

# Dictàmens del CAC

1/99

sobre el tractament  
de les minories ètniques  
a la televisió

El Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, en reunió celebrada el 14 de juny de 1999, prèvia deliberació i per unanimitat, d'acord amb allò que estableix l'article 12.2.b) de la Llei 8/1996, de 5 de juliol, emet el dictamen següent:

## Antecedents

La presència de minories ètniques al nostre país, tot i no arribar encara al volum que es presenta en d'altres estats europeus, és cada cop més patent. Espanya ha passat de ser un Estat d'emigració a ser-ne, de grat o per força, d'immigració. La novetat d'aquesta situació, provocada a partir de l'adscripció a Europa, d'una banda, i a la pressió social dels anomenats països del Tercer Món, donen lloc a preses de postura –acords de Schengen, lleis d'estrangeria– per parts dels diferents estats europeus, i a estats d'opinió per part dels ciutadans europeus. Un dels reptes de l'Europa del segle XXI serà, sens dubte, l'assumpció de la multiculturalitat dels ciutadans que viuran en el seu territori.

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya, conscient de la gran influència de les televisions com a formadores d'opinió, ha promogut la realització de diversos estudis sobre la presència de les minories ètniques a casa nostra, per tal de fer un primer balanç de la situació. S'han pres com a referència tres grups diferenciats: d'una banda, el poble gitano, que majoritàriament no procedeix de la immigració sinó que està assentat establement a casa nostra des de fa centenars d'anys, tot conservant la seva idiosincràsia. De l'altra, els pobles procedents del continent africà –tant el Magrib com l'Àfrica negra– que són majoritàriament els que vénen a establir-se en el nostre territori.

Els estudis promoguts pel Consell permeten constatar, en tots els casos, dues línies paral·leles. D'una banda, el que es podria denominar com a llenguatge «políticament correcte» en la forma, fins i tot, la major part de les vegades, una exquisida «neutralitat» discursiva. De l'altra, una falta d'aprofundiment en les realitats dels pobles objecte d'estudi, de tal manera que allò que s'exposa en el discurs televisiu manca de referents explicatius que ajudin a entendre el conjunt per part de la població catalana en general.

El discurs televisiu referent a les minories ètniques tendeix a reproduir una sèrie d'estereotips basats en l'etnocentrisme i en un cert paternalisme: aquestes minories venen a casa nostra per assolir el somni del benestar europeu, certament, però no perquè la nostra civilització i la nostra cultura siguin superiors: la nostra cultura, en tot cas, és diferent, però cap cultura no és superior a una altra. Els estudis permeten constatar que les realitats presentades, en general, fan referència a situacions dramàtiques però no expliquen dades econòmiques o culturals, excepte per accentuar el dramatisme o l'exotisme. Així mateix, les ètnies estudiades apareixen a les televisions en tant en quant ètnies diferenciades, per parlar exclusivament de problemes que es podrien considerar ètnics. No s'ha normalitzat, per contra, la seva presència parlant de literatura, urbanisme o medi ambient, tot i que, a casa nostra, també hi ha llicenciats universitaris gitanos, magrebins o negroafricans. Encara més: moltes vegades es parlen dels problemes d'aquests pobles sense la seva presència ni

les seves opinions. En aquest sentit, seria interessant procurar equilibrar l'exhibició de documentals realitzats per professionals europeus o nord-americans amb produccions pròpies de professionals magribins, negroafricans i gitanos, que parteixen d'una visió de la realitat diferent a la nostra. Així mateix, seria potser convenient estudiar la possibilitat de co-produir programes amb televisions dels països africans, que donarien com a resultat una pluralitat informativa i, alhora, seria una ajuda eficaç al desenvolupament dels mitjans audiovisuals d'aquell continent.

Els estudis promoguts pel Consell, d'altra banda, han pogut constatar que existeix una real preocupació en totes les cadenes per eliminar amb exquisidesa qualsevol rastre de llenguatge que pogués semblar xenòfob; que moltes produccions i molts programes expressen aquesta preocupació i tenen una alta qualitat, i això és encara més patent en les produccions pròpies de les televisions analitzades; que es realitza un seriós esforç per presentar una visió positiva dels valors culturals i humans d'aquestes minories.

