



EL CUMPLIMIENTO DE LA LEY PARA LA IGUALDAD EFECTIVA DE MUJERES Y HOMBRES POR LOS EMPRESARIOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

María Asunción López Arranz
Profesora del Área de Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social de la
Universidad de A Coruña
a.laranz@udc.es

Resumen: los medios de comunicación son en la actualidad grandes empresas, bien de carácter público bien de carácter privado, que al igual que el resto de las empresas conforman un importante sector productivo en nuestro país. Por el tamaño de sus empresas, con más de 250 trabajadores, están también obligados a implantar planes y medidas de igualdad para con sus trabajador@s. Además, la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva entre hombres y mujeres, se preocupa especialmente del contenido que en materia de igualdad publican los medios y los obliga a promover el conocimiento y la difusión del principio de igualdad entre mujeres y hombres.

Palabras clave: medios de comunicación, planes de igualdad, trabajadores@s

1. Introducción: Los medios de comunicación como sector empresarial

Los medios de comunicación como sector empresarial son las empresas relacionadas con el sector de la prensa y el audiovisual, en el sentido señalado en el Estatuto de los Trabajadores (BOE de 29 de marzo de 1995) que en su artículo 1 apartado 2, define como “las personas, físicas o jurídicas, o comunidades de bienes que reciban la prestación de servicios de las personas referidas en el apartado anterior, así como de las personas contratadas para ser cedidas a empresas usuarias por empresas de trabajo temporal legalmente constituidas”, aunque es una definición incompleta ya que deja fuera otras formas de empresa (Martínez Girón J., Arufe Varela A., Carril Vázquez X.M., 2004) entendemos incluidas en ella a estas empresas. No cabe duda alguna que los medios de comunicación de nuestro país son en la actualidad grandes empresas, bien de carácter público bien de carácter privado, cuyo objetivo principal —al igual que el resto de las empresas— es favorecer la rentabilidad y obtener los mayores beneficios económicos con el menor gasto posible. Pero además y unido a ello, también existe un interés ideológico, ya que quien controla los medios, controla la distribución de mensajes e ideas (González Cueto T., 2004) el cual señala su importancia al decir que:

“El pluralismo de los medios de comunicación social es un valor en sí mismo, al ser esencial para el proceso de formación de la opinión pública y, por tanto, para el correcto funcionamiento de las instituciones democráticas. Certeramente se ha dicho por la doctrina científica que no hay Estado democrático sin una opinión pública libre; y que no hay opinión pública libre sin una comunicación social libre asegurada a través de una estructura plural de medios”.

Por otro lado, sin lugar a dudas, la libertad de opinión expresada en sus medios ha de partir del buen funcionamiento interior de las empresas y comenzar en los principios igualitarios que tienen que conformar su ideario de manera que se reflejen en el patrimonio más importante, su capital humano, los trabajador@s que conforman sus plantillas, que tienen que recibir un tratamiento no discriminatorio. Esta comunicación pretende analizar el ángulo de género a través de los compromisos asumidos en los



planes de igualdad de las empresas de comunicación y en definitiva comprobar si la presencia de la mujer en los medios de comunicación es igualitaria.

2. Hipótesis iniciales: la Ley para la Igualdad efectiva de Mujeres y Hombres y los medios de comunicación

Se parte de las obligaciones señaladas en la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo para la Igualdad Efectiva entre Hombres y Mujeres, (BOE de 23 de Marzo de 2007), por un lado, de establecer planes de igualdad en las empresas, y por otro, en cuanto a los medios públicos de comunicación, de un comportamiento en materia de igualdad que tendrá incidencia en los contenidos de su programación o publicación. De este modo y tal como establece el artículo 45.2 de la LOIEHM “*las empresas de más de doscientos cincuenta trabajadores, las medidas de igualdad a que se refiere el apartado anterior deberán dirigirse a la elaboración y aplicación de un plan de igualdad...*”, y como recoge su título III, “*los medios de comunicación social de titularidad pública velarán por la transmisión de una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de mujeres y hombres en la sociedad, y promoverán el conocimiento y la difusión del principio de igualdad entre mujeres y hombres*” (artículo 36). En efecto, la exigencia concreta a un medio de titularidad pública se refiere a la Corporación RTVE, a la cual se le exige como objetivos de igualdad que: a) se refleje adecuadamente la presencia de las mujeres en los diversos ámbitos de la vida social; b) utilización del lenguaje en forma no sexista; c) adoptar, mediante la autorregulación, códigos de conducta tendentes a transmitir el contenido del principio de igualdad; d) colaborar con las campañas institucionales dirigidas a fomentar la igualdad entre mujeres y hombres y a erradicar la violencia de género (artículo 37). Esto supuso inicialmente como señala (Rafael López Lita Estela Bernard Monferrer 2007):

