUR+BVGQZnIhX	Fecha	20/12/2018
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	8/8