Això no obstant, persisteixen una sèrie d'estereotips que podrien eliminar-se o, en tot cas, contextualitzar-se, mitjançant una informació més acurada, sense relegar aquesta transmissió del missatge a cadenes minoritàries –«segones» cadenes– o a franges horàries minoritàries. D'altra banda, l'eliminació d'aquests estereotips no pot fer-se renunciant a d'altres valors compartits àmpliament a la nostra societat, i entre els quals, en primer terme, la promoció i presència d'homes i dones en igualtat de condicions.

Per tot això, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya formula les següents

### **Conclusions**

Es recomana a les televisions:

#### **1 Respecte als programes informatius.**

1.1 Eliminar qualsevol referència a l'origen ètnic de les persones sempre que no sigui imprescindible per a la comprensió de la notícia, ja que la condició ètnica de les persones no determina el seu comportament.

1.2 Els redactors d'informatius procuraran, en tot moment, explicar les notícies referents a les minories ètniques dotant-les dels suficients elements per facilitar al telespectador la comprensió de les mateixes en un context general i s'evitarà la il·lustració de les notícies amb imatges que no es corresponen amb els fets explicats, per tal de no abundar en els estereotips negatius que es presenten en l'imaginari habitual.

1.3 Afavorir l'emissió de notícies d'altres àmbits que no siguin els de la immigració, la delinqüència, els drets humans, les guerres. Cal recordar que els països i pobles de referència també generen notícies de caire econòmic o cultural, que ajuden a una major comprensió de llur complexitat.

1.4 Vetllar per una correcta utilització de conceptes i evitar l'ús de sinònims que no ho són –com, per exemple, entre islam, islamisme, àrab, fonamentalisme–, procurant, quan sigui possible, explicar les diferències d'aquests conceptes.

#### **2 Respecte als programes documentals**

2.1 Els programes documentals no han de primar en excés els reportatges etnogràfics o que accentuïn el suposat «exotisme» de les minories analitzades, sinó que han d'oferir al telespectador una visió més plural de les realitats presentades.

2.2 Accentuar les opinions dels interessats, per sobre dels comentaris en off o de les opinions d'europeus suposadament «experts» en la realització de documentals de producció pròpia.

2.3 Programar preferentment aquelles obres que no es limiten a ressaltar els trets socio-econòmics i culturals més «diferents» i que busquen en l'exotisme la seva raó de ser.

### 3 Respecte als programes de debat.

3.1 Procurar sempre una presència activa de representants de les ètnies analitzades quan el debat versí entorn de problemàtiques que les afecten, per tal que puguin expressar les seves opinions.

3.2 Incorporar persones competents de les diferents minories estudiades en debats que no tinguin a veure estrictament amb els suposats «problemes» que les afecten i, en la mesura que sigui possible, encoratjar, també, la presència de dones de les diferents ètnies en aquesta mena de programes, per contribuir a la paritat necessària i desitjable en la nostra societat occidental.

### 4 Respecte als programes de ficció (telesèries, telefilms, pel·lícules)

4.1 Encoratjar les diferents cadenes a continuar la línia observada en la ficció adreçada als infants: les minories analitzades tenen una presència, tot i que minoritària, absolutament normalitzada i positiva

4.2 Propiciar una major cura en la selecció i compra de produccions audiovisuals de producció aliena adreçades a tots els públics, per tal que la presència de les minories ètniques responguin també, en aquestes produccions, a aquesta visió normalitzada que ja es dona en la ficció adreçada als infants.

4.3 Incorporar a les telesèries i telefilms de producció pròpia representants de les minories analitzades desenvolupant rols normalitzats.

2/99

sobre la imatge de la dona  
a la publicitat

El ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, en reunió celebrada el 6 de setembre de 1999, prèvia deliberació i per unanimitat, d'acord amb allò que estableix l'article 12.2.b) de la Llei 8/1996, de 5 de juliol, emet el dictamen següent:

#### Antecedents

L'article 8 de la Llei 25/1994, modificada per la Llei 22/1999, de televisió sense fronteres, estableix:

«Además de las formas de publicidad indicadas en el artículo 3 de la Ley 34/1988 de 11 de noviembre, General de Publicidad, son ilícitas, en todo caso, la publicidad por televisión y la televenta que (...), atenten al debido respeto a la dignidad de las personas o a sus convicciones religiosas y políticas o las discriminen por motivos de nacimiento, raza, sexo, religión, nacionalidad, opinión, o cualquier otra circunstancia personal o social.»

