

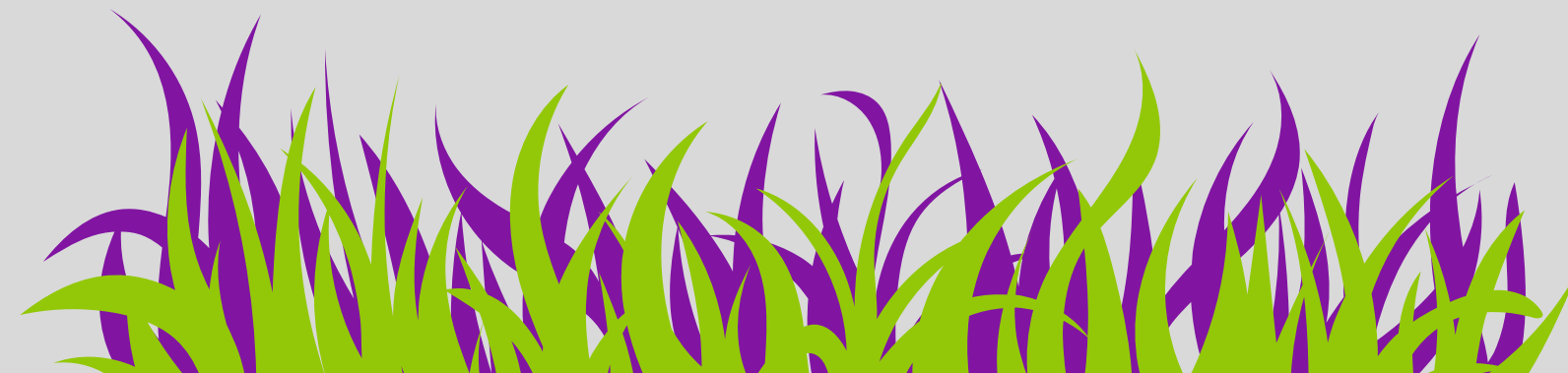
**PERIODO
2022-24**

**GRUPO DE TRABAJO:
REPRESENTACIÓN DE
GÉNERO EN LAS PANTALLAS
DEL AUDIOVISUAL**



AGRADECIMIENTO

*a los grupos de trabajo
anteriores, por el camino
sembrado.*



PERIODO 2022-24 | GT REPRESENTACIÓN DE GÉNERO EN EL AUDIOVISUAL

LIDERA EL GRUPO:

Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana (CACV), España.

INTEGRAN EL GRUPO:

Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA), de España

Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y la Comunicación (CCE), de Ecuador

Consejo Nacional de TV (CNTV), de Chile

Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV), de Perú

Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), de Portugal.

Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), de Colombia.



VALORES DEL GRUPO:

- ✓ IMPLICACIÓN
- ✓ COMPROMISO
- ✓ MOTIVACIÓN
- ✓ PARTICIPACIÓN
- ✓ VOLUNTAD DE CONSENSO
- ✓ INTERÉS POR EFECTIVIDAD Y CONCRECIÓN
- ✓ REALISTA RESPECTO A RECURSOS DISPONIBLES
- ✓ CAPACIDAD DE TRABAJO
- ✓ ALTA CAPACITACIÓN

CONTEXTO: DATOS

PRESENCIA

- Solo un 24% de las voces expertas en las noticias de los medios de comunicación son mujeres (2020)*.
- El 80% del tiempo dedicado a fuentes externas en noticiarios corresponde a hombres y solo el 20% corresponde a mujeres ***.

ROLES

- El 42% de las mujeres que aparecen en medios y webs de noticias lo hacen como proveedoras de experiencias personales (madres, vecinas, observadoras inexpertas y emocionales, no profesionales) y el 38-39 % como opinadoras populares, no expertas*.
- 9 de cada 10 hombres y mujeres siguen manteniendo estereotipos sobre las mujeres**.

Fuentes:

*VI Proyecto de Monitoreo Global de Medios, GMMP 2020

** II Índice de Normas Sociales de Género del PNUD -Programa de Naciones Unidas para el desarrollo- (2023)

*** El estudio "Monitor de noticieros centrales y matinales de TV: mujeres en pantalla" del CNTV -Chile-



ÍNDICE GEM 2020

Es una medida unitaria del nivel de igualdad de género en el contenido de los medios informativos.

Calcula la brecha de género promedio en las noticias (porcentaje de mujeres - porcentaje de hombres) así como su visibilidad y voz en roles y temas específicos sensibles al género para los siguientes seis indicadores:

- (1) Todos los temas o fuentes de noticias ('personas en las noticias')
- (2) Reporteros/as,
- (3) Temas o fuentes de noticias de economía y negocios,
- (4) Temas o fuentes de noticias de política y gobierno,
- (5) Voceros/as/ portavoces/as
- (6) Expertos/as

El GEM-I puede variar entre -100 (solo hombres en las noticias) y + 100 (solo mujeres en las noticias). Cero (0) representa la igualdad de género total y una distribución de 50/50 de hombres y mujeres para los seis indicadores.



