

Per una representació equilibrada de dones i homes als mitjans de comunicació

Recomanacions, eines i propostes

Les funcions bàsiques dels mitjans de comunicació són les d'informar, formar i entretenir. Cal afegir-hi, a més, les de sensibilitzar, servir de vehicle transformador de la societat, ajudar a crear opinió pública i enfortir la democràcia.

Oferir a la ciutadania una informació no sexista que doni veu a homes i dones en igualtat, sense cap discriminació per raó de sexe és encara un objectiu que no s'ha assolit plenament en els països desenvolupats.

El mes de març del 2010 El Consell Comarcal del Baix Llobregat i l'Ajuntament de Sant Boi de Llobregat van organitzar la **Jornada Mitjans de Comunicació de proximitat i la lògica de gènere** per tractar i debatre sobre les raons per les quals els mitjans de comunicació no reflecteixen la realitat social en la què dones i homes compartim tasques i responsabilitats.

Prèviament una comissió de treball del Consell de les Dones del Baix Llobregat, integrada per responsables de comunicació de diversos ajuntaments de la comarca, va veure la necessitat d'elaborar unes recomanacions que ajudin a fer un periodisme no sexista.

Després d'uns mesos de treball, aquestes recomanacions ja estan elaborades i aquí us les presentem amb l'objectiu que serveixin perquè els i les periodistes que treballen als mitjans de comunicació públics i també als privats les tinguin en compte i així es puguin superar les rutines que avui en dia encara ens impedeixen fer un periodisme de qualitat.



 **Consell Comarcal
del Baix Llobregat**

 **CONSELL DE LES
DONES
DEL BAIX LLOBREGAT**

 **Col·legi de Periodistes
de Catalunya**

 **adpo**
associació de dones periodistes

El sexisme que encara persisteix en el periodisme

Els continguts que transmeten els mitjans de comunicació i la publicitat són un reflex de la societat en què vivim i, alhora, un model dels valors que es consideren majoritàriament vàlids. Detectem sexisme en una informació o en una imatge referida a una persona quan se li han assignat una sèrie d'estereotips únicament per raó de sexe, pel fet de ser dones o homes.

Per exemple encara l'ús del cos de la dona com a reclam és un dels eixos de comunicació que s'utilitza en molts anuncis publicitaris. La publicitat continua presentant les dones estereotipades, com objecte sexual, mestresses de casa o en rols subordinats als homes.

Un altre mecanisme que discrimina les dones és la seva invisibilització, tant en les imatges, en els continguts com en el llenguatge. Només un exemple quantitatiu referit a la representació de les dones en les notícies. Segons el darrer estudi del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) de març de 2009, la presència de dones als informatius dels mitjans audiovisuals és d'un 27,5% davant d'un 72,5% dels homes.

La participació i presència de les dones en els mitjans de comunicació creix. Ara bé aquest creixement no ha provocat un canvi en les redaccions dels mitjans ni en les agendes polítiques ni comunicatives. La realitat social de les dones la segueixen explicant homes i també dones però amb una mirada masculina, des d'una visió androcèntrica, sense contemplar l'anomenada perspectiva de gènere.

Què s'entén per informar amb perspectiva de gènere?

Simplement fer visible la situació de discriminació en què el poder masculí, el patriarcat, ha col·locat històricament les dones i, a través de la informació, lluitar contra aquesta discriminació.

Quan reivindiquem la introducció de la perspectiva de gènere en la informació ens referim a que aquesta informació mostri,

- Una altra construcció social d'entendre les relacions entre homes i dones en tots els àmbits personals, laborals i públics.
- L'eix transversal de l'entramat social i l'articulació de la perspectiva de gènere amb altres factors com l'edat, l'estat civil, l'educació, la classe social, la situació econòmica...

Una mirada positiva de les accions dutes a terme o ressaltant el més positiu que la situació permeti, sense diferències en el tractament informatiu per raó de sexe.



- Un escenari asimètric entre dones i homes, on no només intervenen els gèneres sinó també altres processos com els d'identitat, culturals, institucionals, polítics, econòmics, etc.
- L'equitat entre dones i homes, a partir de fonts d'informació diverses.
- Un imaginari col·lectiu on l'ostentació de poder és dels dos sexes. Entenent el poder en el sentit ampli, "com el de poder crear, el de poder saber, el de poder dirigir, el de poder gaudir, el de poder triar..., en definitiva, el de poder ser ...".
- La pluralitat, diversitat i riquesa del territori. La realitat amb tota la seva amplitud, fent visibles les accions de les dones.
- Les diverses formes de comportament, d'actituds, de valors, d'estils, de maneres de viure i de veure les coses dels homes i les dones.
- Només un exemple: quan es diu que l'índex d'atur ha assolit el 20% de la població activa, aquesta dada ha de complementar-se amb el percentatge desagregat per sexe.

