



DIARIO DE SESIONES DE LAS CORTES GENERALES

COMISIONES MIXTAS

Año 1991

IV Legislatura

Núm. 11

DE LOS DERECHOS DE LA MUJER

PRESIDENTE: DOÑA NELLY FERNANDEZ ARIAS

Sesión núm. 8

**celebrada el martes, 30 de abril de 1991,
en el Palacio del Senado**

Orden del día:

- Comparecencia del señor Director General de Radiotelevisión Española (don Jordi García Candau) (número de expediente 713/70).
-

Se abre la sesión a las once horas y treinta y cinco minutos.

La señora **PRESIDENTA**: Buenos días. Vamos a dar comienzo a la sesión.

Como sus señorías saben, esta sesión tiene un solo punto del orden del día y es la comparecencia del señor Director de Radio Televisión Española, solicitada por el Grupo Popular.

Sin más, doy la bienvenida al señor Director General. Cuando quiera, puede empezar su informe.

El señor **DIRECTOR GENERAL DE RADIOTELEVISION ESPAÑOLA** (García Candau): Muchas gracias, señora Presidenta.

En primer lugar, es mi deseo saludar a la Comisión dado que ésta es, como me ha ocurrido hace un rato en el Congreso de los Diputados, la primera vez que tengo el honor de participar ante una Comisión mixta, Congreso y Sena-

do. Hasta ahora mi presencia en esta Cámara había sido para comparecer ante la Comisión de Justicia e Interior o en la de Presupuestos. Por tanto, quiero que mis primeras palabras sean de salutación a esta Comisión mixta.

Y, sin más preámbulo, voy a intentar trasladar a sus señorías unas reflexiones en relación a los derechos de la mujer en el ámbito de la Radiotelevisión Española.

Señorías, he sido convocado, y me complace, especialmente comparecer ante esta Comisión mixta, para intervenir sobre una cuestión que considero del mayor interés y en la que me cabe la satisfacción de poder hablar de realidades positivas, de metas alcanzadas y no sólo de planes o proyectos, aunque también sean necesarios en Radiotelevisión Española.

Es sabido que la radio y la televisión de servicio público desde sus orígenes han sido adelantadas en la igualdad de oportunidades y no discriminación de la mujer, afirmación que hago no refida tan sólo a la realidad social de nuestro país, que sería una argumentación ventajista y deleznable en esta cuestión, sino referida también a la realidad de nuestros medios de comunicación social y a la de otros organismos de radiodifusión europeos.

Pese a que todavía no se ha llegado a plasmar un compromiso firme entre Radiotelevisión Española y el Instituto de la Mujer, es lo cierto que Radiotelevisión Española, por lo que se refiere a su ámbito interno, ha iniciado acciones para conseguir la potenciación profesional de la mujer en su promoción tendente a ocupar puestos de responsabilidad. Y como verán a continuación sus señorías cuando examinemos los datos de la evolución de la radio y la televisión en Europa —datos tratados en la Reunión de Atenas en noviembre de 1990, donde Radiotelevisión española estuvo representada por directivos del área de personal— el papel alcanzado por la mujer en estos medios es muy similar al que se desempeña en nuestro ámbito.

Como les decía, señorías, la Radio y la Televisión abrieron sus puertas a la mujer desde el principio —ya incluso en sus emisiones experimentales— y sin restricciones profesionales por razón de sexo. Este talante inicial de receptividad laboral, sin discriminaciones salariales, en medio de una sociedad bastante indiferente entonces, y hasta adversa en ciertas mentalidades, a la promoción de la mujer es consustancial a ambos medios y ha dado excelentes resultados desde el punto de vista empresarial. En Radiotelevisión Española la nutrida presencia de la mujer es hoy notoria por su protagonismo, pero siempre ha constituido, y cada vez en mayor medida sin duda un elemento enriquecedor de su quehacer y en particular de la programación, que es el resultado tangible por el que se debe medir la utilidad social de este servicio público.

La participación de la mujer en el proceso productivo de Radio Nacional Española y Televisión Española no sólo ha favorecido la necesaria integración entre los profesionales que deciden día a día el mensaje que se hace llegar a la audiencia, sino que ha favorecido también la conciencia colectiva del medio sobre la necesidad de comunicar, de persistir en la defensa del principio de igualdad de derechos entre el hombre y la mujer.

Podemos decir —y me cabe reconocerlo con satisfacción,

si me lo permiten sus señorías— que nuestras profesionales han sabido introducir en los mensajes de ambos medios, con sensibilidad y oportunidad casi siempre, numerosos motivos de reflexión para millones de españoles sobre las desigualdades sociales que soporta la mujer en nuestro país y en el mundo. Y no tengo la menor duda de que estos mensajes han constituido y constituyen un estímulo certero para vencer la indiferencia social de muchos ciudadanos sobre la validez de su participación en la lucha por los derechos y libertades democráticas. Pero estoy más seguro todavía de que tales mensajes han enriquecido los argumentos y las posibilidades de éxito de quienes defendemos asimismo que ciertas desigualdades sólo se podrán superar mediante el esfuerzo permanente de denunciarlas.

Resulta obvio que para crear una nueva conciencia social sobre los derechos de la mujer es indispensable su participación o, mejor dicho, su protagonismo, según sus méritos, desde todos los niveles de responsabilidad. Y debe ser así por derecho propio, pero es imprescindible también que sea así si queremos propiciar que los mensajes se renueven con oportunidad, tengan vigor y adquieran poder de convicción.

Nadie mejor que ellas mismas para inspirar mensajes convincentes que, sin distorsionar la realidad, permitan un avance real, un progreso sobre la situación injusta de demasiadas mujeres, una evidencia de la necesidad de atender sus reivindicaciones legítimas.

Hoy en día, en un ambiente de mayor sensibilidad hacia las libertades y la igualdad de derechos, es necesario fijar plazos a las metas y rendir cuentas de los hechos, no de los buenos propósitos o intenciones. Entiendo, señorías, que hoy sigue siendo válido en esta materia como marco de referencia el Plan para la Igualdad de Oportunidades de las Mujeres que elaboró en 1987 el Consejo Rector del Instituto de la Mujer para el período 1988-1990, con el propósito de promover la plena participación de las mujeres en la vida social, económica, política y cultural.

Sobre esta realidad, la de no discriminar a la mujer tanto en el empleo como en su participación más específica en el proceso de elaboración de los mensajes, es decir, su participación desde la idea hasta la emisión de los programas, Radiotelevisión Española ofrece claroscuros. Junto a resultados que podemos considerar satisfactorios en términos relativos, hay proyecciones de la imagen de la mujer que se nos critican y sobre las que nos debatimos buscando fórmulas que permitan moderar su influencia negativa en la audiencia. Y como tal debate supone una preocupación constante para este Director General, quiero abordarlo ante sus señorías en primer lugar: se trata, cómo no, de la imagen de la mujer en los mensajes publicitarios.

La Comisión asesora de publicidad de Radiotelevisión Española, al examinar el contenido de los anuncios publicitarios en que interviene la mujer, pone un especial cuidado tanto si el examen se realiza sobre la pieza lista para emitir como cuando examina el guión previamente a su producción. Aunque en las normas que regulan la admisión de publicidad en Televisión Española no existe ninguna específica referida a la mujer, los criterios que informan a Radiotelevisión española son de total respeto a la condi-

ción femenina. En normas de admisión anteriores existía una cuyo objetivo era evitar la discriminación de la persona reduciéndola a un papel de obediencia o sumisión, pasividad o inferioridad, o al mero objeto o cualquier otra situación degradante para la condición humana. Esta norma no existe en la actualidad porque la Ley General de Publicidad, a cuyo texto legal están referidas las citadas normas de admisión, define en su artículo tercero como publicidad ilícita la que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los derechos especialmente reconocidos en la Constitución, especialmente en lo que se refiere a la infancia, juventud y la mujer.

Tal principio se observa escrupulosamente evitando situaciones peyorativas para la persona humana, pero en particular para la mujer en los contenidos de los mensajes publicitarios. Es criterio frecuente pretender que la publicidad tenga un papel educativo, apartándola de su verdadera finalidad que es esencialmente comercial, demandando que los anuncios sean una escuela de costumbres, como en otro tiempo lo fue el teatro, lo cual es contrario a la propia esencia publicitaria. Ni los anunciantes tienen que tener entre sus fines una actividad de fomento educativo ni ésta debe ser sufragada por ellos. Lo que sí debe exigirse es que su actividad sea respetuosa con la legislación y con la condición humana. Y éste es el criterio que se sigue al examinar la publicidad que ha de emitir Televisión española.

No se olvide (de otra parte), que existe la creatividad publicitaria que se ejerce libremente por los profesionales de la publicidad y que los medios no intervienen ni deben intervenir en este proceso creativo. La única actividad de éstos en lo que a la mujer se refiere debe limitarse a que se respete su condición, su dignidad personal, no discriminándola ni reduciéndola a un papel de mero objeto mediante una situación degradante y so pretexto de creatividad o comercialidad del anuncio.

Han sido frecuentes los casos en que la salvaguarda de estos principios originaron el rechazo por Radiotelevisión Española de anuncios. Afortunadamente estos casos se dan cada vez con menos frecuencia. Los anunciantes a través de sus asociaciones y las agencias de publicidad a través de las suyas deben ser, en última instancia, los destinatarios de las recomendaciones por ser titulares de la publicidad y autores de sus procesos creativos.

Se trata, pues, señorías, de un entramado complejo de legítimas actuaciones comerciales y artísticas cuya libertad de expresión no admite más límites que los derivados de su propia regulación legal. Sólo puedo añadir que la única alternativa que daría total satisfacción al problema analizado es la televisión sin publicidad comercial, es decir, una utopía. Pero no desmayaremos en nuestro esfuerzo porque todo es mejorable y porque estamos convencidos de que se puede avanzar algo más a favor de la imagen de la mujer en los mensajes publicitarios tanto en España como en el resto de Europa.

El referente europeo. La realidad social europea en los medios audiovisuales como en otras actividades alcanza día a día nuevas cotas de homogeneidad entre los distintos países comunitarios. Cuando nos miramos en Europa para

medir nuestra situación resulta cada vez más frecuente encontrarnos reflejados con bastante fidelidad.

Ya esta conclusión hay que llegar en lo que se refiere al papel que desempeña la mujer en los organismos de radiodifusión europeos.

Prefiero centrarme en este ámbito exterior más próximo para establecer un referente, sobre el que sus señorías tendrán más información, antes de entrar en valoraciones sobre la imagen y la participación de la mujer en las tareas de la radiotelevisión española.