CONTEXTO: DATOS

% HOMBRES COMO SUJETOS Y FUENTES DE NOTICIAS EN TELEVISIÓN

MEDIA
70,45 %

Argentina	72%
Brasil	72%
Chile	74%
Colombia	77%
<i>(radio, prensa y TV)</i>	
Costa Rica	67%
Ecuador	77%
España	64%
Marruecos	78%
México	66%
Perú	61%
Portugal	67%

ÍNDICE DE IGUALDAD DE GÉNERO EN EL CONTENIDO DE LOS MEDIOS INFORMATIVOS (GEM-I).

-100 = TODO HOMBRES
+100= TODO MUJERES
0 = IGUALDAD

Argentina	-53.063
Brasil	-49.878
Chile	-42.225
Colombia	-50.534
Costa Rica	-39.342
Ecuador	-46.391
España	-27.235
Marruecos	-66.260
México	-48.014
Perú	-47.303
Portugal	-29.349



Fuente:

*VI Proyecto de Monitoreo Global de Medios, GMMP 2020. 29/09/2020. 116 PAISES. ONU MUJERES. 30.172 historias publicadas en 2.251 medios informativos

PERIODO 2022-24 | GT REPRESENTACIÓN DE **GÉNERO** EN EL AUDIOVISUAL



21 REUNIONES DE GRUPO

1 JORNADA ABIERTA: DESAFÍOS EN TORNO A LA REGULACIÓN DEL AUDIOVISUAL CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

CON LA PARTICIPACIÓN DE MARÍA-NOEL VAEZA, DIRECTORA REGIONAL PARA LAS AMÉRICAS Y EL CARIBE DE ONU MUJERES

PARTICIPACIÓN EN JORNADAS ABIERTAS UNESCO

PARTICIPACIÓN EN TALLER AUDIOVISUAL DE PLURALISMO 2023 - ENFOQUE DE GÉNERO Y REGULACIÓN DE LAS COMUNICACIONES

(COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES DE COLOMBIA Y UNIVERSIDAD EXTERNADO, DE COLOMBIA)





OBJETIVO 1/6: CONCIENCIACIÓN

Trabajar en la alfabetización mediática con perspectiva de género para impulsar la formación y concienciación **para una ciudadanía/audiencia más exigente con los medios** y propiciar así que estos incrementen su compromiso con esta causa.



OBJETIVO 2/6: ACTIVACIÓN

Impulsar iniciativas y recursos que faciliten, tanto a profesionales del audiovisual como a la ciudadanía, identificar las prácticas rechazables y las vías formales para denunciarlas, **de modo que el marco legislativo y sancionador sea conocido y desarrollado.**



OBJETIVO 3/6: APRENDIZAJE

Intercambiar información y experiencias y establecer **alianzas** para proporcionar conocimiento, herramientas y propuestas que faciliten a los medios el ejercicio de un **rol activo** en la lucha contra la discriminación sexual y la violencia machista.



OBJETIVO 4/6: LA PRAI COMO REFERENTE

Avanzar para posicionar a la PRAI como un **agente relevante en la construcción** de un audiovisual libre de discriminación sexual.



OBJETIVO 5/6: CONSOLIDAR

Consolidar el grupo de trabajo como una **red** de intercambio de experiencias y buenas prácticas entre los reguladores miembros, que sirva de **referencia para el desarrollo de políticas** regulatorias en materia audiovisual con perspectiva de género y la **aplicación de la perspectiva de género en la propia PRAI.**



OBJETIVO 6/6: GLOBALIZAR

Dar **visibilidad** a la PRAI en el entorno internacional mediante la **conexión** y **colaboración** con plataformas, organizaciones e instituciones que trabajen la incorporación de la perspectiva de género en los medios de comunicación.

DES TA CA MOS

1. Transferencia de conocimiento.
2. Oportunidad de ampliar el foco de visión de otros contextos, momentos y perspectivas.
3. Impulso de divulgación de recursos de cada regulador.
4. Posibilidad de crear o impulsar nuevos recursos e ideas.
5. Ocasión de ser parte comprometida en el cambio del sector.



Compromiso para la aplicación de la perspectiva de género en la PRAI

Documento de orientaciones para la aplicación por fases de la perspectiva de género con carácter transversal en la PRAI. El documento se llevará a aprobación en la Asamblea 2024.

Compromiso - Plan estratégico de trabajo - Dar ejemplo - Entender la responsabilidad del sector - Activar la potencialidad del sector - Referenciarse -



Agenda de expertas de todas las disciplinas en el ámbito territorial de Iberoamérica

Creación de una agenda de expertas de todo tipo de disciplinas, en el ámbito Iberoamericano, para facilitar a periodistas y profesionales de creación de contenido el recurso a mujeres como fuentes informativas acreditadas y con ello impulsar la presencia de mujeres expertas en el audiovisual y contribuir a legitimar la voz y el rol de las mujeres en todos los ámbitos.