“Un avance en materia de igualdad de oportunidades y ayuda a la sensibilización y concienciación social contra cualquier contenido o mensaje machista y que debe animar a los profesionales de la comunicación a elaborar contenidos informativos y comunicacionales acordes con la realidad social y a diseñar creatividades respetuosas y a favor de un trato igualitario tanto de hombres como mujeres”

Para la consecución de los objetivos de igualdad en el ente público se determinan dos caminos, “la incorporación de las mujeres a puestos de responsabilidad directiva y profesional y a fomentar la relación con asociaciones y grupos de mujeres para identificar sus necesidades e intereses en el ámbito de la comunicación” (artículo 37,2). De la misma manera los medios de comunicación social de titularidad privada también están obligados con “la igualdad entre mujeres y hombres, evitando cualquier forma de discriminación” (artículo 39). Las obligaciones exigidas por la Ley a los medios de comunicación tanto públicos como privados han de ser promovidas por las Administraciones públicas que “promoverán la adopción por parte de los medios de comunicación de acuerdos de autorregulación que contribuyan al cumplimiento de la legislación en materia de igualdad entre mujeres y hombres...”(artículo 39.2), y que “los medios audiovisuales cumplan sus obligaciones... para asegurar un tratamiento de las mujeres conforme con los principios y valores constitucionales”(artículo 40). Consecuentemente con lo establecido en la norma las empresas de comunicación pública o privada —en su mayor parte son sociedades mercantiles—, les son de aplicación todos los supuestos recogidos en la Ley al igual que al resto de las empresas y más aún dado su reconocimiento en la misma y su condición de servicio, lo que conlleva que han de cumplir con lo estipulado en materia de igualdad. De modo que el



principio de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, — aplicable en el ámbito del empleo privado y en el del empleo público—, se garantizará en los términos previstos en la normativa aplicable en: *“el acceso al empleo, incluso al trabajo por cuenta propia, en la formación profesional, en la promoción profesional, en las condiciones de trabajo, incluidas las retributivas y las de despido, y en la afiliación y participación en las organizaciones sindicales y empresariales, o en cualquier organización cuyos miembros ejerzan una profesión concreta, incluidas las prestaciones concedidas por las mismas”*(artículo 5). En este sentido las empresas de la comunicación están obligadas a la elaboración y aplicación de planes de igualdad, con la finalidad de adoptar medidas dirigidas a evitar cualquier tipo de discriminación laboral entre mujeres y hombres, medidas que deberán negociar, y en su caso acordar, con los representantes legales de los trabajadores en la forma que se determine en la legislación laboral (artículo 45), en este sentido y como señala María Areta Martínez la obligación en la Ley viene refrendada por lo señalado en el artículo 3.2 del TCE dado que la Comunidad fijará en todas sus actividades como objetivo la eliminación de las desigualdades entre el hombre y la mujer y la promoción de su igualdad, garantizando así la integración de la dimensión de la igualdad entre hombres y mujeres. En el caso de las empresas de más de doscientos cincuenta trabajadores, las medidas de igualdad deberán dirigirse a la elaboración y aplicación de un plan de igualdad (artículo 45.2), que también podrán llevar a cabo a pesar de no cumplir este requisito cuando así se establezcan en el convenio colectivo que le sea aplicable”(artículo 45.3), o cuando la autoridad laboral hubiera acordado en un procedimiento sancionador la sustitución de las sanciones accesorias por la elaboración y aplicación de dicho plan(artículo 45.4) siendo voluntaria para las demás empresas(artículo 45.5).

3. Metodología

En el proceso de elaboración de la comunicación, la metodología utilizada ha partido del análisis de la Ley Orgánica de Igualdad, publicada en 2007, y de su implantación en las empresas de la comunicación. Partiendo del estudio de la norma, se ha planteado un objetivo, el conocimiento del tratamiento discriminatorio o no de las mujeres trabajadoras en los medios de comunicación, para ello se lleva a cabo un diagnóstico y una hipótesis de trabajo que sirva de base para llegar a unos resultados obtenidos a través del estudio de los diferentes Convenios Colectivos y los respectivos Planes de Igualdad.

