

**DECISIÓN 39/2013 DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA SOBRE PRESENCIA DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO COMO ASUNTO DE ACTUALIDAD INFORMATIVA EN EL 2012.**

**1.-** El Consejo Audiovisual de Andalucía es la autoridad encargada de 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, deben 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 en 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 realiza desde el 2010 un análisis del tratamiento que los medios de comunicación audiovisuales otorgan a la violencia de género como asunto de actualidad informativa, con el propósito de conocer y evaluar la relevancia en los noticiarios de las televisiones públicas, dato que no se disponía hasta entonces en nuestra Comunidad Autónoma.

Con este informe anual se pretende extraer conclusiones generales y particulares, relativas a cada televisión analizada, que contribuyan 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 ha ampliado en 2012 el informe con el fin de valorar si las televisiones están contribuyendo a difundir los teléfonos de atención a las víctimas cuando informan de episodios de violencia hacia las mujeres.

Para realizar este informe, el Consejo ha analizado 3.225 horas de programación informativa, 417 más que el año anterior, emitidas por la RTVA, tanto en sus telediarios autonómicos como provinciales, las desconexiones de RTVE para Andalucía y en diez televisiones locales públicas. Las noticias sobre violencia de género abarcan algo más de 18 horas, dos menos que en 2011.

El análisis 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. En concreto se han catalogado 140.210 noticias (1.023 relacionadas con la violencia de género) y 167.299 intervenciones o tiempos de palabra.

<b>Código Seguro De Verificación:</b>	Hh/nObiBw0FslK9LKqJfzQ==	<b>Fecha</b>	05/11/2013
<b>Normativa</b>	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.		
<b>Firmado Por</b>	Maria Emelina Fernandez Soriano		
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/Hh/nObiBw0FslK9LKqJfzQ==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/Hh/nObiBw0FslK9LKqJfzQ==</a>	<b>Página</b>	1/8



El Consejo ha realizado además en 2012 un análisis específico del tratamiento informativo que televisiones de ámbito autonómico y nacional dieron al asesinato de una niña de 13, víctima de violencia de género, en El Salobral (Albacete). Se estudiaron más de 67 horas de programación informativa de televisiones de ámbito nacional (La 1, Antena 3, Telecinco, Cuatro) y autonómico (Canal Sur TV), seleccionando una muestra de 40 programas: 25 informativos diarios y 15 magazines matinales emitidos entre el 20 y 24 de octubre, en los que se trató la noticia.

Se hizo entonces una evaluación muy crítica sobre el tratamiento que magazines televisivos de gran audiencia dieron al caso, obviando las pautas de conducta exigidas desde la deontología profesional. El Consejo elevó al Parlamento andaluz y al Congreso su informe donde solicita abrir un debate nacional sobre la autorregulación de los medios.

Por otra parte, se ha publicado este año la *Guía para el tratamiento informativo de los procesos judiciales* que incluye un capítulo dedicado a la violencia de género. Este documento es fruto de la colaboración del Consejo Audiovisual de Andalucía, el Tribunal Superior de Justicia y el Colegio de Periodistas.

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


**1.-La violencia de género pierde relevancia informativa.**

La violencia de género ha ido perdiendo progresivamente relevancia informativa en los tres últimos años en favor de otros temas de actualidad relacionados con la crisis económica, las elecciones autonómicas y el caso de los EREs irregulares. La violencia de género ha pasado de ser el tercer asunto de actualidad informativa en 2010 al séptimo en 2012, cuando se registraron 325 noticias menos.

En 2010, el 1,17% de las noticias estaban relacionadas con la violencia de género, porcentaje que ha pasado al 0,7%. En los dos últimos años, el descenso en el número de noticias ha sido del 15%.

La pérdida anual de relevancia informativa se explica en parte por el descenso en el de víctimas mortales y, por tanto, de noticias que informan de casos concretos y que ocupan titulares destacados en los telenoticiarios, como se verá a continuación.<sup>1</sup> Hay que tener también en cuenta que la atención informativa obedece

<sup>1</sup>El año 2012 registró 52 víctimas mortales, 9 menos que en el 2011. En Andalucía, el descenso fue del 50% (8-16), según las estadísticas publicadas por Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Andalucía acumulaba en el 2011 el 26,6% de los casos mortales, porcentaje que ha bajado al 15,4%.

