

comunicar des de
la igualtat

GUÌA

de **BONES
PRÀCTIQUES**

per a
mitjans de
comunicació

LA PAERIA



Ajuntament de Lleida

- Presentació
- Introducció

- Recomanacions

I PART.

1. Per a una visualització no discriminatòria
2. Superar la invisibilitat
3. Llenguatge verbal i iconogràfic

II PART. VIOLÈNCIA MASCLISTA

1. Terminologia
2. És un problema social
3. Respectar els drets de les víctimes i la presumpció d'innocència dels agressors
4. Selecció de les fonts d'informació
5. Fer seguiment i destacar les històries de superació
6. Valoració responsable de les imatges
7. Rectificar qualsevol informació errònia
8. Publicar telèfons gratuïts d'assistència a víctimes

La ciutat de Lleida és un model democràtic de convivència ciutadana, on els valors com ara la justícia o la participació plena en tots els àmbits de la vida social són els eixos de la nostra vida en comú. Aquest fet només es pot aconseguir a través d'una igualtat real d'oportunitats entre dones i homes que els permeti desenvolupar totes les seves potencialitats sense l'obstacle dels estereotips tradicionals que en alguns casos encara entorpeixen la plena igualtat entre sexes.

Per això, comptem amb el I Pla Municipal de Polítiques d'Igualtat de Gènere a Lleida 2006-2010, un instrument d'impuls i planificació de les polítiques d'igualtat, on la transversalitat de l'acció municipal és clau per al desenvolupament d'aquest projecte d'intervenció, però també la implicació del teixit social i productiu de la ciutat.

Les mesures que contemplen aquest Pla incideixen en 12 àrees entre les quals es troba la Transmissió de valors i actituds igualitàries, que té com a objectiu evitar una imatge estereotipada i sexista de les dones en els mitjans de comunicació i la publicitat. Dins aquest objectiu s'emmarquen unes actuacions concretes, entre altres, la d'elaborar una Guia de Bones Pràctiques, dirigida als mitjans de comunicació, per evitar el tractament sexista de la informació.

Per a la redacció d'aquesta Guia, la Regidoria de Polítiques d'Igualtat de l'Ajuntament de Lleida ha comptat amb la col·laboració del Col·legi de Periodistes de Catalunya de la Demarcació de Lleida, entenent que el compromís municipal amb l'espai social de Lleida passa per establir formes de cooperació amb les diverses institucions, entitats, associacions, col·legis professionals, etc. amb la finalitat de donar el suport necessari en l'aplicació de compromisos en polítiques d'igualtat de gènere que aquestes entitats vulguin emprendre en el seu si o en l'espai de la seva acció.

La publicació que teniu a les vostres mans recull un conjunt de recomanacions a tenir en compte per evitar les formes de discriminació envers les dones en els mitjans de comunicació i espero que us pugui ser d'utilitat a tots els i les professionals que diàriament feu una tasca, sens dubte, encomiable.

Àngel Ros i Domingo

Alcalde de Lleida

Fa dos anys que el Col·legi de Periodistes de Catalunya a la Demarcació de Lleida es va implicar fortament en la posada en marxa del I Pla Municipal de Polítiques d'Igualtat de Gènere que impulsa l'Ajuntament de Lleida, convençut de l'important paper que desenvolupen els mitjans de comunicació en aquest àmbit.

La premsa, la ràdio, la televisió i, més recentment, internet són una eina substancial per trencar els silencis que envolten qüestions com ara la violència de gènere o les desigualtats que pateixen les dones respecte els homes en molts aspectes. Sabem que la manera com els i les periodistes expliquem les notícies, els fets que triem com a més o menys noticiosos, els trets que en destaquem o minimitzem —encara que sigui inconscientment— i el llenguatge que utilitzem per fer-ho, acaben creant una opinió entre les persones que ens llegeixen, miren o escolten.

És cert que en els darrers anys tots plegats hem fet un esforç important, però ens sembla que encara no és suficient. Per això, vàrem voler participar des d'un primer moment en el Pla de Polítiques d'Igualtat de la Paeria, en la creació del premi periodístic “Mila”, que reconeix els treballs publicats en els mitjans de comunicació de Lleida, que vetllen per fomentar les polítiques de promoció de les dones i per combatre les diferències i la discriminació que aquestes encara puguin patir.

