

**Guia jurídica orientativa  
sobre l'ús d'una comunicació  
no sexista  
en l'àmbit de les administracions locals**



## **Guia jurídica orientativa sobre l'ús d'una comunicació no sexista en l'àmbit de les administracions locals**

### **Introducció**

El llenguatge i en general els elements de comunicació (publicitat, imatges, missatges, conceptualització de la persona emissora i receptora, comunicació escrita i oral, comunicació verbal i no verbal, comunicació formal i informal,...) en tant que són una construcció social, reflecteixen les desigualtats de gènere i contribueixen a reforçar-les, però també es mostren com un possible instrument per al canvi.

En aquest sentit, l'Observatori de les dones als mitjans de comunicació, amb la col·laboració de persones tècniques, jurídiques i polítiques de diferents ajuntaments, de l'Institut Català de les Dones i de la Diputació de Barcelona, ha elaborat una Guia orientativa sobre l'ús d'una comunicació no sexista en l'àmbit municipal que té per objecte establir els principis generals i les mesures que s'han d'adoptar per incorporar la perspectiva de gènere i de les dones en les polítiques i les actuacions comunicatives municipals.

Aquesta guia orientativa ofereix unes pautes sobre l'ús d'una comunicació no sexista aplicables als ajuntaments, als organismes autònoms, les societats mercantils i la resta d'entitats vinculades o dependents dels ajuntaments. Així mateix, és d'aplicació a les persones físiques i/o jurídiques i a tota mena d'entitats que es relacionin amb els ajuntaments per raó de l'atorgament de llicències administratives, ajuts públics, contractes públics i de gestió de serveis públics. També, és d'aplicació a les persones titulars i/o usuàries de béns i espais privats pel que fa a les qüestions que afecten a la via, els espais, els béns, els serveis públics i, en general, l'interès general local.

Els ajuntaments poden promoure l'adopció dels corresponents acords per tal d'incorporar les pautes d'aquesta guia a la seva normativa local així com en els convenis interadministratius i els convenis intraadministratius que subscriuguin.

## **Preàmbul**

L'Estatut d'autonomia, aprovat per la Llei orgànica 6/2006, de 19 de juliol, recull de forma expressa en l'article 41.2 la garantia de la transversalitat en la incorporació de la perspectiva de gènere i de les dones en totes les polítiques públiques per a aconseguir la igualtat real i efectiva i la paritat entre dones i homes.

La Llei 17/2015, del 21 de juliol, d'igualtat efectiva de dones i homes, inspirada en els preceptes estatutaris i legals en matèria de gènere i drets de les dones, estableix mesures transversals en tots els ordres de la vida, amb la finalitat d'eradicar les discriminacions contra les dones, i identifica els principis rectors que han de presidir l'actuació dels poders públics de Catalunya amb relació a la igualtat efectiva de dones i homes.

Des d'aquesta perspectiva, cal tenir present la previsió de la Llei 7/1985, de 2 d'abril, reguladora de les bases del règim local, recentment modificada pel Reial decret-llei 9/2018, del 3 d'agost, de mesures urgents per al desenvolupament del pacte d'Estat contra la violència de gènere, que atribueix als municipis la competència per dur a terme actuacions en la promoció de la igualtat entre homes i dones i contra la violència de gènere. Així, les autoritats locals, que són les esferes de govern més pròximes a la població, representen els nivells d'intervenció més adequats per a combatre la persistència i la reproducció de les desigualtats, i poden emprendre accions concretes per combatre-les.

Certament, un dels àmbits d'actuació de les polítiques d'igualtat per eliminar qualsevol forma de discriminació és la transformació dels mitjans de comunicació, les pràctiques informatives i els llenguatges a fi i efecte de deixar constància i fer transcendent a tota la societat el paper actiu i creatiu de les dones.

En aquest sentit, el principi vuitè de l'article 3 de la Llei 17/2015 esmentada estableix que els poders públics catalans han de fer un ús no sexista del llenguatge, que eviti l'expressió de concepcions sexistes de la realitat i els usos androcèntrics i amb estereotips de gènere, i han de promoure un llenguatge respectuós amb les dones, amb les minories i amb totes les persones en general en l'atenció personal i en tota la documentació escrita, gràfica i audiovisual.

