

Als membres del Consell d'Administració de RTVV.

A la societat valenciana.

ASSUMPTE: On està el punt J de les dones?: Propostes per a un Pla d'Acció del foment i la promoció de la Igualtat de Gènere en La Ràdio Televisió Pública Valenciana.

INTRODUCCIÓ

La gran importància que tenen els Mitjans de comunicació per a la consecució, o no, de majors cotes d'igualtat entre dones i hòmens, no és qüestionada per ningú.

Els Mitjans de comunicació no sols reflecteixen la realitat tal com és, sinó que al seu torn, són "co-creadors" d'eixa realitat, perquè exerceixen una gran influència en la seua conformació. En este sentit les grans convencions mundials sobre la dona han establert la necessitat d'incorporar als mitjans la perspectiva de gènere. Malauradament, a pesar d'esta unanimitat, la seua aplicació encara té pendent un llarg recorregut.

A Espanya, durant els últims anys s'ha avançat en el camí d'aconseguir la igualtat de gènere d'una manera important, més encara si tenim en compte des d'on partíem. Les noves lleis d'igualtat de tot l'Estat i de les CCAA, han establert importants responsabilitats per a els mitjans de comunicació.

En la Comunitat Valenciana també hi ha una Llei d'Igualtat, l'Observatori per a la Publicitat no sexista, iniciatives dels professionals com el Manual Notícies amb un llaç blanc¹, etc. que ens pot fer pressuposar una situació molt avançada.

En canvi en Ràdio Televisió Valenciana, hi ha un gran retard en el desplegament i aplicació de les mesures necessàries per a fer efectiva la igualtat i assumir el paper capdavanter que li correspon a un servei públic de comunicació.

La situació és molt greu, al coincidir la falta d'aplicació de mesures per a convertir-se, com a mitjà de comunicació, en un agent actiu en pro de la igualtat, amb l'incompliment de les seues obligacions com a empresa. A més el 23 de febrer de 2010 va ser denunciat el secretari general², número dos de l'organigrama i responsable de recursos humans, per assetjament sexual a tres periodistes (encausat i pendent de juí al tancar aquest document).

RTVV, ens públic, que junt amb les seues dos empreses TVV (Televisió Valenciana) i RAV (Ràdio Autonomia Valenciana) supera amb escreix el número de 250 treballadors, que per Llei ha de tindre aprovat un Pla d'Igualtat, del que manca. RTVV, s'han convertit en un agent de desigualtat, perquè no sols no ha desenvolupat polítiques actives a favor de la igualtat, sinó que a més ha aconseguit ser motiu d'escàndol i alarma social, per l'acusació i imputació, en greus fets d'assetjament sexual continuat, d'un dels seus màxims directius. Esta imputació ha posat de manifest la inexistència d'un protocol per a la prevenció i

¹ BOLINCHES, E. (Coord). Notícies amb llaç blanc manual per a periodistes sobre la violència domèstica. Unió de Periodistes Valencians. València, 2002.

² Violència contra les dones en Canal 9

http://www.nodo50.org/xarxafeministapv/webvieja/article.php3?id_article=1086

denúncia dels fets, com estableix clarament la llei d'Igualtat³.

D'altra banda la Llei de Creació de RTVV estableix en l'article 2, clars principis que han segut vulnerats: "1. L'activitat dels Mitjans de comunicació socials de la Generalitat s'inspirarà en els principis següents:

d) La protecció de la joventut i de la infància, evitant l'exaltació de la violència i l'apologia de fets i conductes atemptatòria contra la vida, la llibertat i la igualtat d'hòmens i dones.

f) El respecte al pluralisme, el valor de la igualtat i d'altres principis arreplegats en la Constitució, en l'Estatut d'Autonomia i en la legislació bàsica de l'Estat.

Esta desídia ve acompanyada per l'incompliment del Pla d'Igualtat d'Oportunitats 2006-2009⁴, per part de la pròpia Generalitat i especialment Presidència, respecte dels compromisos i accions previstes en l'Àrea III: Imatge, Mitjans de comunicació i noves tecnologies, que encara es manté vigent i incomplert, atés que no ha segut aprovat un de nou.

És imprescindible i urgent un canvi de rumb en RTVV i que assumisca la seua gran responsabilitat amb la igualtat de gènere.

A continuació plantejaré una sèrie de propostes que poden facilitar l'elaboració d'un **Pla d'Acció per al foment i la promoció de la Igualtat de Gènere en Ràdio Televisió Pública Valenciana**.

ON ESTÀ EL PUNT J DE LES DONES⁵

Des de l'ONU s'han impulsat acords, conferències i plans d'acció a favor de la igualtat de dones i hòmens. En 1975 es va celebrar la primera Conferència Mundial de l'Any Internacional de la Dona, i la quarta es va produir en 1995 en Beijing, on es va adoptar una Declaració i la Plataforma d'Acció de Beijing. Els objectius estratègics es van agrupar per àrees de preocupació i en concret ens referirem al punt J, la dona i els Mitjans de comunicació, els objectius del qual són:

J.1. Augmentar l'accés de la dona i la seua participació en l'expressió de les seues idees i l'adopció de decisions en els mitjans de difusió i per conducte d'ells, així com en les noves tecnologies de comunicació.

J.2. Fomentar una imatge equilibrada i no estereotipada de la dona en els mitjans de difusió.

Posteriorment, per a avaluar el desenvolupament del Pla d'Acció s'han realitzat nombrosos congressos i convencions, davall els títols Beijing + 5, +10 i +15. Després dels primer deu anys (+10) l'avanç en la consecució dels objectius del punt J, era molt descoratjador. Les avaluacions desenrotllades en el marc de les Dones Europees per a Beijing + 10 reconeixen que "les dones en els mitjans és un dels objectius que més ha desatés la Unió Europea". La qual cosa es constata també en l'informe de la Presidència Sueca, Beijing + 15, que en el seu apartat 4.2. referit a les dones i els mitjans de difusió, reconeix que "en

³ El seu article 48 estableix que els Plans d'Igualtat, hauran d'incloure mesures específiques per a previndre l'assetjament sexual i arbitrar procediments específics per a donar cursos a les denúncies o reclamacions que puguen formular les persones que hagen sigut objecte d'este.