El estudio realizado se enmarca dentro del contexto de las ciencias jurídico-sociales concretamente en el área del Derecho del Trabajo y la Seguridad Social, por lo que la metodología utilizada se centra en el análisis de legislación, convenios colectivos y jurisprudencia así como la visión que sobre la materia tiene la doctrina española.

4. Resultados: implicación de los medios de comunicación en la Igualdad, convenios colectivos y planes de igualdad

La implicación de los medios de comunicación en España con la igualdad en sus empresas vendrá determinado por los compromisos que estén dispuestos asumir en esta materia. Los cuales se concretarán, en primer lugar, por el cumplimiento que dentro de ellas se dé a la Ley para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres. Y consecuentemente, con las medidas que para ello han tomado entre empresarios y trabajadores para conseguirlo, principalmente a través de la negociación colectiva y los planes de igualdad, para ello analizaremos cómo y cuando algunos medios de



comunicación más significativos han tomado estas medidas y las respuestas que sus trabajadores han hecho a las mismas.

Para analizar esta implicación comenzaremos por el Convenios Colectivos de Prensa, así, en el actual “**IV Convenio Colectivo Estatal de Prensa Diaria**” (BOE de 3 de octubre de 2013) que regula las relaciones de trabajo en aquellas empresas dedicadas a la edición de Prensa Diaria tanto en soporte papel como digital, que no estén afectadas por Convenio Colectivo propio (artículo 1.1), sus medidas de igualdad se traducen en un artículo y una disposición transitoria. En el primero de ellos, se señala que “*de conformidad con lo dispuesto en la Ley Orgánica 3/2007, las empresas están obligadas a respetar la igualdad de trato y de oportunidades en el ámbito laboral y, con esta finalidad, deberán adoptar medidas dirigidas a evitar cualquier tipo de discriminación laboral entre mujeres y hombres*”(artículo 12, párrafo uno) y “*en las empresas de más de 250 trabajadores, las medidas de igualdad a que se refiere el párrafo anterior deberán dirigirse a la elaboración y aplicación de un plan de igualdad*”(artículo 12, párrafo dos) respecto los planes de igualdad y los diagnósticos de situación deberá tenerse en cuenta lo señalado en el artículo 5 de la referida Ley, según el cual, no constituirá discriminación en el acceso al empleo, incluida la formación necesaria, una diferencia de trato basada en una característica relacionada con el sexo cuando, debido a la naturaleza de las actividades profesionales concretas o al contexto en el que se lleven a cabo, dicha característica constituya un requisito profesional esencial y determinante, siempre y cuando el objetivo sea legítimo y el requisito proporcionado. En la disposición transitoria se establecen medidas para evitar la discriminación, que consisten en una declaración de intenciones sobre igualdad así “a) *Reforzar el papel de la Prensa Diaria como sector comprometido y avanzado en el desarrollo de políticas de igualdad*”; en una preocupación por las personas que conforman la empresa “b) *Fomentar una gestión óptima de los recursos humanos que evite discriminaciones y pueda ofrecer igualdad de oportunidades reales, apoyándose en un permanente recurso al diálogo social*; y la implantación de planes de igualdad “c) *Creación de una mesa de diálogo en el plazo máximo de seis meses para estudiar procedimientos al objeto de implantar planes de igualdad y protocolos contra el acoso en las empresas de ámbito aplicación del presente convenio colectivo*”. El compromiso no se ha materializando en un concreto plan de igualdad, que recoja tras un realista diagnóstico, medidas para lograr una plena igualdad.

Por otra parte, existen medios de prensa escrita que sí tienen Convenio Colectivo propio, así, nos encontramos, en primer lugar, con “**el I Convenio Colectivo de Ediciones El País, S.L.**”(BOE de 3 de febrero de 2013). El compromiso de este medio de comunicación con la igualdad se encuentra recogido en su anexo nº 4 en el que se establece su **Plan de Igualdad**, el cual comienza señalando los objetivos perseguidos, entre los cuales están: 1) Promover la defensa y aplicación efectiva del principio de igualdad entre hombres y mujeres, procurando en el ámbito laboral las mismas oportunidades de ingreso y desarrollo profesional a todos los niveles; 2) conseguir una representación equilibrada de la mujer en el ámbito de la empresa; 3) promover y mejorar las posibilidades de acceso de la mujer a puestos de responsabilidad, contribuyendo a reducir desigualdades y desequilibrios que pudieran darse en el seno de la Empresa 4) prevenir la discriminación laboral por razón de sexo, estableciendo un protocolo de actuación para estos casos; 5) establecer medidas que favorezcan la conciliación de la vida laboral con la vida familiar y personal de las trabajadoras y trabajadores. Como medidas para la consecución de estos objetivos encontramos que en