Introduir la perspectiva de gènere representa dotar de significat la importància que tenen en les nostres vides les diferències entre dones i homes a la societat, en un pla d'igualtat. Al mateix temps documenta i enriqueix la informació i obliga als i les periodistes a mirar amb uns altres ulls la realitat. A trencar amb les inèrcies professionals i amb les rutines diàries sobre com s'elabora una notícia.

Per això s'han de contrastar molt bé les informacions i modificar els criteris sobre què és notícia, donant valor a temes més socials i allunyats del periodisme més polític o de declaracions, traient a la llum pública aspectes significatius d'actuacions que avui son menyspreades com insignificants i, per tant, excloses. El periodisme de qualitat i fet amb rigor no pot deixar de banda la representació equitativa d'homes i dones.



1.- Recomanacions sobre el tipus de notícies, el tractament i la terminologia

1.1- Promoure una presència no discriminatòria i equilibrada de dones i homes. Transmetre una imatge plural no estereotipada

- Cercar notícies en positiu de fets en els que la dona és protagonista.
- Modificar les rutines periodístiques sobre el què es considera notícia així com sobre l'enfocament i el tractament de la realitat social que s'està donant, obrint la mirada a temes més socials.
- Donar autoritat a la feina realitzada per les dones.
- Prestigiar i donar reconeixement social a professions considerades feminitzades.
- Donar veu a les dones a través de l'opinió, entrevistes o com a font d'informació.
- Seleccionar les imatges que acompanyen les informacions perquè no reproduïxin estereotips.
- Elaborar des dels gabinets de premsa notícies en les que les dones són protagonistes, tenint en compte la funció de font i canal d'informació dels gabinets de comunicació.
- Incorporar la variable de gènere en dades i estadístiques que es difonguin.

1.2.- Fer visibles les dones en tots els àmbits

- Reinterpretar i recuperar la memòria històrica. Reparar l'absència de les dones en la història tot fent una associació històrica de la presència i/o absència femenina.
- Discriminació positiva. Incloure de manera periòdica articles sobre avanços de les dones en la societat, aspectes referits a la lluita per una major igualtat i altres temes relacionats.
- Detectar aquells àmbits on un dels dos sexes està poc present per tal de visibilitzar-lo. Per exemple, l'esport femení, homes assistents de la llar.
- Proporcionar visions alternatives de realitats estereotipades. Mostrant diferents unitats familiars: Mares, Pares, Singles, pluralitat en les relacions amoroses... No reproduir només un tipus de model: home/dona, blanc, atractiu, amb un treball interessant... Mostrar models alternatius. Per exemple: homes fent tasques de cura, dones de grups minoritaris en xerrades...



- Contrastar les informacions sempre que sigui possible amb opinions de dones.
- Informar dels recursos a disposició de les dones. Telèfon de violència, centres d'atenció...
- Cercar fórmules d'incloure a les dones en les publicacions municipals. Revista específica. Espai propi o compromís explícit d'introduir com a mínim una notícia de dones en el butlletí municipal, web, ràdio o tv.

1.3.- Vetllar per un llenguatge no sexista o inclusiu. Evitar l'ús genèric del masculí

La jerarquització social es reflecteix dia a dia en el llenguatge. Els prejudicis sexistes que el llenguatge transmet sobre les dones són un reflex del paper social que durant generacions se'ls ha atribuït.

Utilitzar un llenguatge sexista pot ser equivalent a transmetre un model de societat sexista. Podríem definir el llenguatge no sexista com aquell que no oculta, no margina a cap dels dos sexes, que no fa diferències, que no denigra ni subordina...

Per un ús no sexista del llenguatge recomanem,

- Utilitzar el masculí o el femení quan la informació ho requereixi. En moltes ocasions fem servir el genèric masculí per pura economia del llenguatge, per les rutines, la cultura dominant, les tradicions i pels hàbits adquirits durant molts anys
- No forçar la frase amb adjectius o articles desdoblats si no aporten elements informatius.
- Fer servir paraules neutres, genèriques o el masculí i el femení quan calgui no han de fer necessàriament la lectura poc periodística, només cal pensar una mica en la manera de construir la frase en cada cas.
- Informar, amb noms i cognoms de la composició dels staffs directius, els consells d'administració, consells de redacció, alts càrrecs...



