

El CAC alerta que els continguts sexistes es concentren a Internet

La presència femenina en els informatius no supera el 20%

El president del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), Roger Loppacher, ha alertat aquest dimarts que els continguts sexistes es concentren a Internet, i s'han moderat en ràdio i televisió tot i que de "manera insuficient". Amb motiu del Dia Internacional de la Dona Treballadora el divendres, el CAC, que va començar a analitzar la presència de les dones en els mitjans en 2004, ha subratllat que la ràdio i televisió han aconseguit millorar alguns aspectes, hi ha un "allau de continguts a Internet que reproduïen els estereotips de gènere, alguns d'extrema gravetat".

"Resulta lamentable que en les plataformes d'intercanvi de vídeos, en els blocs i als webs i xarxes socials hi ha un retrocés en la lluita contra la discriminació", ha dit Loppacher, que ha recordat que va començar a analitzar continguts a Internet el 2015. El CAC ha elaborat tres informes sobre la violència masclista a Internet -el primer l'any 2016 i el segon, el 2018- i una cambra sobre les *fake news* en relació al discurs de gènere en 2018.

Dels continguts denunciats pel CAC en matèria de violència masclista difosos per Internet, més del 40% ha estat suprimit i en més d'un 35% s'ha posat limitació al seu accés.

Canvis normatius

El president del CAC ha celebrat l'aprovació de la Directiva europea de serveis de comunicació audiovisual, i ha recordat que ha demanat al Parlament una reforma de la llei audiovisual catalana per adaptar-la als reptes del nou entorn digital. Loppacher ha dit que mentre es fan els canvis normatius, cal concentrar esforços en els continguts a Internet, a més de complementar-se amb l'educació en menors per a la promoció de la igualtat de les dones.

En la seva anàlisi de ràdio i televisió, el CAC ha considerat que la presència i representació de les dones ha evolucionat positivament, però "encara està lluny" de ser paritària ni igualitària. En el primer informe, el 2004, les dones tenien una presència del 17% de les veus en els informatius, i en el corresponent a 2018 s'ha augmentat al 30%, un percentatge similar al de la informació sobre actualitat política.

El CAC ha assegurat que, tot i la tendència de millora sostinguda en el pla quantitatiu, les dones acostumen a associar-se en l'esfera privada, mentre que els homes a activitats professionals, públiques o socials. En la seva anàlisi, el CAC s'observa una tendència a augmentar l'atenció informativa en relació amb la violència masclista en televisió, passant del 0,43% el 2003 a l'1,13% el 2017, triplicant l'atenció informativa.

En l'anàlisi dels estereotips de gènere en la publicitat de joguines a la televisió, el 2004 la meitat eren portadors d'algun estereotip, i en el de 2018 s'ha reduït al 31,2% en general, tot i que ha augmentat la presència d'estereotips femenins.