En la societat actual i malgrat els avenços que s'estan produint en relació amb la igualtat de dones i homes, s'assignen sistemes de valors, pautes de comportament i rols diferents, amb diferent reconeixement social a dones i homes, el que impedeix el desenvolupament ple de les persones i del principi d'igualtat, amb independència del seu sexe.

El llenguatge i en general els elements de comunicació (publicitat, imatges, missatges, conceptualització de la persona emissora i receptora, comunicació escrita i oral, comunicació verbal i no verbal, comunicació formal i informal,...) en tant que són una construcció social, reflecteixen la situació existent de desigualtat i contribueixen a reforçar-la, però, també es mostren com un possible instrument per al canvi, donat que tenen una importància fonamental en el desenvolupament de les persones per la seva estreta relació amb el pensament i en la construcció d'una societat més igualitària.

Especial menció cal fer a la publicitat, i concretament, a la figura de les dones dins d'aquesta. La publicitat sexista, com una forma de publicitat il·lícita, és un fet que predomina en el nostre dia a dia, tot i que la societat no n'és conscient. Anomenem publicitat sexista a aquella que representa a les dones de manera indigna, que utilitzen de manera parcial o total el seu cos o les seves parts com a un objecte sense relació directa amb el producte; i que també pot ajudar a generar violència masclista. És per això que tant la Llei 5/2008, de 24 d'abril, del dret de les dones a eradicar la violència masclista, com la Llei 17/2015 precitada, prohibeixen la realització, l'emissió i l'exhibició d'anuncis publicitaris que presentin les persones com a inferiors o superiors en dignitat humana en funció del sexe, o com a mers objectes sexuals, i també els que justifiquin o banalitzin la violència contra les dones o incitin a practicar-la. La publicitat sexista és un efecte pervers i no desitjat de la comunicació publicitària que es manifesta a les campanyes publicitàries més diverses. Les dones no poden ser utilitzades, en una societat pluralista i democràtica, com un reclam per a la comercialització de bens i productes.

A més de les lleis citades, cal tenir en compte la següent normativa vigent sobre l'ús d'una comunicació no sexista:

- Llei Orgànica 3/2007, de 22 de març, per a la igualtat efectiva de dones i homes.
- Llei 34/1988, d'11 de novembre, general de publicitat.
- Llei 29/2009, de 30 de desembre, que modifica el règim legal de la competència deslleial i de la publicitat il·lícita per a la millora de la protecció de consumidors i usuaris.
- Llei 11/2014 per garantir els drets de lesbianes, gais, bisexuals, transgènere i intersexuals (LGTBI) i per eradicar l'homofòbia, la bifòbia i la transfòbia.
- Resolució 109 aprovada per la Conferència General de la UNESCO, en la seva 25 reunió, del paràgraf 3.1989.
- Recomanació aprovada pel comitè de ministres del Consell d'Europa el 21 de febrer de 1990, sobre l'eliminació del sexisme en el llenguatge.
- Altre normativa sectorial i normes i plans de desplegament.

Així mateix, serà d'obligatòria i d'immediata aplicació tota la normativa que sigui aprovada i que millori o amplii el regulat en la normativa esmentada.

L'Observatori de les dones en els mitjans de comunicació (en endavant l'Observatori) està decidit a reforçar les mesures i els mecanismes concrets per a aconseguir evitar l'androcentrisme i eradicar el sexisme en l'àmbit de la comunicació social en els municipis que hi formen part, i fer visible i denunciar la utilització indeguda de la imatge de les dones als mitjans de comunicació, d'acord amb els objectius i competències de l'Observatori, a fi de treballar per una sensibilització en el territori, donant eines a la ciutadania per poder elaborar una contestació i reflexió crítica davant dels continguts sexistes i discriminatoris en la comunicació des de la perspectiva de les dones segons preveu el títol III de la Llei 3/2007 per la igualtat efectiva entre dones i homes i la Llei 17/2015, del 21 de juliol, d'igualtat efectiva de dones i homes, complementària de l'anterior llei en els capítols I i IV, i en concret en l'Article 25.