⁴ [Pla d'Igualtat d'Oportunitats entre Dones i Hòmens 2006/2009](http://www.bsocial.gva.es/portal/portal?id=5431&sec=47201021118)
<http://www.bsocial.gva.es/portal/portal?id=5431&sec=47201021118>

⁵ SUAREZ, M. On queda el punt "J" de les dones?. Dones en Xarxa, Març de 2005
http://www.mujaresenred.net/news/article.php3?id_article=114

l'actualitat, no hi ha indicadors específics en este camp definits per la Unió Europea”⁶. També s'ha posat de manifest que els distints Mitjans de comunicació tenen encara que assumir la seua responsabilitat com “cocreadors” de la realitat, ja que encara al·leguen que l'única cosa que fan és reflectir-la tal com és, o que incorporar una perspectiva de gènere implica una limitació a la llibertat d'expressió.⁷

Es comprendrà ara el perquè del títol d'este document, sobre el punt J.

NOVES LLEIS A FAVOR DE LA IGUALTAT ENTRE DONES I HÒMENS

A Espanya comptem amb avançades lleis a favor de la igualtat entre dones i hòmens que constitueixen un bon instrument de l'estat de dret, per al desenvolupament del paper dels Mitjans de comunicació com a agents fonamentals en pro de la igualtat. A més de la pròpia Constitució, la LEMIH⁸ (Llei per a la Igualtat efectiva entre Dones i Hòmens) aborda en títol III el tema de la Igualtat i mitjans de comunicació. En l'article 36 sobre *la igualtat en els Mitjans de comunicació social de titularitat pública*, disposa que: “Els Mitjans de comunicació social de titularitat pública vetllaran per la transmissió d'una imatge igualitària, plural i no estereotipada de dones i hòmens en la societat, i promouran el coneixement i la difusió del principi d'igualtat entre dones i hòmens”. També la resta d'articles, del 37 al 41, tracten sobre mitjans i igualtat.

La nova Llei General de la Comunicació Audiovisual remet a estes lleis i estableix clarament que la comunicació audiovisual ha de ser respectuosa amb la dignitat humana i els valors constitucionals, amb especial atenció a l'eradicació de conductes afavoridores de situacions de desigualtat de les dones.⁹

Disposem també del vigent Pla estratègic estatal d'Igualtat d'Oportunitats 2008-2011,¹⁰ que a més d'apostar per la transversalitat, estableix un eix d'actuació el número 8 dedicat a la imatge, que fixa 5 objectius i una sèrie d'actuacions per a aconseguir-los.

Des de RTVE, junt amb l'Institut de la Dona i posteriorment amb el Ministeri d'Igualtat, s'han desenrotllat diverses iniciatives que pareixen generar prometedores línies d'actuació. Desitgem destacar algunes d'elles:

-Convenis entre RTVE i Ministeri de Treball i Assumptes Socials, i posteriorment amb el Ministeri d'Igualtat¹¹ (juliol de 2009), que preveu la producció de programes informatius, de ficció i entreteniment per a ràdio, televisió i interactius, que transmeten els valors d'igualtat i no-violència cap a les dones; el desenvolupament de continguts formatius, guies i manuals afavoridors de la igualtat i contra la violència de gènere, dirigits als professionals de la Corporació. La col·laboració i un seguiment permanent perquè la programació general i

⁶ Beijing + 15. La Plataforma d'Acció i la Unió Europea. Informe de la presidència sueca del Consell de la Unió Europea 2009.

<http://www.migualdad.es/ss/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application%2Fpdf&blobheadername1=Content-disposition&blobheadervalue1=inline&blobkey=aneu&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1244652737271&ssbinary=true>

⁷ AAVV. “Bones Pràctiques per a la Igualtat en els Mass Media: Observatoris, Codis i Autoregulació” Breu resum de les sessions, reunió de persones expertes “Igualtat i Mitjans de comunicació. Ministeri d'Igualtat Maig, 2010.”

⁸ http://www.boe.es/boe/consultas/bases_datos/doc.php?id=BOE-A-2007-6115

⁹ LGCA, Article 4. El dret a rebre una comunicació audiovisual plural. Apartat 2.

¹⁰ http://www.migualdad.es/ss/Satellite?c=Page&cid=1193047402663&language=cas_ÉS&pagename=MinisterioIgualdad%2FPage%2FMIGU_contenidoFinal pp.73 a 80.

¹¹ Conveni firmat el 7 de juliol de 2009 Ministeri Igualtat i RTVE

http://www.migualdad.es/ss/Satellite?c=MIGU_NotaPrensa_FA&cid=1244646937062&language=cas_ÉS&pageid=1193047406588&pagename=MinisterioIgualdad%2FMIGU_NotaPrensa_FA%2FMIGU_notaprensa

la publicitat en RTVE complisquen amb el principi de no discriminació per raó de gènere

-Congrés de Televisió i Polítiques d'Igualtat¹² celebrat a l'octubre de 2007.

-Els premis anuals als millors anuncis no sexistes, denominats "Crea Igualdad" que en 2008¹³ i 2009¹⁴ han aconseguit la seua IV edició i que han suposat un interessant incentiu als anunciants, encara que ara s'ha suprimit la publicitat en RTVE.