El Consell de l'Audiovisual ja ha reflectit en d'altres actuacions la preocupació per les discriminacions que poden sofrir determinats sectors de la població al llarg del discurs televisiu. El tema de la discriminació per raça o religió ha estat tractat anteriorment pel CAC en el seu Dictamen 1/99 sobre el tractament de les minories a la televisió. El tema de la discriminació per raó de gènere havia estat tractat indirectament en el Dictamen 2/97 sobre la publicitat de joguines o en el Dictamen 2/98 sobre els valors a la programació infantil en els programes d'animació, però encara no havia estat objecte d'abordament directe per part del CAC.

El Consell va encarregar als seus Serveis tècnics l'elaboració d'un estudi sobre la representació de la dona a la publicitat, estudi del qual es deriven les presents recomanacions.

Així, el Consell de l'Audiovisual, conscient dels efectes de la publicitat sobre els telespectadors, i de la importància de la presència d'uns models igualitaris i, per tant,

no discriminatoris en els rols desenvolupats per homes i dones en la publicitat, ha elaborat aquestes recomanacions.

Les recomanacions estan adreçades a la consecució progressiva d'una equiparació dels papers que desenvolupen socialment homes i dones. Certament, la publicitat hauria de ser un reflex de la societat, per la qual cosa i atès el canvi notori que la societat occidental actual ha experimentat en els darrers anys en la distribució de rols per raó de gènere, el CAC ha considerat adient formular al sector publicitari les següents

### **Recomanacions**

**1** Introduir progressivament personatges femenins en terrenys tradicionalment masculins (econòmics o científics) i, de la mateixa manera, personatges masculins en terrenys tradicionalment femenins, com la llar o la neteja, desenvolupant rols igualitaris.

Fins ara, els homes que apareixen en aquest espots, ho fan en un rol molt diferent al de les dones i des d'una posició de superioritat amb respecte a la dona.

**2** Incrementar la utilització de la veu femenina en l'off dels anuncis.

Cal reduir la gran diferència existent entre la freqüència de veu en off masculina i femenina en els espots televisius per tal de donar a les dones més protagonisme com a transmissores finals de missatges i no com a mers vehicles de presentació de productes.

**3** Igualar el tractament de la representació física d'ambdós gèneres.

Home i dona reben un tractament diferenciat pel que fa a la seva edat, bellesa o focalització de les parts del seu cos. Aquesta discriminació per raó de gènere hauria de ser corregida.

**4** Evitar el tractament de la figura femenina com a objecte eròtic.

Un aspecte molt important de discriminació per raó de gènere el constitueix l'aparició de moltes més dones que homes com a objectes eròtics o amb indumentàries insinuants. El CAC considera això una manifestació directa del sexisme a la publicitat i recomana, en la representació de la imatge de la dona, un tracte més respectuós i més concordant amb el producte anunciat.

**5** Oferir un tractament no discriminatori en les activitats, professionals i no professionals, que homes i dones realitzen dins del discurs publicitari.

L'activitat professional pot ser un altre fort element de discriminació: els homes dels espots tenen molt més sovint professions definides, mentre que les dones apareixen amb papers més passius de les quals rarament interessin les seves activitats. Atès que, a la societat actual, un gran nombre de dones tenen una activitat professional al marge de la llar i de la família i, paral·lelament, són cada vegada més els homes que coparticipen en les tasques i responsabilitats familiars, el CAC recomana que aquests fets no siguin ignorats per la publicitat televisiva.

**6** Tenir especial cura en no mostrar models publicitaris amb constitucions físiques extremadament primes que puguin menar el jovent, en un procés d'identificació amb models, a aspirar a assolir cossos com els seus, amb el perill de caure en l'anorèxia.

Actualment, la societat veu com els casos d'anorèxia es multipliquen entre la joventut, en especial entre l'adolescència. El fet que l'edat d'aparició de la malaltia sigui cada cop més baixa, fins i tot, afectant a nens i nenes, fa necessari un compromís per part del sector de la publicitat en aquest tema.