Per aquest motiu, l'Observatori amb la col·laboració de l'Institut Català de les Dones i la Diputació de Barcelona ha elaborat aquesta guia, la qual resulta del tot necessària per poder complir amb les disposicions legals esmentades en els paràgrafs anteriors, i eficaç per assolir els objectius de la intervenció i avançar cap a l'equitat de gènere en els municipis i ciutats.

## **Capítol 1. Disposicions generals**

### **1.1.- Objecte**

La present guia orientativa té per objecte establir els principis generals i les mesures que s'han d'adoptar per incorporar la perspectiva de gènere i de les dones en les polítiques i les actuacions comunicatives de l'Administració local.

### **1.2.- Àmbit d'aplicació**

Aquesta guia orientativa ofereix unes pautes sobre l'ús d'una comunicació no sexista aplicables a les entitats que integren l'Administració local; així com, el seu sector públic institucional; és a dir els ajuntaments, l'àrea metropolitana de Barcelona, les diputacions provincials, els consells comarcals, els seus respectius organismes autònoms, societats mercantils i resta d'entitats vinculades o dependents (en endavant Administració local).

Així mateix, aquesta guia està adreçada a les persones físiques i/o jurídiques de tota mena que es relacionin amb l'Administració local com a conseqüència de l'exercici de les activitats de policia, foment o d'obres i serveis.

També, està adreçada a les persones titulars o usuàries de béns, obres o serveis privats, en la mesura que aquests comportin afectacions o siguin visibles des dels vies i espais públics o generin afectacions d'interès general local.

Les Administracions locals han de promoure, en exercici de la seva potestat reglamentària i en el seu respectiu marc de competències, l'establiment de les normes i l'adopció dels acords que en cada cas corresponguin per garantir els objectius que inspiren la present guia.

### 1.3.-Definicions

Als efectes d'aquesta guia, s'entén per:

- a) **Llenguatge no sexista:** el llenguatge que evita l'expressió de concepcions sexistes de la realitat i els usos androcèntrics i amb estereotips de gènere, i és respectuós amb les dones, amb les minories i amb totes les persones en general.
- b) **Publicitat sexista:** la realització, l'emissió i l'exhibició d'anuncis publicitaris que presenten les persones com a inferiors o superiors en dignitat humana en funció del sexe, o com a mers objectes sexuals, i també els que justifiquen o banalitzen la violència contra les dones o incitin a practicar-la.  
En la mesura que aquests anuncis presentin a les dones de forma vexatòria o discriminatòria, bé utilitzant particularment i directament el seu cos o parts del mateix com a mer objecte desvinculat del producte que es pretén promocionar, o bé utilitzant la seva imatge associada a comportaments estereotipats que vulnerin els fonaments del nostre ordenament, coadjuvant a generar la violència a què es refereix la Llei Orgànica 1/2004, de 28 de desembre, de mesures de protecció integral contra la violència de gènere, aquesta publicitat serà il·lícita.

## **Capítol 2. Criteris d'actuació per assolir una comunicació no sexista**

### 2.1.- Documentació escrita i digital

Les Administracions locals han d'emprar un llenguatge no sexista en tota la documentació escrita, gràfica, audiovisual, en l'atenció personal, en els mitjans de comunicació.

L'ús no sexista del llenguatge s'ha de fer tant en el format tradicional (documents destinats a la seva impressió o edició en suport paper) com en els documents que integren l'administració electrònica; en el sentit més ampli i en seus diferents formats actuals o futurs; així com, els destinats a ser emprats en les diverses plataformes i

canals digitals on es suporten aquests formats (webs, portals web, aplicacions per a mòbils i tauletes, xarxes socials, entre d'altres).

## 2.2.- Manifestacions culturals

Les Administracions locals han de garantir que les seves produccions culturals, o aquelles que es realitzin amb el seu suport, o estiguin destinades a la seva utilització i difusió en el seu àmbit de competències, incorporin una visió no sexista ni androcèntrica; així mateix, han de potenciar la creació i difusió de les obres culturals d'autoria femenina.

