

NOTA DE PRENSA

La Red de Reguladores del Mediterráneo para el sector Audiovisual (MNRA) analiza en Madrid los retos del sector

- La CNMC reúne a representantes de 14 países y 17 autoridades.
- Cuatro países se suman al grupo de trabajo coliderado por Croacia y la CNMC para combatir el sexismo en la información deportiva.

Madrid, 1 de julio de 2016. - La Red de Reguladores del Mediterráneo para el sector Audiovisual (MNRA) ha reunido en Madrid a su Comité Técnico, integrado por representantes de 14 países y 17 autoridades, para debatir el futuro del sector.

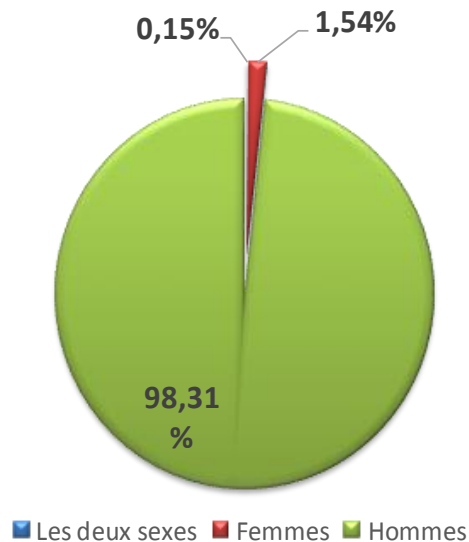
El MNRA es la principal plataforma de cooperación de los consejos del sector audiovisual de las dos riberas del Mediterráneo. Fue creado en 1997 como plataforma para el debate, intercambio de información y de buenas prácticas regulatorias. Así como para facilitar la investigación sobre temas relacionados con la regulación audiovisual en los países del Mediterráneo.

Durante el encuentro se han analizado los retos a los que se enfrenta el sector de la radiodifusión en la región, y en especial, el sexismo en la publicidad, las cuestiones de género y el deporte y el tratamiento informativo de la crisis de los refugiados.

En este contexto, se ha creado un grupo de trabajo integrado por Andalucía, Cataluña, Marruecos, Croacia y la CNMC para trabajar contra los estereotipos sexistas en los medios de comunicación.

Durante la sesión, se ha presentado un avance del trabajo sobre la presencia de hombres y mujeres en la información deportiva donde se pone de manifiesto que más del 98% de las informaciones hacen referencia a la presencia de hombres en los deportes, mientras que solo un 1,5% de ellas se refiere a la participación femenina y apenas el 0,15% a ambos sexos.

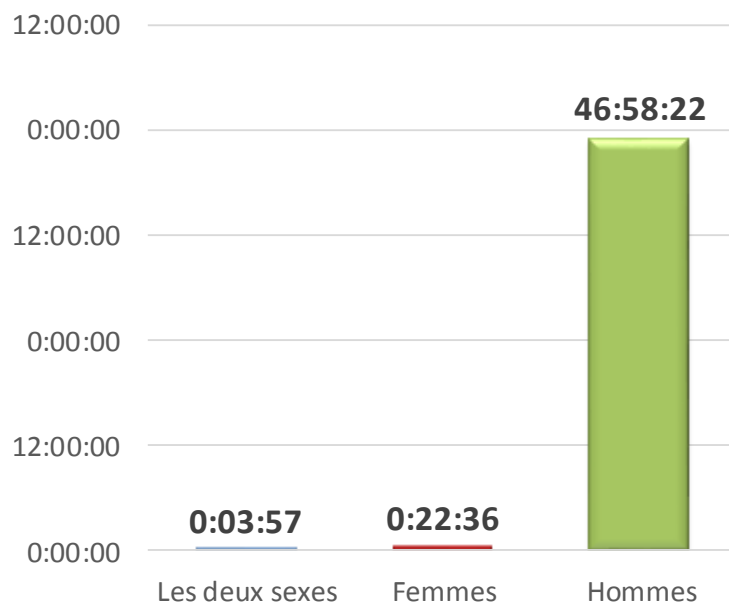
Presencia de hombres y mujeres en la información deportiva:



Fuente: CNMC

De acuerdo con el análisis realizado durante tres semanas en varios medios y tomando como referencia 47 horas de emisión sobre información deportiva, el 97% hizo mención a la participación masculina, frente a solo 22 minutos (0,8%) de participación femenina. En cuanto a las intervenciones verbales, los hombres hablaron durante 12 horas y las mujeres solo lo hicieron durante una hora.

Menciones a deportes masculinos y femeninos



Fuente: CNMC

En definitiva, se trata de un tratamiento desigual. La presencia de las mujeres en los espacios dedicados a la información deportiva es prácticamente inexistente, como afirmó la subdirectora de Audiovisual de la CNMC, Julia López de Sa. Ante tales conclusiones, cuatro países más han decidido unirse al grupo (Moldavia, Montenegro, Italia y Chipre).

La celebración en España de esta reunión es uno de los compromisos adquiridos por la CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia) en su calidad de Vicepresidente de la organización, cargo que ostenta el consejero Josep María Guinart. La Asamblea Plenaria del MNRA tendrá lugar en Barcelona en noviembre y en ella la CNMC asumirá la Presidencia.