En la Comunitat Valenciana, a pesar de realitzar-se un cert desenvolupament legislatiu, amb la Llei de la Generalitat 9/2003, per a la Igualtat entre Dones i Hòmens¹⁵ no ha existit una adequada aplicació de les mesures contemplades. Ja hem comentat la falta d'avaluació i vigència del Pla d'Igualtat d'Oportunitats 2006-2009. L'Observatori de la Publicitat No Sexista, és un altre exemple d'un organisme d'escàs impacte i desenvolupament. Així el director general de RTVV, que forma part del mateix des de 2002, mai ha portat al Consell d'Administració cap proposta relacionada amb el tema. D'altra banda la mateixa directora general de la Dona, reconeixia que l'Observatori tan sols ha tramitat 42 denúncies des de la seua creació en 1997¹⁶, si ho comparem amb un altre observatori autonòmic, com l'andalús, que en 2009 va registrar 381 queixes o 348 en 2008. Finalment es pot comparar la informació de les respectives webs: Observatori Andalus¹⁷ i Observatori Valencià.¹⁸ Tenint en compte a més que el Consell Audiovisual d'Andalusia, també realitza estudis i treballs sobre publicitat no sexista¹⁹ i que a la Comunitat Valenciana, no existeix el Consell de l'Audiovisual, encara que la seua creació està prevista en l'Estatut d'Autonomia. La situació valenciana és manifestament millorable.

LA DIRECCIÓ DE RTVV MIRA CAP A UN ALTRE COSTAT

En nombroses ocasions, els consellers de RTVV han exigit la posada en marxa del Pla d'Igualtat, no obtenint resposta. Encara continuem esperant l'aprovació definitiva del mateix, a pesar dels greus successos i imputacions existents per assetjament sexual, contra l'Ex-Secretari General i màxim responsable de Recursos Humans de RTVV. També s'han plantejat plans d'acció per a actuar contra la violència de gènere, millorar la publicitat infantil amb forta càrrega sexista, col·laborar amb les organitzacions socials que defenen la igualtat, desenrotllar programes especials en ocasió de dates assenyalades (25 de novembre, 8 de març, etc.), realitzar produccions especials sobre biografies de dones valencianes (Matilde Salvador, Pilar Soler, etc.) sense que la direcció haja assumit, mai, cap proposta. A més la Unió de Periodistes Valencians va plantejar un Manual per al Tractament Informatiu de la Violència de Gènere, sense que haja segut assumit per la direcció.

¹² LOPEZ DíEZ ,P. **Televisió i polítiques d'igualtat**: Propostes d'actuació des de la televisió en matèria de polítiques d'igualtat. IORTVE i Institut de la Dona Madrid, 2007

http://www.rtve.es/oficial/iortv/tv_igualdad_mujer.htm

¹³ <http://www.rtve.es/notícies/20081009/premi-a-igualtat-a-campana-ells-tambien-pueden-puntomatic/175528.shtml>

¹⁴ http://www.migualdad.es/ss/Satellite?c=MIGU_NotaPrensa_FA&cid=1244647397932&language=cas_ÉS&pageid=1193047406588&pagename=M_inisterioIgualdad%2FMIGU_NotaPrensa_FA%2FMIGU_notaprensa

¹⁵ https://www.docv.gva.es/portal/portal/2003/04/04/pdf/doc/2003_3783.pdf

¹⁶ <http://www.lasprovincias.es/20100503/mes-actualitat/cultura/observatori-publicitat-sexista-tramitat-201005031634.html>

¹⁷ <http://www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer/observatorio/web/observatorio>

¹⁸ <http://www.bsociaal.gva.es/accessible/portal?id=5435&sec=20100702130354>

¹⁹ Consell Audiovisual d'Andalusia. La Publicitat del sector neteja: Models i representacions de gènere.

<http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/opencvms/opencvms/EstudiosYAnálisis/estudios.html>

La mala actuació, com a mínim poc diligent, davant de la denúncia realitzada per les periodistes assetjades que van comunicar, com a tard, al director general la situació el dia 12 de febrer, sense que aquest actuara de manera resolutiva, fins al dia 23 en que va aparèixer la denúncia en premsa. Encara així es va limitar a acceptar la suspensió temporal voluntària del suposat assetjador com a càrrec directiu de confiança.

LA NECESSITAT D'UN PLA

És imprescindible, per a avançar en la igualtat de dones i hòmens, implicar als Mitjans de comunicació, treballant en favor d'una imatge pública de les dones més positiva i més coincident amb una participació social i política més equilibrada.

Els programes i intervencions realitzades i dirigides als Mitjans de comunicació han anat evolucionant, des dels primers observatoris de publicitat i denúncia de publicitat sexista, cap a mesures que prioritzen l'establir relacions de col·laboració amb els mateixos. Així, han sorgit mesures i programes relacionats amb l'elaboració, negociació i aprovació de protocols d'actuació en diferents àmbits de la comunicació social. No obstant això, es mantenen, també, mesures de vigilància i control a què s'ha donat un major nivell d'institucionalització.²⁰

Creiem que és necessari sistematitzar, ordenar i plasmar totes les iniciatives dins d'un Pla d'Acció, que marque objectius i mesures per a aconseguir-los. També hem de disposar dels indicadors, les formes d'avaluar-los i les responsabilitats concretes, és a dir: què, com, quan i qui. Al mateix temps ha de tractar-se d'un compromís social, participat per tota la societat, començant pels propis treballadors i treballadores del mig, passant pel Consell d'Administració, les Corts per ser un mitjà públic, i la societat civil. Tot ells per mitjà de formules de participació de la ciutadania, en tant que persones usuàries i consumidores, així com les entitats i organitzacions que són agents i motor del canvi cap a la igualtat: xarxes feministes, grups d'investigació, associacions de consumidors, etc.

Un Pla d'Acció d'Igualtat ha de contemplar la transversalitat o una "política de mainstreaming"²¹, és a dir contemplar les qüestions relatives a la igualtat d'oportunitats entre hòmens i dones de forma transversal en totes les polítiques i accions, i no abordar este tema únicament davall un enfocament d'accions directes i específiques a favor de la dona. No es tracta d'aplicar accions puntuals, sinó d'aplicar el principi de transversalitat des de la fase de detecció, disseny, implementació i avaluació de la legislació o normativa a desenvolupar.

El mainstreaming²² suposa molt més que la incorporació de les polítiques específiques en les polítiques generals, requereix: el compromís de totes les estructures polítiques i els seus responsables, dones i

²⁰ SOLETO, M.L. Dir.y Fundació Dones, Bona pràctica de les Administracions Públiques en matèria de Mainstreaming de Gènere. Institut de la Dona (Ministeri de Treball i Assumptes Socials), Madrid, 2007, p. 68 a 70.