## 2.3.- Senyalització municipal

En els rètols, cartells i indicacions identificadores els immobles, dependències i serveis de les Administracions locals cal emprar un llenguatge genèric i no discriminatori envers les dones, inclosos els elements icònics com pictogrames (lavabos, ascensors, semàfors,... etc.,) sense quedar les dones invisibilitzades o minoritzades.

## 2.4.- Formació i capacitat

Les Administracions locals han de dur a terme periòdicament programes de capacitat i formació específica al personal a llur servei per a garantir que compleixen les seves funcions amb relació al que estableix aquesta guia orientativa; així mateix, han d'afavorir la deguda formació i conscienciació de les entitats i col·lectius que participen activament en la cultural, esportiva, recreativa i cívica en general i que reben directament o indirecta ajuts o suport públic o fan pública la seva activitat en mitjans públics o que perceben ajuts o suport públic.

## 2.5.- Activitat de foment

En l'exercici de l'activitat de foment les Administracions locals han de vetllar per la utilització d'un llenguatge escrit i iconogràfic no sexista ni androcèntric, per la qual cosa les bases, convenis i altres instruments jurídics destinats a regular l'atorgament de subvencions, beques, o qualsevol altra forma d'ajut, premi o reconeixement públic local haurà d'incloure expressament aquesta obligació de les persones sol·licitants i/o beneficiàries dels mateixos, incorporant també les conseqüències de l'incompliment d'aquesta obligació en relació amb la desestimació de la sol·licitud formulada o la manca de justificació del compliment de les finalitats a les que l'activitat de foment estigues adreçada.

Les Administracions locals no atorgaran ajuts, premis, reconeixements públics o qualsevol altra forma de l'activitat de foment a mitjans de comunicació de titularitat pública o privada que continguin anuncis (publicitat o patrocini) de contacte i/o reproduïxin continguts vexatoris relacionats amb la imatge de les dones.



## 2.6.- Activitat d'execució d'obres i prestació o gestió de serveis públics

Les Administracions locals realitzen un conjunt d'actuacions i activitats adreçades a l'execució d'obres i a l'establiment, prestació i gestió de serveis públics que requereixen de disposar, mitjançant contracte, de la participació d'empreses que complementin els seus recursos i capacitats per això amb aquesta finalitat:

- a) Els plecs de condicions reguladors d'aquestes relacions contractuals han d'incloure expressament entre les condicions essencials d'execució l'obligació de l'empresa contractista d'evitar els elements de discriminació sexista en l'ús del llenguatge, de la imatge, evitant també la publicitat sexista, en totes les seves actuacions, inclosió feta de la fase en que actuïn com a empreses licitadores. Aquesta obligació de l'empresa contractista s'ha d'estendre a la totalitat d'àmbit relatiu a l'execució del contracte i, especialment, a les seves relacions amb les persones treballadores, usuàries i amb la ciutadania en general.
- b) Les cartes de serveis que elaborin les Administracions locals han d'incorporar, en la forma que més s'ajusti a les característiques de cada servei, les obligacions i els deures que en cada cas correspongui complir a la pròpia administració local, a les empreses i/o entitats gestores o prestadores i a les persones usuàries, en relació amb la no utilització d'elements de discriminació sexista en l'ús del llenguatge, de la imatge, no utilitzant tampoc la publicitat sexista.

## 2.7.- Intervenció administrativa (activitat de policia)

L'activitat d'intervenció de les Administracions locals s'expressa mitjançant ordenances, reglaments i bans, instruments de planejament, submissió a llicència o altres formes de control previ o a posteriori (declaració responsable, comunicació prèvia), ordres individuals de manament o de prohibició, sempre en l'àmbit de les competències que en cada cas correspongui i amb subjecció a les normes que resultin aplicables.

Les Administracions locals han d'incorporar en els instruments reguladors (reglaments, ordenances ...) de l'exercici de les seves respectives competències d'intervenció les disposicions que permetin evitar la utilització d'elements de discriminació sexista en l'ús del llenguatge, de la imatge, així com, la publicitat sexista.

## 2.8.- Gestió del patrimoni

Les Administracions públiques en ús de les seves facultats en matèria de gestió dels seus béns i drets, ja siguin de caràcter patrimonial o demanial, estan facultades per facilitar, en els supòsits legalment previstos i amb el procediment que en cada cas correspongui, la utilització d'aquests béns i drets per terceres persones públiques o privades mitjançant la corresponent llicència, concessió, contracte o altres actes de disposició que puguin correspondre.

