

# Transversalidad de género en el audiovisual andaluz



Trinidad Núñez Domínguez,  
Teresa Vera Balanza  
y Rosa M.<sup>a</sup> Díaz Jiménez (Eds.)

**un**  
**i** Universidad  
Internacional  
de Andalucía  
**A**

## Prólogo

La Universidad Internacional de Andalucía, desde el Vicerrectorado de Igualdad, Cultura y Cooperación al desarrollo, posee una dilatada trayectoria en las políticas de transversalización y de responsabilidad social, entre las que se contempla potenciar el principio de Igualdad entre mujeres y hombres. La Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre de Universidades (LOMLOU), supone un referente clave para el avance de la igualdad entre mujeres y hombres en las universidades. En su preámbulo dice: “La igualdad entre mujeres y hombres es un valor social que se debe alcanzar en la universidad”. La transversalidad de las políticas en materia de igualdad es el principio en virtud del cual las actuaciones que se desarrollan en la universidad no se limitan únicamente a planes, programas y acciones específicas, sino que comprenden las políticas y líneas de acción de carácter general en cualquiera de los ámbitos de actuación pública, en donde se tendrán en cuenta las necesidades y demandas de las mismas.

A lo anterior, se le añade, en el ámbito de las competencias, con carácter de obligado cumplimiento y siguiendo el Sistema Universitario Andaluz, el fomento de la igualdad de oportunidades de mujeres y hombres con relación a la carrera profesional, adoptando las medidas necesarias para que se incluyan enseñanzas en materia de igualdad en los planes de estudios universitarios. Para todo ello la UNIA cuenta con el Plan de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres 2014-2016 que, a través de medidas tendentes a incluir el *mainstreaming* en todas las actuaciones universitarias, implantará la perspectiva de género en la formación, la

creación de redes, la observación de la realidad social y en el desarrollo de publicaciones, etc. En este sentido, esta publicación titulada *Transversalidad de género en el audiovisual andaluz. En clave de FUTURO para la formación y el empleo* cumple con todos los objetivos planteados apuntando hacia el análisis, aportaciones y propuestas derivadas del papel relevante de los medios audiovisuales desde una perspectiva de género y en concreto en Andalucía.

Los contenidos se plasman en cuatro bloques desde los cuales se abordarán cuestiones relativas a la normativa y la legislación en el sector audiovisual posibilitando la generación de oportunidades en el empleo. De igual modo, y como no podría ser de otra forma, tendrá un espacio importante la formación a través de análisis y reflexiones en torno al papel de la universidad y los currículos en ámbitos de conocimiento vinculados a la temática de la Comunicación. También se apuntará en específico hacia la industria radiotelevisiva y publicitaria con perspectiva de género para mostrar a través de acciones positivas experiencias pioneras en Andalucía, con el fin de romper las denominadas "barreras de género" también identificadas en la industria cinematográfica. Por otro lado, poner en valor la transversalidad de género y su aplicación a nivel estructural supone hacer una revisión normativa, en la que se contemple la contratación pública, la gestión de ayudas y subvenciones, producción y gestión de información, comunicación, difusión y gestión presupuestaria, entre otras muchas variables. De ahí que no solo la sensibilización y el sentido crítico de la ciudadanía sean necesarios para el cumplimiento de la ley, sino que es imprescindible una formación para su profesionalización en la que desde la formación y el sector profesional se valoren los derechos constitucionales en materia de igualdad de género. Por tanto, además de las iniciativas legislativas, habrá de tenerse en cuenta la formación y la inserción de los planes de estudio bajo un enfoque de género.

