

**RESOLUCIÓ SOBRE LA MANCA D'IGUALTAT DE GÈNERE I LA  
REPRODUCCIÓ DE ROLS SEXISTES ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ  
I LA PUBLICITAT**  
Comitè executiu – 10 de juny de 2017

En la societat actual, els mitjans de comunicació i les empreses de màrqueting són uns dels principals agents generadors d'opinió pública sobretot entre la població jove. Amb la seva actuació estan perpetuant i normalitzant els rols patriarcals de discriminació envers les dones i supremacia dels homes. A banda, ens trobem amb una manca evident de representativitat de la diversitat sexual i afectiva així com cultural, fet que suposa que els mitjans no reflecteixin la diversitat de la nostra societat ni fomentin valors positius com la igualtat entre ciutadans i ciutadanes i la diversitat com un valor positiu.

Sovint els mitjans de comunicació i entreteniment enfoquen la seva programació o el contingut dels seus missatges no només a valors informatius sinó també a guanyar més audiència. Això fa que en molts casos acabin fomentant la perpetuació de rols i actituds sexistes amb l'excusa o l'argument d'augmentar les seves vendes o la seva audiència. En aquest sentit veiem que en molts espais, tant d'informació, com d'entreteniment, com publicitaris, les dones són representades en un rol d'inferioritat, sempre en un segon pla i sovint sent acompanyants d'un altre individu de sexe masculí. A banda seguim trobant-nos amb una tendència a la hipersexualització dels cossos femenins, i a conseqüència d'això una manca de representació de dones de totes les edats. Aquesta hipersexualització es dona fins i tot en casos de menors d'edat. Finalment, veiem com, en espais d'informació i opinió, les dones s'hi troben clarament infrarepresentades, no reflectint la diversitat de la societat i no donant veu a persones que s'allunyin del model d'home, blanc i heterosexual dominant en la societat patriarcal.

Aquest conjunt de discriminacions sexistes vers les dones als mitjans de comunicació no fan sinó perpetrar la violència constant que pateixen cada dia. 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, tractant en molts casos les dones com a mers objectes, incapaces de generar opinió, que acaben normalitzant tot tipus de violències en la nostra vida quotidiana.

La publicitat exerceix molta influència entre la població, ja que 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 es troben sotmesos a un bombardeig d'inputs masclistes constants que van des de les joguines sexistes, una hipersexualització dels cossos de les nenes, el foment de la divisió sexual de les tasques de la llar i la segregació laboral, la objectivació de les dones com a mers cossos per generar audiència i la normalització d'actituds de gelosia, control i superioritat de l'home. Les relacions afectives que es reproduïxen als mitjans sovint projecten un model de parella basada en el mite de l'amor romàntic i incondicional, en la gelosia i la desconfiança i en el mite de "qui t'estima et farà patir". Si volem que les generacions més joves creixin en un món més igual i menys discriminatori, és essencial fomentar, no només a través de l'educació, sinó també a través dels mitjans de comunicació, actituds igualitàries i de respecte i relacions basades en la llibertat, la igualtat i la diversitat.

La representació de persones que pertanyen als col·lectius LGTBI+ també acostuma a basar-se en estereotips. Si bé és cert que recentment podem trobar alguns anuncis que mostren famílies diverses o relacions no

heterosexuals, aquests tenen una tendència homogeneïtzadora que aglutina totes les experiències LGTBI+ en un model normatiu que assimila totes les vivències a les socialment acceptades. No obstant, quan no segueixen aquest model normatiu, les persones LGTBI+ es mostren amb una estereotipació extrema i discriminatòria.

Pel que fa a la presència de les dones als mitjans de comunicació com a opinadores o expertes, també es troben clarament infrarepresentades, fet que dificulta que els infants i el jovent tinguin referents femenins en la seva vida quotidiana i cosa que representa violència simbòlica. Una situació en la qual el repartiment del treball de cures, assumit majoritàriament per les dones, també hi té influència. Tertúlies televisives a hores intempestives o programades a última hora, per posar-ne un exemple, suposen també un impediment a la participació de les dones. Així, malgrat les dones siguin la meitat de la població, els mitjans transmeten una imatge de la realitat androcèntrica i asimètrica i això fomenta la desigualtat i permet mantenir les dones i a totes aquelles persones no definides des del subjecte home, en marginalitat i per tant, infravalorades i menyspreades. Així es recull en els informes mensuals del col·lectiu #OnSónLesDones que en el seu informe semestral (juliol-desembre 2016) recull que només un 18% dels articles d'opinió dels diaris en paper són firmats per dones (2.355 de 15.160) o que cap tertúlia televisiva o radiofònica no supera el 26% de participació femenina. És necessari, doncs, avançar cap a una representació equitativa als mitjans de comunicació entre homes i dones, que siguin un reflex de la diversitat de la societat on vivim. Si bé la llei Llei 17/2015, d'igualtat efectiva entre homes i dones, ja contempla mesures per una representativitat paritària als mitjans, calen actituds més valentes i sancions efectives a tots aquells mitjans de comunicació que fomentin la perpetuació del model de societat patriarcal i que no incorporin les dones i la diversitat de la nostra societat en els programes o espais generadors d'opinió.