Al principio de mi intervención afirmaba que la mujer en España ha gozado en la Radio y la Televisión públicas de similares condiciones de trabajo a la que ofrecen otros organismos europeos de la especialidad. Pero la Comisión de las Comunidades Europeas mediante una iniciativa denominada «Mujeres y hombres en la Radiotelevisión: perspectivas para la igualdad en los años 90», ha profundizado en el análisis de la situación y la ha abordado por lo derecho. El Comité directivo para la igualdad de oportunidades en Radiotelevisión reunió una completísima información de organismos que son miembros en la Unión Europea de Radiodifusión y convocó a sus representantes en Atenas a finales del año pasado. Se trataba de hallar una respuesta esclarecedora sobre dos impresiones diametralmente opuestas respecto a la situación de las mujeres que trabajan en la Radiotelevisión europea. La cuestión, en consecuencia, requería dos formulaciones que no dejan lugar a dudas: ¿Es cierto que se incorpora a este sector un número creciente de mujeres y que éstas no tardarán mucho en alcanzar una presencia visible y poderosa en los cuadros de mando? ¿O la red de viejos camaradas y otras sutiles barreras aún impedían que las mujeres rompieran el techo invisible y accedieran a los puestos más elevados?

Pues bien, como las respuestas a cuestiones complejas no admiten conclusiones categóricas, y mucho menos cuando éstas se deducen de datos estadísticos, seguimos sin saber si hoy en día la mujer está accediendo a los medios audiovisuales europeos en igualdad de condiciones que el hombre, pero podemos afirmarnos en dos conclusiones: Primero, el porcentaje de mujeres que accede a la Radiotelevisión y alcanza responsabilidades del más alto nivel presenta una progresión creciente en el curso de los cinco últimos años.

Segundo los datos medios estadísticos de 1990 sobre la presencia de la mujer en las distintas áreas de trabajo de los organismos europeos de Radiotelevisión coinciden apreciablemente con la situación profesional de la mujer en Radiotelevisión Española.

En los datos aportados por 71 organismos de los doce países comunitarios, el porcentaje de mujeres en puestos permanentes de radio y televisión alcanza su nivel más alto en las categorías profesionales del grupo de administración: 69 por ciento frente a un 64 en Radiotelevisión española; el nivel más bajo corresponde al grupo técnico: 7 por ciento y es del 1,9 por ciento en Radiotelevisión española, dato este sobre el que volveré más adelante.

Bajo el epígrafe de producción, con un 35 por ciento de mujeres, en Radiotelevisión Española es del 43,2 por ciento, se incluyen las áreas de realización, programación, lo-

cución y formación etcétera, excepto la artística manual que es del 28 por ciento, siendo en Radiotelevisión española el 26,7, dato éste ya acumulado al 43,2 para la producción. Las estadísticas disponibles no son totalmente simétricas y obligan a pequeñas extrapolaciones como la que acabo de citarles, dado que la Comunidad Europea clasifica por separado lo artístico —manual-escenógrafos, ambientadores etcétera— y Radiotelevisión Española los incluye en el área de producción.

En resumen, hay un 36,2 por ciento de mujeres en los medios de radio y televisión comunitarios. Clasificando por medios el total de mujeres empleadas en todos los organismos europeos de radiotelevisión encuestados, obtenemos los siguientes porcentajes de los que extrapolaré en cada caso el correspondiente a Radiotelevisión Española.

En cuanto a la proporción de mujeres en los efectivos de la Radiotelevisión de 1990, de 79 organismos de doce estados miembros de la CEE nos encontramos con que los efectivos son un total aproximado de 112.278 y en Radiotelevisión Española obtenemos frente a lo que es un 34 por ciento, en líneas generales, un 36 por ciento.

Llegado a este punto debo retomar el dato del grupo técnico citado antes y sobre el que les anuncié un comentario. Es precisamente el bajo porcentaje de mujeres empleadas en este grupo técnico por Radiotelevisión española. (1,9 frente al 7 por ciento en la Comunidad Europea), el que origina en mayor medida la diferencia entre la media europea, 36,2 por ciento y la de Radiotelevisión española, 27,9 por ciento. Mi única aclaración, Señorías, a este menor tanto por cien de empleo de mujeres en el grupo técnico de Radiotelevisión Española, la ofrece el propio mercado de trabajo. Y esta situación responde a las propias tendencias en la elección de carreras universitarias, aunque ya se está produciendo una creciente presencia de la mujer en especialidades técnicas. Ello, permitirá, sin duda, equilibrar este desfase de nuestra plantilla en los próximos años.

Paso ya, Señorías, al ámbito interno de Radiotelevisión Española, para ofrecer algunos datos significativos del creciente peso específico de la mujer tanto en su plantilla como en puestos de responsabilidad.

La participación de la mujer en las tareas y responsabilidades de Radiotelevisión Española se produce, como he dicho anteriormente, en absoluta igualdad de derechos con la del hombre, sin ningún límite normativo ni funcional que menoscabe su acceso al empleo o formación ocupacional, garantizando la aplicación del principio de no discriminación directa o indirecta por razón de sexo.

Se observa en la composición de la plantilla de Radiotelevisión Española, como acabamos de ver, una tendencia significativa a reproducir los porcentajes de empleo del colectivo femenino en los organismos de radiodifusión europeos.

El predominio de la mujer en el Área de Administración, en general, se manifiesta en los servicios del Ente Público, se mantiene en Radio Nacional y se acentúa en Televisión Española. Pero esta composición del Área resulta más significativa si consideramos que el personal de Administración representa casi el 25 por ciento de la plantilla de Radiotelevisión Española, con 2.419 empleados, y que sólo

otras dos Áreas tienen más de 1.000 empleados. Se trata, en consecuencia, de un grupo muy representativo que genera, además, altos porcentajes de mujeres en puestos de responsabilidad.

Aparecen, también colectivos importantes de mujeres en grupos como el de Locución, que el 48 por ciento; Orquesta y Coro, el 35,6 por ciento; Información, el 28,4 por ciento; Escenografía y Ambientación, el 26,7 por ciento; y Programación, el 24,4 por ciento. Todo ello confirma la participación notable y creciente de la mujer en Radiotelevisión Española, máxime si tenemos en cuenta que ésta no se ha iniciado en el estudio de ciertas carreras hasta pocos años, lo que constituye un obstáculo insalvable cuando el acceso al puesto de trabajo requiere titulación universitaria. Esto ya lo vimos al hablar del área técnica y también tiene incidencia, aunque cada vez menor, en otras áreas profesionales.

Respecto al acceso a puestos de responsabilidad, las mujeres de Radiotelevisión Española desempeñan 33 puestos directivos, 291 de mando orgánico y 710 de especial responsabilidad; es decir, suponen un 10,96 por ciento de los puestos directivos, un 28,78 por ciento de los mandos orgánicos y un 41,81 por ciento de los puestos de especial responsabilidad, dato éste en el que se acusa la incidencia del importante grupo de administración antes citado.

Repito, Señorías, que se trata de datos en clara progresión anual, que confirman la tendencia de una creciente participación de la mujer en cualquier tipo de tareas.

Finalmente, quiero trasladar algunas reflexiones sobre la imagen de la mujer en los programas. Hay un dato incuestionable, a mi entender, Señorías, totalmente satisfactorio, respecto a la imagen de la mujer en los programas de Radiotelevisión Española. Se trata del protagonismo que tiene en los Radio Nacional de España y Televisión. Esta presencia de la mujer ante la audiencia alcanza dos vertientes: Su función de presentadora o conductora de programas y los espacios que ambos medios dedican al papel social de la condición femenina, su problemática y el criterio de selección de las personas que participan en estos espacios.

La notoriedad y alto índice de aceptación alcanzados por la mujer como presentadoras de programas, corresponsales, conductoras de informativos, etcétera, no supone solamente un dato estadístico, sino la aceptación de la mujer por parte de la audiencia, como un interlocutor válido para su comunicación con el medio; es decir, la equiparación del hombre y la mujer en el papel de comunicadores. Esto, por resultar cotidiano, puede no apreciarse en lo que verdaderamente supone: se trata de un progreso definitivo de la conciencia del ciudadano sobre la igualdad de derechos alcanzada por dichos profesionales.

La cita de programas sobre cuestiones de interés para promover la plena participación de la mujer en la vida social, económica, política y cultural, sería interminable. Voy a ofrecer unos datos de títulos, todos ellos conocidos por la mayor parte de sus Señorías, ya que considero que la evocación de los mismos puede ser una respuesta adecuada a esta última cuestión.

Por ejemplo, en lo que se refiere a Radio Nacional de Es-

paña, tenemos permanentemente un tratamiento específico de la mujer en «El alba», «La bisagra», «De par en par», «Al cabo de la calle», «Frenesí», «Aquí te espero», «Club de la vida», «Crónica en negro», «Toda una vida», «Las cosas como son», «Vuelta de hoja». En Radio Tres, «Revista de actualidad». En Radio Exterior de España, «Ahora mismo», «En tu onda joven» y «Reportajes».

En lo que se refiere a Televisión Española, ha dedicado en los últimos tiempos gran número de programas a reflejar la realidad social de la mujer, no sólo en España, sino también en otros países, y a intentar que la igualdad de sexo sea una auténtica realidad. Por ejemplo, podemos destacar los programas «Parejas», «Ni a tontas ni a locas», «En la hora de», «Mujeres del mundo», «Mujeres para una época», «Los marginados», «Letra pequeña». Actualmente se encuentran en fase de producción los siguientes programas: «Mujeres en América Latina», dirigido por Carmen Sarmiento, y que trata de reflejar la realidad social, política, humana y cotidiana de América Latina a través de las vivencias de sus mujeres; retratos de importantes personajes femeninos de la vida española, María Zambrano, etcétera. «Yo la juez», historia de Teresa, una mujer de mediana edad, juez de profesión, que cumplidos los 50 gira 90 grados en lo que ha sido su vida hasta entonces: divorcio, traslado de ciudad, etcétera, con guión de Ana Diosdado y protagonizada por Ana Diosdado y Carlos Larrañaga. En cuanto a otras materias, ya las hemos explicado anteriormente con alguna profusión.

En definitiva, señorías, Radiotelevisión Española se considera en una línea de total colaboración con la finalidad que la Ley de Creación del Instituto de la Mujer asigna a este organismo. Creemos en la virtualidad del citado Plan para la Igualdad de Oportunidad de las Mujeres y contribuiremos, sin duda, permanentemente, y ese es nuestro deseo, a promover sus objetivos, tanto en el ámbito interno de Radiotelevisión española como en el de la programación de Radio Nacional de España y Televisión española.