1.4.- Pautes per a l'elaboració de les informacions sobre violència masclista (Veure Annex)

1.5.- Promoure l'accés de les periodistes a llocs de decisió

- Endegar polítiques de promoció interna adreçades en especial a les dones.
- Fomentar a la feina un canvi d'horaris i d'organització del treball que faci compatible la vida laboral i personal.
- Mesures per conciliar la vida laboral i personal. Permisos de paternitat, horaris flexibles...

2.- Eines

- Diferents Manuals de llenguatge no sexista.
- Recomanacions sobre el tractament de la violència masclista als mitjans de comunicació, actualitzades el novembre de 2009.
- Cercador d'expertes de l'Institut Català de les Dones que facilita perfils de dones professionals o interlocutores d'entitats, organismes, participants en actes, etc, per visibilitzar les dones.

3.- Propostes d'actuació per un periodisme no sexista

- Organitzar un Premi de periodisme no sexista (incloent), des del Consell de les Dones amb la col·laboració del Col·legi de periodistes de Catalunya i associacions i xarxes de dones periodistes.
- Fer una anàlisi de la situació actual a la comarca: realitat i bones pràctiques comunicatives locals i comarcals dels mitjans públics i privats.
- Accions formatives per donar eines que facilitin la incorporació de la perspectiva de gènere en la creació periodística (selecció de notícies, llenguatge, etc.).



Manuels. Recomanacions. Recursos electrònics.

- Codi deontològic. Col·legi de Periodistes de Catalunya, 1992
- Els Gabinetes de Comunicació. Criteris de bones pràctiques professionals. Col·legi de Periodistes de Catalunya, 2009
- El ABC de un periodismo no sexista. Norma Valle. Berta Hiriart. Ana María Amado. Fempress, 1994. www.adpc.cat
- Manual d'estil. La redacció i l'edició de textos. Josep M. Mestres, Joan Costa, Mireia Oliva, Ricard Fité. Editorial Eumo, 2000
- Manual de Llenguatge igualitari. La comunicació, eina de canvi. Delta Emprèn, 2006
- Marcar les diferències: la representació de dones i homes a la llengua. Generalitat de Catalunya, Institut Català de les Dones. 2005
- Esports, dones i llengua. Unió de Federacions Esportives de Catalunya, 2007
- De qui parlen les notícies? Guia per humanitzar la informació. Amparo Moreno. Investigació: Florencia Rovetto; Alfonso Buitrago; Marta Corcoy. UAB, 2006. www.adpc.cat
- Guia de l'ús igualitari del llenguatge. Ajuntament de Cornellà de Llobregat, 2008
- Guia de llenguatge no sexista. Ajuntament de El Prat de Llobregat, 2009
- www.cercadorexpertes.cat, Institut Català de les Dones, 2006
- Nombraenred. Eina digital en castellà. Instituto de la Mujer, 2006. www.inmujer.migualdad.es/mujer/publicaciones/catalogo/serie_lenguaje.htm
- Violencia de género. Claves y recursos para periodistas. Ameco, 2009



ANNEX

Recomanacions sobre el tractament de la violència masclista als mitjans de comunicació, actualitzades el novembre de 2009

Les Recomanacions sobre el tractament de la violència de gènere als programes informatius i d'entreteniment als mitjans de comunicació, publicades l'any 2004 van ser fruit d'una iniciativa col·lectiva per part dels agents socials implicats. L'evolució i l'avenç de la societat pel que fa al coneixement del fenomen de la violència masclista i el fet que en el transcurs d'aquests anys s'hagin aprovat noves lleis, han fet necessari obrir un procés de treball per a la revisió d'aquestes 12 recomanacions. El nou document conté 15 recomanacions i suposa l'adaptació al tractament actual d'aquesta violència en els mitjans de comunicació, així com a les normatives vigents.

Aquesta revisió i actualització ha estat realitzada per les següents institucions i entitats:

- Associació de Dones Periodistes de Catalunya
- Col·legi de Periodistes de Catalunya
- Consell de la Informació a Catalunya
- Observatori de les Dones en els Mitjans de Comunicació
- Àrea d'Igualtat i Ciutadania de la Diputació de Barcelona
- Programa de Dones de l'Ajuntament de Barcelona
- Secretaria de Polítiques Familiars i Drets de Ciutadania (Departament d'Acció Social i Ciutadania)
- Programa de Seguretat contra la Violència Masclista (Departament d'Interior, Relacions Institucionals i Participació)
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya
- Institut Català de les Dones (Departament d'Acció Social i Ciutadania)

Les Recomanacions

1. Tractar la violència masclista com una violació dels drets humans i un atemptat contra la llibertat i la dignitat de les persones.