Les Administracions públiques han d'incloure entre les obligacions recollides en aquests títols que permeten la utilització per terceres persones de béns i drets de titularitat pública l'obligació de no utilitzar aquests béns com a suport directe o indirecte d'elements de discriminació sexista en l'ús del llenguatge, de la imatge, així com, la publicitat sexista.

Especialment, les Administracions locals han d'establir, mitjançant els instruments reguladors que en cada cas correspongui, la no utilització dels seus béns i drets, ja sigui como suport físic o de qualsevol altra forma, per a la instal·lació, difusió, comunicació, emissió o exhibició de publicitat il·lícita o de publicitat sexista (definida al apartat 1.3.b) d'aquesta guia) mitjançant anuncis, patrocinis o altres formes de comunicació adreçada a la ciutadania.

Les Administracions locals no publicaran publicitat institucional en aquells mitjans de comunicació de titularitat pública o privada que continguin anuncis (publicitat o patrocinis) de contacte i/o reproduïxins continguts vexatoris relacionats amb la imatge de les dones.

### 2.9.- Exercici de la potestat sancionadora, les clàusules penals i l'establiment de condicions d'atorgament.

1. Les entitats que integren l'Administració local que tinguin reconeguda la potestat sancionadora han de vetllar per integrar en els seus instruments reguladors el règim sancionador que permeti reaccionar davant els incompliments de les disposicions que tinguin per objectiu d'evitar els elements de discriminació sexista en l'ús del llenguatge, de la imatge i la publicitat sexista en els termes expressats en aquesta guia.

Són susceptibles d'integrar un règim sancionador, entre d'altres, les disposicions reguladores:

- Del funcionament intern de les Administracions públiques.
- Del règim de funcionament dels serveis públics.
- De l'exercici de la intervenció administrativa.
- De la gestió del patrimoni públic en allò que faci referència als béns demaniaus.

També poden ser contemplades en les cartes de servei, en la mesura que aquestes tenen naturalesa reglamentària.

2. Les entitats que integren l'Administració local i el seu sector públic institucional han de vetllar per integrar en els seus instruments reguladors de l'atorgament d'ajuts, premis i de qualsevol altre forma d'exercici de l'activitat de foment, la

determinació de les conseqüències del no compliment de les obligacions a que s'ha fet referència al punt 2.5 d'aquesta guia.

3. Les entitats que integren l'Administració local i el seu sector públic institucional han de vetllar per integrar en els plecs de condicions dels contractes, les penalitats derivades de l'incompliment de les condicions essencials d'execució imposades a les empreses contractistes a que s'ha fet referència al punt 2.6 d'aquesta guia, inclosió feta de la previsió de la resolució del contracte o del títol d'utilització atorgat, per causes imputables a l'empresa no complidora.
4. Les entitats que integren l'Administració local i el seu sector públic institucional han de vetllar per integrar en els instruments que regulen la utilització de béns i drets de la seva titularitat per terceres persones, les condicions i/o penalitats derivades de l'incompliment de les condicions essencials d'execució imposades a les mateixes a que s'ha fet referència al punt 2.8 d'aquesta guia, inclosió feta de la previsió de la resolució del títol habilitant atorgat, per causes imputables a l'empresa no complidora.
5. Les entitats que integren l'Administració local i el seu sector públic institucional han de vetllar per integrar en els actes administratius en virtut dels quals atorguen o reconeixen drets, i entre les seves condicions d'atorgament, aquelles que tinguin per objectiu d'evitar els elements de discriminació sexista en l'ús del llenguatge, de la imatge, evitant també la publicitat sexista, en els termes expressats en aquesta guia, fent constar els efectes derivats de l'incompliment de l'obligació establerta.

#### 2.10.- Mesures alternatives reparadores

Sense perjudici de l'establiment del règim sancionador recollit a l'apartat anterior, les Administracions locals valoraran la possibilitat d'establir mesures alternatives, amb una finalitat reparadora, formadora i generadora de un més alt grau de conscienciació que coadjuvi a l'assoliment dels objectius d'aquesta guia.