²¹ CASC, B. Marco Teòric: Una aproximació al concepte de "gender mainstreaming" Promociona. Sistemes locals per a la igualtat d'oportunitats. Programa EQUAL, taller "Marco Conceptual sobre Mainstreaming de gènere", Octubre, 2003.

²² GARCIA PRINCE, E. Polítiques d'Igualtat, i Gender Mainstreaming. Programa de les Nacions Unides per al Desenvolupament (PNUD), Sant Salvador, 2008. p.54 a 62. Disponible en http://www.americalatina.org/documentos/publicacions/doc_732_Politicadeigualdad23junio08.pdf

hòmens; tindre en compte en tots els processos de presa de decisions el principi d'igualtat d'oportunitats, incloent-hi totes les etapes: planificació, execució, seguiment i avaluació; la implicació de responsables polítics, tècnics i organitzacions socials.²³ Hi ha una abundant literatura, que pot facilitar el coneixement d'experiències i bones pràctiques, al mateix temps que ajudar a reflectir per mitjà de qüestionaris el coneixement del nostre Pla²⁴.

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: BASES PER A UN PLA D'ACCIÓ EN RTVV

S'entén per Responsabilitat Social Corporativa, la contribució activa i voluntària per a la millora social, econòmica i ambiental per part de les empreses, generalment amb l'objectiu de millorar la seua situació competitiva i valorativa i el seu valor afegit. RTVV com a empresa pública, té a més una doble obligació i responsabilitat. A continuació exposarem una sèrie de mesures concretes, amb la intenció que puguen servir com a base d'un necessari i urgent Pla d'Acció per a la igualtat de gènere de la RTVV, tenint en compte la realitat pluridimensional de RTVV, és a dir com a mitjà públic de comunicació, però al mateix temps com a gran empresa, com a motor de l'audiovisual valencià, com el principal mitjà de comunicació valencià, en definitiva.

DIAGNÒSTIC PREVI.

La poca transparència de les successives direccions de RTVV i la falta de voluntat dels governs del PP en la Generalitat Valenciana, han produït una apagada informativa sobre els temes que poden ser crítics. Especial incidència té sobre el que podríem denominar els treballs sobre metacomunicació. És palmària la pràctica inexistència de treballs i investigacions independents, recolzades per RTVV, sobre el funcionament del grup en general i especialment en aspectes referits als informatius, als continguts, a l'ús del valencià, a les audiències, etc. Esta actitud també ha ocasionat la desaparició del Comitè de Redacció dels Informatius, previst en el Conveni, l'abandonament de la línia de publicacions i jornades audiovisuals organitzades pel Consell d'Administració i la no creació del Consell Valencià de l'Audiovisual, previst en l'Estatut d'Autonomia.

És necessari realitzar un diagnòstic d'urgència que contemple un mesurament dels principals indicadors de gènere, per a conèixer la situació de partida per al desenvolupament del Pla d'acció. Aspectes com els avaluats en altres televisions, romanen inèdits en RTVV

Altres països tenen una llarga tradició d'anàlisi, per exemple els treballs de Sheila Gibbons, que documenta el comportament dels Mitjans de comunicació i la igualtat²⁵. També a Espanya, en altres mitjans i territoris s'han realitzat estudis i anàlisi de la perspectiva de gènere en els mitjans, com a primer pas per a la seua

²³ BERTOMEU, A., "Accessibilitat i alfabetització digital" en info@e-mujeres.net

²⁴ CASTRO GARCIA, C. i altres. Mòdul 10.- Inventari, el Mainstreaming de Gènere en la pràctica: Experiències exemplars i bones pràctiques. Institut Andalus de la Dona. Sevilla, 2008. p.154-155 <http://www.unidadgenero.com/sacamaterial.cfm?id=161>

²⁵ <http://www.communication-research.org/>

millora. Així són coneguts els estudis en RTVE de 2008²⁶ i 2009²⁷, Catalunya²⁸, Andalusia²⁹, per citar només alguns. En canvi són inexistents els treballs realitzats sobre RTVV o en qualsevol mitjà de comunicació de la Comunitat Valenciana

INDICADORS

Hem de comptar amb un sistema d'indicadors definits prèviament a la posada en marxa del Pla. Els bons indicadors han de ser³⁰: realistes, rellevants, quantitatius, qualitius, de duració determinada en el temps, d'insumos, processos i efectes, i finalment han de ser participats: determinats per i amb les persones implicades

LÍNIES DEL PLA D'ACCIÓ

Usant com a orientació les propostes realitzades pel Congrés Nacional de Televisió i Polítiques d'Igualtat i l'Eix 8 de la Imatge del Pla estratègic estatal d'Igualtat d'Oportunitats 2008-2011,³¹ S'ofereixen a continuació una bateria de possibles accions i mesures amb la intenció de servir de base per a una proposta en RTVV.

1.- INICIATIVES GENERALS: INFORMATIUS, PROGRAMES I FICCIÓ

1.1. Augmentar la representació de les dones en els continguts de la programació de RTVV (Ràdio, televisió i Internet). Reflectint la seua realitat, ressaltant, la seua presència i responsabilitat en tots els àmbits de la societat per a acabar amb la seua invisibilitat, les aportacions de les dones, tant al llarg de la història, com en l'actualitat, han de ser recuperades, conegudes i valorades socialment, tenint un tractament adequat en la programació televisiva.³²

Hem de realitzar prèviament un diagnòstic per a conèixer la situació de partida i també per a poder avaluar l'increment.

1.2. Ampliar la diversitat de representacions de les dones en els continguts de la programació de RTVV (Ràdio, televisió i Internet). Si abans mencionàvem la necessitat d'augmentar la presència de les dones, ara ja no basta amb això, amb la quantitat, hem de fixar-nos en la qualitat també. Les

²⁶ LÓPEZ DÍEZ, P.(Dir. Inv.) Representació de Gènere en els Informatius de Ràdio i Televisió Institut Oficial de Ràdio i Televisió. RTVE. Madrid, 2001

²⁷ LÓPEZ DÍEZ, P.(Dir. Inv.) Segon Informe Representació de Gènere en els Informatius de Ràdio i Televisió. Institut Oficial de Ràdio i Televisió. RTVE. I Institut de la Dona del MTAS. Madrid, 2005.