Tal com diu la Llei 5/2008, la violència masclista és "un impediment perquè les dones puguin assolir la plena ciutadania" (preàmbul, I).

Convé donar informació sobre violència masclista mitjançant diversos formats i gèneres periodístics, per ajudar a visualitzar el fenomen en tota la seva complexitat. Els maltractaments són, alhora, un delictes i un problema social. Caldria no fer difusió de casos particulars a través dels mitjans si no n'existeix una denúncia prèvia davant dels organismes oficials pertinents per tal de protegir la integritat de les persones afectades.



2. Seleccionar i diversificar les fonts d'informació.

Cal evitar recollir testimonis del veïnat i dels familiars, si no tenen dades concretes i aprofitables. És contraproduent involucrar-hi terceres persones si no tenen una vinculació directa amb el cas, encara que hi tinguin lligams de parentiu o sentimentals, així com aquelles que només hi estan relacionades circumstancialment. És recomanable l'ús de fonts qualificades, especialitzades i de solvència contrastada, que siguin les més adequades en cada cas. Cal identificar les fonts de la manera més concreta possible.

És convenient que els i les periodistes i les empreses de mitjans de comunicació exerceixin la seva tasca d'acord amb els principis professionals i les normes ètiques. És important considerar, tant en les decisions com en la tria de fonts informatives i testimonis, l'objectiu periodístic que es persegueix, el context en què s'emmarca el fet i l'impacte i les conseqüències que se'n poden derivar segons com es tracti la informació.

3. Fer visibles les aportacions de les dones i presentar-les amb tota la seva autoritat.

Es recomana que en el tractament de la informació les dones siguin presentades amb tota la seva autoritat i respecte, fent-ne visibles les aportacions en tots els àmbits de la societat i considerant l'experiència com a font documental de primera importància.

4. Respectar el dret a la intimitat de les persones agredides i la presumpció d'innocència de les persones agressores.

Convé preservar l'anonimat de les persones afectades i respectar sempre la decisió sobre la difusió de la seva identitat. S'ha de recordar que, pel que fa als i les menors, l'article 81 de protecció de la infància i l'adolescència de la Llei 22/2005 de la comunicació audiovisual a Catalunya prohibeix difondre'n el nom, la imatge o altres dades que en permetin la identificació en casos en què, amb el consentiment o no dels pares o tutors, en puguin quedar afectats l'honor, la intimitat o la pròpia imatge i, particularment, si apareixen com a víctimes, testimonis o inculpats amb relació a la comissió d'accions il·legals.

Cal respectar, també, la decisió dels cossos de seguretat respecte de la difusió, o no, de determinada informació que pot influir en el procés de la investigació. S'ha d'evitar sempre que les informacions publicades permetin arribar a conclusions prematures sobre els fets abans d'una resolució judicial.



Cal tenir en compte que les dones retingudes en operatius policials sobre casos d'explotació sexual poden ser les víctimes d'aquesta explotació. Per tant, es fa necessari tenir cura en tot moment de la intimitat d'aquestes dones, de la seva presumpció d'innocència i, en particular, per raons de seguretat i de protecció, no difondre'n la imatge. En aquest sentit, es recomana evitar tota difusió d'imatges de càmera oculta i/o d'imatges sense autorització expressa.

5. Respectar la dignitat de les persones agredides i de persones del seu entorn familiar o veïnal i no mostrar-les mai sense el seu consentiment previ.

S'ha d'evitar l'assetjament de la persona agredida i de les persones del seu entorn per part dels i de les professionals dels mitjans de comunicació. Cal esperar que la persona afectada es recuperi abans de mostrar-la als mitjans. És preferible oferir el testimoni d'altres dones o entitats expertes que poden parlar de la seva recuperació i del procés de reparació dels danys soferts.

6. Usar conceptes i terminologia que s'ajustin a la definició dels fets.

En tots els gèneres i els continguts dels mitjans de comunicació convé fer un tractament mediàtic igualitari de dones i homes, evitant els estereotips i tòpics que frivolitzen i banalitzen el tractament dels casos de violència masclista. Cal evitar les adjectivacions que puguin contribuir a una justificació implícita de l'agressió.