Muchas gracias.

La señora **PRESIDENTA**: Gracias, señor García Candau.

¿Señores portavoces que quieren intervenir? (Pausa.)

Por el Grupo del CDS, tiene la palabra don Alberto Dorrego, que sustituye a alguno de sus compañeros.

El señor **DORREGO GONZALEZ**: En realidad no tengo mucho que decir. La comparecencia del Director General de Radiotelevisión Española estaba convocada para informar del grado de cumplimiento del convenio suscrito con el Gobierno, con el fin de evitar anuncios, imágenes y tratamientos discriminatorios de la mujer. Nos hemos enterado de que no hay tal convenio. No sé si se está o no se está haciendo, pero parece que el convenio no existe; por lo menos yo lo he estado buscando y no lo he encontrado. Por eso mi primera pregunta es: ¿Existe ese convenio? En el caso de no existir, ¿en qué grado de elaboración está? ¿Hay o no voluntad de hacer ese convenio?

Su comparecencia —y quiero aprovechar para darle las gracias al Director General de Radiotelevisión por su pre-

sencia y por su presentación, que ha sido muy escueta, sería, con muchos datos y sin hacer demasiados juicios de valor— tiene dos vertientes: una, la presencia de la mujer española como profesional en los medios audiovisuales del Estado, en Radio Nacional y en Televisión española. Nos encontramos con que estamos, más o menos, a nivel europeo, y poco hay que decir. Todos somos conscientes de que no hay discriminación en el sentido de la promoción. A todos nos gustaría mucho más que ese 1,7 dedicado a funciones técnicas aumentara, pero tampoco es un problema de números. Yo quiero aprovechar esta oportunidad para afirmar que mi grupo es totalmente contrario a los cupos. Creo que éstos son la máxima expresión de la desigualdad, porque decir que hay que tener cinco o dos mujeres por cada cuatro hombres nos parece una estupidez; a lo mejor puede haber 10 de las 10, 5 de las 5 o ninguna, dependerá de la capacidad profesional. Esa es la verdadera igualdad. La otra fórmula es seguir considerando a la mujer como la guinda que hay que poner siempre, hasta en las listas electorales. Nosotros somos radicalmente contrarios a eso, porque creemos en la igualdad efectiva, por el mérito y la capacidad. Eso lo hemos defendido siempre. Hemos tenido muchas iniciativas parlamentarias, entre ellas la reforma del Código Penal, para quitar todas las causas de discriminación que existían en el mismo. Todavía siguen existiendo algunas, porque la ley remitida por el Gobierno, por el Partido Socialista, no fue lo completa que a nosotros nos hubiera gustado, pero hemos avanzado mucho en ese sentido.

La otra vertiente es la de la publicidad. Todos estamos convencidos, nos guste o no, de que la mujer está siendo utilizada en la publicidad, y posiblemente también el hombre, desde el punto de vista físico. Esto es lo que a mi grupo no le parece bien. Hay anuncios muy sugerentes, como el del coche —me parece que se ha citado aquí— con una señora desnuda o casi desnuda, en el que se dice: «Cómo te lo montas», o algo así. Son anuncios claramente sugerentes. Efectivamente, hay que respetar la Constitución; hay que respetar la creatividad de los publicistas y todos los derechos individuales, pero una de las cosas que ha dicho el Director General es que no hay ninguna normativa que marque hasta dónde se puede llegar en esa publicidad. No sería malo que existieran unas normas en este convenio para ver hasta dónde podríamos llegar con estas imágenes. Creemos que hay que pronunciar a la mujer y al hombre integralmente. Todos estamos convencidos —para qué decir lo contrario— de que se están utilizando los atractivos físicos de las mujeres a la hora de hacer publicidad. A este respecto tendría que haber un consenso. Hay que adaptarse a la sociedad; no se puede dar marcha atrás en lo que a las libertades se refiere, pero en algunos casos la realidad es que todo esto resulta discriminatorio.

Quiero preguntar al señor Director General de Radiotelevisión Española si ese convenio se va a hacer y en caso de hacerse cuáles serían sus líneas generales.

Gracias.

La señora **PRESIDENTA**: Gracias, Senador Dorrego.

Por el Grupo Catalán de Convergència i Unió, tiene la palabra la señora Alemany.

La señora **ALEMANY I ROCA**: Gracias, señora Presidenta.

En primer lugar, quisiera adherirme a la iniciativa del Grupo Popular, que no conocía, y que me parece muy acertada.

Aparte de esto, y aprovechando que está con nosotros el señor Director General, quisiera plantearle dos cuestiones.

En su exposición nos ha hablado de las funciones de la Administración dentro del Ente Radiotelevisión Española, pero me gustaría que nos precisara un poco más lo que se refiere a los cargos directivos. Sólo cuando las mujeres puedan acceder a los cargos directivos en igualdad de oportunidades con los hombres conseguiremos tener una televisión más igualitaria; esto es importante. El que ahora haya más número de mujeres es algo que no produce igualdad de oportunidades en tanto éstas no ocupen cargos directivos.

Por otra parte, para solucionar el problema conocidísimo de evitar imágenes y tratamientos discriminatorios en los anuncios publicitarios, quizá no sea suficiente con un convenio. Hemos tenido muchas peticiones en este sentido procedentes de la opinión pública. Pienso que debemos llegar a un punto más avanzado. No puede ser que los medios de comunicación estén dando estos estereotipos. No puede ser que la sociedad avance hacia unos caminos más igualitarios y que los medios de comunicación, en este caso el Ente Radiotelevisión, se queden atrás. La sociedad, contrariamente a lo que se piensa, ha avanzado en la igualdad de oportunidades y quizá esté avanzando mucho más que las instituciones, que el Congreso o que el Senado. Creo que el discurso igualitario que todos preconizamos pronto nos hará reír. Pronto la gente de la calle va a decir que nos hemos quedado totalmente desfasados y anticuados. Si este convenio llega alguna vez, será bienvenido, pero creo que habrá que hablar de una ley para que los anuncios sean mucho más prudentes y eviten dar unas imágenes y unos estereotipos que en la sociedad ya no se ven. Debemos preocuparnos por evitar que la sociedad avance más deprisa que las instituciones, porque, en realidad, son éstas las que deben vigilar y dar un paso adelante.

Por tanto, reservo para mi Grupo la presentación de alguna normativa de cara a un trato igualitario para los anuncios e imágenes, pero también para el tratamiento que se hace de los mismos en la radio y la televisión en general sobre todo cuando se trate de emisoras estatales.

Tampoco debemos dejar que el Instituto de la Mujer trabaje en solitario en la línea de la igualdad de oportunidades, señor Director General. Deben ser los gobiernos los que trabajen en ello. Conocemos el trabajo que realiza el Instituto de la Mujer, pero se trata de un trabajo de todos: del Gobierno, de los directores generales y de todas las instituciones. Una medida muy sencilla a tomar sería la de que los cargos directivos estuvieran ocupados por más mujeres para que las decisiones se tomaran desde una igualdad de oportunidades.

Gracias.

La señora **PRESIDENTA**: Gracias, señora Alemany. Por el Grupo Popular, tiene la palabra el señor Baón Ramírez.

El señor **BAON RAMIREZ**: Gracias, señora Presidenta.

Gracias también el señor Director General por esta comparecencia y por la lectura del informe, que entiendo ha recitado bien.

En un esfuerzo de sistematización, voy a ver si me refiero al motivo central de su comparecencia, que no es otro sino el de informarnos del grado de cumplimiento —como ya ha dicho el portavoz que ha intervenido antes— del convenio suscrito con el Gobierno a fin de evitar anuncios, imágenes y tratamientos discriminatorios en los medios que agrupa el Ente Público Radiotelevisión Española.

Creo que el discurso literario sobre la igualdad de sexos se debe acabar ya. Entiendo, además, que está ya agotado en la reforma legislativa. Hay que poner manos a la obra y pasar a la acción para fomentar de verdad la igualdad con hechos y no con meras palabras o enunciaciones que entiendo retóricas.

Por supuesto que la Constitución de 1978 declara la igualdad de los españoles sin que pueda prevalecer ningún tipo de discriminación, y mucho menos en razón de sexo. Asimismo, la Ley General de Publicidad, de diez años después, declara ilícita toda publicidad que atente contra la dignidad de la persona con especial mención a la mujer. También prohíbe tajantemente toda publicidad que resulte engañosa o subliminal. Entiendo que es en este bloque de publicidad engañosa o subliminal donde esta lucha por la igualdad de sexos lleva la peor parte. La competitividad de una economía de mercado tiene muchas manifestaciones, pero yo lo encuentro desafortunada y escandalosa fundamentalmente en el aspecto publicitario.

Con ocasión de hacer un balance sobre el trienio del Plan de Acción de Igualdad del Instituto de la Mujer, una socióloga ha elaborado un informe que no ha sido publicado y que insiste en precisar que hay una creciente exhibición del cuerpo femenino para todo tipo de anuncios; hay una profusión de culos, piernas y senos para anunciar todo tipo de productos, lo que es una desventaja grave para la lucha que debemos sostener todos, y que no debe ser una cuestión partidista, sino de toda la sociedad.

En este sentido creo que la televisión participa de esa ceremonia de extralimitación publicitaria convirtiéndola en publicidad engañosa.

En orden a sistematizar la publicidad, tengo muchos informes, manifestaciones y recortes para todos los gustos de todos los medios de comunicación. Lo grave aquí —de ahí que preguntemos por ese convenio— es que, al suprimirse por resolución judicial del Tribunal Supremo la comisión de consulta y verificación referente a publicidad en televisión, se ha abierto la mano en televisión a este respecto. Cuando funcionaba esa comisión se echaron atrás, según la estadística que tengo aquí, 548 guiones de un total de 2.847, y 463 películas, ya hechos los «spots», de 4.462 que fueron visionados.

Esa comisión no ha sido sustituida, que yo sepa, por otra de la misma naturaleza y carácter; de la misma manera

que no tengo noticias de que haya una representación del Instituto de la Mujer —que es donde se personifica esa lucha en la Administración— en el Ente Público de Radiotelevisión. Por eso yo creo que el convenio —y lo hemos leído en los medios de comunicación— o es una simple pretensión, o es un brindis al sol. Yo quería ver en qué términos está convenido.