Agenda de expertas de todas las disciplinas en el ámbito territorial de Iberoamérica

Una de las principales barreras que dañan la credibilidad, la legitimidad y el estatus de las mujeres en el mundo es la manera en que somos representadas en espacios de influencia tan poderosa como el audiovisual.

Para conseguir la igualdad es necesario poblar el imaginario de mujeres referentes en todos los campos: es mostrar la posibilidad de que las mujeres alcancen metas en todos los ámbitos y sembrar nuevas oportunidades en igualdad.



Colaboración con grupos AMI y Niñez y adolescencia

Creación de una agenda de expertas de todo tipo de disciplinas, en el ámbito Iberoamericano, para facilitar a periodistas y profesionales de creación de contenido el recurso a mujeres como fuentes informativas acreditadas y con ello impulsar la presencia de mujeres expertas en el audiovisual y contribuir a legitimar la voz y el rol de las mujeres en todos los ámbitos.



Estrechar vínculos con otras organizaciones en relación a la perspectiva de género

Apertura de canales de colaboración, sinergias y vínculos con otras organizaciones que velan por los derechos de las mujeres, para tejer alianzas que nos permitan empujar hacia delante con mayor fuerza la igualdad en el sector audiovisual. Hemos abierto vías con UNESCO y ONU MUJERES, organizaciones que reconocemos como marco que abarca todo el espacio PRAI y con los que compartimos importantes objetivos.

DESAFÍOS

- Diagnósticos y estudios rigurosos que permitan visibilizar la desigualdad en el audiovisual. Conocer para entender, sensibilizar y adoptar medidas más eficaces.
- Empresas de comunicación, públicas y privadas, comprometidas de verdad con empujar la igualdad y con remover las barreras que la están impidiendo.
- Regulaciones más honestas y eficaces, con las herramientas y los recursos para la igualdad.
- Formación especializada en perspectiva de género para que las y los profesionales puedan aplicarla. Se trata de rigor en el ejercicio de la profesión.
- El androcentrismo, como punto de vista, invalide el rigor exigible en una información o análisis y prevenirnos de lo importante que es incorporar también la mirada y la presencia de las mujeres.

RESPONSABILIDAD Y POTENCIALIDAD DEL SECTOR AUDIOVISUAL

El audiovisual es una **poterosa herramienta** por su enorme poder de influencia y su capacidad de alcance masivo. Es un sector que tiene por tanto una **enorme responsabilidad** en el camino hacia la igualdad y también, en positivo, una **enorme capacidad** de empujar el cambio social. El sector debe asimilar que la consecución de la igualdad es un derecho que respetar, una obligación que cumplir, y además una meta alcanzable y una importantísima oportunidad para una sociedad mejor para todos.

PERSPECTIVAS FUTURO 24-26 DEL GRUPO DE TRABAJO

- Continuar el desarrollo de los **objetivos** y acciones del plan de trabajo 22-24.
- Completar la **agenda de expertas** en el ámbito latinoamericano.
- Desarrollar, monitorizar y evaluar el compromiso de orientaciones para la aplicación de la **perspectiva de género en la PRAI**. Desarrollar instrumentos y metodologías para su aplicación. Publicación de un informe en 2026 con los resultados del seguimiento.
- En especial, un texto base para incorporar la perspectiva de género a las regulaciones del audiovisual.
- Elaboración de un **cuaderno de bitácora** sobre la experiencia y las reflexiones surgidas en el grupo de trabajo de género.
- Intensificar el foco en la llamada IA y los contenidos audiovisuales para redes sociales, plataformas de streaming y a demanda, en relación con la perspectiva de género.



PERIODO 2022-24 | GT REPRESENTACIÓN DE GÉNERO EN EL AUDIOVISUAL

ESPECIAL AGRADECIMIENTO

- Karen Cea Pérez (Consejo Nacional de Televisión -CNTV- de Chile)
- Liza Catalina Jurado Toro (Comisión de Regulación de Comunicaciones de Colombia -CRC-)
- Miriam Larco Sicheri (Consejo Consultivo de Radio y Televisión -CONCORTV- de Perú)
- María del Mar Ramírez Alvarado (Consejo Audiovisual de Andalucía)
- Fernanda Lizet Espinoza Jiménez, Andrea Fernanda Ordóñez y Grizly Ruiz (Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y la Comunicación de Ecuador)
- Joana Duarte (Entidade Reguladora para a Comunicação Social -ERC- de Portugal).



PERIODO 2022-24 | GT REPRESENTACIÓN DE GÉNERO EN EL AUDIOVISUAL

Gracias!