los procesos de selección y contratación se seguirán procedimientos y políticas de carácter objetivo basadas en principios de mérito, capacidad y de adecuación al puesto, con ausencia de toda discriminación basada en el sexo (Véase medida 1, párrafo cuarto, en cuanto a que “*durante los años de vigencia del presente Convenio, en igualdad de condiciones de idoneidad, el 50 por ciento de las personas contratadas serán mujeres, para tratar de corregir los desequilibrios detectados en las distintas áreas de la empresa*”). En cuanto a las medidas de discriminación positiva, durante la duración del presente convenio se procurará que los ascensos se ajusten conforme al siguiente criterio: con carácter general, los ascensos de las mujeres serán, al menos, proporcionales al porcentaje que representan en la plantilla; en materia de formación, se llevarán a cabo actividades formativas dirigidas a mujeres para potenciar su acceso a aquellas áreas, niveles o funciones en que estén menos representadas, y se facilitará la participación de las personas con contrato de trabajo suspendido por excedencia basada en motivos familiares, en cursos de formación adecuados para su reciclaje profesional; otras medidas son las referentes a conciliación en materia de jornada, vacaciones, permisos retribuidos y no retribuidos, excedencias y medidas específicas para prevenir el acoso sexual y por razón de sexo, para cuyo seguimiento se establece una comisión formada por la dirección de la empresa y los representantes del personal.

El siguiente medio de comunicación con convenio propio es **el Diario ABC, SL, cuyo Convenio Colectivo fue suscrito el 3º de abril de 2013** (BOE de 10 de julio de 2013), en el se recoge el compromiso del medio con la igualdad en tres artículos dentro del Capítulo Octavo, al que denomina **Plan de Igualdad** que no es más que un compromiso para la elaboración e implantación de un Plan de Igualdad. Comienza con un reconocimiento de intenciones en los que señala la necesidad de adaptar el marco normativo legal para garantizar que el derecho fundamental a la igualdad de trato y oportunidades en la empresa sea real y efectivo, para ello propone unos objetivos generales como son: a) establecer directrices para la consecución del plan de igualdad que les permita un agestión óptima de sus recursos humanos; b) dotar de competencias en materia de igualdad a la presente Comisión Paritaria para atender consultas seguimiento del plan, elaboración de dictámenes, estudios y la elaboración de un Código Ético de buenas costumbres (artículo 56). En los restantes artículos se especifican los pasos a seguir por el Plan de Igualdad, en primer lugar el diagnóstico para obtener datos desagregados por sexos, en relación con las condiciones de trabajo, etc. (artículo 57). Tras el análisis del diagnóstico, se desarrollarán los objetivos del Plan en los que se incluirán las estrategias y prácticas para su consecución en concretados en asegurar la selección transparente para el ingreso en la empresa, la inclusión de mujeres en puestos que impliquen mando y/o responsabilidad, programas específicos para selección/promoción de mujeres, igualdad en la formación, revisión de salario, conciliación familiar, salud de la mujer y acoso moral y sexual (artículo 58). “una vez implantado el plan de igualdad en la empresa se informará a los representantes de los trabajadores con carácter anual sobre su evolución, pudiendo estos últimos emitir informe sí así lo estiman oportuno” (artículo 58.3), lo que demuestra que tienen obligación de implantar desde 2007 pero que a fecha de hoy solo tienen recogido en su convenio un compromiso no materializado con la igualdad.

Por otro lado, y en cuanto al medio de comunicación **La Voz de Galicia SA, su Convenio Colectivo fue suscrito el 29 de diciembre de 2011**(BOE 12 de marzo de 2012), y el compromiso del periódico gallego con la igualdad se traduce en lo dispuesto en su disposición adicional en la que señala que “ambas partes se comprometen a constituir, en un plazo máximo de seis meses, una Comisión, al objeto de negociar



medidas dirigidas a promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito laboral; así como para redactar un protocolo en materia de acoso”(disposición adicional cuarta). En la actualidad se encuentra en fase de elaboración se su I plan de Igualdad.

El siguiente medio analizado es **la Unidad Editorial, SA (El Mundo)** su **VIII Convenio Colectivo** suscrito el 23 de septiembre de 2008 (¹ BOE de 29 de mayo de 2009), en su texto vigente señala su compromiso y obligación con la igualdad, de manera que “la empresa y el comité de la misma acuerdan elaborar a partir del diagnóstico de Igualdad que prepare la empresa, un plan de igualdad de acuerdo con la norma legal vigente” (disposición adicional segunda). Actualmente está en fase de elaboración de su Plan de Igualdad.