Aquesta guia és la nostra segona contribució. És potser només una eina orientativa, però hem intentat que reculli els criteris bàsics per evitar les formes de discriminació en el tractament que les dones haurien de rebre en els mitjans de comunicació. Hem dividit aquest document en dues parts: la primera, més general, aporta les claus per fer les dones més visibles en els mitjans de comunicació, perquè hi tinguin més presència i més opinió. La segona, més específica i alhora també més delicada pel que fa al seu impacte social, parla sobre la violència contra les dones. Aquestes recomanacions són fruit del treball que han fet els companys Laia Piqué i Xavier Ricou a la comissió municipal que ha redactat el Protocol d'atenció a dones en situació de violència masclista a Lleida. Hem cregut que les seves aportacions en el si d'aquest grup de treball eren prou concloents com per incloure-les en aquesta guia per a periodistes.

Confiem que aquest document sigui útil per a tots els i les professionals i que serveixi per contribuir a difondre els referents socials que ajudin a rebutjar la violència contra les dones i a promoure'n la igualtat d'oportunitats en tots els nivells de la societat.

Ramon Mesull

*President del Col·legi de Periodistes de Catalunya
Demarcació de Lleida*

Els mitjans de comunicació, que gaudeixen d'una influència mediàtica indiscutible, corren el risc de transmetre, moltes vegades, valors antics i una imatge denigrant de les dones. En aquest sentit, les qüestions vinculades a la igualtat d'oportunitats tenen encara una escassa cobertura informativa.

La discriminació, entesa per donar un tracte d'inferioritat a persones i/o col·lectius per motius de sexe, socials, religiosos, polítics o econòmics, entre altres, és un fet present en el món i els mitjans de comunicació la presenten amb una naturalitat interioritzada i que en dificulta el desemascarament. El Fòrum d'entitats de persones usuàries de l'audiovisual, que té una personalitat pròpia en el si del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), ha determinat que existeixen dos mecanismes bàsics de discriminació de les persones: la visualització estereotipada i la invisibilitat.

- La **visualització estereotipada** es produeix per l'associació d'alguns col·lectius amb determinades temàtiques, formats i recursos audiovisuals. D'aquesta manera, es reproduïxen, es mantenen i es creen estereotips i arquetips.
- La **invisibilitat discriminatòria** es produeix per la manca de diversitat d'opinions i de les constants o els canvis produïts en tots els col·lectius exclosos del model dominant patriarcal, capitalista i occidental.

Així mateix, una de les formes de discriminació més significativa és el **llenguatge verbal i iconogràfic** que fan servir els mitjans de comunicació.

Les formes de discriminació envers les dones segueixen aquestes pautes i, per tant, des de la responsabilitat assumida pels i per les professionals de la comunicació i partint de la base del Codi Deontològic de la professió periodística a Catalunya, cal treballar per una visualització correcta del col·lectiu femení i per superar la seva invisibilitat.

Per això, la Demarcació de Lleida del Col·legi de Periodistes de Catalunya, conscient de la responsabilitat professional que ens correspon als representants dels mitjans de comunicació a l'hora de traslladar a la ciutadania els fets que succeeixen dia rere dia, ha elaborat aquest document de recomanacions a tenir en compte en la redacció, elaboració i tractament de les informacions que puguin discriminar les dones.

De la mateixa manera, s'ha dedicat un apartat específic a la **violència de gènere**, entenent que la prevenció comença per trencar la seva invisibilitat. D'altra banda, tal com assenyala el document "Recomanacions sobre el tractament de la violència de gènere en els mitjans de comunicació", elaborat per una comissió formada per mitjans de comunicació, pel Col·legi de Periodistes de Catalunya, per l'Ajuntament de Barcelona i per l'Institut Català de les Dones (ICD), no hem d'ignorar el paper positiu que els mitjans de comunicació poden tenir en la construcció d'una didàctica social que ajudi a prevenir i eradicar progressivament la violència de gènere.

En aquest sentit, les Nacions Unides han assenyalat la responsabilitat dels mitjans de comunicació en la promoció d'imatges no estereotipades d'homes i dones i en l'eliminació de models de conducta generadors de violència. També han destacat la importància de la seva funció d'informar i educar la població respecte a les causes i els efectes de la violència contra les dones i en la creació d'un debat públic sobre el tema.¹

1. 1995. Declaració de Beijing i plataforma per l'acció. IV Conferència mundial sobre les dones, Beijing. Setembre 1995. Nacions Unides.

