



Declaració escrita del Consell Nacional de les Dones de Catalunya per al 62è període de sessions de la Comissió de la Condició Jurídica i Social de la Dona

Nova York, del 12 al 23 de març de 2018

Participació, accés i representació de les dones als mitjans de difusió i a les tecnologies de la informació i les comunicacions.

La Plataforma d'Acció de Beijing, aprovada en la IV Conferència Mundial sobre la Dona realitzada per Nacions Unides el 1995, assenyalava com a esfera d'especial preocupació els "estereotips sobre les dones i la desigualtat d'accés i participació de les dones en tots els sistemes de comunicació, especialment en els mitjans de difusió" i proposa les mesures urgents en el punt j de la Plataforma, que tracta sobre *la dona i els mitjans de difusió*. No només es diagnostica el problema sinó que es proposen els objectius estratègics i les mesures concretes necessàries que s'han de prendre per aconseguir aquests objectius desitjats.

Monitoratge internacional

Des de 1995 l'ONG WACC organitza, cada 5 anys, el Projecte de Monitoratge Global de Mitjans (GMMP), que és la investigació mundial més àmplia i de major trajectòria que aborda la incidència en matèria d'igualtat de gènere en els mitjans de comunicació. A l'últim monitoratge realitzat el 2015, en el qual van participar 114 països, es constata un estancament dels resultats a nivell mundial. Segons aquest estudi, en els mitjans tradicionals (premsa escrita, ràdio i televisió) les dones són protagonistes de la informació en un 24%, xifra que arriba al 26% en els nous mitjans digitals (notícies en línia i Twitter).

Així mateix, el percentatge de notes informatives realitzades per dones es manté en un 37% des de 2005 i tampoc s'han produït canvis en la proporció de notícies que qüestionen els estereotips de gènere, que el 2015 van significar un irrisori 4% del total de les informacions analitzades.

La periodista Elvira Altés, de l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC), va liderar els monitoratges de l'Estat espanyol durant el 2005 i el 2010 amb el suport de la Xarxa Europea de Dones Periodistes i l'últim estudi, el 2015, va ser realitzat per Núria Simelio, docent en periodisme de la Universitat Autònoma de Barcelona. En ells es constata que les dades són similars a les de la mitjana mundial: les dones representen el 28% dels subjectes i de les fonts en les informacions de premsa, ràdio i televisió, aconseguint el 33% en diaris digitals i Twitter (percentatges lleugerament superiors a la mitjana europea que representen el 26% i el 25% respectivament). Referent a la temàtica, les dones són una minoria en totes les informacions llevat de les relacionades amb el crim i la violència, en què representen el 51% del total.

L'última investigació a Espanya es va realitzar a partir de l'anàlisi de 452 notícies aparegudes en 65 diaris i ràdios, 88 en la televisió, 61 en publicacions digitals i 173 de tuïts.

Una altra dada rellevant de l'estudi està vinculada a la franja d'edat, on s'observa que el 100% de les presentadores de notícies de televisió tenen entre 35 i 49 anys, mentre que els homes, en un 97% dels casos, tenen entre 50 i 64 anys.

Finalment, l'informe mostra com les dones continuen marginades en l'agenda mediàtica. Essent el seu espai habitual el domèstic i social, segueixen identificades per les seves relacions familiars i la seva presència com a expertes és més aviat escassa. Tot això permet que la veu autoritzada segueixi essent la masculina.

Situació a Catalunya

La Llei 17/2015, de 21 de juliol, d'igualtat efectiva de dones i homes, recull en el seu preàmbul la necessitat d'“eradicar el sistema patriarcal androcèntric i sexista”. Per aconseguir-ho, les administracions i els poders públics han de fer tot el possible per “eliminar els estereotips i obstacles en què es basen les desigualtats en la condició i posició de les dones, que condueixen a la desigual valoració dels rols de dones i homes en matèria política, econòmica, social i cultural”.

La llei catalana es proveeix de tres articles específics (25, 26 i 27) relacionats amb els mitjans de comunicació i les tecnologies de la informació. Els articles compten amb diferents disposicions i, en cas d'incompliment, també disposa d'un règim sancionador.