Por tanto, quiero que me conteste a la siguiente pregunta: ¿qué grado de colaboración hay entre el Instituto de la Mujer y Radiotelevisión Española, supliendo, precisamente esa Comisión Técnica de Verificación de los Anuncios? Quiero también que me asegure que no hay publicidad subliminal en Televisión Española donde la mujer sea el objeto. Yo tengo aquí algún ejemplo que ha sido denunciado en los medios de comunicación, y no lo digo tanto para afeor la conducta de Radiotelevisión Española como para que me dé seguridad de que eso no tiene repetición y de que hay una vigilancia especial por los técnicos —entiendo que hombres— de Televisión Española.

Por otra parte, quiero dedicar un párrafo muy breve a un fenómeno de cretinización que aumenta: el de los culebrones. Yo sé que con la aparición de las televisiones privadas la calidad del producto televisivo baja, se degrada, y es lo cierto en que en eso no se tiene ningún cuidado. Los culebrones que emite Televisión Española no corrige nada ese encasillamiento de la mujer como víctima, como protagonista de amoríos y reducida en casa, mientras que, por el contrario, los hombres son los ejecutivos, los que ocupan los despachos y los que triunfan y llevan la iniciativa. No quiero referirme en concreto a ninguno de los culebrones, porque nos llevaría muy lejos y no quiero desatar tampoco una polémica; pero sí quiero insistir en ello porque entiendo que Televisión Española no presta el debido cuidado a esa nueva forma de programación.

No digo nada —y en esto incurren quizá más las televisiones privadas— del hecho de asistir de azafatas y de que sea el sexo el reclamo fundamental del contenido del programa. Televisión en eso ha bajado, pero todavía sigue teniendo alguna muestra que habría que corregir.

Por lo que respecta a la participación de la mujer en el proceso de producción de Televisión Española, entiendo que las estadísticas no son alarmantes, son normales, incluso van por delante de la media comunitaria en dos o tres puntos. Eso lo reconozco, aunque debo insistir —como lo han hecho ya los portavoces que me han precedido en el uso de la palabra— en que ese reflejo no se ve todavía en los cuadros directivos; es decir, la mujer en Radiotelevisión Española está sumida fundamentalmente en labores administrativas o en labores accesorias, nunca en las fundamentales, y lo mismo se puede decir de la presentación de informativos. La participación de la mujer en los informativos es todavía muy reducida, y eso que ha habido y hay ejemplos excepcionales que no por eso corroboran la regla general. En la guerra del Golfo ha habido una gran participación de enviadas especiales, que además han trabajado muy bien y lo han hecho, sin duda alguna, por méritos propios. Sin embargo, los telediarios cotidianos están presentados por hombres y, salvo los fines de semana,

cuando si hay una reiteración de las mismas chicas, en los informativos no se aprecia este avance.

Ciñéndome al tema de la comparecencia en sentido estricto, quiero preguntar al señor Director de Radiotelevisión Española qué tipo de colaboración —lo hago para establecer conclusiones— hay entre el Instituto de la Mujer y en Ente Público Radiotelevisión, porque yo creo que, a juzgar por los resultados, no hay ninguna, o si la hay más valía que no la hubiera para no justificar el mal resultado obtenido en esta materia.

El señor García Candau ha dado una estadística exhaustiva sobre la participación de la mujer, pero yo no he visto una línea argumental en la exposición del Director General sobre programación específica para la promoción de la mujer, incluso me ha parecido oír que estaba en un catálogo de marginación, y eso no me gusta nada.

Este es, en términos generales, el planteamiento de nuestra solicitud de comparecencia y creo que está justificada con los datos que le he dado, a reserva de que tras la respuesta del Director General, si la Presidencia así lo permite, podamos puntualizar alguna cosa más.

Muchas gracias.

La señora **PRESIDENTA**: Gracias, señor Baón Ramírez. Por el Grupo Socialista, tiene la palabra la señora Alberdi.

La señora **ALBERDI ALONSO**: Gracias, señora Presidenta.

Quiero agradecer, en primer lugar, al Director General de Radiotelevisión Española su presencia en esta Comisión y su exposición.

Yo no querría dejar de decir lo siguiente. Aquí se está hablando de un convenio, y en realidad lo que planteaba el Plan para la Igualdad de la Mujer no era un convenio, era el objetivo de fomentar en los medios de comunicación una imagen de las mujeres no discriminatoria, con dos vertientes: por un lado, llegar a algún tipo de acuerdo con la Radiotelevisión Española —no un convenio— para ir consiguiendo una mejora en los contenidos de los propios programas y, por otro, una actuación en el campo de la publicidad, que estaba relacionada también con toda la reforma de la Ley de Publicidad, a la que ha hecho referencia el Director General.

Evidentemente, lo que se trata de valorar o evaluar no es si ha habido un convenio o no, sino qué es lo que se ha realizado y, a partir de ahí, tratar de ver qué es lo que tenemos que seguir haciendo o qué tendríamos que proponer a la Radiotelevisión Española para conseguir una imagen igualitaria de las mujeres en la radio y en la televisión.

Es cierto que mi Grupo se alegra de lo que usted nos dice. Han hecho ustedes un trabajo interno y la presencia de las mujeres en la estructura de los trabajadores y las trabajadoras de la Radiotelevisión Española nos sitúa en cotas iguales a las que tienen otros medios de comunicación europeos.

Por otro lado, nos habla de programas específicos o programas donde se ha tratado el tema de las mujeres, tanto en la televisión como en la radio. En ese sentido podemos

alegrarnos; podemos decir que el Plan de Igualdad ha servido para que en el contexto de una política global para las mujeres la Radiotelevisión Española se haya preocupado mínimamente de hacer algún plan de acción, algún tipo de medida, aunque no se haya materializado en un convenio.

En todas las informaciones que hay sobre la Conferencia de la que usted no ha hablado en Atenas, «Las mujeres y los hombres en la radiotelevisión-Igualdad en los años 90», que fue organizada por la Comisión y la Unión Europea de Radiodifusión, se puede comprobar que en la mayoría de los países la situación es muy parecida; es decir, contra todo pronóstico —porque muchas veces tenemos la idea de que en España suceden cosas, situaciones y procesos muy diferentes al resto de los países de la Comunidad Europea— se confirma que el problema de la igualdad de las mujeres afecta a todos los países del área occidental o de lo que es nuestro entorno más cercano.

El hecho de que estemos en igualdad con Europa no nos pueda servir para pensar que hemos conseguido ya la igualdad en los medios de comunicación en general, ni en nuestro país ni en ningún otro. Habrá que analizar qué es lo que tenemos que hacer, porque la propia Conferencia que tuvo lugar en Atenas en noviembre de 1990 plantea que la situación no es ideal, que es muy complicada y que fundamentalmente hay dos dificultades: situar o promocionar a las mujeres dentro de la estructura interna de las radios y las televisiones para que se puedan encontrar en lugares clave e incidir en general en la transformación de los contenidos de la propia televisión, de la radio y de los medios de comunicación.

Y esta Conferencia proponía que se hiciera una política de igualdad coordinada y estructurada, es decir, integrada con los dos objetivos, por una parte, el de situar a las mujeres en los sectores clave y hacer una política de acción positiva, y por otra, que trabajen en la colaboración de unos contenidos no discriminatorios para las mujeres, con la creación de algún mecanismo, que permitiera marcar unos objetivos de cambio o de transformación que pudieran ser evaluados con posterioridad.

Aquí está la clave. Evidentemente, para poder transformar los contenidos que transmiten los medios de comunicación se necesita que alguien se ocupe de ello; no se debe dejar al azar. Las personas que en este momento estamos comprometidas en un cambio de lo que es la imagen de los hombres y de las mujeres, en un país determinado, en una sociedad concreta, creemos que es mejor no dejarlo al azar y concretar un plan de trabajo con unos objetivos que puedan ser evaluados y con personas cualificadas que los puedan llevar adelante. Esta es una de las conclusiones de la Conferencia que tuvo lugar el año pasado en Atenas.

Es cierto que es muy discutible que haya que ir a un programa o a un plan de cuotas como planteaba el representante del Grupo parlamentario del Centro Democrático y Social, pero hay televisiones que sí lo han hecho —como la BBC, la CBC de Canadá y otra de los países nórdicos—, y les ha permitido tener una estructura más cercana a la igualdad en el interior de la propia organización y desarrollar más programas no discriminatorios, en los que no se

transmita una idea llena de prejuicios de lo que es el papel de los hombres y de las mujeres.

Es evidente que en el campo de la publicidad se ha avanzado. Tenemos la Ley de Publicidad que, en su artículo 3.º, hace referencia a la no vulneración de los principios constitucionales, que en el caso que ahora nos ocupa sería el principio que marca el artículo 14 de la Constitución de no discriminación en función del sexo; y además la propia sociedad civil puede cuestionar la publicidad. De hecho, ha habido asociaciones de mujeres y grupos de la sociedad civil que han cuestionado una serie de «spots» publicitarios. A mí no me preocupa tanto el hecho de que haya desaparecido aquella comisión de verificación de la publicidad, como que no haya una organización social lo suficientemente fuerte como para cuestionar los «spots» publicitarios que puedan ser vejatorios para la imagen de las mujeres o de los hombres. Sí se observa, sin embargo, como la publicidad está mediatizada, por el sentido comercial, que es su objetivo, los propios publicitarios están cambiando en muchos casos la imagen que de los hombres y de las mujeres no transmiten a través de la publicidad. Ya veo ahí un cambio que está relacionado con el propio interés de los publicitarios de recoger los cambios o las transformaciones de la sociedad.

A mí lo que me preocupa en este tema no es tanto la publicidad —porque Televisión Española en cierta medida emitirá la publicidad que, sin atentar a los principios constitucionales, le sea ofertada por lo que es el medio publicitario, no van a hacer su propia publicidad— como la responsabilidad que tiene Radiotelevisión Española en lo que es la estructura interna y la posición que las mujeres tienen dentro de esa organización, y no sólo en lo que se refiere a cambiar los contenidos de forma global a través de algunos programas, sino a conseguir una presencia igualitaria de las mujeres en todo tipo de programa; hacer programas específicos para las mujeres y evitar en cualquier momento emitir programas que puedan ser discriminatorios para las mujeres o que puedan ser nocivos para la transformación social que ha habido de los papeles de los hombres y de las mujeres; es decir, programas estereotipados que responden a una idea de lo que es el papel de los hombres y de las mujeres diferente al que la sociedad está planteando. Como decía anteriormente la representante del Grupo parlamentario de Convergència i Unió, muchas veces la sociedad puede ir por delante en una serie de transformaciones.

