

INTERVENCIÓN DE LA SRA. MARTA SELVA MASOLIVER, PRESIDENTA DEL INSTITUT CATALÀ DE LES DONES

2º Congreso Internacional de estudios de género y políticas de igualdad: la imagen pública de la mujer
(Málaga, 26 marzo 2008)

Marco normativo:

1. La equidad de género es un valor reconocido en el ordenamiento jurídico catalán.

Así, el **Estatuto de Catalunya** establece en su título preliminar que *los poderes públicos catalanes han de promover los valores de la libertad, la democracia, la igualdad, el pluralismo, la paz, la justicia, la solidaridad, la cohesión social, la equidad de género y la sostenibilidad*. En su título primero dedicado a los derechos, deberes y principios rectores, concreta la equidad de género en diversas referencias específicas: *reconoce que todas las mujeres tienen derecho al libre desarrollo de su personalidad y capacidad personal y a vivir con dignidad, seguridad y autonomía, libres de explotación, malos tratos y de toda clase de discriminación. Las mujeres tienen derecho a participar en condiciones de igualdad de oportunidades con los hombres en todos los ámbitos públicos y privados*. Además en su capítulo V dedicado a los principios rectores establece que *los poderes públicos han de garantizar la incorporación de la perspectiva de género y de las mujeres en todas las políticas públicas para conseguir la igualdad real y efectiva y la paridad entre mujeres y hombres. Además han de fomentar el reconocimiento del papel de las mujeres en los ámbitos cultural, histórico, social y económico*.

2. La **Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Catalunya** se fundamenta en el derecho de la ciudadanía de Catalunya de disponer de un sistema audiovisual que satisfaga de manera adecuada y efectiva los principios de origen constitucional y estatutario.

Los artículos que incorporan la perspectiva de género son:

Artículo 26: se recoge como misión específica del servicio público de comunicación audiovisual de competencia de la Generalitat de Catalunya; *“la promoción activa de la igualdad entre mujeres y hombres, que incluye la igualdad de trato y de oportunidades, el respeto a la diversidad y a la diferencia, la integración de la perspectiva de género, el fomento de acciones positivas y el uso de un lenguaje no sexista”*.

Artículo 80: se recoge entre los principios básicos de la regulación de los contenidos audiovisuales , “*el respeto de toda persona a no ser discriminada por razón de sexo, nacimiento, raza, religión, nacionalidad o cualquier otra condición o circunstancia personal o social*”.

Artículo 92: considera publicidad y televenta ilícita los “*anuncios que presenten a las mujeres de una manera vejatoria. Tienen esta condición vejatoria la utilización particular y directa del cuerpo o partes del cuerpo como un simple objeto desvinculado del producto que se pretende promover, y la utilización de la imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento*”. También es publicidad ilícita “*la que discrimina por motivos de nacimiento, raza, sexo, religión, nacionalidad, opinión o cualquier otra circunstancia personal o social*”.

3. La **Ley 11/2007, de 11 de octubre, de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA)**, incorpora una cláusula de género específica en su artículo 11 por el cual se regulan las competencias del Consejo de Gobierno (máximo órgano de gobierno y administración de la CCMA). Entre estas competencias se incluye “*la de aprobar, a propuesta del director o directora general, las plantillas y el organigrama de la CCMA y de sus empresas filiales, atendiendo criterios de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres*”.

4. La **Instrucción general del Consejo del Audiovisual de Catalunya sobre protección de la infancia y la adolescencia, señalización orientativa y derecho a la información de las personas usuarias de los servicios de televisión, (Acuerdo 296/2007, de 19 de diciembre)** dispone entre las medidas de protección ante la publicidad y la televenta dirigida a menores, el mandato de “*transmitir una imagen igualitaria, plural i no estereotipada de mujeres y hombres*”.

5. Las convocatorias de subvenciones públicas también incluyen cláusulas específicas de género. En este sentido, destacamos la **Orden 44/2006, de 23 de febrero del Departamento de la Presidencia por la cual se aprueban las bases reguladoras para la concesión de subvenciones a emisoras de radio y televisión y a empresas periodísticas editoras de prensa digital en catalán o en aranés, de gestión privada**. A los efectos de las subvenciones previstas en estas bases, se considera programación inadecuada “*las prácticas comunicativas que presentan a las personas como inferiores o superiores en dignidad humana en función de su sexo y como meros objetos sexuales; los contenidos que muestran la información sobre la violencia con elementos que justifican, banalizan o incitan a las violencias contra las mujeres; el tratamiento vejatorio o objetual que utiliza de manera particular y directa, el cuerpo o partes del cuerpo de las mujeres como un simple objeto desvinculado del producto que se pretende promover, la utilización de imágenes asociadas a comportamientos estereotipados que presentan patrones socioculturales de conducta y practicas consuetudinarias basadas en una idea de inferioridad o superioridad por razón de sexo y que impiden fomentar una imagen diversificada y realista de las posibilidades, aptitudes y aportaciones de las mujeres en el mantenimiento y crecimiento socioeconómico*”.