RECOMANACIONS

I PART

1. PER A UNA VISUALITZACIÓ NO DISCRIMINATÒRIA

1.1. Evitar l'associació de la imatge de les dones amb rols tradicionals, superant estereotips que no es corresponen amb l'organització actual de la societat. Els i les periodistes tenim al nostre abast diverses fórmules per portar a terme aquest objectiu, com ara la de no situar sempre les dones en l'espai domèstic i la d'afavorir que els homes apareguin també assumint la responsabilitat en les tasques de la llar. Com ja s'ha començat a fer en l'àmbit de la publicitat, cal que els i les periodistes busquem també opinions diferents quan preparem reportatges, per exemple, sobre la venda de cotxes o sobre la cistella de la compra.

1.2. Donar reconeixement social a professions “feminitzades”. Cal prestigiar les feines tradicionalment realitzades per dones i evitar la ridiculització dels homes quan són ells qui les porten a terme. Així mateix, cal, d'una banda, evitar que es facin interpretacions malintencionades de les dones en el seu terreny professional i, de l'altra, intentar donar autoritat moral i científica a les professions desenvolupades per dones.

1.3. Afavorir la presència de dones de totes les edats i procedents de diferents tipus de llars i nuclis familiars. Igual que passa amb els homes, els mitjans de comunicació han de contribuir a evitar que es projectin models que generalment no es corresponen amb la realitat. Cal fomentar la presència de dones de físics i edats diferents en totes les seccions d'un diari (des de l'economia fins als esports), valorant positivament les aportacions que fan a la societat i intentant plasmar la imatge de la dona en tota la seva complexitat.

2. SUPERAR LA INVISIBILITAT

2.1. Afavorir la presència de la veu femenina per fer visible la competència de les dones en diversos camps del coneixement. Cal buscar l'opinió de les dones en qüestions tècniques, científiques i professionals. De la mateixa manera, s'ha de mirar de potenciar la veu femenina com a veu experta, intentant que no siguin només els homes qui donin consells o facin recomanacions sobre qüestions d'interès general.

2.2. Situar les dones en l'espai que pertoqui. Cal evitar que les informacions referides a les dones siguin exclusivament assignades a l'àrea de societat i que la seva imatge sigui reiteradament relacionada amb la de les víctimes. Cal promoure la presència de personatges femenins en àmbits tradicionalment masculins, com ara l'economia, la ciència o la política, sobretot quan, en moltes d'aquestes àrees, les dones ja tenen tant o més bagatge que els homes.

2.3. Aportar dades desglossades per sexe, a fi de singularitzar les dones i reflectir-ne les opinions i situacions. Cal garantir un tractament igualitari entre homes i dones quan s'informa sobre fets en què les diferències són ineludibles.

3. LLENGUATGE VERBAL I ICONOGRÀFIC

3.1. Utilitzar la fórmula femenina quan la informació es refereix a dones per tal de no fer-les invisibles amb l'abús de genèrics masculins. Es recomana defugir les descripcions que contribueixen a construir o reforçar estereotips sexistes. Cal evitar al màxim l'adjectivació en aquest sentit i la repetició de tòpics que no aporten nous elements a la informació.

3.2. Triar imatges i testimonis sense connotacions sexistes. Com passa amb el llenguatge verbal, les imatges que acompanyen les informacions periodístiques han d'evitar la creació d'estereotips i tractar de fomentar la igualtat entre gèneres. Cal defugir, sobretot en la utilització d'imatges d'arxiu, els tòpics associats a dones i homes. Si no és informativament necessari, s'aconsella aplicar el mateix criteri en la selecció de testimonis recollits al carrer.

Manual recomanable: “Marcar les diferències: la representació de dones i homes a la llengua”, elaborat per la Secció d'Assessorament de la Secretaria de Política Lingüística i revisat per Eulàlia Lledó i editat pel Departament de la Presidència de la Generalitat. (Consultable a: <www6.gencat.net/llengcat/publicacions/marcar/>).

II PART. VIOLÈNCIA MASCLISTA

1. TERMINOLOGIA

Prioritzarem l'ús de “violència masclista”, “violència de gènere” i/o “violència contra la dona” i evitarem referir-nos a “violència domèstica” o expressions similars que situïn la problemàtica només en l'àmbit domèstic.

Cal defugir els estereotips i tòpics que poden restar o minimitzar les repercussions personals i socials de les víctimes de la violència masclista tot evitant la utilització innecessària d'adjectius i descripcions excessivament detallades que s'allunyin de la redacció objectiva dels fets.

2. ÉS UN PROBLEMA SOCIAL

Intentarem situar les informacions sobre violència masclista en seccions o espais diferents als dels successos perquè tot i que genera un delictes és, sobretot, un problema de caire social del qual hem d'informar tenint en compte la seva complexitat i les diferents arrels que hi ha darrere d'aquests casos. És, per tant, recomanable explicar els antecedents i el procés seguit per la persona agredida abans d'arribar a la situació present.