Ahora mismo el señor Baón, que tanto nos insistía en el papel de la mujer, nos decía que en los programas de televisión aparecían hombres conduciendo los telediarios de la semana y que en el fin de semana, aparecían chicas. Fíjese, señor Baón, qué importancia tiene el lenguaje. Si aparecen chicos, aparecerán chicas. Si aparecen hombres durante la semana, aparecerán mujeres el sábado y el domingo, digo yo. Es una utilización discriminatoria del lenguaje; nos pasa a todos; no se asuste, señor Baón, nos puede pasar incluso hasta a nosotras. Pero eso demuestra que tanto los grupos parlamentarios como la dirección de Radiotelevisión Española tenemos que luchar contra un proceso de socialización previo que todos y todas hemos tenido.

Televisión española —y yo le transmito al señor Director General de Radiotelevisión Española la preocupación y la posición de nuestro Grupo— debe trabajar firmemente en el interior de la organización en dos líneas: una, en la presencia de las mujeres y otra, en la vigilancia de los contenidos de la programación.

La publicidad hay que vigilarla pero, en mi opinión, corresponde más a la sociedad civil el reclamar y el denunciar un determinado tipo de publicidad. No obstante, Radiotelevisión Española tiene una responsabilidad y sería bueno que ustedes abordaran un programa de igualdad integrado, igual que lo ha hecho el Gobierno español, no tomar una serie de medidas o poner una serie de programas, sino abordar, en el conjunto de la televisión, objetivos concretos y medidas concretas para acabar con la discriminación de las mujeres. Yo espero que ustedes lo hagan, nos presenten en algún momento un plan interno para la igualdad de las mujeres en Radiotelevisión Española y tengamos la oportunidad de que usted venga a esta Comisión a presentarnos los objetivos y a hacernos una evaluación mucho más concreta que la labor realizada hasta ahora, que yo creo que siendo de interés, es dispersa y no está integrada en un plan. En muchos países se hace y da resultados tangibles para que la televisión, que es un sistema de socialización muy importante en las sociedades actuales, pueda hacer un trabajo de acción positiva a favor de la igualdad de las mujeres yo creo que en este momento la igualdad de las mujeres no se puede dejar al azar de lo que pueda suceder, sino que es necesario marcar medidas de acción positiva para ir cambiando lo que nos parece que es posible transformar y además es de justicia hacerlo.

Muchas gracias.

La señora **PRESIDENTA**: Gracias, señora Alberdi Alonso. (La señora Almeida Castro pide la palabra.) Está pidiendo la palabra la representante del Grupo Mixto, que no estaba presente cuando se concedió la palabra a los primeros portavoces. Por tanto, puede intervenir en este momento.

La señora **ALMEIDA CASTRO**: Muchas gracias, señora Presidente.

La verdad es que no soy del Grupo Mixto, sino más bien de Izquierda Unida.

La señora **PRESIDENTA**: Lo que ocurre es que en el Senado figura en el Grupo Mixto.

La señora **ALMEIDA CASTRO**: No hay ningún problema, señora Presidenta.

Excuso decir que sería descarado que mi intervención estuviera en relación con la del señor Director General de Radiotelevisión Española, porque no he podido llegar a tiempo, y no por descortesía, sino porque he tenido que atender un asunto jurídico que no podía dejar. Por eso he llegado tarde.

Aunque no sé cuál ha sido la explicación del señor Director General, en cualquier caso no voy a hacer ninguna referencia a la misma, sino que sólo voy a mostrar una

preocupación que me gustaría que se convirtiera en una sugerencia, lo que creo que ya se habrá hecho por el resto de los Grupos.

Nuestra preocupación, y no tanto por la televisión pública, ya que quizá la televisión privada en eso está haciendo buena a la pública —y lo digo entre comillas, porque tampoco la encuentro buena—, está en relación con la imagen de las mujeres. A veces me asombra cómo podemos soportar estoicamente programas que no tienen otro colorido ni otra finalidad que la de tener forma de mujer, la de que la mujer aparezca en la pantalla, pero echo en falta dos temas fundamentales en la televisión pública, quizá por la obligación que, con respecto a los programas generales, tienen los Gobiernos, entre los deberes que marca la Constitución, como son promocionar y remover los obstáculos para la igualdad.

Televisión Española es, por un lado, una empresa de trabajo, una empresa que contrata, en la que se dan unas relaciones laborales, que creo que son bastante mayoritarias en cuanto a la presencia de mujeres. No sólo creo que tengamos cuotas similares a las de otros países europeos, sino que en relación con el empleo de mujeres que participan en los medios de comunicación, incluso en algunos de dichos medios, las cuotas son bastante más altas que algunas de las europeas. Pero, aunque ocasionalmente algunas mujeres puedan ser directoras de informativos, o en otra ocasión una mujer haya sido la directora del propio Ente, el nivel de responsabilidad no se refleja en el nivel de participación de las mujeres. Quizá ese problema llevaría aparejada una política, y en otros países se ha solucionado con una buena política de cuotas, como decía mi compañera, la Señora Alberdi; pero insisto en que creo que no hay un reflejo de dicho nivel, y eso quizá desmotive mucho a la hora de la participación de las mujeres en este medio. Garantizar la normalización por arriba y por abajo hará que en la pirámide de empleo los puestos que las mujeres estén ocupando —no ya en España, sino en otros muchos países— no escaseen tanto en la parte superior y que pueda haber más en la última pirámide que se establezca.

Creo que por lo menos una de las políticas que se debería emprender desde Televisión Española sería alcanzar ese nivel de respeto a la responsabilidad, para que al menos éste sea proporcional a la incorporación masiva de mujeres que existen hoy en ese medio.

Por otra parte, cuando decimos que se hagan programas específicos femeninos, la verdad es que no pedimos tanto como que se hagan dichos programas, sino aquellos que ayuden a la integración de la igualdad en el protagonismo en la sociedad, y me gustaría saber si hay alguna política en este sentido en Televisión Española. Por ejemplo, siempre se habla de la audiencia típicamente femenina en series amorosas, tristes o complicadas, que llena de ardor a todo el mundo, y con las que se llora, como con «Cristal» o «La dama de rosa». La verdad es que prefiero llorar con «La dama de rosa» o con «Cristal» a llorar de tristeza ante las agresiones que muestran otras películas que se emiten en este medio, pero la verdad es que no me gustaría llorar por casi nada; me gustaría llorar aprendiendo —porque también se puede hacer—, y me gustaría sufrir aprendien-

do. Y no estaría mal que se reflejara, por ejemplo, algo desconocido en este país, como es la historia de las mujeres cotidianas, no la de las grandes mujeres que han merecido el derecho a pasar a la historia, como Agustina de Aragón, sino otras que son las héroes de la cotidianeidad, las héroes del «estar por casa», las heroínas —perdón por decir «las héroes», que se debe a que hablo mal el castellano— de ese protagonismo, sobre las que hoy ya se están haciendo estudios en los que vemos a mujeres desconocidas que han trabajado por la historia de España, que han trabajado en el mundo por romper esquemas.

Hace poco me remitieron un libro traducido al castellano, que se llama «Las mujeres del mono azul» en el que se contaban las dificultades de las mujeres para el acceso a determinados puestos de trabajo típicamente masculinos. Por tanto, me parece que esas historias ayudarían mucho, porque darían la sensación de que cualquier mujer puede ser heroína dentro de sus propias complicidades, y además son historias tan estupendas, que no son típicamente femeninas, y harían que la historia de este país se llenara de hechos cotidianos que también deberíamos apreciar.

No sé si, lo mismo que se encarga cine, hay una política por la que se diga: vamos a emitir programas que promocionen de verdad la igualdad, el conocimiento y otros valores, e incluso convocar concursos desde Televisión para una serie, por ejemplo, en torno a valores de igualdad. Me gustaría que alguna vez ese tipo de política se convirtiera en una acción de Televisión, no por ser programas específicamente femeninos, sino para hacer hincapié en un momento en que el medio es agresivo, y no por la propia intención del medio, sino porque tampoco hay mucho que elegir. Para encontrar una película que sea «suavecita», hay que hacer un concurso-oposición; las demás, son agresivas, y en ellas no salen muy bien paradas las mujeres, ni la igualdad, ni la tranquilidad de ánimo. Por tanto, en lo que podemos, debemos hacer una política concreta para que en algún momento respiremos gracias a ese descanso de la igualdad o de la cotidianeidad, que me parece que sería importante.

Sin que esto sea ninguna contestación a la intervención del Director General, que insisto que no he oído, en cualquier caso agradecería que, si se pudiera, con estas sugerencias, se diera un vuelco y un ejemplo a otros medios televisivos, que creo que a veces deberían aprender de lo que se hiciera de positivo en la televisión pública.

Nada más.

La señora **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señora Almeida Castro, representante del Grupo de Izquierda Unida-Iniciativa per Catalunya.

Tiene la palabra el señor Director General, para que dé respuesta a todos los interrogantes que se han planteado por parte de los distintos portavoces de la Comisión.

El señor **DIRECTOR GENERAL DE RADIOTELEVISIÓN ESPAÑOLA** (García Candau): Muchas gracias, señora Presidenta.

En primer lugar, quiero manifestar mi satisfacción por comparecer ante esta Comisión, en la que, lógicamente,

hay un cambio cualitativo en relación con mis comparecencias habituales, en las que uno viene para ser controlado, a veces de una manera beligerante. Sin embargo, en este caso quiero significar que para mí es de una enorme utilidad esta sesión parlamentaria, porque me va a estimular algunas de las preocupaciones que, lógicamente, cualquier responsable de una organización puede tener.

Debo decirles que, efectivamente, considero de un enorme interés algunas de las reflexiones de sus señorías y, por tanto, las trasladaré con satisfacción a mis compañeros en la Dirección para que sean especialmente sensibles a las mismas.

Dicho esto, también quisiera hacerles una invitación formal. Debido a que en muchas ocasiones este tipo de reflexiones puede quedar en la mera retórica, y a que yo, también retóricamente, diga que las voy a asumir, me gustaría que con un motivo informal pudiera reunirse un número importante de responsables de Radiotelevisión Española con algunos representantes de esta Comisión para que puedan dar una información mucho más directa a las personas que tienen la mayor parte de la responsabilidad en estos momentos en el Ente Público Radiotelevisión Española.