### **Capítol 3. Criteris per a la utilització d'una comunicació no sexista**

#### 3.1.- Llenguatge no sexista

Amb caràcter general, s'utilitzaran els següents criteris:

- Emprar termes genèrics, indefinits, col·lectius, abstractes i perífrasis (exemple: "equip docent" en comptes de "professors").

- Utilitzar fórmules de desdoblament (exemple: “les treballadores i els treballadors”), amb la denominació completa de les formes femenina i masculina.
- Si cal un estalvi d'espai (formularis...), utilitzar les barres inclinades (per exemple, candidat/a). Si la forma femenina presenta diferències ortogràfiques respecte la masculina que no consisteixin només a afegir i canviar una lletra, s'ha d'escriure la terminació femenina des de la vocal tònica incloent-hi aquesta (per exemple, usuari/ària).
- Feminitzar termes.
- Emprar construccions no sexistes, com ara:
  - a) Ometre determinants i pronoms marcats.
  - b) Eludir el subjecte.
  - c) Simetria en el tractament.

### 3.2.- Imatges no sexistes

Per assegurar una comunicació no sexista ni estereotipada en les actuacions previstes en els apartats anteriors, s'han d'utilitzar els criteris i les eines de què disposa l'Observatori sobre estereotips comunicatius relacionats amb el gènere.

En publicitat, premsa, web i imatge corporativa, a més d'utilitzar el llenguatge de forma no sexista s'haurà emprar d'imatges lliures d'estereotips sexistes.

Aquestes imatges evitaran:

1. Tot tipus de posició o representació de caràcter jeràrquic, procurant que estiguin presents els dos sexes o, si no, que no es invisibilitzi o quedi en minoria la presència de les dones, evitant els elements que generen un elevat risc de qualificació de contingut sexista i potencialment il·lícit.
2. Presentar a les dones de forma vexatòria o discriminatòria.

### 3.3.- La publicitat il·lícita

La publicitat il·lícita és aquella que atempta contra la dignitat de la persona o vulnera els valors i drets reconeguts en la Constitució espanyola, especialment els que es refereixen als articles 14, 18 i 20, apartat 4. S'entenen inclosos els anuncis que:

- a. Presentin a les dones de forma vexatòria o discriminatòria. Bé utilitzant particular i directament el seu cos o parts del mateix com a mer objecte desvinculat del producte que es pretén promocionar. Així com, utilitzar la seva imatge associada a comportaments estereotipats que vulnerin els fonaments del nostre ordenament coadjuvant a generar la violència a què es refereix la Llei orgànica 1/2004, de 28 de desembre, de mesures de protecció integral contra la violència de gènere.
- b. Justifiquin o banalitzin la violència contra les dones o inciti a practicar-la, o contra els drets de les persones LGTBI.
- c. Presentin les persones com a inferiors o superiors en dignitat humana en funció del sexe o l'orientació sexual.
- d. Associïn la seva imatge a comportament estereotipats en funció del gènere, especialment estereotips sexistes sobre les funcions que exerceixen dones i homes en els diferents àmbits de la vida i en els continguts destinats a la població infantil i juvenil.
- e. La publicitat dirigida a menors. En el cas de la publicitat dirigida a un públic infantil, la transmissió explícita o implícita de missatges segons els quals una joguina està de manera principal o exclusivament dirigida als nens o a les nenes.
- f. La publicitat subliminal
- g. La publicitat enganyosa, la publicitat deslleial i agressiva.
- h. La que infringeixi el que disposa altra normativa reguladora de la publicitat.

#### **Capítol 4. Actuació i/o intervencions específiques davant la publicitat il·lícita.**

Davant d'un eventual supòsit de publicitat il·lícita, la Llei 34/1988, d'11 de novembre, general de publicitat, en la seva redacció actual, preveu un conjunt d'accions per a l'exercici de les quals no estarien, amb caràcter general, les Administracions locals.