NOTA: Toda esta normativa reseñada pasó por el trámite obligatorio de informe de impacto de género, incorporando las aportaciones realizadas en los correspondientes informes.

6. El **proyecto de Ley de los derechos de las mujeres para la erradicación de la violencia machista**, regula en el capítulo 6 del Título I las medidas específicas destinadas a los medios de comunicación, que en el campo de la publicidad recogen la obligación de respetar la dignidad de las mujeres y la prohibición de realizar y difundir contenidos que justifiquen, banalicen o inciten a la violencia machista, tanto si se exhiben en medios públicos como privados, haciéndose extensible a la publicidad institucional i dinámica de Catalunya.

7. El **proyecto de Ley de Espectáculos públicos y actividades recreativas**, promovido por el Departamento de Interior de la Generalitat también recoge la prohibición de *“cualquier forma de promoción o publicidad sexista i que incite a la violencia y al sexismo (...)”*.

Todas estas previsiones responden a los objetivos aprobados por el Gobierno catalán recogidos en el **Plan de acción y desarrollo de las políticas de mujeres en Catalunya 2005-2007**, aprobado por Acuerdo de Gobierno de 22 de marzo de 2005, que formaliza el compromiso del Gobierno de Catalunya de liderar las políticas transversales de las mujeres:

- fomentar en los medios de comunicación social una imagen de las mujeres no discriminada.
- fomentar la presencia de las mujeres en todas las áreas y niveles de responsabilidad de los medios de comunicación.

Contrato Programa:

Las relaciones entre la CCMA y el gobierno catalán quedan fijadas a través del contrato programa que define las funciones del servicio público de la CCMA, establece el compromiso de prestar estos servicios, los objetivos que la CCMA se compromete a conseguir en un intervalo definido de tiempo, y fija las aportaciones económicas de la Generalitat de Catalunya.

En consideración al marco normativo citado, es posible indicar las principales propuestas que deberían constar en el nuevo contrato programa de la CCMA:

a. Fijación de criterios y principios generales que han de regir el contrato programa y en la programación de la CCMA, para garantizar que se incorporen los criterios siguientes:

- a) El aumento, cuantitativo y cualitativos de la visibilidad y audibilidad de las mujeres.

- b) El uso no sexista de la lengua buscando la sustitución de aquellas fórmulas que invisibilizan a las mujeres o las sitúan en un plano secundario respecto a los hombres.
- c) La adopción de criterios de autorregulación y códigos de buenas prácticas tendentes a establecer los criterios de los contenidos para que respeten en todo momento los derechos fundamentales de las personas y de las minorías y se excluyan los contenidos sexistas, xenófobos, violentos o que fomenten la intolerancia y degraden la imagen de las mujeres.
- d) La transmisión en los contenidos de la programación infantil y juvenil de una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de las mujeres al margen de cánones de belleza y de prejuicios relacionados con el sexo.
- e) El establecimiento y mantenimiento de programas realizados por las mujeres y para las mujeres donde se canalicen sus intereses de forma apropiada.
- f) La institucionalización de contactos con las asociaciones y los grupos de mujeres para identificar sus intereses reales en el ámbito de la comunicación.
- g) La no emisión de publicidad que presente a las personas como inferiores o superiores en dignidad humana en función del sexo o de los estereotipos asociados a su sexo o como meros objetos sexuales, así como la que banalice o incite a las violencias contra las mujeres.
- h) El trato preferente en los espacios publicitarios a la difusión de las campañas interinstitucionales que promueva el Institut Català de les Dones con la finalidad de eliminar las desigualdades y promover la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

b. Incrementar la presencia de las mujeres en la estructura de la CCMA, estableciendo los criterios que garanticen la participación paritaria en los órganos decisorios y de gobierno.

c. Garantizar las condiciones de igualdad de trato y de oportunitats del personal de la CCMA, mediante la aprobación de un Plan de igualdad que establezca los objetivos concretos de igualdad a conseguir, las estrategias y prácticas a adoptar para su consecución así como el establecimiento de sistemas eficaces de seguimiento y evaluación de los objetivos fijados.