²⁸ CAC (Consell Audiovisual Catalunya). *Informe IST 1/2009 de l'Àrea de Continguts sobre la presència dels dons en la informació.* Octubre-desembre de 2008.

²⁹ CKL Comunicacions Informe Anual de l'Observatori Andalus de la Publicitat No Sexista. Institut Andalus de la Dona. Sevilla, Octubre, 2009.

³⁰ UNESCO *Indicateurs quantitatifs et qualitatifs sensibles au genre, 2009.* en <http://portal.unesco.org>

³¹ http://www.migualdad.es/ss/Satellite?c=Page&cid=1193047402663&language=cas_ÉS&pagename=MinisterioIgualdad%2FPPage%2FMIGU_contenidoFinal pp.73 a 80.

³² AGUILAR GUERRER, Pilar. "Papers i imatges de dones en la ficció audiovisual. Un exemple positiu." Revista Comunicar, núm. 11, 1998, pp. 70 a 75.

representacions femenines presents en els Mitjans de comunicació haurien de ser tan diverses com ho són les dones en la societat.³³ Molts dels estudis desvelen com baix formes aparentment modernes, especialment en la sèries de ficció, hi ha representacions estereotipades que actuen com a models de desigualtat per a la construcció d'identitat de gènere dels seus jòvens espectadors, i que, donat el poder com a agent socialitzador i font d'educació informal de la televisió, contribueixen al manteniment de la desigualtat de gènere en el pla de «la realitat».³⁴

1.3. Canviar les rutines professionals d'elaboració i exposició de la informació:

És necessari ajudar els professionals de RTVV a millorar la forma d'elaborar la informació, per a incloure la perspectiva de gènere.

Hauem de tindre especial atenció a evitar els estereotips sexistes que tradicionalment s'han assignat a dones i a hòmens. Moltes de les comunitats autònomes han publicat manuals i guies per a millorar la perspectiva de gènere en els mitjans de comunicació. Un ampli desenvolupament d'actuacions en este sentit, podem trobar-ho en el Protocol d'actuació periodística i publicitària sobre igualtat d'oportunitats entre dones i hòmens i dones i el tractament informatiu de la violència de gènere de Cantàbria³⁵

La Generalitat Valenciana, encara que ha tardat molt més, incomplint inclús el Pla d'Igualtat d'Oportunitats 2006-2009³⁶, acaba de publicar, en el mes de maig de 2010 el document "Gènere i Comunicació: llibre d'estil per al bon ús de la imatge de la dona en els Mitjans de comunicació"³⁷, que caldria aprofitar.

1.4. RTVV, en la seua programació i publicitat ha de representar també als hòmens en l'àmbit domèstic i d'atenció familiar amb tota naturalitat.

Igualtat també és la conciliació de la vida personal, familiar i laboral. RTVV procurarà mostrar la coresponsabilitat en el repartiment de les obligacions domèstiques i familiars entre dones i hòmens.

1.5. Utilització de llenguatge no sexista

RTVV té una gran responsabilitat per a aconseguir la normalització del llenguatge no sexista, per la qual cosa es desenrotllaran iniciatives per a aconseguir-ho. Hi ha múltiples recursos, documents i programes que faciliten la tasca³⁸

³³ GARCIA, N. i MARTÍNEZ, L. "La representació positiva de la imatge de les dones en els mitjans". Comunicar, núm. 32, v. XVI, 2009, Revista Científica d'Educomunicació; ISSN: 1134-3478; pàgines 209-214

³⁴ BELMONTE, J.y GUILLAMON,S."Co-educar la mirada contra els estereotips de gènere en TV". Comunicar, núm. 31, v. XVI, 2008, Revista Científica d'Educomunicació; ISSN: 1134-3478; pàgines 115-120.

³⁵ LÓPEZ DÍEZ, P. Protocol d'actuació periodística i publicitària sobre igualtat d'oportunitats entre dones i hòmens i dones i el tractament informatiu de la violència de gènere Vicepresidència, Direcció General de la Dona, Govern de Cantàbria Santander, 2007.

³⁶ Pla 2006-2009 OBJECTIU 3.2 PROMOCIONAR EL TRACTAMENT DE LA IMATGE NO DISCRIMINATÒRIA DE LA DONA EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ Accions a realitzar 3.2.2 Elaborar una Guia de Bones Pràctiques dirigida als Mitjans de comunicació, que incloga recomanacions per a evitar el tractament sexista de la informació.

³⁷ Gènere i Comunicació. Llibre d'Estil per al bon ús de la imatge de la dona en els MCS. Generalitat Valenciana, València. 2010. <http://www.bsocial.gva.es/accesible/portal?docid=9582>

³⁸ Fundació CTIC T-incluye.org. Recopilatori de Recursos Web sobre Llenguatge no sexista. www.tincluye.org

1.6. Fomentar la producció de programes relacionats amb la igualtat de gènere.

RTVV potenciarà la creació de programes que fomenten la igualtat de gènere. Esta actuació serà permanent i haurà de tindre's en compte quan es decidisca la programació. Es procurarà la implicació i participació de les organitzacions de dones i les activitats exercides per estes. A més a més es desenvoluparan programes especials, en dates assenyalades com el 25 de novembre, el 8 de març, etc.

Plantejar un acord amb el sector audiovisual valencià per a impregnar l'audiovisual de la perspectiva de gènere. Fomentar que es creen pel·lícules o sèries que fomenten valors constructius i transmeten experiències positives que servisquen de referència a les dones sobre el seu paper en la societat.

