

## CONTRA LA PUBLICITAT SEXISTA

Des del Consell Nacional de Joventut, reivindicuem que les dones no són presents als mitjans de comunicació i quan hi són, se les maltracta i estigmatitza de manera flagrant. Es perpetuen doncs, estereotips sexistes, presents en el model de societat heteropatriarcal on vivim, que tant els mitjans com les agències de publicitat generen.

La violència masclista és aquella exercida contra les dones en el marc d'un sistema de relacions de poder dels homes sobre les dones, i que, produïda per mitjans físics, econòmics o psicològics, incloses les amenaces, intimidacions o coaccions, té com a resultat un dany o patiment físic, sexual o psicològic, tant si es produeix en l'àmbit públic com en el privat. Així, les violències masclistes poden ser visibles o invisibles. Ara bé, la publicitat sexista és una forma de violència masclista extremadament visible que en genera d'invisibles. L'eradicació dels episodis de violència masclista, conjuntament amb la protecció efectiva de les víctimes, són objectius principals en la lluita contra les violències masclistes. No obstant, és necessari no oblidar que també hem de combatre'n la tolerància social i és aquí on el masclisme entra als mitjans de comunicació.

La publicitat exerceix molta influència entre la població, és la principal divulgadora d'exemples a imitar: des d'estils de vida o models de bellesa fins a tipus de relacions o llenguatge sexista, entre d'altres. A més a més, la publicitat sexista influeix al llarg de totes les edats. Els més petits estan sotmesos a un bombardeig d'inputs masclistes



constants que van des de les joguines sexistes fins a una hipersexualització dels cossos de les nenes. És necessari fer reflexió de l'impacte social d'aquest fenomen ja que el missatge publicitari que desprenen molts productes és clarament sexista, divideix i dirigeix el consum sota el prisma del gènere, és a dir, cap a l'home o la dona, fomentant i perpetuant així els rols i estereotips propis d'una societat heteropatriarcal, on l'eròtica del poder es basa en l'home blanc i heterosexual, exemple de virilitat, que domina el cos femení. D'altra banda, també cal evidenciar que en la publicitat encarada a les dones es mostren uns cossos impossibles, bellesa inabastables que pertanyen al món digital, que replantegen "ideals" de bellesa.

Actualment, però, en comptes de ser una eina per ajudar a acabar amb la violència masclista, els mitjans de comunicació, i en especial els anuncis publicitaris, no fan sinó transformar el cos de la dona en un objecte, fet que mina l'autoestima de les dones i ensenya als homes que les seves companyes no són més que objectes que poden tenir com qui té un cotxe o un telèfon d'última generació. Aquesta publicitat normalitza doncs la violència simbòlica vers les dones amb l'únic pretext que els cossos femenins permeten a les empreses fer campanyes de màrqueting més efectives per vendre els seus productes. El cos de la dona no és més que un reclam, ven.

Cal que la societat deixi de mostrar la dona com un mer objecte de desig per fins comercials i que se les tracti amb el respecte que com a persones mereixen. És necessari per assolir una dignificació de les dones i el seu paper en la societat.

És necessari que comencem a feminitzar la societat des de l'educació bàsica fins a les institucions i el món empresarial. Cal que acabem amb els masclismes i micromasclismes que són presents dia rere dia i lluitem per aconseguir una societat on les dones siguin lliures.



Les dones són presents en tots els àmbits de la societat de forma activa i cal que els mitjans i les institucions així ho reflecteixin i deixin d'invisibilitzar-les.

Les institucions tenen la responsabilitat de comprometre's a aplicar de manera efectiva la legislació existent i a crear-ne de nova si cal, per tal d'evitar que l'objectivació de la dona i la normalització de la violència simbòlica cap a ella sigui present als mitjans de comunicació. És essencial que es treballi també per la sensibilització de la societat en aquests temes i en els efectes perversos que tenen en el foment de la violència masclista.

A nivell de Catalunya, són diverses les lleis que tracten la qüestió de la publicitat sexista i que diuen garantir la no difusió de continguts sexistes que justifiquin la violència contra les dones o l'incitin a practicar-la: des de la llei d'igualtat efectiva entre dones i homes del 2015, avui suspesa parcialment en part de l'articulat pel Tribunal

Constitucional de l'Estat Espanyol tot i ser votada a favor per la unanimitat de tots els grups polítics al Parlament de Catalunya, la de comunicació audiovisual de Catalunya del 2005, la del dret de les dones a eradicar la violència masclista del 2008 a la de publicitat institucional del 2000. Malgrat ser una temàtica present en diferents legislacions -també existeixen a nivell estatal i europeu- és evident que encara estem molt lluny de l'eradicació d'aquest tipus de violència masclista. Des del CNJC, per tant, denunciem la falta de desplegament d'aquestes lleis i demanem a les institucions el compromís i l'esforç per acabar amb la publicitat sexista, com amb tota forma de violència masclista.



Així doncs, davant la perpetuació dels rols de gènere i estereotips, és necessari seguir amb la lluita per combatre la publicitat sexista i la violència masclista que en desprèn.

Proposta de resolució Presentada per les entitats de l'àmbit de polítiques del CNJC

