



Cambra de Comerç
de Barcelona



odee
observatori dona empresa economia

notaPremsa

premsa.cambrabcn.org
premsa@cambrabcn.cat

L'ODEE i l'Associació 50a50 lideren una campanya perquè els mitjans de comunicació parlin en femení el 8M

- El Col·legi de Periodistes i diversos mitjans de comunicació s'han adherit a la iniciativa, que convida a la reflexió sobre la invisibilitat de les dones a través del llenguatge i la comunicació.
- L'acció es durà a terme durant el dia Internacional de les Dones amb l'objectiu de visibilitzar la importància de fer un canvi del llenguatge emprat pels agents encarregats d'informar, sensibilitzar i generar opinió a la població.

Barcelona, 7 de març de 2022.- L'ús del masculí genèric, que segons la RAE engloba a totes les persones independentment del seu sexe, no produeix un efecte de neutralitat en les nostres ments. Per això, i amb motiu del dia Internacional de les Dones (8M), l'[Observatori Dona, Empresa i Economia de la Cambra de Comerç de Barcelona](#) (ODEE) i l'Associació 50a50, i amb la col·laboració del Col·legi de Periodistes, han impulsat la iniciativa **Un dia en femení**, que té com a finalitat convidar a la reflexió sobre la invisibilitat de les dones a través del llenguatge i la comunicació.

A l'acció s'hi han adherit diversos mitjans de comunicació que durant el 8M utilitzaran el femení en els seus espais per informar. En aquest sentit, des de l'ODEE i l'Associació 50 a 50 es pretén mostrar "l'efecte discriminatori i contraproductiu que pot provocar l'ús del masculí genèric", el qual "silencia l'existència de les dones, afavoreix la invisibilitat del col·lectiu i l'exclusió". A més, totes dues entitats també denuncien que l'ús del masculí genèric és una mostra "reiterada" de menyspreu i rebuig que "situa les dones dins l'imaginari comú com a subalternes, subordinades o dependents dels homes".

En aquest sentit, es tracta d'una acció de guerrilla que vol posar el focus en l'ús habitual i la prevalença del masculí genèric en tots els llenguatges oral, escrit i visual. És a dir, emfatitzar la tendència mediàtica que hi ha de visibilitzar **el paper dels homes i no donar el mateix espai a les dones**. La campanya surt de les discussions lingüístiques i s'enfoca en les causes que provoca aquesta cobertura masculinitzada, **per obrir una reflexió sobre les conseqüències finals de la manca de la presència de les dones com a col·lectiu motor de la societat**.

El paper de les dones al món laboral i a la societat encara pateix greus discriminacions. Sense anar més lluny, fa qüestió d'una setmana la presidenta de la Comissió Europea, Ursula Von der Leyen, no va ser saludada pel ministre d'Exteriors d'Uganda. La mateixa setmana, l'ODEE va presentar l'estudi [Presència de dones en consells d'administració i càrrecs directius a les empreses de Catalunya](#), el qual evidenciava que actualment només **el 12% d'empreses subjectes a la llei d'Igualtat de 2007 compleixen amb la paritat en els consells d'administració**. De la mateixa manera, 50a50 també elabora i presenta anualment l'estudi Termòmetre Violeta, que posa xifres a la bretxa de gènere que existeix actualment als consells d'administració i als comitès directius de les organitzacions a nivell nacional i per sectors.



<http://premsa.cambrabcn.org>



@CambraBCN



Cambra de Barcelona



Cambra de Barcelona



@cambrabcn



Cambra de Barcelona



Cambra de Comerç
de Barcelona



odee
observatori dona empresa economia

notaPremsa

premsa.cambrabcn.org
premsa@cambrabcn.cat

La iniciativa, a banda de ser un mitjà per denunciar la desigualtat de gènere existent, vol promoure la reflexió entre els mitjans de comunicació i totes les persones que consumeixen tant televisió, ràdio com premsa escrita i construeixen la seva realitat amb un llenguatge essencialment fet en masculí si això fa perdurar els estereotips sexistes.

Amb la finalitat que l'acció arribi al màxim de població, totes dues entitats han convidat a tots els mitjans de comunicació a sumar-se a **Un dia en femení**, i a **celebrar en 8M només utilitzant el femení durant la jornada i fent ús d'imatges i vídeos on apareguin dones**.

L'Observatori Dona, Empresa i Economia, un fòrum de reflexió en clau de gènere

L'Observatori Dona, Empresa i Economia de la Cambra de Comerç de Barcelona és **un fòrum de reflexió, estudi i propostes amb l'objectiu de posar en valor a la dona professional, emprenedora i empresària en el món econòmic actual**.

La missió de l'Observatori Dona, Empresa i Economia és contribuir al gran debat que avui té plantejat la societat sobre la necessitat d'aprofitar el talent femení **perquè és imprescindible pel creixement econòmic i el progrés social d'un país**.

Associació 50a50,

L'Associació 50a50 treballa per la participació plena i efectiva de les dones, i **per la igualtat d'oportunitats de lideratge en tots els àmbits de presa de decisions en la vida política, econòmica i pública**.

En aquest sentit, l'entitat ha nascut per fer realitat l'acord número 5 de l'Agenda 2030: **aconseguir la igualtat de gènere i apoderar totes les dones i nenes**.



<http://premsa.cambrabcn.org>



@CambraBCN



Cambra de Barcelona



Cambra de Barcelona



@cambrabcn



Cambra de Barcelona