<b>Código Seguro De Verificación:</b>	Hh/nObiBw0Fs1K9LKqJfzQ==	<b>Fecha</b>	05/11/2013		
<b>Normativa</b>	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
<b>Firmado Por</b>	Maria Emelina Fernandez Soriano				
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/Hh/nObiBw0Fs1K9LKqJfzQ==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/Hh/nObiBw0Fs1K9LKqJfzQ==</a>	<b>Página</b>	2/8		

fundamentalmente al esfuerzo institucional y social por convertir los malos tratos hacia las mujeres en un asunto de actualidad. Esa tensión política y social se ha diluido a lo largo del año para concentrarse en torno a la celebración del Día Internacional contra la Violencia de Género.

Esta pérdida de relevancia es general en todos los prestadores del servicio analizados, salvo en los informativos provinciales de Canal Sur de Córdoba.

## 2.- No se informa del teléfono de atención a las víctimas.

Sólo en el 22% de las noticias sobre episodios de violencia de género se informa verbalmente o mediante sobreimpresiones de los teléfonos de asistencia a las víctimas, tal como dispone la Ley 13/2007 de Medidas de Prevención y Protección Integral contra la Violencia de Género y los códigos de autorregulación, en especial el acuerdo firmado en 2007 por el Gobierno de la nación y la Unión de Televisiones Comerciales para que en todas las noticias sobre episodios de violencia de género se incluya una mención expresa al teléfono 016, de modo que la sociedad, y especialmente las mujeres que puedan estar sufriendo malos tratos, tengan presente un recurso que está a su disposición las 24 horas del día todos los días del año.


En las 385 noticias analizadas, se han hallado ocho referencias (2% del total) al teléfono 016 y 75 (20%) al 900 200 999, el teléfono de del Instituto Andaluz de la Mujer.

El 31% de las noticias sobre episodios de violencia emitidas por Canal Sur incluyen una referencia, casi siempre al 900 200 999. El *Código contra la violencia machista* de la RTVA dispone que, en todas las noticias relacionadas con la violencia machista, debe insertarse en pantalla el teléfono de información y asesoramiento del Instituto Andaluz de la Mujer, norma que no se está cumpliendo especialmente en los noticiarios provinciales, donde sólo una noticia incluía esta información.

La RTVE ha informado del 016 en el 15% de las noticias analizadas y en las televisiones locales sólo se ha difundido el teléfono gratuito en una de las 22 informaciones estudiadas, emitida en Onda Jerez TV.

## 3.- El 25% de las noticias sobre violencia de género abren los informativos

El Consejo Audiovisual de Andalucía ha valorado positivamente en años anteriores la tendencia de las televisiones públicas a dar relevancia en su parrilla informativa a la violencia de género, sobre todo cuando se informa de las víctimas, situándola entre las tres primeras noticias emitidas.

<b>Código Seguro De Verificación:</b>	Hh/nObiBw0Fs1K9LKqJfzQ==	<b>Fecha</b>	05/11/2013		
<b>Normativa</b>	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
<b>Firmado Por</b>	Maria Emelina Fernandez Soriano				
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/Hh/nObiBw0Fs1K9LKqJfzQ==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/Hh/nObiBw0Fs1K9LKqJfzQ==</a>	<b>Página</b>	3/8		

En 2012, el 25% de las informaciones sobre violencia de género se emitió como primera, segunda o tercera noticia. En 2011, la cifra era del 40%. Este descenso sí puede estar relacionado con la notable bajada del 50% que ha registrado el número de víctimas mortales en Andalucía ya que 61 de cada 100 cien noticias sobre violencia de género que abren los informativos están relacionadas con asesinatos. En general, los sucesos suponen el 11% de las primeras noticias en los telenoticiarios de las cadenas públicas.

#### **4.- Las noticias sobre violencia de género son un 22% más breve que otras informaciones**

Como media, se le dedica 1 minuto 5 segundos mientras que la duración general de las noticias es de 1 minuto y 23 segundos, datos semejantes a los registrados en 2011. Esto se traduce en que las noticias referidas a violencia de género son un 22% más breves que el resto de las informaciones.