Convocar anualment un concurs d'idees i/o guions per a jòvens, amb **“pitching” públic**, que tinga en compte la perspectiva de gènere, preferiblement dins del marc de les Jornades CONTD, organitzades per la Universitat de València. Hauria d'estudiar la possibilitat que l'equip guanyador del projecte se li poguera oferir alguns dels contractes en pràctiques existents, per a desenrotllar el projecte.

Mantindre una estreta relació amb les associacions de Dones i Audiovisual com ara [CIMA](#) (Associació de Dones cineastes i de mitjans audiovisuals) i ADAV (Associació de Dones i Audiovisual Valencià)

1.7. Infància i Joventut

Impulsar continguts d'igualtat, destinats específicament per a estes edats³⁹. Es desenvoluparà una estreta col·laboració amb el sistema educatiu. Hi ha bons materials i exemples de treball com és “Créixer entre pantalles. Anàlisi amb les ulleres de gènere” de la Fundació Dones⁴⁰ que pot orientar del paper a realitzar per RTVV. Alguns treballs de l'IORTVE⁴¹ poden ser aclaridors. Es tracta de fomentar el diàleg entre el sector dels mitjans (RTVV) i el de l'educació per a augmentar la conscienciació de la ciutadania.

El cos i la seua imatge. S'haurà de procurar una valoració positiva del cos i de la identitat femenina, per a previndre trastorns psicològics i elevar la seua autoestima. També en tot allò que s'ha referit als hàbits alimentaris.

Videojocs. Creació d'un programa o un espai dedicat als videojocs, que potencie els de contingut més educatiu i no sexistes, al mateix temps que genere capacitat crítica enfront dels mateixos.⁴²

1.8. Publicitat no sexista.

La Comissió de Publicitat del Consell de RTVV analitzarà, junt amb professionals, associacions de consumidors, investigadors, els anuncis rebuts, realitzant les recomanacions necessàries, les denúncies si

MENENDEZ, I. Mòdul 7 - Manual de Llenguatge administratiu no sexista. Institut Andalus de la Dona Sevilla, 2007. <http://www.unidadgenero.com/sacamaterial.cfm?id=156>

³⁹ VI Informe d'Espanya Convenció per a l'eliminació de totes les formes de discriminació contra la dona, pp. 10 a 15. Març 2008.

⁴⁰ DE LA PEÑA PALACIOS, E. Créixer entre pantalles. Anàlisi amb les ulleres de gènere” Fundació Dones i Mancomunitat Vall del Guadiato. Madrid, 2007. <http://www.fundacionmujeres.es/maletincoeducacion/>

⁴¹

⁴² BERTOMEU MARTINEZ, M.A. La violència en els videojocs. Síndic de Greuges, Alacant 2006. http://www.sindicdegreuges.gva.es/Informes/La_Escuela/Violencia_videojuegos.pdf

és el cas i la retirada dels anuncis sexistes.

Codi d'Autoregulació de Publicitat: Elaborar, aprovar i difondre, des de la Comissió de Publicitat del Consell d'Administració un codi d'autoregulació publicitària i un pla d'estratègies publicitàries no discriminatòries, que a més ajuden potenciar la representació de l'autonomia i capacitats de les dones.

Creació d'un òrgan **de seguiment, vigilància i denúncia de la informació i publicitat sexista**. Este òrgan, a costa de la creació pendent del Consell Valencià de l'Audiovisual, podria ser la comissió del Consell d'Administració de RTVV amb la participació d'agents socials (associacions de consumidors, dones, universitats, administracions, telespectadors, etc)

Establir una pla de col·laboració més estreta, que la mera presència del director general de RTVV, amb l'Observatori **de la Publicitat no sexista** de la Comunitat Valenciana.

Crear una **marca distintiva de RTVV i Igualtat de gènere**.

Instaurar un premi **anual** a l'anunci que més promocióne la **igualtat**. S'estudiarà una marca distintiva, el premi rebrà e realitzarà en difusió (GRPs a càrrec de RTVV).

Premi **anual a l'anunci infantil** més igualitari, que serà entregat en el marc del Festival anual "El Chupete" de Publicitat Infantil⁴³ que es realitza a València.

1.9. Portal RTVV

El nou portal de RTVV que s'està posant en marxa haurà de cuidar especialment la igualtat. Per a la qual cosa incorporarà recursos relacionats amb els Mitjans de comunicació, l'educació i la igualtat. Tenint en compte a més la literatura existent, que aporta, per exemple, ferramentes de verificació de la perspectiva de gènere⁴⁴.

El portal haurà de constituir un punt de referència de totes les iniciatives relacionades amb la Igualtat i especialment amb la comunicació, aportant recursos audiovisuals, notícies, publicacions, investigacions, xarxes socials, etc.

1.10. Esport i Igualtat

Hi ha distints treballs⁴⁵ que manifesten la gran invisibilitat existent de l'esport femení. "La promoció i la popularització de l'esport femení requereixen d'una millor i major cobertura dels Mitjans de comunicació i la millora de l'amplitud, la profunditat i la qualitat del tractament de l'esport femení"⁴⁶

⁴³ Festival El Chupete <http://www.elchupete.com/>

⁴⁴ AAVV. **Mòdul 12.-** Creació de webs amb perspectiva de gènere. Institut Andalus de la Dona. Sevilla, 2009. <http://www.unidadgenero.com/sacamaterial.cfm?id=200>. pp.65 a 68.

⁴⁵TAULA VILLALBA,S. i altres. Estudi sobre gènere i esport en televisió. Consell Audiovisual d'Andalusia. Sevilla, 2008. http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/opencms/export/sites/caa/Galerias/descàrregues/estudis_anàlisi/2008EstudiosyAnàlisis/Estudi_sobre_gxnero_i_esport_en_televisi_xn_2008.pdf

⁴⁶ ONU Dona,igualdad de gèneres i esport. La Dona en el 2000 i després. Desembre, 2007 pp.30 http://www.iwg-gti.org/uploads/media/UN_Women_2000_Report_s.pdf

Incorporar i col·laborar amb el Pla Integral per a l'Activitat Física i l'Esport: àrea d'igualtat efectiva entre dones i hòmens⁴⁷, impulsat pel Consell Superior d'Esports que en el seu eix 4: Sensibilització i difusió de la pràctica esportiva femenina, planteja sensibilitzar sobre la promoció de la igualtat en la pràctica d'activitat física en tots els àmbits, i visibilitzar la participació de les dones en l'esport incrementant la seua presència en els Mitjans de comunicació, per mitjà d'un ampli conjunt de mesures.

