

El nou –i vell- sexisme

Escrit per Emília Bolinches, periodista. Acicom
dijous, 31 de gener de 2013 08:46

L'Acicom denúncia l'emissió d'un publireportatge sexista a Canal 9 i d'altres mitjans



Pàgina web de la franquícia

El 10 de gener passat a les 5 de la vesprada, horari de màxima protecció, la TVV-Canal 9 emetia un reportatge un tant insòlit dintre del programa *Ocupa't* destinat a una audiència juvenívola que busca treball. En veure el reportatge, en realitat un reportatge publicitari encobert, totes les alarmes sonaren en l'ànim de les defensores i els defensors de la igualtat de dones i homes i de les menors.

Aquest vídeo publicitava unes imatges ofensives per a les menors i les incitava a elles, *princesas por un día*, a cuidar només el seu cos mentre esperaven l'arribada del 'príncep blau'. Estava molt ben

El nou –i vell- sexisme

Escrit per Emília Bolinches, periodista. Acicom
dijous, 31 de gener de 2013 08:46

estudiat tot, des de la decoració, salons com de palau rosa amb mobles clàssics i marcs daurats, fins el concepte en el que s'esgrimien dos excuses perfectes: la intenció 'educativa' i l'objectiu de oferir treball. La intenció, però, era clarament falsa i l'objectiu molt discutible.

Prompte es va esbrinar que este reportatge no era ninguna exclusiva, que ja s'havia emès en altres televisions públiques i privades (TVE, Antena 3, Tele 5, Tele Sur... encara ignorem si TV3, TVG o la Televisió Basca ho han donat) així com en algunes ràdios i premsa escrita des de feia dos anys. Quina era l'empresa responsable del vídeo i a quina estratègia comercial responia? L'empresa, Princeland o Princelandia, és una franquícia que té 22 centres a tota Espanya, que va nàixer a Andalusia en 2010, que es promociona com a creadora del primer *spa* infantil a Europa i que en la seua pàgina [web](#) es pot veure el seu ambiciós programa d'expansió que s'està complint, malauradament, a la perfecció.

Com és possible?

Sabem que el neoliberalisme patriarcal disposa de recursos humans i tècnics per tal de guanyar quotes de mercat i, clar està, molts diners a costa del que calga, en este cas a costa d'escampar la discriminació sexista i propugnar els estereotips masculistes que ja creiem superats i oblidats.

Com és possible que en dos anys, amb una difusió potent, ningú haja destapat l'engany que s'amaga en aquesta publicitat? De què serveixen tants organismes i observatoris dedicats a la vigilància si sembla que cap d'ells ha actuat d'ofici? I més greu encara: cóm a hores d'ara se produeix una manca generalitzada de coordinació entre les mateixos organismes? I què dir –o millor, caldrà denunciar-ho- davant de la inexistència del CEMA (Consell Estatal de Mitjans Audiovisuals) i del CVA (Consell Valencià de l'Audiovisual)?

En no obtindre una resposta positiva les i els responsables d' [Acicom](#) (Associació Ciutadania i Comunicació) van passar a la acció i van interposar denúncies, de moment en una desena d'organismes dedicats a la defensa dels drets cívics, començant pel [Síndic de Greuges](#)

El nou –i vell- sexisme

Escrit per Emília Bolinches, periodista. Acicom
dijous, 31 de gener de 2013 08:46

de la Comunitat Valenciana. Per cert, tot s'ha de dir, als pocs dies de lliurada la denuncia el Síndic la va admetre, la va publicar en primera línia de la seua pàgina web i va demanar la valoració oficial de l'assumpte a l'Observatori de la Publicitat no Sexista de la Conselleria de Benestar Social de la Comunitat València on, per cert, l'Acicom també havia enregistrat ja la mateixa denuncia.

I els xiquets?

Què hi ha de la vocació 'educativa' de Princeland o Princelandia? Què podem dir de les ofertes de treball? Les xiquetes, de 4 a 12 anys, són 'educades' en el culte al cos i la bellesa. Elles i les seues amiguetes comparteixen la fantasia 'rosa' –i els seus pares la paguen extasiats- de preparar-se per a ser majors consumint cremes, anant a la perruqueria, posant-se vestits elegants i assajant en desfilades per les passarel·les de la moda. Perquè sembla que eixe és el destí que tenen preparades a les xiquetes.

I els xiquets? Això ja és una altra cosa. Quan una periodista, en el programa de Tele Sur, s'atreveix a preguntar "per què deixar fora els xiquets? Això de separar els xiquets de les xiquetes està bé?" Li contesten les presumptes educadores: "Com anem a dir-los als nens que s'han de pintar les ungles o els llavis? No estaria bé." No falta qui augura que no tardarà en aparèixer en el mercat un altre *spa* per a nens, vestits de blau, on se'ls 'educa' a ser súper-herois o súper *self made man*.

En què queda l'oferta de més de vint llocs de treball de Princelandia? En poc, perquè en les franquícies sabem que és el propi autònom que se la queda, el que se fa càrrec de totes les despeses i els riscos –la inversió- sense cobrar cap sou de l'empresa mare franquiciadora. Pot ser que puguen oferir treball -lumpen treball- a joves mestres o infermeres a tems parcial.

El paper dels mitjans de comunicació

I si ens fem la pregunta del milió tampoc trobem respostes acceptables: cómo i per què les

El nou –i vell- sexisme

Escrit per Emília Bolinches, periodista. Acicom
dijous, 31 de gener de 2013 08:46

ràdios i les televisions públiques contribueixen -creiem que gratuïtament- a transmetre els estereotips de les nostres avies i a fomentar i difondre la discriminació en raó del sexe? Teòricament es garanteix la no discriminació a la Constitució, als estatus d'autonomia respectius, per la llei Orgànica 3/2007 de 22 de març per a la Igualtat Efectiva de Dones i Homes, les lleis fundacionals de les televisions autonòmiques i la Llei de la Publicitat. Llavors, què passa?

Com poden vulnerar totes les lleis en vigor amb la col·laboració de mitjans de comunicació públics, compromesos amb la defensa i protecció dels menors, i que l'empresa responsable mantinga el seu pla d'expansió sense cap problema? S'ha d'aconseguir acabar amb la impunitat del que propugna este tipus d'atemptat contra la dignitat de les dones i les menors. I cal demanar en les denúncies que a més de prohibir l'emissió d'este tipus de reportatge o altre semblant siga penalitzada l'empresa que ho oferta.

Sabem que si a les empreses que vulneren les lleis els ix gratuït botar-se-les, ho tornaran a fer i no acabarem mai. Des d'ACICOM es demana la col·laboració a les organitzacions feministes i a les defensores de les polítiques d'igualtat per a continuar juntes la lluita que no ha fet més que començar. Perquè el camí és llarg i s'ha de continuar amb tenacitat i contundència per acabar amb este nou sexisme que manté intacte el concepte del vell sexisme, al qual l'incorpora una fantasia decorativa amb excuses de modernitat. Així s'explica que molts s'hagen deixat enganyar.

Més informació:

<http://www.acicom.org/blog/2013/01/25/nota-de-premsa-acicom-denuncia-la-difusio-de-continguts-sexistes-el-cas-de-princelandia/>

<http://www.elsindic.com/va/noticies/2013/01/24/el-sindic-admet-a-tramit-una-queixa-sobre-publicitat-sexista-en-un-programa-emes-per-canal-9.html>

El nou –i vell- sexisme

Escrit per Emília Bolinches, periodista. Acicom
dijous, 31 de gener de 2013 08:46