Las noticias sobre agresiones o asesinatos a mujeres son aún más breves. En estos casos, el promedio es de 46 segundos, es decir, un 30% menos.

Nuestra legislación exige a los medios de comunicación que cumplan una función social y pedagógica cuando abordan la violencia de género, de acuerdo a las normas de autorregulación aprobadas. El esfuerzo por evitar un tratamiento informativo contraproducente no debería conducir necesariamente a una presentación de los crímenes desnuda de la función social y pedagógica que se espera de los medios. Como ya ha señalado el Consejo en sus recomendaciones, la violencia de género debe presentarse siempre como un proceso progresivo que lleva desde el insulto y un primer golpe hasta el homicidio o el asesinato. Esto no significa que todos los casos recorran el mismo camino, pero sí que todos los que llegan a una agresión grave lo han recorrido. Diferentes estudios e informes advierten de la existencia de una bolsa de malos tratos que no aflora nunca, como demuestra la inexistencia de denuncia previa en la mayor parte de las agresiones mortales y de la falta de atención informativa hacia los procesos judiciales y las consecuencias penales en los agresores.

#### **5.- En tres de cada diez ocasiones se informa de un episodio de violencia de género.**

Un año más se confirma que la presencia de la violencia de género como asunto de interés general no está sólo vinculado a las agresiones sino que las televisiones desarrollan también una labor de sensibilización y concienciación situando este problema en su agenda informativa. Sólo en tres de cada diez noticias emitidas se informa de un episodio de violencia. El 34% de las noticias sobre violencia de género - 347 de 1.023- se emitieron en noviembre, coincidiendo con el Día Internacional contra la Violencia hacia las mujeres. No existe una correlación entre los feminicidios y la distribución mensual de las noticias sobre violencia de género que confirme la preocupación por el denominado *efecto llamada* de las noticias.

<b>Código Seguro De Verificación:</b>	Hh/nObiBw0Fs1K9LKqJfzQ==	<b>Fecha</b>	05/11/2013
<b>Normativa</b>	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.		
<b>Firmado Por</b>	Maria Emelina Fernandez Soriano		
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/Hh/nObiBw0Fs1K9LKqJfzQ==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/Hh/nObiBw0Fs1K9LKqJfzQ==</a>	<b>Página</b>	4/8



En 2012, el 44% de las noticias sobre violencia de género se emitieron en los meses de octubre y noviembre, un porcentaje muy superior al registrado el año anterior (28%), lo que manifiesta una concentración del interés hacia el problema en torno al 25 de noviembre que no se manifestaba con tanta contundencia en años anteriores.

Tanto en 2010 como en 2011, el segundo pico informativo sobre la violencia de género se registró en el mes de marzo, coincidiendo con la celebración del Día Internacional de la Mujer, circunstancia que ya no se produce en 2012. El 8 de marzo ha dejado por tanto de ser una fecha simbólica en la sensibilización hacia los malos tratos, al menos en los telenoticiarios.


Un año más se confirma la correlación entre la labor institucional se sensibilización y el volumen de noticias sobre violencia de género, conclusión que refuerza el hecho de que más de la mitad de los tiempos de palabra analizados pertenecen a portavoces o representantes institucionales, sobre todo de los ayuntamientos y de los gobiernos autonómico y nacional. Esta presencia institucional desciende al 24% en el resto de las informaciones.

## **6.- Se mantiene la tendencia de los medios a recurrir a personas no cualificadas**

El Consejo Audiovisual de Andalucía está alertando desde el 2010 sobre la escasa relevancia que en las noticias sobre violencia género tienen las personas expertas en malos tratos que, como advierten los diferentes códigos deontológicos, pueden proporcionar otra dimensión del relato acorde con la dimensión real del problema y contribuir además a ayudar a las víctimas.