Por lo que respecta a los medios de comunicación audiovisuales, **el VII Convenio Colectivo de la Empresa Antena 3 de Televisión SA**, suscrito con fecha 28 de febrero de 2008 (BOE 19 de mayo de 2008), se compromete a establecer una comisión para articular un plan de igualdad de acuerdo a la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, que incluyan los preceptos que posibiliten la igualdad efectiva entre hombres y mujeres en la compañía (disposición transitoria tercera). Su Plan de Igualdad está en elaboración.

Por otra parte, en **el IX Convenio Colectivo de la empresa Gestevisión Telecinco SA, suscrito el 24 de enero de 2011**(¹ BOCM de 16 de julio de 2011), la implicación de la empresa y la representación sindical en este Convenio con la igualdad se traduce en la creación de una Comisión Paritaria de Igualdad que deberá “constituirse durante el mes siguiente a la firma del convenio”(artículo 7) , los acuerdos de esta comisión integrarán el Plan de Igualdad y entre sus funciones estarán: 1) velar por la correcta aplicación del Plan de Igualdad, solventando las dudas interpretativas que pudieran generarse; 2) seguimiento, realización de evaluaciones sobre el grado de cumplimiento, consecución de los objetivos señalados, y resultados obtenidos tras la implantación del Plan de Igualdad (artículo 7.F). Como resultado el 23 de abril de 2012 se materializó el I Plan de Igualdad de la empresa (BOCM de 25 de mayo de 2012), que comienza con el diagnóstico de la situación de la empresa en materia de igualdad concretando en el mismo que “en la plantilla de Gestevisión Telecinco no existen situaciones que puedan considerarse constitutivas de desigualdad o discriminación por razón de sexo, existiendo una equidad en su composición en cuanto a la representación de mujeres y hombres en la organización, el acceso a empleo, contratación, desarrollo profesional, o formación”(apartado cuarto). No obstante, destacan como áreas de actuación y de base para el diseño del presente Plan de Igualdad: a) la existencia de categorías no representadas o escasamente; b) determinadas medidas relativas a reducciones de jornada; c) no existían medidas adicionales de mejora sobre las previstas legalmente, en lo relativo a la duración de los permisos por maternidad y permiso por lactancia; d) el estudio de nuevas medidas de flexibilidad horaria, e) existen determinadas categorías profesionales establecidas en el convenio colectivo que tienen una denominación sexuada; f) el mantenimiento de un procedimiento específico en materia de prevención y actuación de las situaciones de riesgo psicosocial y acoso en el entorno laboral”(Ibidem). El Plan a la vista de las conclusiones obtenidas del diagnóstico de situación acuerda fijar objetivos a alcanzar en materia de no discriminación, de conciliación, de acceso al trabajo, de prevención del acoso, mejora de las condiciones de trabajo en materia de maternidad y flexibilidad horaria y formación (apartado quinto). En cuanto a las medidas concretas que se adoptan en el mismo se concretan en cinco puntos: 1) acceso al empleo y desarrollo profesional (disponiendo medidas tales como que los procesos de selección se realizarán mediante procedimientos que no atiendan a consideraciones de contenido sexista, ni a las condiciones familiares de la persona