El CNJC es compromet a:

- Generar recursos perquè les entitats puguin reivindicar la igualtat als mitjans de comunicació en tots els seus aspectes, així com argumentari per fer visible entre la seva militància o associats/des les discriminacions quotidianes que a vegades ens poden passar per alt.
- Denunciar políticament la discriminació de gènere en els mitjans de comunicació.
- Donar suport a entitats que vetllin i denunciïn discriminacions de gènere en l'àmbit comunicatiu.
- Servir d'altaveu de denuncia per aquelles persones que ho sol·licitin per tal de garantir el dret a qualsevol persona a no ser discriminada pel seu gènere, la seva sexualitat o per qualsevol altra qüestió.
- Fomentar la creació de campanyes juntament amb l'associacionisme educatiu per contrarestar el model de societat patriarcal que es mostra als infants i que pot conduir a un retrocés o estancament en la igualtat i diversitat aconseguida fins ara.

El CNJC demana a les institucions públiques:

- El compliment de la Llei 17/2015 d'igualtat efectiva entre homes i dones.
- Vetllar pel compliment de la legislació en matèria d'igualtat de gènere i no discriminació que emani del Parlament de Catalunya.
- La sanció efectiva dels mitjans de comunicació que no fomentin la igualtat i el respecte entre les persones.
- Dotin la nova llei per a la igualtat de tracte i no discriminació de mecanismes efectius per a no reproduir actituds sexistes ni patriarcals als mitjans de comunicació públics i privats.
- Tinguin en compte que en molts casos, els models de desigualtat representats als mitjans de comunicació poden acabar normalitzant la

dona com a subjecte inferior i la violència masclista en totes les seves formes.

El CNJC insta els mitjans de comunicació, públics i privats, a:

- Responsabilitzar-se dels efectes que generen les seves actuacions i els seus missatges per tal de tenir-ne consciència i poder desenvolupar una tasca comunicativa lliure d'estereotips i biaixos androcèntrics.
- Generar continguts neutres al gènere que permetin construir un imaginari social basat en la igualtat i la llibertat de les persones.
- Donar compliment a les obligacions que es generen de la Llei 17/2015, del 21 de juliol, d'igualtat efectiva entre homes i dones.
- Seguir les indicacions establertes en el Projecte de Llei per a la igualtat de tracte i la no-discriminació de forma immediata.
- Fer ús de les recomanacions del "Tractament de les situacions de violència masclista als mitjans de comunicació" dut a terme per la Generalitat de Catalunya en col·laboració amb el Consell Audiovisual de Catalunya, l'Associació de Dones Periodistes, el Col·legi de Periodistes de Catalunya, la Fundació Consell de la Informació de Catalunya, l'Observatori de les Dones en els Mitjans de Comunicació, la Diputació de Barcelona i l'Ajuntament de Barcelona.
- Fer ús de les "Recomanacions sobre el tractament de les persones LGBTI als mitjans audiovisuals" recollides a l'article 15 de la Llei 11/2014 per a garantir els drets de lesbianes, gais, bisexuals, transgènere i intersexuals i per a eradicar l'homofòbia, la bifòbia, la lesbofòbia i la transfòbia. L'article 15 de la Llei està dedicat als mitjans de comunicació perquè vetllin pel codi deontològic i perquè no es vulnerin els principis de la Llei, perquè tractin amb normalitat la diversitat afectivo-sexual, la diversitat familiar, i identitat i expressió de gènere, mostrant referents positius i finalment, establir unes recomanacions sobre els usos lingüístics i el tractament i l'ús de les imatges en relació a l'homosexualitat, la bisexualitat, la transidentitat i la intersexualitat.

- Fer ús del "Cercador d'expertes" de l'Institut Català de la Dona per visibilitzar el talent femení i les aportacions de les dones en tots els àmbits professionals i de coneixement per tal d'assolir una representació equitativa i paritària als mitjans de comunicació entre homes i dones.

Resolució presentada per l'àmbit de polítiques del CNJC