2.- LA VIOLÈNCIA DE GÈNERE

La incidència de la Violència de Gènere a la Comunitat Valenciana és molt important. Entre 1983 i 2008 han sigut assassinades 60 dones. L'any 2008 s'han presentat un total de 34.617 denúncies (el 12,9 % de tota Espanya). S'han incoat 42.713 assumptes (el 13,7 %)⁴⁸ És també percebut pel 57,4% de les valencianes com el primer o segon problema social.⁴⁹

Incorporar el tractament informatiu de la violència contra les dones en RTVV. Encara que RTVV ha posat en marxa alguna iniciativa en este sentit, com el "punt final"⁵⁰ s'ha tractat d'iniciatives puntuals allunyades d'un plantejament global. Hauria de formar part de l'encara inexistent llibre d'estil de RTVV, incloure's en l'estatut de la redacció d'informatius i adoptar alguna de les guies de bones pràctiques existents o millor, reelaborar una pròpia i específica per a RTVV (és increïble que no s'haja realitzat abans). Hi ha tota una sèrie de materials i manuals com el de la Comunitat Valenciana⁵¹ un dels últims en aparèixer, d'Associacions d'Usuaris de la Comunicació⁵², el ja anomenat de la Unió de Periodistes, "Notícies amb un llaç blanc", els del CAC⁵³, RTVE⁵⁴ o inclús d'Argentina⁵⁵

3.- ACTUACIONS COM A EMPRESA DE RTVV

3.1. Posada en marxa immediata i aprovació del Pla d'Igualtat com a empresa.

3.2. Inclusió en el Pla de Formació de les iniciatives necessàries que permeten desenvolupar aquest Pla d'Acció: Cursos, Jornades, Seminaris, Estudis, etc. Especialment es cuidarà la formació dels destinataris com: Personal de Redacció d'Informatius, Directius, Màrqueting i Publicitat, etc.

⁴⁷ SOLER PRAT, S.(Coord.) Pla Integral de l'activitat física i l'esport. Igualtat efectiva entre dones i hòmens. Consell Superior d'Esports. 2009. p. 60 <http://www.csd.gob.es/csd/estaticos/plan-integral/igualdad.pdf>

⁴⁸ II Informe Anual de l'Observatori Estatal sobre la Violència sobre la Dona 2009. Ministeri d'Igualtat.

⁴⁹ Fundació Tolerància Zero. Estudi "Violència contra la Dona en la Comunitat Valenciana", 2008. <http://www.toleranciacerero.gva.es/images/Documentacion/Estudio%20Opini%C3%B3n%20sobre%20Violencia%20contra%20la%20Mujer.%20Comunitat%20Valenciana%202008.pdf>

⁵⁰ Punt Final, Tolerància Zero http://www.toleranciacerero.gva.es/proyectos_sensibilizacion.shtml

⁵¹ ANÒNIM. Violència contra les dones. Recomanacions per a un tractament informatiu adequat en els mitjans de comunicació. Generalitat Valenciana, València, 2008. <http://www.bsocial.gva.es/accesible/portal?docid=8443>

⁵² PERALES, A. La violència contra les dones i el seu tractament mediàtic. AUC <http://www.auc.es/Documentos/Documentos%20AUC/Docum2008/La%20violencia%20contras%20las%20mujeres%20y%20su%20tratamiento%20mediatico.pdf>

⁵³ Recomanacions del Consell de l'Audiovisual de Catalunya sobre el tractament de la violència de gènere en els programes informatius i d'entreteniment en els mitjans de comunicació. www.cac.cat

⁵⁴ IORTV. Dona, Violència i Mitjans de comunicació. RTVE i Institut de la Dona, Madrid, 2002.

⁵⁵ RODIGOU, M. (Coord.) La Violència cap a les dones en els mitjans de comunicació. Transformant les notícies. CISCSA (Centre d'Intercanvi i serveis per al Con Sud Argentina Coordinació Llatinoamericana de la Xarxa Dona i Hàbitat). Còrdova (Argentina), març 2007. www.redmujer.org.ar

3.3. Potenciar la incorporació de dones en llocs de responsabilitat., buscant una composició equilibrada en les estructures i el funcionament de RTVV.

3.4. Crear un sistema de seguiment i anàlisis estadístiques sobre els indicadors de gènere en RTVV

4.- RTVV COM A MOTOR DEL SECTOR AUDIOVISUAL I EN COL-LABORACIÓ AMB ALTRES INSTITUCIONS I ORGANITZACIONS

4.1. Convocar Fòrums de diàleg

La concreció i desenvolupament d'aquest Pla d'Acció, ha d'aprofitar-se per a generar noves complicitats amb el sector audiovisual valencià, amb investigadores/és, associacions de dones, associacions ciutadanes i cooperació interinstitucional.

4.2. Convocar Jornades, Premis, Investigacions

4.3. Aconseguir el distintiu d'Excel·lència en Igualtat. Encara que a la Comunitat Valenciana no hi ha la Marca d'Excel·lència, altres CCAA han desenvolupat aquest instrument: Galícia, Andalusia, ... També el Ministeri d'Igualtat ha creat i convocat aquest distintiu. Desconeixem, encara que pareix poc probable, si RTVV s'ha presentat a la primera convocatòria del Ministeri d'Igualtat, que finalitzava el 10 de juny de 2010⁵⁶. RTVV hauria de canviar totalment de rumb i poder aconseguir i utilitzar el Distintiu d'Igualtat en l'Empresa.