Creo que sería muy interesante que recogiéramos algunas resoluciones y consideraciones globales, y que en una Comisión mixta, de manera informal, nos pudiéramos reunir para que fueran los propios profesionales quienes pudieran discutir e intercambiar pareceres sobre algunas de las cuestiones que sus señorías han manifestado, que creo que son importantes, y al final pudiéramos convenir alguna solución de futuro. Por tanto, les invito y si les parece bien, a través de la Presidencia y cuando se considere oportuno, podremos celebrar, con mucho gusto, esa reunión.

No obstante, debo contestar a algunas de las cuestiones que sus señorías han planteado, que son de diferente tipo. Voy a contestar a todos en relación con la presencia de la mujer en cargos directivos, cuestión que tanto don Alberto Dorrego, como la señora Alemany Roca, el señor Baón y las señoras Alberdi y Almeida han reflejado como una de sus preocupaciones.

En Radiotelevisión Española el protagonismo directivo de la mujer cada vez es más importante. Dudo que haya ningún medio de comunicación, público o privado, en España que cuente con tanta mujer en los cargos directivos. Concretamente, el señor Baón hablaba de los Informativos. Si hablamos de Informativos, le tengo que decir que además de la directora de Informativos, hay dos subdirectores y uno de ellos es mujer, y cinco jefes de redacción, y los cinco son mujeres. Eso es algo inaudito en los medios de comunicación de este país y de Europa. De siete cargos directivos de primer nivel, seis son mujeres. También hay, incluso, otras jefes de área, hay directoras, como es el caso de «Informe semanal» y de otros programas, como, por ejemplo, «En portada»; la señora Elena Martí, la señora Cañil, etcétera. De tal manera, que no hay ningún medio de comunicación, ni público ni privado en Europa, en el que la cúpula informativa, donde hay más responsabilidad de comunicación, esté ocupada de forma tan apabullante por mujeres, hasta el punto de que alguien decía que había que hacer una comisión —lo decía algún hombre— para de-

fenderse de la mujer en los Informativos de Radiotelevisión española. No creo que lleguemos a tanto, porque la presencia de esas mujeres se debe, única y exclusivamente, a su enorme capacidad profesional y, por tanto, no hay ningún tipo de discriminación hacia el hombre, sino simplemente la constatación de una realidad, que es la enorme profesionalidad de estas mujeres.

Pero no sólo están en estos cargos directivos —ustedes, sin duda, en cualquier Informativo verán que permanentemente quienes informan son mujeres—, sino que cuando hay una conexión con las Cortes o con la sede de un partido político, siempre hay una permanente presencia de la mujer, siempre. En cuanto a presencia exterior, en correspondencias, tenemos una muy importante y muy cualificada de mujeres en todas ellas. La corresponsal jefe de Moscú es mujer, la corresponsal de Londres es mujer, la corresponsal de Buenos Aires es mujer y la segunda corresponsal de Nueva York también es mujer, y, en fin, entre las enviadas especiales que hemos visto en la guerra del Golfo, dos de ellas, de las más importantes, eran mujeres; es decir, que permanentemente la mujer tiene una presencia importante. Y les voy a contar una anécdota. Radiotelevisión española está en una fase de incorporación de profesionales, mujeres en determinados puestos estratégicos. Cuando nos reunimos con una empresa de «head-hunter's» (cazatalentos), en una de las primeras preguntas que nos formularon era si podían seleccionar a mujeres. Y dijimos, naturalmente, que sí, que no había, por supuesto, ningún inconveniente. Bueno; pues tanto es así, que en breves días se va a incorporar como jefe de personal de Televisión española, en una organización tan importante como es Televisión española, una mujer, para ocupar ese cargo. Es decir, ése es el talante con el que nos estamos moviendo. Para elegir al jefe de personal, se ha entrevistado a más de 40 personas, que habían sido preseleccionadas. Al final, los directivos de Televisión española han elegido a una mujer para ocuparse de esa misión tan importante, y más en estos momentos, como es la jefatura de personal de Televisión Española.

Yo creo que con esto, señorías, explico claramente cuál es el talante de la Dirección, cuál es la realidad de Televisión española y, lógicamente, de Radio Nacional de España, donde también ocupan importantes cargos directivos. Hay muchos centros territoriales de Radio Nacional y de Televisión Española ocupados por mujeres, no en pequeñas emisoras, como ocurría anteriormente, sino ahora mismo en centros territoriales tan importantes como los de Madrid o de Sevilla o en otros centros de Radio Nacional también muy importantes en los que las mujeres ocupan puestos directivos, al igual que en Informativos. El Informativo más importante y más influyente de este país en la radio, que es «España a las ocho», lo dirige una mujer. Por tanto, ésta es la permanente actuación y presencia de la mujer en Radiotelevisión Española, y pienso que en ese aspecto no debemos preocuparnos.

El señor Dorrego hablaba de que no es partidario de los cupos. Yo tampoco. Pero si me permite la broma, a lo mejor, si estuvieran vigentes los cupos en su partido, habría Senadoras, que no las hay, creo, de su partido político. Sin

entrar en ese tipo de cuestiones, quiero decir que en Radiotelevisión española no hay cupos de nada. Sólo hay un mérito, que es ser buenos profesionales, sea mujer o sea hombre, y les acabo de referir, como dato concreto, esa anécdota, que a mí me preocupó, porque no me lo imaginaba, dada la realidad. Antes, en el bar, hablaba con una Diputada, y le decía que nosotros no somos conscientes de esa discriminación, porque, objetivamente, no la hay, a nivel interno. Pero, cuando, de pronto, un responsable de una empresa nos preguntó: ¿podemos preseleccionar mujeres? Yo me quedé sorprendido. «¿Cómo que si las podemos preseleccionar?» dije. Naturalmente, que sí, y la realidad se plasma estos días, como he insistido anteriormente.

La señora Alemany i Roca decía que estamos promoviendo —entrando ya en otras materias— unos ciertos estereotipos. A mí eso me preocupa. Ahora bien, la reflexión global que hoy puedo sacar de aquí es que eso, internamente, es algo absolutamente asumido y es una realidad permanente que no hay discriminación, por razón de sexo, a la hora de ocupar puestos de responsabilidad ni de importantes niveles en Servicios Informativos, y lo que me preocupa es que no seamos capaces de transmitir ese mensaje a la sociedad; es decir, que siendo así que internamente está asumido, que luego seamos incapaces de demostrar en nuestra programación que eso es algo positivo en relación con la mujer y que, sin embargo, no seamos brillantes y ocurrientes para diseñar una programación que esté acorde con la sensibilidad y el interés que sus señorías han mostrado.

En relación con algunas de las cuestiones que se plantean, quiero decir que si nosotros promovemos, a través de la programación, algunas temáticas que se refieren a la mujer, yo, particularmente, no soy nada amigo de hacer programas definidos, única y exclusivamente, para sectores: para la juventud, para la mujer, etcétera. Porque yo creo que eso, implícitamente, lleva una cierta desnaturalización, que, al final, acaba por no ser de interés. Es mucho mejor desgarrar las materias que puedan ser de interés para la mujer, para la promoción de la mujer, para la defensa de los derechos de la mujer, en cualquier tipo de programas. Otra cosa es que se diga que hay programas que entran en colisión con eso que uno mismo dice. Es posible, y de ahí mi interés en que hagamos una reflexión global para evitar que nosotros incurramos en esa contradicción.

Hay algunos programas, a los que antes hice referencia, que han estado en pantalla, y otros que están ahora mismo en producción, que han sido concebidos no para las mujeres, pero sí por las mujeres, como podría ser «Ni a ton-tas ni a locas», que fue un programa —creo que con un buen éxito— concebido por doña Gloria Berrocal, por citar alguno de ellos, pero que o estaba destinado a las mujeres, sino que eran las mujeres las protagonistas de ese producto. Por tanto, tenían un interés más específico para la mujer, pero sin ser un programa dedicado a la mujer. Hacer programas como el de «Mujeres del mundo», etcétera, que se han hecho, ha sido de un enorme interés. De este tipo de programas, igual que del de «Los Marginados», o ahora mismo del que está en producción, dirigido por Carmen Sarmiento como es el de «Mujeres de América Latina», ha-

brá quien diga: ¿pueden significar, desde nuestra perspectiva, una promoción de la mujer? Probablemente no, pero la sensibilización de la mujer en España sobre un problema tan grave como es la situación de la mujer en América Latina, pienso que puede ser de gran interés.

Me gustaría que la señora Almeida, que supongo que ve muy poco la televisión, no llorara cuando la vea, porque la verdad es que nosotros la concebimos con un sentido lúdico y, por tanto, tratamos de que pueda servir de «divertimiento» para cualquier ciudadano que la pueda contemplar. En cuanto a su ironía sobre si es una buena televisión en relación con otras que en estos momentos puede haber, usted dice que comparando no es tan mala como otras. Yo creo que si viera algunas, allende nuestras fronteras, o viera otras, acabaría diciendo que la televisión de este país es bastante buena, no por mérito de este Director general, sino por el histórico del Ente, para Radiotelevisión Española, incluso en etapas muy difíciles y complicadas, desde el punto de vista ideológico, en lo que se refería al entretenimiento y a determinado tipo de productos, tuvo siempre profesionales de una gran cualificación y programas de una gran calidad. Por tanto, no tengo ningún inconveniente en reconocer, a 20 años vista, que ha sido una buena televisión y que en el contexto europeo era una buena televisión, salvo en temas ideológicos. Asimismo, ese caudal importante de calidad de los profesionales y de los productos se ha ido manteniendo y yo diría que se ha ido incrementando, poco a poco, y vamos a seguir trabajando en ese campo. Se ha hablado de lo que es la publicidad. La verdad es que esto es algo bastante complicado, porque, en verdad, no existe esa Comisión de Verificación de Publicidad que existía antes en Radiotelevisión Española. Y no existe —como ha dicho muy bien el señor Baón, que lo conoce perfectamente porque lo sufrió siendo Consejero de administración de Radiotelevisión Española—, en función de que una sentencia del Tribunal Supremo eliminara, a instancias de los anunciantes, la que se llamaba, y aún se llama —aunque no a esa Comisión oficial porque no existe— comisión de Censura, que funciona privadamente. Esta es una de las complicaciones fundamentales, pero puedo asegurarle, señor Baón, que en Televisión Española se han denegado «spots» referidos a la mujer, que luego se emiten en otras televisiones, incluso públicas.