En las noticias sobre violencia de género, el 20% de las intervenciones está protagonizada por los actores ocasionales (personas que aparecen sin identificar), tal como se les denomina en el informe, cifra muy superior a la que se registra en el resto de las noticias. Esta tendencia es más acusada en informativos autonómicos de la RTVA y de RTVE (31 y 25% respectivamente) que en las desconexiones provinciales de Canal Sur y las televisiones locales. En este caso, el 39% de las intervenciones está protagonizada por representantes de los gobiernos locales.

La administración de Justicia tiene una presencia residual, que sólo es relevante en los informativos autonómicos de la RTVA (5% de las intervenciones). En los telenoticiarios regionales resulta asimismo significativa la ausencia de portavoces de los

<b>Código Seguro De Verificación:</b>	Hh/nObiBw0Fs1K9LKqJfzQ==	<b>Fecha</b>	05/11/2013		
<b>Normativa</b>	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
<b>Firmado Por</b>	Maria Emelina Fernandez Soriano				
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/Hh/nObiBw0Fs1K9LKqJfzQ==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/Hh/nObiBw0Fs1K9LKqJfzQ==</a>	<b>Página</b>	5/8		

partidos políticos, que como promedio ocupa el tercer lugar en volumen de intervenciones en el resto de las noticias.

Es también significativa la ausencia de voces procedentes del ámbito religioso, presente en otros debates sociales significativos.

### **7.-Crece la focalización femenina del problema: Desciende el número de hombres que hablan de violencia de género.**

El Consejo Audiovisual de Andalucía ha advertido en los dos últimos años que la feminización de las intervenciones al abordar la violencia de género puede contribuir a crear la percepción errónea de que este problema atañe sólo a las mujeres, cuestión que contribuyen a reforzar las campañas institucionales enfocadas general y casi exclusivamente en la mujer como víctima.


En las noticias sobre violencia de género se produce exactamente lo contrario que en el resto de las informaciones: la invisibilidad es masculina y está en progreso. En 2011, sólo el 35% de las personas que hablan de violencia de género eran hombres, porcentaje que se reduce al 25% en 2012. Estas cifras llegan a ser residuales si se observa las intervenciones de portavoces de la Administración autonómica andaluza (5% hombres), Gobierno andaluz (20% hombres) y de movimientos ciudadanos (13%).

**3.-** El Consejo Audiovisual de Andalucía ha puesto de manifiesto en sus informes y decisiones que los medios de comunicación y la publicidad son instrumentos estratégicos para mejorar la información y la sensibilización hacia la violencia de género, así como para conseguir un cambio en el modelo de relación social entre hombres y mujeres, fundamental en el ámbito afectivo, que permita consolidar la igualdad. El 95% de la población opina que los medios son el vehículo de información fundamental sobre la violencia de género. El 85% de la ciudadanía conoce este problema a través de la televisión y la radio.<sup>2</sup>

Teniendo en cuenta este papel trascendental que ejercen los medios y lo dispuesto en la legislación sobre violencia de género, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha demandado que, de manera voluntaria, adopten las siguientes medidas:

**1.-** Difundir información sobre los recursos disponibles para ayudar a las víctimas en cada localidad y, en especial, la difusión del teléfono de atención

<sup>2</sup> Estos datos se han extraído del IV Informe anual del Observatorio estatal de la violencia de género, publicado en noviembre de 2011, que incluye los resultados de una encuesta general y otra específica, realizada a profesionales de los medios.

<b>Código Seguro De Verificación:</b>	Hh/nObiBw0FslK9LKqJfzQ==	<b>Fecha</b>	05/11/2013		
<b>Normativa</b>	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
<b>Firmado Por</b>	Maria Emelina Fernandez Soriano				
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/Hh/nObiBw0FslK9LKqJfzQ==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/Hh/nObiBw0FslK9LKqJfzQ==</a>	<b>Página</b>	6/8		

**016** en todos los programas informativos y de opinión que traten la violencia de género.

**2.-** Emitir, en franjas horarias y programas de mayor audiencia, espacios que contribuyan a la sensibilización y formación. El Consejo recomienda la emisión de contenidos audiovisuales de formación destinados preferentemente al ámbito juvenil para promover el valor de la igualdad y prevenir la violencia de género. En el 2012, el 29% de las mujeres asesinadas y el 11% de los agresores tenían menos de 30 años.