Los medios de comunicación ejercen un papel fundamental en la construcción de sociedades democráticas y la producción de noticias influyen y se reflejan en estas, lo que da legitimidad a la Ley Orgánica 3/2007 de Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres, que en su título III está íntegramente dedicado a la igualdad y los

medios de comunicación, junto a otras partes del articulado en el que se ve reflejado la necesidad de que la educación tenga en cuenta la perspectiva de género. Varias serían las propuestas de acción para implementar la perspectiva de género en el sector audiovisual, destacando así la creación de un censo de mujeres expertas andaluzas en los medios como generadoras de opinión, una guía para el tratamiento informativo de los procesos judiciales, etc. En resumen, los medios de comunicación frente a la violencia de género son vitales, pues una de sus contribuciones sería la de promover la igualdad y la erradicación de la violencia contra las mujeres. Diversos estudios demuestran que persiste un importante desequilibrio entre hombres y mujeres en la representación de las mujeres en los medios audiovisuales y en la programación informativa. En lo referido a la programación y la publicidad, se sigue transmitiendo una imagen estereotipada de hombres y mujeres en distintos órdenes de la vida, especialmente la dirigida a menores de edad.

En este particular, la publicación propone identificar y evaluar los estereotipos que trasmite la publicidad, así como presentar modelos igualitarios, de modelos de mujeres independientes, protagonistas de sus vidas y de sus decisiones, es decir, modelos relacionales no sexistas y positivos. En síntesis, promueve velar para que los medios de comunicación, cuya actividad esté sometida a su ámbito de competencia, no difundan contenidos ni emitan espacios o publicidad sexista que justifique, banalice o incite a la violencia de género. De este modo, se contribuye a generar una necesaria ciudadanía crítica, incorporando la alfabetización mediática, haciendo que la población conozca sus derechos, al mismo tiempo que introduce la perspectiva de género en la formación de profesionales de los medios y de la publicidad. Cabría añadir que la escasa atención prestada a la televisión también ha contribuido a hacer menos visible la labor profesional realizada por mujeres en un medio donde su presencia en algunos periodos y ámbitos ha sido significativa. Además, se ha de subrayar la presentación de textos dedicados a experiencias pioneras centrados en la televisión en el cine y en las empresas de comunicación.

En definitiva, esta publicación pretende ir de la mano del esfuerzo generado en torno a los estudios e investigaciones académicas sobre el papel jugado por las mu-

jeros profesionales en el ámbito, a sentar las bases para un cada vez mayor reconocimiento de la presencia de las mujeres profesionales en la industria audiovisual. Igualmente, fomentar el desarrollo de acciones que se vertebran sobre la formación, la investigación y el mantenimiento y el acrecentamiento del patrimonio audiovisual, lo que esperamos conlleve a incluir en los planes de estudio de las titulaciones universitarias —no solo en comunicación— la perspectiva de género de manera transversal. Su objetivo principal es reflexionar desde el sector en torno a las oportunidades para ofrecer propuestas de mejora, desde la premisa de que el medio audiovisual puede convertirse en una herramienta clave para la igualdad entre hombres y mujeres. Por tanto, el sector de los medios de comunicaciones y audiovisual son esenciales y pueden ejercer un papel fundamental de sensibilización contra la violencia hacia las mujeres, denunciándola y concienciando a la sociedad. Es urgente construir nuevos relatos que fortalezcan las luchas de quienes quieren un mundo más justo e igualitario e igualmente imperiosa la necesidad de acabar con la normalización de actitudes machistas, de difundir conductas igualitarias y de asumir que la educación, la investigación y la difusión, en este caso a través de esta publicación, es una responsabilidad social a la que toda la ciudadanía está obligada. Para ello se ha de pasar por visibilizar las mujeres del sector y sus obras, analizar y evaluar la políticas de igualdad en la televisión pública andaluza, etc. Es decir, dar a las mujeres el lugar que les corresponde en el mundo, desmontar relatos patriarcales y crear relatos innovadores en el ámbito audiovisual y así definitivamente convertirse en espejos en los que puedan mirarse otras mujeres y otros muchos hombres.

Yolanda M.<sup>a</sup> de la Fuente Robles  
Vicerrectora de Igualdad. Cultura  
y Cooperación al Desarrollo  
Universidad Internacional de Andalucía