No existe ahora la presencia de un representante del Instituto de la Mujer porque, como bien ha dicho el señor Baón, —repito— una sentencia del Tribunal Supremo se «cargó» esta Comisión. De todas maneras, y en relación a que alguien hablaba de mensajes subliminales —no entiendo nada de este tema—, lo que sí puede haber es una intención en cualquier «spot» en que el protagonista sea la mujer, aunque últimamente hay un protagonismo cada vez mayor por parte del hombre, en lo que pueda ser una concepción estética, que podrá ser discutible o no. Pero, en lo que se refiere a creatividad, hay que reconocer que España es, sin duda, el país con más alta creatividad en «spots» de publicidad, de este tipo o de otros. Si uno se pasea por el mundo y ve en las televisiones los «spots» de publicidad, se llega a la convicción de poder manifestar con orgullo, que la creatividad de la publicidad en España es la más

alta de todas en el mundo. Eso es verdad. Tenemos unos creativos sensacionales. Se podrá discutir sobre alguna tipología, pero lo cierto es que tenemos unos creativos extraordinarios, dado que en buen número de ocasiones quienes dirigen esos «spots» son los mejores directores de cine de nuestro país, desde Berlanga hasta Saura y otros.

Por tanto, si nos pusiéramos en el plan regresivo de no insertar determinados «spots», no ya por parte de Televisión Española, sino porque el ámbito legal lo impidiera, ¿cuál sería la situación de Televisión Española? ¿Tendría que ser más papista que el Papa y decir que los «spots» en que haya torsos desnudos no se emiten en Televisión Española? Y, luego, en el resto de las televisiones públicas o en las propias privadas sí se emitirían. Habría entonces, que llegar a un acuerdo global en el que se dijera que tal cosa es perniciosa por unas determinadas razones. Debería haber, por lógica, un referente jurídico que nos permitiera asumir o no la inserción de ese tipo de publicidad, pero creo que eso es algo ya absolutamente perdido. No creo que tan siquiera su propio Grupo, señoría, sea capaz de plantear una iniciativa que pudiera impedir en el futuro la emisión de este tipo de publicidad.

En todo caso, desde una perspectiva jurídica, como la que ahora podemos contemplar en la Ley General de Publicidad y en otra legislación concurrente, lo cierto es que resulta imposible impedir determinados «spots» publicitarios, a no ser de una manera sumamente complicada, pero incluso, al final, en un contencioso nos podrían obligar a la inserción de determinados «spots».

Creo que no me queda nada más por responder a sus señorías. Finalmente, quiero resaltar de nuevo mi satisfacción por esta reflexión global, brindándome a las señoras y señores Diputados y Senadores para esa futura reunión con responsables de Radiotelevisión Española en la que podamos discutir muchas de estas reflexiones e inquietudes que ustedes han manifestado en el día de hoy. Pero debemos hacerlo en un foro mucho más amplio que de este Director General, que, lógicamente, trasladará algunas de estas inquietudes. Pero creo que sería mucho más eficaz que pudiéramos reunir tranquilamente para discutir algunas de estas cuestiones. Muchas gracias.

La señora **PRESIDENTA:** Gracias, señor Director General.

Al menos a esta Presidenta le parece interesante la posibilidad de esa reunión con profesionales de los medios. Nos pondremos de acuerdo con los portavoces, y ya, en su día, decidiremos cuándo y cómo para llegar a una conclusión acerca de esta cuestión. En principio, me parece muy interesante —repito— que pudiésemos reunirnos con profesionales de los medios de comunicación.

Pasamos ahora a un turno para debatir una cuestión puntual. Repito lo de puntual porque no se trata de un turno, de réplica; no se trata de volver a hacer aflorar de nuevo el debate. Simplemente es para precisar algo que no haya quedado claro y que pueda matizar el señor Director General.

Tiene la palabra el señor Baón.

El señor **BAON RAMIREZ**: Gracias, señora Presidenta. Al oír antes a la portavoz socialista yo no sabía quién comparecía, si ella o si el Director General, porque ha estado dando respuesta a lo manifestado por los portavoces. Con gran profusión ha hablado de conclusiones y de la interpretación que ella ha hecho de la reunión de Atenas. Muchas gracias, pero no era necesario. El que comparece es el Director General. Por eso, yo le diría lo del mejicano: prefiero que no me ayuden, porque si no, se podría estropear.

Lo que quiero decir —y es el motivo de la comparecencia, pero nadie ha hablado de eso— es que la Ministra de Asuntos Sociales y la Directora General del Instituto de la Mujer han hablado de que había un convenio con RTVE sobre ello. Ese es el motivo de la comparecencia, esa es la almendra de esta reunión.

¿Qué ha pasado con ese convenio? ¿Hay convenio o no lo hay? Quiero saber también y es la puntualización, cuántas quejas o acciones legales ha habido, por parte del Instituto de la Mujer, Instituto que se encarga fundamentalmente de esta materia, en torno a las transgresiones que, publicitariamente, haya podido haber en Televisión Española en cuanto a la imagen externa y a la programación en torno a la discriminación de la mujer. Yo quiero saber eso, y ése es el contenido de la comparecencia. Lo demás ha sido irse por las ramas o las nubes. Son los publicitarios, los propios profesionales los que se preocupan de llegar a un convenio, no el Instituto de la Mujer, es decir, a que hay que sujetar esos anuncios con cuerpo y reducirlos a los límites razonables y estrictos, y eso es lo que se está dando en Europa. Lo demás son zarandajas, literatura o retórica. Eso es lo que nos ha traído aquí; yo le pido encarecidamente al Director General nos dé respuesta de todo ello. Lo demás son reflexiones muy bonitas, pero, que las podíamos haber hecho en la cafetería.

Muchas gracias.

La señora **PRESIDENTA**: Tiene la palabra el Senador Dorrego.

El señor **DORREGO GONZALEZ**: Gracias, señora Presidente, voy a intervenir brevemente. Y digo Presidente, aunque podría decir Presidenta, pero, entonces, también habría que decir señor periodista. Ese es el problema. Bien. Yo quisiera decir que, efectivamente, la convocatoria era para hallar de un convenio, y, nosotros no decimos ni, que sea bueno ni que sea malo. El papel decía lo de la convocatoria, pero, en realidad, no se ha hablado de esto.

En segundo lugar, a nosotros nos preocupa mucho ese convenio porque se refiere a un área muy sensible como es la publicidad, la libertad de expresión, y la libertad de creatividad. Sería un convenio que tendría que respetar profundamente la Constitución y el desarrollo que hace de la misma la Ley de Publicidad. Por tanto, nos gustaría saber si es que hay algo concreto y cuáles son las líneas. En realidad es la única pregunta que yo había formulado.

Luego, en relación con algún comentario que ha hecho el Director General sobre el cupo, en tono cordial y jocoso puedo decirle que ese cupo tal vez lleve a que no tengamos ninguna Senadora, pero a lo mejor lleva también a te-

ner dos Ministras, sobre las que la opinión pública se manifiesta a diario. Ese es el problema. A lo mejor debiera haber diez. Aquí hay magníficas Senadoras por el Partido Socialista —son las Senadoras a quienes más conozco— que podrían ser ministras, perfectamente, pero la cuestión del cupo a lo mejor lleva a la obligación de hacer a dos, que pueden ser válidas o no. Nuestro Grupo también cuenta con mujeres importantes. Por ejemplo, nosotros contamos con la única Presidenta de Asamblea de una Comunidad Autónoma y con la única Presidenta en España de una Diputación, puestos posiblemente de tanta o más responsabilidad que otros. Osea, que no es eso.

Sigo manteniendo, respecto a lo del cupo, que cada partido puede tener su propia concepción y su propia filosofía, pero nosotros decimos, dada la libertad de expresión que tenemos para legislarlo en la Cámara, que lo del cupo nos parece —como diferentes, y perdone que lo repita— una estupidez. ¡Qué le voy a decir! No tengo más remedio que decirlo.

Muchas gracias.

La señora **PRESIDENTA**: Tiene la palabra la señora Alemany i Roca.

La señora **ALEMANY I ROCA**: Señor Director General, nosotros no por ser menos beligerantes en esta Comisión, vamos a ser menos insistentes; estamos acostumbrados a que la tarea que tenemos es una tarea larga, difícil, complicada, pero, de todas maneras, nosotros vamos a continuar, y, seguramente, tendremos oportunidad de vernos muchas más veces.

De todas maneras, esta Comisión que usted nos ha ofrecido —y que debemos agradecerle— no debe ser para usted un descargo de conciencia; en realidad, las responsabilidades hay que asumirlas, y a nosotros nos parece muy bien, una vez más, reunirnos —que es lo que hacemos todos y todas cada día— pero, de todas maneras, hay que asumir las responsabilidades y entonces pienso que usted tiene que ser consciente de que no puede pasar el problema a una comisión. Es es un segundo tema.

Quería hacerle una pequeña referencia en cuanto a la guerra del Golfo, que antes pensaba decir y no he dicho. Es verdad que durante la guerra del Golfo hubo muchas mujeres en los servicios informativos, pero también —y a este respecto yo hice incluso, un artículo en un periódico sobre este tema— es cierto que, si bien las enviadas especiales eran mujeres, se debió a que al ser una opción voluntaria y difícil, fueron por tanto, las mujeres las que decidieron, no fueron escogidas para irse a los sitios peligrosos, fueron ellas mismas las que lo decidieron. En cambio, cuando había mesas redondas, tertulias y coloquios, mientras que quien daba la información eran mujeres, los que estaban sentados en las mesas y los que emitían opiniones siempre eran hombres. Es decir, que durante la guerra del Golfo se vió también otra vez esta distribución estereotipada de dónde estaban las mujeres y dónde estaban los hombres, quién daba la opinión y quién explicaba la realidad.

Continuando con la propuesta que yo hacía antes, no sé si habrá que modificar la Ley de Publicidad o habrá que

buscar un camino, porque, en realidad, el derecho a la imagen, el derecho a la intimidad, el derecho al trato igualitario, también en la publicidad, son algunos de los temas que es preciso cambiar. Por ejemplo, es necesario que salga que la victimización de la mujer no es una cosa normal; es decir, el maltratar a una mujer —que, desgraciadamente en nuestro país es un hecho muy habitual; nosotros hemos hecho ahora un estudio y la realidad y las cifras que se derivan del mismo son muy fuertes— no es una cosa normal, de la misma manera que no es normal que se haga esto con los hombres. En temas como la educación igualitaria en la familia y en la escuela, el tratamiento a la imagen que se da a través de los medios de publicidad no es el correcto. Por lo tanto, yo creo que el camino es muy largo y difícil, y habrá pues, que tomar medidas mucho más rigurosas que comisiones, que reuniones o que discursos; habrá que ir avanzando, e incluso habrá que ver si se toman algunas medidas legales, que no sean solamente actuaciones y reuniones.