candidata, que las ofertas de empleo se basarán en información ajustada a las características del puesto a cubrir, utilizando en su publicación un lenguaje no sexista, que los procesos de promoción profesional se basarán en principios de mérito y capacidad profesional, que se facilitará, en la medida de lo posible, el acceso al empleo así como la promoción profesional de los hombres o de las mujeres en cada caso, a aquellas categorías profesionales que no estén o estén escasamente representadas y que con objeto de fomentar la formación se mantendrá habilitada en el Portal del Empleado toda la información relativa al Plan de Formación, el catálogo de cursos ofertados por la Empresa, así como su posibilidad de solicitud on-line); 2) clasificación profesional (según la nueva tabla de categorías profesionales, estará incluida como anexo al texto definitivo del 9º Convenio Colectivo de Gestevisión Telecinco, S.A.); 3) medidas de conciliación de la vida familiar o personal y laboral y adecuación del tiempo de trabajo (se establece una mejora a la previsión legalmente establecida, acordando la ampliación en 1 semana del permiso por maternidad con el carácter de permiso retribuido, personal e intransferible, permiso por lactancia de forma acumulada en jornadas completas, la duración del mismo se incrementará pasando de 12 a 13 días hábiles de permiso retribuidos, por enfermedad grave de familiares se podrá anticipar el disfrute de hasta cinco días de vacaciones correspondientes al año siguiente, se establece la posibilidad de fraccionar 1 de los días de permiso en horas para su utilización de una forma flexible que sea acorde con las necesidades del/a trabajador/a, que favorezca la organización familiar, las trabajadoras embarazadas disponen de la reserva de una plaza de aparcamiento, se incorpora una mayor flexibilidad para el personal con horario ordinario partido, consistente en la posibilidad de reducir la separación mínima prevista de 1 hora para la pausa de jornada diaria, a 45 minutos, manteniendo los márgenes de flexibilidad horaria establecidos en el convenio colectivo); 4) prevención del acoso sexual y acoso por razón de sexo (desarrollo de dos procedimientos de intervención diferenciados para situaciones de riesgo psicosocial y acoso en el entorno laboral): 5) comunicación (se cuidará el lenguaje utilizado por la Empresa en todas las comunicaciones internas, utilizando siempre un lenguaje no sexista y fomentando la cultura de igualdad. Se publicará y dará a conocer el presente Plan de Igualdad a toda la plantilla de la Empresa a través de los medios de comunicación interna disponibles, así como el procedimiento para la gestión de los riesgos psicosociales y situaciones de acoso en el entorno laboral. Se mantendrá la información sobre todas las medidas de conciliación de la vida personal o familiar con la laboral, implantadas en la Empresa.). El Plan de Igualdad de la empresa Gestevisión prevé la creación en esta materia de una figura con funciones de coordinación e informativa en esta materia el “Agente de Igualdad” que podrá participar en la comisión de igualdad con voz, pero sin voto (apartado noveno).

El ente público Radio Televisión Española suscribió **el I Convenio Colectivo de la empresa Corporación RTVE**, el 4 de octubre de 2011(BOE de 28 de noviembre 2011), recoge en su texto bajo el nombre de Plan de Igualdad se comprometen a impulsar la mesa de igualdad constituida en la CRTVE en febrero de 2009, y elaborar un Plan de Igualdad con anterioridad a la finalización de la vigencia del presente convenio colectivo (disposición transitoria tercera). El Plan de Igualdad se hizo realidad el 28 de mayo del 2012 (BOE de 27 de julio de 2012), de su diagnóstico deducimos que existen importantes diferencias entre hombres y mujeres en los puestos técnicos, en la dirección, en los tipos de contrato, en la edad de los trabajadores y en sus salarios (atendiendo a los datos estadísticos cabe poner de relieve la escasa presencia de mujeres en las direcciones de planificación e innovación tecnológica, 32,1% frente al 67,9% de hombres, y en la dirección de sistemas 21,3% frente al 78,8% de hombres. Siguiendo la