No obstant, l'article 6.2 de l'esmentada Llei estableix el següent:

*"2. Adicionalmente, frente a la publicidad ilícita por utilizar de forma discriminatoria o vejatoria la imagen de la mujer, están legitimados para el ejercicio de las acciones previstas en el artículo 32.1, 1ª a 4ª de la Ley de competencia desleal:*

- a) La Delegación del Gobierno para la violencia de género.*
- b) El Instituto de la Mujer o su equivalente en el ámbito autonómico.*
- c) Las asociaciones legalmente constituidas que tengan como objetivo único la defensa de los intereses de la mujer y no incluyan como asociados a personas jurídicas con ánimo de lucro.*
- d) El Ministerio Fiscal»".*

Per la qual cosa, i a la vista d'aquesta disposició, de les determinacions de l'article 3 i concordants de la Llei 17/2015, del 21 de juliol, d'igualtat efectiva de dones i homes que estableixen i desenvolupen els principis d'actuació dels poders públics en aquesta matèria; així com, el contingut del nou paràgraf o) de l'apartat 2 de la Llei 7/1985, de 2 d'abril, reguladora de les bases del règim local, que atribueix als municipis competències en relació amb les actuacions de promoció de la igualtat entre homes i dones; així com, contra la violència de gènere, és possible formular els següents criteris d'actuació, davant la publicitat presumptament il·lícita:

1. Una vegada coneguda l'existència, publicació o difusió de publicitat de contingut presumptament il·lícit, per infracció de l'article 3 a) de la Llei 34/1988, de 11 de novembre, general de publicitat, pot iniciar-se un expedient destinat a conèixer les circumstàncies del cas concret i esbrinar si les pràctiques comunicatives utilitzades tenen continguts que puguin ser qualificats com a sexistes o discriminatoris a la vista de les disposicions legals vigents i dels criteris expressats als apartats anteriors.

Les diligències d'aquest expedient s'han d'orientar a determinar, amb la precisió més gran possible, les entitats i/o persones físiques o jurídiques presumptament responsables, els fets i les circumstàncies rellevants que concorrin en el cas concret.

L'obertura de l'expedient podrà realitzar-se d'ofici, pel coneixement que tinguin la pròpia Administració local actuant, o a instància o denúncia formulada per la ciutadania.

2. A la vista del resultat de les diligències practicades i de la valoració dels fets concurrents:
  - a) Si la publicitat es considera que pot estar incursa en qualsevol dels supòsits que la qualificarien com a il·lícita resultarà procedent posar els fets en coneixement dels òrgans estatals i/o autonòmics (com pot ser l'Institut Català

de les Dones), a les associacions ( com l'Observatori) o al Ministeri fiscal segons s'ha fet referència al tercer paràgraf d'aquest capítol.

Cal valorar també la possible concurrència d'infracció penal de l'article 510 i concordants del Codi penal, als efectes de la remissió de un informe al Ministeri Fiscal o a l'autoritat judicial competent a fi d'iniciar les accions penals corresponents.

- b) Si la publicitat es considera que encara i ser publicitat amb trets sexistes no podria ser qualificada com a il·lícita, poden realitzar-se actuacions adreçades a la conscienciació de les persones responsables de la publicitat, recavant la cessació en l'acte publicitari o en la retirada dels aspectes que poguessin ser considerats inadequats, però no en grau suficient que justifiqui l'exercici de les accions de la Llei 34/1988, d'11 de novembre.

#### Disposició final

Aquesta guia orientativa sobre l'ús d'una comunicació no sexista serà sotmesa a la consideració de la Junta Directiva i l'Assemblea de l'Observatori. I una vegada aprovada per aquests òrgans serà objecte de difusió entre les Administracions locals.

Treball elaborat amb el suport de:



**Diputació  
Barcelona**



**Generalitat de Catalunya  
Institut Català de les Dones**



Diputació | Àrea d'Atenció  
Barcelona a les Persones

Gerència de Serveis d'Igualtat i Ciutadania

**Oficina de les Dones i LGTBI**

Espai Francesca Bonnemaison

Sant Pere més Baix, 7. 08003 Barcelona

Tel 934 049 095 · Fax 934 049 086

[o.doneslgtbi@diba.cat](mailto:o.doneslgtbi@diba.cat) · [www.diba.cat/web/dones](http://www.diba.cat/web/dones)