5.- ALTRES MESURES CONCRETES

5.1. Arxiu digital Desenvolupament d'iniciatives per a facilitar l'accés a l'arxiu digitalitzat (imatges i sons) des de la categoria de dones, en qualsevol àmbit: polític, social, cultural, econòmic, esportiu, etc. És necessari impulsar la categorització, la difusió, etc. L'arxiu digital de RTVV és l'arxiu d'imatge i so més important dels valencians i valencianes. Haurien d'establir-se acords amb altres arxius digitals semblants d'altres territoris per a conformar un arxiu internacional, que pugui utilitzar-se en l'educació i la formació.

5.2 Notícies amb gènere Acords i subscripcions amb portals i agències de notícies amb perspectiva de gènere. Esther de la Rosa⁵⁷ ha sistematitzat diversa informació sobre el tema. En la Comunitat Valenciana destaca el Portal **e-mujeres.net**⁵⁸, es pot consultar un gran nombre d'enllaços en la Xarxa Internacional de Periodisme amb Visió de Gènere⁵⁹, algunes de les més destacades són CIMAC⁶⁰, AMECOPRESS⁶¹, Inter Press Service (Secció de Periodisme de Gènere)⁶², etc.

5.3 Base de dades d'expertes. Elaborar i mantindre una àmplia Base de Dades d'Expertes en diferents manifestacions culturals, esportives, ciència, professions, etc.

5.4 Premi de Qualitat en Perspectiva de Gènere, al millor programa i/o professional de RTVV, que serà

⁵⁶ Orde IGD/869/2010, de 30 de març, per la qual es convoca el procediment per a la concessió del distintiu «Igualtat en l'Empresa» corresponent a l'any 2010, i s'establixen les seues bases reguladores
<http://www.boe.es/boe/dias/2010/04/09/pdfs/BOE-A-2010-5721.pdf>

⁵⁷ DE LA ROSA, E. La necessitat d'una agència de notícies amb enfocament de gènere a Espanya.

<http://www.estherdelarosa.com/files/articuloacsur.pdf>

⁵⁸ <http://www.e-mujeres.net/>

⁵⁹ <http://periodistasdegenero.org/>

⁶⁰ <http://www.cimacnoticias.com/site/>

⁶¹ <http://www.amecopress.net/>

⁶² http://ipsnoticias.net/_focus/mujer/index.asp

atorgat pel Consell d'Administració i per al que es constituirà un jurat conformat per un ampli espectre de persones agents d'igualtat.

5.5. Crear un **programa setmanal d'igualtat, en Ràdio 9 i Canal 9**, que es convertisca en un referent de totes les persones que treballen per la igualtat de gènere. El programa ha de convertir-se en un instrument i finestra per a totes les organitzacions, grups, institucions, etc que desenrotllen iniciatives a favor de la igualtat. Al seu torn, el portal de RTVV oferirà de manera permanent els recursos abordats en el programa: agenda, enllaços, vídeos, entrevistes, convocatòries, etc.

5.6. Creació de l'Oficina de Gènere de RTVV: realitzarà el seguiment del Pla i impulsarà noves iniciatives. Informarà i respondrà davant del Consell d'Administració

5.7. Posar en marxa un **sistema d'incentivació, promoció i avaluació** de la participació de les dones en les empresa, consell d'administració, direcció, representació sindical, etc de tot el grup RTVV.

5.8. Pla de formació i sensibilització en la perspectiva de gènere de tots els professionals.

5.9. Difusió del Pla d'Acció de manera periòdica i de fàcil accés permanent (per exemple en el portal) dels acords i de l'activitat i dels òrgans de vigilància si és el cas.

5.10. Col·laborar en la creació de tallers d'aprenentatge per a ensenyar a les dones la teoria i pràctica dels mitjans audiovisuals.

Finalment desitgem que este document puga servir com a instrument per a la implementació, inajornable, d'un Pla d'Acció del foment i la promoció de la Igualtat de Gènere en Ràdio Televisió Pública Valenciana, que com hem anat detallant, té un llarg camí per recórrer en la consecució del Punt J de la dones i els Mitjans de comunicació, formulat ja com a objectiu de la Plataforma d'Acció de la V Conferència Mundial sobre les dones de 1995.

Serà necessari un immediat canvi d'actitud de l'equip directiu i la plasmació en un Pla d'Actuació dels objectius, i especialment la mesures a desenrotllar amb especificació del què?, com?, quan? i qui?, implicant a més a la societat valenciana beneficiària, o patidora, del servei públic de comunicació.

PROPOSTA PER AL CONSELL D'ADMINISTRACIÓ DE RTVV

Una vegada detallades les propostes i els raonaments anteriors, propose que:

1. Es convoque un Ple del Consell d'Administració de RTVV per a tractar este tema: la posada en marxa d'un Pla d'**Acció del foment i la promoció de la Igualtat de Gènere en La Ràdio Televisió Pública Valenciana**.
2. Es trasllade a totes les organitzacions socials una proposta de bases per a l'elaboració del Pla: començant per les pròpies organitzacions sindicals de RTVV, passant per les organitzacions de dones valencianes, organitzacions de consumidors i de telespectadors, fins a les organitzacions cíviques i ciutadanes, incloent-hi les entitats i institucions que treballen qualsevol aspecte relacionat amb la igualtat, de tal forma que podem arreplegar propostes i suggeriments de totes elles, per a incloure-les en el Pla.
3. Es cree una Comissió de treball en el si del Consell d'Administració que puga comptar amb el suport de personal tècnic de RTVV per a elaborar a la major brevetat el Pla d'Acció
4. Fixar la data del 2 de març de 2011 per a l'aprovació definitiva del Pla pel Consell d'Administració de RTVV

Esperant poder millorar la nostra RTVV de tal manera que contribuísca a la consecució de majors cotes d'igualtat en la societat valenciana

Atentament



José Ignacio Pastor Pérez

València 14 de novembre de 2010

Aquest document està basat en l'article escrit per PASTOR, J.I. i PERALES, A., presidents d' [ACICOM](#) i [AUC](#), respectivament, que forma part del llibre "Contenidos y mercado en la regulación de la comunicación audiovisual" amb ISBN 978-84-9876-958-6, Ed. Tirant Lo Blanch, València. En premsa