**3.-** Evitar que los programas y contenidos publicitarios promuevan actividades, modelos sociales y comportamientos sexistas, especialmente en espacios dirigidos específicamente a menores de edad.

**4.-** Las televisiones y radios de titularidad pública deben difundir acciones de publicidad específicas para la prevención y erradicación de la violencia de género.


**5.-** Todos los medios de comunicación deberían adoptar normas de autorregulación y corregulación que garanticen un tratamiento adecuado de la información que, desde el máximo respeto a los derechos de las víctimas, transmita además el valor de la igualdad y sea beligerante contra este tipo de violencia. El 83% de la población y el 81% de los profesionales piensan que los medios deben estar obligados al cumplimiento de una normativa específica de comunicación para tratar los casos de violencia de género.<sup>3</sup>

Teniendo en cuenta lo anterior, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, reunido el 30 de octubre de 2013 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 situar el problema de la violencia de género entre los asuntos de mayor relevancia informativa pero es necesario advertir que se están registrando preocupantes retrocesos en el tratamiento periodístico, lo que exige el cumplimiento de normas específicas de comunicación para abordar la violencia de género.

<sup>3</sup> Resultados de la encuesta incluida en el citado informe.

<b>Código Seguro De Verificación:</b>	Hh/nObiBw0Fs1K9LKqJfzQ==	<b>Fecha</b>	05/11/2013		
<b>Normativa</b>	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
<b>Firmado Por</b>	Maria Emelina Fernandez Soriano				
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/Hh/nObiBw0Fs1K9LKqJfzQ==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/Hh/nObiBw0Fs1K9LKqJfzQ==</a>	<b>Página</b>	7/8		

**SEGUNDA.-** Todas las televisiones públicas analizadas deben adoptar medidas para garantizar la difusión del teléfono de marcación abreviada 016 cuando informan de episodios de violencia de género. Frente a otros recursos telefónicos existentes en la comunidad y en los municipios, las llamadas a este número –fácilmente memorizable– se atienden en múltiples idiomas y no dejan rastro en la factura telefónica. A este servicio puede acudir cualquier persona que tenga conocimiento de un caso de malos tratos.

Difundir la existencia del **016** requiere un esfuerzo mínimo por parte de los medios de comunicación, públicos y privados, y puede contribuir sin embargo a salvar la vida de una mujer amenazada. Los medios deben contribuir a quebrar el silencio que aún envuelve a los casos de violencia de género en el entorno social y familiar de las víctimas para que no sólo ellas sino también su entorno identifiquen y denuncien los casos. La denuncia es esencial para que las instituciones pongan en marcha los medios e instrumentos necesarios para proteger a las víctimas.


**TERCERA.-** Reiterar un año más que es necesario revisar el Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia aprobado en 2004, medida que el Consejo está reclamando desde el año 2008 para adecuarlo a los cambios legislativos introducidos por las leyes de igualdad y contra la violencia de género y a Ley 7/2010 General de Comunicación Audiovisual que, desde 2012, prohíbe la emisión en abierto de todos aquellos programas que incluyan escenas de violencia de género, maltrato, violencia gratuita y pornografía.

**CUARTA.-** Remitir 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 2012* para que se incorpore a los documentos de análisis sobre la función de los medios de comunicación como instrumentos de sensibilización y prevención.

**QUINTA.-** Remitir la decisión y el *Informe sobre la presencia de la violencia de género en los informativos de las televisiones públicas andaluzas 2012* al Parlamento de Andalucía, para su distribución a los Grupos Parlamentarios.

En Sevilla, a treinta de octubre de 2013  
LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL  
DE ANDALUCÍA.

Fdo.: Emelina Fernández Soriano

<b>Código Seguro De Verificación:</b>	Hh/nObiBw0Fs1K9LKqJfzQ==	<b>Fecha</b>	05/11/2013		
<b>Normativa</b>	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
<b>Firmado Por</b>	Maria Emelina Fernandez Soriano				
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/Hh/nObiBw0Fs1K9LKqJfzQ==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/Hh/nObiBw0Fs1K9LKqJfzQ==</a>	<b>Página</b>	8/8		