línea de RTVE, la presencia de mujeres en el área de IRTVE medios interactivos, en TVE se aprecia una representación menor de mujeres en las áreas de medios (29% frente a 76% de hombres), producción y centro territorial Canarias (33% frente a 67% de hombres) y deportes (37% frente a 63%). Por el contrario se observa mayor presencia de mujeres en las áreas de cine (71% frente a 29% de hombres) y comercial (69% frente a 31% de hombres). En RNE, los datos más significativos en cuanto a una mayor presencia de mujeres, son los referentes a la dirección, un 63% de mujeres frente a un 38% de hombres y en sentido contrario, la dirección de emisiones y medios apenas cuenta con representación femenina, 12% frente a un 88% de representación masculina. En RTVE, hay más hombres directivos con contrato fijo (74% frente a 26% de mujer), eventuales (67% frente a 33% de mujeres), indefinidos (70% frente a 30% de mujeres), directivos contratados (73% frente a 27% de mujeres) y cargo de consejero (82% frente a 27% de mujeres). Las mujeres están subrepresentadas en todos los tipos de contratación excepto en el contrato de interinidad donde hay un 67% frente a un 33% de hombres. En IRTVE, el 100% de los directivos fijos son hombres y el 77% contratados. En TVE, hay mayor representatividad de hombres directivos fijos (74% frente a 26% de mujeres), con contratación fija el 64% frente al 36% de mujeres. En el resto de contrataciones no se observan diferencias significativas entre ambos géneros. En RNE, el 68% de los directivos fijos son hombres frente a un 13% de mujeres. En los contratos indefinido, eventual y por obra también hay una mayor representación masculina, (69%, 83%, 75% respectivamente). El consejo de administración está integrado por doce miembros (en la actualidad a fecha 25.10.2011, formado únicamente por diez y a falta de designación de dos de sus miembros, el presidente y un consejero). De diez, únicamente tres son mujeres. En las tres divisiones, RTVE, TVE y RNE, los puestos de director, subdirector, jefe de servicio están ocupados en mayor proporción por hombres. En relación con las promociones (cambio de categoría) que se han producido, en 2009 y 2010, cabe destacar que en todas las divisiones, ha promocionado un porcentaje más alto de hombres (77% frente a 23% de mujeres). En 2009 se registra un porcentaje mayor en nombramientos de hombres (58%, 42% mujeres) y por el contrario en 2010, el porcentaje de nombramientos de mujeres es más alto (52%, 48% hombres). En relación a la progresión en el nivel económico, en 2009 no hay diferencias sustanciales entre ambos sexos, y quienes las realizan mayoritariamente (76,44% - 23,56% mujeres). RTVE, tanto el número de mujeres como de hombres aumenta hasta los 50 años, registrándose un 25% de mujeres frente a un 18% de hombres en el tramo de edad de 40 a 49 años. De 50 años en adelante la presencia de mujeres disminuye, no ocurriendo lo mismo con el número de hombres, que apenas sufre variaciones). Los objetivos se concretan en actuaciones por áreas, así en materia de sensibilización y comunicación, el objetivo es sensibilizar y promover el conocimiento y difusión del principio de igualdad entre mujeres y hombres fomentando la utilización de un lenguaje no sexista y difundir y comunicar todo lo referente al Plan de Igualdad (apartado 2.2). En el área de gestión de recursos humanos, el objetivo general es que en todos aquellos procesos en los que se den evaluaciones o valoraciones entre diversos candidatos, se tendrá en cuenta la representación por sexos del puesto a cubrir de forma que, a igualdad de puntuación o valoración, se elegirá al candidato que se encuentre subrepresentado (apartado 2.3) y se concreta en la representación equilibrada de mujeres y hombres en los diferentes grupos profesionales y en la estructura directiva de la empresa, en realizar contrataciones con empresas externas que contemplen planes de igualdad y/o potencien la contratación de víctimas de violencia de género, promoción en el cambio de categoría y cambio de adscripción, formación en género e igualdad de oportunidades, formación del personal relacionado con la organización de la empresa y de la representación legal de los



trabajadores, en el área conciliación de la vida personal, familiar y laboral se garantiza el ejercicio de los derechos de conciliación, concretadas en mejorar en lo posible las medidas legales para facilitar la conciliación de la vida personal, familiar y laboral de la plantilla (como aumentar de tres años a tres años y medio el tiempo de excedencia que se puede solicitar para el cuidado de hijos menores de 12 años. Durante el tiempo de la excedencia se tendrá derecho a la reserva de su puesto de trabajo y destino geográfico, aumentar la duración de la excedencia que se puede solicitar para el cuidado de familiares dependientes por consanguinidad de hasta segundo grado hasta un máximo de tres años y medio, al igual que en el caso anterior durante el tiempo de la excedencia se tendrá derecho a la reserva de su puesto de trabajo y destino geográfico. Se propone aumentar en 20 puntos el baremo para dar preferencia en la movilidad geográfica en los casos de reagrupación familiar (con traslado del cónyuge o no) con cuidados de menores y familiares dependientes hasta segundo grado de consanguinidad. Estos 20 puntos agruparían, los 12 de motivos familiares más los 7 de arraigo geográfico, más 1 punto de otros. La licencia concedida para visita médica acompañando a padres con acreditada situación de dependencia, o hijos menores de doce años, se considerará no recuperable, hasta un máximo de cuatro horas diarias y catorce horas anuales, ampliándose este último límite de catorce horas hasta veintidós horas anuales en el caso de tratarse de visita médica de hijos con edad inferior a seis años, hijos con una acreditada situación de dependencias o hijos de familias monoparentales. Propuesta de fraccionar en dos periodos la licencia no retribuida contemplada en el artículo número 54.2 del CC propuesta de modificación del artículo número 54.2 CC. Estudiar la posibilidad de dotar de guarderías sin coste para la empresa en los centros de Torrespaña, Prado del Rey y San Cugat. Incluir como licencia no retribuida la suspensión del contrato de trabajo de entre 1 mes y 12 meses para aquellas situaciones familiares o personales en que se requiera: realizar estudios en el extranjero, desplazamientos por temas familiares, colaboraciones con organizaciones sin ánimo de lucro, prácticas humanitarias en organizaciones civiles o religiosas, siempre que las necesidades del servicio lo permitan y de acuerdo con el procedimiento que se establezca. 2.3.5.4), Fomentar el uso de medidas de corresponsabilidad entre los hombres de la plantilla. Establecer un permiso retribuido para los empleados que vayan a ser padres; incluso si los dos trabajan en RTVE; para la asistencia a pruebas de diagnóstico del embarazo y/o de preparación al parto, con un máximo de 15 horas. Propuesta de modificación del artículo número 54.1 del CC. Mejora del permiso de paternidad incrementándolo progresivamente hasta 3 días más. Propuesta de modificación del artículo número 54.1 del CC. En situación de familias monoparentales facilitar el periodo de vacaciones a las personas en el mes que tengan asignado el periodo vacacional de los hijos/hijas por acuerdo o decisión judicial. Propuesta de modificación del artículo número 52, párrafo 4 del C.C.) En el área de Salud laboral los objetivos específicos serán prevenir la salud de las trabajadoras y trabajadores con equidad en CRTVE, en el área de Política salarial incidir en un sistema retributivo que no genere discriminaciones entre mujeres y hombres. Disponer de una estructura retributiva y de todos los complementos salariales transparente analizar las percepciones de los complementos desagregados por sexo, especialmente los complementos de antigüedad, mando orgánico, especial responsabilidad, programas, horas extras y disponibilidad así como cualquier otro, sin tener en cuenta los totales absolutos de sus emolumentos, por último promover condiciones de trabajo que eviten el acoso sexual o por razón de sexo. Aprobar el protocolo de acoso sexual y por razón de sexo.