Com a problema social que és, evitarem associar l'emergència dels casos de violència masclista a determinades classes socials i/o nivell cultural. Cal, igualment, evitar la relació de causa-efecte entre violència masclista i alcohol, drogues, ètnia, nacionalitat, gelosia o processos de separació.

3. RESPECTAR ELS DRETS DE LES VÍCTIMES I LA PRESUMPCIÓ D'INNOCÈNCIA DELS AGRESSORS

Preservarem l'anonimat de les persones víctimes de la violència masclista respectant la seva decisió sobre la difusió de la seva identitat conscients que aquesta difusió, de vegades, només empitjora la situació d'aquestes persones envers l'agressor o el seu cercle més pròxim.

Evitarem, doncs, intromissions no desitjades en la vida de les persones, així com especulacions i conclusions prematures sobre els presumptes autors dels casos de violència masclista a l'espera que l'estament judicial es pronunciï i emeti una resolució judicial. En tots dos casos, en el de víctimes i en el de presumptes agressors, atendrem les recomanacions que ens puguin fer els cossos de seguretat sobre la conveniència o no de difusió de determinada informació.

4. SELECCIÓ DE LES FONTS D'INFORMACIÓ

En el tractament de les informacions sobre violència masclista citarem la font de la informació distingint si es tracta de fonts oficials que provenen d'institucions policials i judicials o si es tracta de testimonis presencials o propers.

En aquest últim cas, prioritzarem el testimoniatge de familiars, veïnat i/o persones conegudes que siguin testimonis directes dels fets o disposin de dades concretes i objectives.

Evitarem, en conseqüència, aquells testimonis que no aportin credibilitat suficient ni seriositat en el conjunt de la informació i siguin, només, un recurs per allargar la crònica periodística o omplir l'espai assignat.

5. FER SEGUIMENT I DESTACAR LES HISTÒRIES DE SUPERACIÓ

Cal que els mitjans de comunicació fem el seguiment dels casos de violència masclista fins a la seva resolució judicial i evitar informar del cas només quan aquest es produeix. Farem, doncs, el seguiment professional adient en cada cas destacant les mesures judicials que es prenguin i informant d'aquestes en els mitjans de comunicació, tenint en compte que en l'exercici de la nostra feina podem contribuir a promoure el rebuig social a la violència masclista.

Per això mateix, recomanem destacar en els mitjans de comunicació aquells casos, amb el consentiment de la víctima, en què la persona hagi superat la situació de maltractaments convençuts que les històries en positiu poden ajudar i animar altres dones en situació similar.

6. VALORACIÓ RESPONSABLE DE LES IMATGES

Per publicar fotografies o prendre imatges de les víctimes de violència masclista haurem de tenir-ne el permís o consentiment i, en cas de tenir-lo, evitarem convertir-la en l'únic punt d'informació. Recomanem, en aquest sentit, l'ús d'enfocaments que resultin imprescindibles en el tractament i la comprensió de la informació rebutjant aquells que siguin innecessaris i aquells que identifiquin testimonis i/o llocs que puguin acabar perjudicant la víctima.

7. RECTIFICAR QUALSEVOL INFORMACIÓ ERRÒNIA

Rectificarem amb celeritat qualsevol error o equivocació en una informació d'aquestes característiques per evitar afegir o crear nous problemes a la víctima. És convenient citar l'origen o la font informativa que ha difós l'error o equivocació.

8. PUBLICAR TELÈFONS GRATUÏTS D'ASSISTÈNCIA A VÍCTIMES

Recomanem, sempre que sigui possible, la inclusió en les informacions sobre violència masclista dels telèfons gratuïts d'informació, assessorament jurídic i d'assistència confidencial habilitats tant per les autoritats estatals com autonòmiques com a mecanisme per a difondre'n l'ús.

- **016:** Telèfon habilitat per la Delegació Especial del Govern contra la Violència de Gènere. Ministeri d'Igualtat.
- **900 900 120:** Telèfon habilitat per l'Institut Català de les Dones. Departament d'Acció Social i Ciutadania de la Generalitat de Catalunya.

GUARDIA
de bones
pràctiques
de bones
pràctiques
a mitjans
a mitjans d

amb la col·laboració de:



Generalitat de Catalunya
Institut Català de les Dones



Col·legi de Periodistes
de Catalunya



Ajuntament de Lleida