Muchas gracias.

La señora **PRESIDENTA**: Gracias, señora Alemany i Roca. Tiene la palabra la señora Almeida.

La señora **ALMEIDA CASTRO**: Como no había llegado a estar en la intervención del señor Director, no sabía si se había dado o no la información sobre el Convenio que era objeto de la comparecencia. En cualquier caso, cuando ha dicho que no seamos beligerantes, que no está acostumbrado a este control, la verdad y lo desgraciado del caso es que aquí podemos controlar muy poco, porque como no hay nada establecido previamente, tal vez otros lo puedan hacer, pero nosotros no. Efectivamente, se puede acordar que haya cuatro programas en favor de la igualdad, y luego nosotros le podríamos decir que sólo se habían hecho dos y nada más, o que usted ha interpretado tal o cual cosa, y nosotros no estuviéramos de acuerdo, pero es que no tenemos nada que hacer, porque, repito, no hay nada establecido. Es cierto que antes existía esa Comisión de control de la publicidad, pero, en realidad, servía para bastante poco, puesto que sólo había una representante del Instituto de la Mujer, pero los demás representantes, en fin...; y respecto de la visión de la publicidad que había si hemos librado algunas batallas, y algo se ha conseguido en algunos casos, si bien en otros no se ha conseguido nada; pero sin embargo, indudablemente la había. Es verdad también que hay una sentencia que puede servir de control, pero también se puede efectuar este control de algunas otras maneras.

Cuando yo he hablado de programas, ha dicho el señor Director General que no es partidario de hacer programas específicamente femeninos. Yo tampoco, pero es que la igualdad no me parece que sea un tema específicamente femenino, sino que, es un tema social, es un tema de cambio de valores de la sociedad, es un tema de interpretación, y yo no digo que tenga que haber programas específicamente femeninos, sin embargo cuando la audiencia es femenina se ponen unos programas y cuando es masculina se ponen otros, y cuando es un horario se ponen unos y

cuando es otro horario se ponen otros. Es decir, que aunque no haya nada específico, siempre se sugiere lo que es específico. Por lo tanto, yo no estoy hablando de que haya programas específicos para mujeres —¡librenos Dios!—; nosotros no queremos tampoco que haya un gueto que ponga: señora, de 4 a 10 la televisión le dedica a usted su hora de jolgorio y le va a decir lo que es usted. En absoluto. Al revés, lo que queremos es algo mucho más amplio, y es que se pueda, incluso, promocionar otros valores, como son los de la igualdad, como son los del respeto en otra situación personal, como es el conocimiento de la historia de las mujeres —que no es para que la conozcamos las mujeres, sino para que la conozca la sociedad—, para que den un sentido del valor distinto, respecto, por ejemplo, a ese comentario de que no éramos tan beligerantes; pues yo me alegro de no ser tan beligerante, si ello supone hacerle la guerra todos los días; nosotros no queremos hacer la guerra porque sí, sino que se puede no ser beligerante, pero ser mucho más eficaz a la hora de plantear ideas y compromisos para que la televisión sirva para algo más.

Yo no le pido programas específicamente femeninos, pero sí le pido el conocimiento de la femineidad, pero no de la femineidad puesta en entredicho, sino de los valores de las mujeres, de los valores de la situación, de los valores de igualdad, y esto es lo que me parece que sí sería bueno. No me contestó, y no sé si hay alguna política expresa, aunque sea la general que debe tener como organismo público, pero lo mismo que hay programas para niños, debería haber algún programa para resaltar este tipo de valores, de los cambios de conducta cotidianos, de los cambios de valores cotidianos, que están demasiado afectados, y en este sentido sí que creo que sería una buena labor.

Desde luego, yo me ofrezco a tener esa reunión para dar sugerencias a mujeres, a hombres, a directivos, a todos los que vengan allí, para hablar entre todos de cómo podemos hacer que la televisión, de puro cotidiano, sea educativa, y no que de puro aislado no llegue a cambiar los valores de esta sociedad, en la que todos tenemos compromisos.

Nada más, y muchas gracias.

La señora **PRESIDENTA**: Gracias, señora Almeida. Tiene la palabra la señora Alberdi.

La señora **ALBERDI ALONSO**: Gracias, señora Presidenta.

Después de oír el debate, su contestación y las aportaciones de los portavoces y los portavoces de los distintos Grupos, me vuelvo a reafirmar en que es necesario, como le dije en mi primera intervención, hacer una política de igualdad dentro de Radiotelevisión Española, con objetivos concretos, medidas para conseguirlos, y que podamos posteriormente evaluarlos. Lo decía ahora mismo de otra manera la representante de Izquierda Unida, y hacía referencia también a ello la representante de Convergència i Unió. Evidentemente, se trata de tomar unas medidas y no hacer cosas aisladas.

Yo creo que la oferta que usted nos ha hecho de que tengamos una reunión de trabajo con personas que dirigen distintos aspectos de su organización podría ser el germen

o el principio de ir concretando unas medidas a realizar, a favor de la igualdad dentro de Radiotelevisión Española. Yo le agradezco su oferta, en nombre de mi Grupo, y descuido que le haremos propuestas concretas en esa línea.

Muchas gracias.

La señora **PRESIDENTA**: Para terminar, el señor Director General dará respuesta a todo lo que había quedado pendiente, tras lo cual finalizaremos la sesión.

El señor **DIRECTOR GENERAL DE RADIOTELEVISIÓN ESPAÑOLA** (García Candau): Gracias, señora Presidenta.

En primer lugar, quiero pedir perdón por haber soslayado el punto fundamental de la convocatoria, pero no ha sido intencionado, sino que, al final, siendo cierto que lo que nos había obligado a comparecer ante esta Comisión Mixta Congreso-Senado era el posible grado de cumplimiento de este Convenio, lo cierto es que todos los intervinientes, aunque algunos han recordado que les gustaría saber sobre este tema concreto, se han ido por esas ramas a las que aludía el señor Baón, que podíamos haber discutido en la cafetería, porque si no hubiera sido así, con responder, única y exclusivamente, a la cuestión del Convenio, nos hubiéramos ahorrado mucho debate; pero es que a ese debate me han llevado sus señorías, y no he sido yo quien les ha llevado.

De todas maneras, aunque pudiera tener contenido de cafetería, para mí ha sido muy ilustrativo, y yo lo agradezco. De ahí que haya explicado cuál es la diferencia entre la beligerancia y lo que es una reflexión. Yo creo que eso sí es importante. Otra cosa es que en el futuro sus señorías quieran ser beligerantes en esta temática también con su Director General, cosa que, en fin, lógicamente, estaré a lo que deba estar.

Lo cierto es que lo que yo he querido resaltar es, precisamente, que me ha resultado muy interesante esta comparecencia, en función de que tenía unos aspectos de reflexión general, que, quizá, entre otras cosas, por no ser un especialista en alguna de estas materias sobre las que hemos discutido en la mañana de hoy, lógicamente era importante para mí, y por eso yo recogí esos datos y de ahí mi interés, no en decir: señora Alemany, yo «no vulluc saber res»; no, no es que yo quiera desconocer esa temática y pasar a otros temas, no.

Me parece que, además de yo conocer esa reflexión de viva voz de sus señorías, quizá por mi propia incapacidad de trasladarlo a los grandes responsables cotidianos de la programación, no les lleve el mensaje y las reflexiones ajustadas a lo que sus señorías han expresado hoy y que lo mejor sería trasladarles el contenido del acta taquigráfica. Pero muchas veces el matiz de la voz y la entonación pue-

den ser incluso más convincentes que la lectura de un texto frío recogido en acta taquigráfica.

Por tanto, esa oferta estaba en esa línea. No se trata de decir que me quito de en medio y que no quiero saber nada de esto; todo lo contrario: mi obligación es impulsar cualquier iniciativa, y en este caso es una iniciativa que además yo brindo a esta Comisión para ponerla en marcha.

En cuanto a que pueda no ser la última y que insistentemente puedan convocarme, aunque parezca una amenaza, señoría, estaré encantando de comparecer ante esta Comisión cuantas veces sea posible. Por tanto, no se preocupe y no lo tomo como una amenaza, sino con sumo gusto.

Voy a acabar con las referencias y luego explicaré lo del convenio.

Señor Dorrego, yo le he gastado una broma y en ese tono se lo he dicho. Tengo un gran respeto por esas dos damas, tanto por doña Charo Diego como por doña Rosa Posada, por el papel tan extraordinario que han desarrollado en sus dos Instituciones.

En cuanto al convenio, éste forma parte de un programa del Ministerio de Asuntos Sociales y, lógicamente, una de sus estrategias, una de sus intenciones, es alcanzar un convenio con Televisión Española. Es verdad que he tenido una grata reunión con la señora Ministra y hemos estado hablando sobre el contenido y sobre cuestiones que no son fáciles, como cualquiera de sus señorías puede entender, porque está relacionado con una temática que trasciende, con mucho, a la propia radio y televisión públicas, y es la cuestión de la publicidad.

Es muy difícil llegar a un convenio en el que se tomen decisiones que luego puedan tener repercusiones jurídicas importantes, como acordar que no se puede emitir algo y al día siguiente, a través del juzgado correspondiente, obligar a insertar publicidad porque puede ser discriminatorio no hacerlo según la Ley General de Publicidad. De ahí la dificultad que conlleva este convenio en el que estamos aún en fase de discursión y sobre el que en algún momento habrá algún tipo de solución.

Ahora está prevista una reunión de responsables de Televisión Española y del Ministerio de Asuntos Sociales para entrar en materia, discutir ya algunos pormenores y ver si se alcanza o no ese convenio. En principio es un «desiderátum» de la Ministra de Asuntos Sociales sobre el que yo, con buen talante, intento convenir con ella algún acuerdo que puede ser de interés para su gestión y, lógicamente, también para la mía. Pero estamos en fase de discursión y un convenio se alcanza después de un debate y una discursión.

Muchas gracias.

La señora **PRESIDENTA**: Con esto damos por finalizada la sesión. Gracias a todos.

Eran las trece horas y quince minutos.

Imprime RIVADENEYRA, S. A. - MADRID

Cuesta de San Vicente, 28 y 36

Teléfono 247-23-00.-28008-Madrid

Depósito legal: M. 12.580 - 1961