Recentment, l'octubre de 2017, l'ADPC ha presentat el seu últim estudi -realitzat per la periodista Mavi Carrasco- en el qual s'analitza una àmplia mostra que engloba unes mil capçaleres, entre premsa escrita i diaris digitals, amb diversa periodicitat en la seva actualització. Els resultats no demostren que hi hagi una representació equilibrada entre homes i dones. Del total de mitjans analitzats, el 64% està dirigit per homes, enfront d'un 27% per dones, un 1% coordinat per dues persones (home/dona) i un 8% format per equips tècnics que, normalment, representen mitjans molt petits.

Si observem la mostra a partir de la propietat dels mitjans, veiem que el 38% són públics enfront del 62% de privats. El repartiment en els mitjans públics és el següent: 52% homes, 33% dones, 1% mixt i un 14% equips tècnics. I en els privats: 71% homes, 23% dones, 1% mixt i un 4% equips tècnics o consells de redacció.

Així, trobem el % més elevat (33%) en els mitjans públics, però estem encara lluny d'una representació equilibrada en la qual dones i homes no haurien de representar ni menys del 40% ni més del 60%. El poc accés de les dones en els òrgans de direcció podria apuntar, també, al tipus de contingut i al seu tractament, encara que no disposem de dades per poder-ho afirmar. Ens quedarà el dubte de saber si un major nombre de dones a la direcció dels mitjans representaria un tractament diferenciat de la informació així com la construcció d'una agenda pròpia o diferenciada.

Una altra dada interessant l'aporta el col·lectiu #On són els dones, compost per una cinquantena de dones de diferents àmbits que es dediquen a comptabilitzar les dones que opinen en els mitjans de comunicació. Aquest col·lectiu ha presentat els resultats d'un any de recompte i seguiment de 21 mitjans. Les dades obtingudes les han dut a afirmar que “les opinions de les dones són sistemàticament ignorades, relegades i menyspreades per la majoria dels mitjans a través dels quals ens informem cada dia, els mitjans a través dels quals la societat conforma les seves opinions i interpreta el món”.

El col·lectiu ha comprovat que la suma de les opinions expressades per les dones articulistes i tertulianes durant un any no arriben a ocupar ni una quarta part dels espais d'opinió i manifesten que “la discriminació és flagrant i suposa una forma més de violència simbòlica contra les dones.” El 77% dels articles d'opinió publicats en els quatre diaris de tiratge nacional dels quals s'ha fet el seguiment estan signats per homes; de cada 10 persones que opinen en les tertúlies de la ràdio pública, 6 o 7 són homes, i a la ràdio privada 3 de cada 4 són tertulians.

Propostes

Els mitjans de comunicació tenen un impacte social molt gran, a més d'interpretar la “realitat”, són un element essencial per conformar l'opinió pública. Per tant, poden jugar un paper cabdal a l'hora de perpetuar i propagar la cultura dominant o bé proposar-nos altres veus i valors i acompanyar processos que ajudin a superar i canviar les desigualtats en les estructures socials i mentals de les persones.

Per tot això, el Consell Nacional de les Dones de Catalunya insta el Govern i/o a les empreses de comunicació a:

- Visibilitzar les dones en la seva màxima diversitat (edat, ètnia, creences, ideologia, opció sexual, etc.) fent aportacions en tots els àmbits, trencant així amb la naturalització de les dones com a víctimes.
- Mostrar una imatge equilibrada i no estereotipada de les dones en els mitjans de comunicació evitant, entre d'altres, l'ús del cos femení com a reclam.
- Promocionar totes les eines i bones pràctiques existents (com el cercador d'expertes de l'Institut Català de les Dones) per garantir una presència paritària de les dones en els mitjans.
- Promoure l'accés de les dones en els òrgans de direcció i garantir la paritat en els equips professionals.
- Formar adequadament en perspectiva de gènere i en la utilització d'un llenguatge inclusiu.
- Revisar les mesures adoptades per avaluar les seves repercussions i, en virtut de la Llei 17/2015, retirar les subvencions i ajudes que puguin tenir els mitjans de comunicació que incompleixin alguna de les disposicions, tal com recull el règim sancionador.
- Oferir suport a les xarxes de dones periodistes i comunicadores que treballen per una comunicació no sexista.