S'ha de recordar que l'elaboració i la difusió de continguts i de publicitat que incitin a la violència masclista, la justifiquin o la banalitzin resten prohibides, d'acord amb l'article 22 de la Llei 5/2008 del dret de les dones a eradicar la violència masclista.

7. Fer visible la violència masclista que opera de forma més soterrada i que costa més de reconèixer: la violència psicològica, l'econòmica o la que es dona en els àmbits social i laboral, i els seus efectes devastadors en les dones i en les seves filles i fills.

8. Evitar el sensacionalisme i el dramatisme, tant pel que fa a la forma com pel que fa al contingut de les informacions sobre violència masclista.

Totes les imatges i tots els textos han de ser respectuosos amb la dignitat de les persones. Per això, s'han d'evitar les descripcions detallades, escabroses o impactants.



Cal evitar també confondre situacions de violència masclista amb altres possibles conflictes. Amb relació al fenomen de l'explotació sexual, cal emmarcar-lo sempre en el context de la violència masclista, i convé no confondre la prostitució, el tràfic i l'explotació sexual de dones i nenes.

S'ha de tenir una cura especial de les informacions sobre mutilacions genitals femenines i matrimonis forçats, que normalment afecten menors.

D'acord amb l'article 23 de la Llei 5/2008 del dret de les dones a eradicar la violència masclista, els mitjans de comunicació social gestionats o finançats per les administracions públiques de Catalunya, en les notícies sobre fets relacionats amb la violència masclista, han d'excloure tots els elements que els puguin donar un caire morbós i que vagin en contra dels principis de la professió periodística a Catalunya.

9. En qualsevol mitjà, cal escollir només aquelles imatges que aportin informació i evitar concentrar l'atenció en les persones agredides i en les del seu entorn.

Preservant el contingut i l'objectivitat de les informacions, cal procurar que totes les imatges siguin impersonals, neutres, que no permetin identificar el lloc dels fets ni relacionar-hi persones concretes. Convé valorar quines són les imatges imprescindibles i quines les mancades de valor informatiu.

10. Evitar qualsevol relació de causa-efecte entre els fets i la procedència de les persones implicades, la seva situació sociocultural i/o les circumstàncies personals.

És contraproductiu esbiaixar la incidència dels casos de violència masclista cap a grups socials concrets, orígens culturals i circumstàncies determinades, ja que es tracta d'un fenomen universal i estructural.

11. Contextualitzar la informació.

És recomanable explicar els antecedents i els processos seguits per la persona agredida que siguin pertinents (denúncia, ordre d'allunyament, etc.) abans d'arribar a la situació actual. Cal oferir dades i aquells elements de contextualització que permetin entendre el problema i ajudin a reflexionar.



12. Cal garantir el seguiment informatiu dels casos. S'ha d'informar de la seva resolució i, si s'escau, de la recuperació de les persones agredides.

Per tal d'evitar una nova victimització i/o culpabilització de les dones agredides i facilitar-ne la rehabilitació o la recuperació, és convenient fer un seguiment dels casos tractats i donar rellevància a les informacions relacionades amb la superació de situacions de violència masclista. D'aquesta manera es pot donar una visió integral del fenomen i de la capacitat de les dones de sortir-se'n, més enllà de les agressions. Alhora que s'informa sobre situacions de violència masclista, convé difondre informes, balanços periòdics i estadístiques, així com fer visible la xarxa de recursos i de serveis específics destinats a les dones en situació de violència masclista, en especial el telèfon 900 900 120, d'atenció a les dones en situació de violència masclista.

13. Convé informar i mostrar que l'acte violent té conseqüències negatives per als agressors i fer-ne visibles, així mateix, les manifestacions de rebuig social que es produeixin.

14. Rectificar de manera immediata qualsevol informació errònia que s'hagi pogut difondre sobre un cas.

En cas d'error o d'equivocació en una informació d'aquestes característiques, el mitjà hauria de rectificar-lo amb la màxima celeritat i donant-li la màxima importància per evitar més pressió psicològica sobre les persones afectades.

15. Fomentar la formació dels i de les professionals de la comunicació.

Les empreses de mitjans de comunicació, en funció de la seva dimensió i possibilitats, han d'afavorir i incentivar la formació d'aquelles persones que han d'abordar continguts relacionats amb la violència masclista. Pel que fa a la professió, convé exercir la tasca periodística des de la responsabilitat personal i respectant els codis ètics i deontològics.

Baix Llobregat, maig 2010