5. Conclusiones

Primera. Los Convenios colectivos de las empresas de la comunicación, contemplan la intencionalidad, de llevar a cabo dentro las mismas, un Plan de Igualdad como medida para la consecución de la igualdad entre sus trabajadores/as y como imperativo legal. A pesar de ser unánime la intencionalidad y de estar obligadas a ello, la realidad es que la mayor parte de estas empresas están en fase de elaboración o su plan cuenta con una vigencia muy reciente. No obstante, ante un diagnóstico de discriminación, aun cuando no exista obligación de negociar un plan de igualdad, sí existirá la obligación de negociar medidas de acción positiva

Segunda. Para la elaboración de un Plan de Igualdad es necesario comenzar con un diagnóstico realista de la situación de la mujer trabajadora dentro de la empresa. De los diagnósticos realizados en los diferentes medios, podemos comprobar, como la mayor parte de ellos no son claros ni reflejan la situación de discriminación en las mismas.

Tercera. También en algunos casos, tras manifestar que no existen diferencias, se remarca que sí existe subrepresentación en algunos sectores, que los órganos de dirección y gestión de determinados entes en número de mujeres es muy inferior al de los hombres y que las diferencias salariales entre mujeres y hombres son importantes.

Cuarto. Así mismo, de las medidas de mejora planteadas para solventar las debilidades de estas empresas en materia de igualdad, son en términos generales escasas, todas ellas van precedidas de unos objetivos generales, como declaración de propósitos, que se concretan en pequeñas medidas, que en algunos casos superan al mandato imperativo de la Ley, pero que en otros permanece inalterable.

Quinto. En definitiva, sobre esta materia, las empresas de la comunicación están comenzando a dar sus pasos —al igual que otras muchas— el mandato impuesto por la Ley Orgánica de Igualdad entre Hombres y Mujeres en 2007, todavía a fecha de hoy no se ha cumplido.

6. Bibliografía

- Areta Martínez M, “Comentarios al artículo 3 de la Ley Orgánica para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. El principio de igualdad de trato entre mujeres y hombres” Editorial Aranzadi, SA, Pamplona 2008.

- González Cueto T, “A propósito del control de los medios de comunicación audiovisuales (Ideas para una regulación necesaria)”, *repertorio Aranzadi del Tribunal Constitucional num.15/2004*, Editorial Aranzadi, SA, Pamplona. 2004.

- López Lita R., Bernard Monferrer E., Publicidad, medios de comunicación y segregación Ocupacional de la mujer: Perpetuación y superación de los estereotipos de género y sus consecuencias en el mercado de mano de obra, Revista del Ministerio de Trabajo y asuntos Sociales nº 67 de 2007.

- Martínez Girón J., Arufe Varela A., Carril Vázquez X.M., 2004 Derecho del Trabajo Netbiblo.

- Legislación citada en el texto.