

21 de desembre de 2021

## NOTA DE PREMSA

# **El CAC alerta sobre continguts a TikTok que presenten les dones com a objectes sexuals i que poden contribuir a normalitzar la violència masclista**

- **El CAC analitza 15 vídeos publicats a TikTok, amb un total de 77 milions de visualitzacions, en què es presenta les dones com a sotmeses a un rol dominant masculí**
- **El president del CAC, Roger Loppacher, afirma que cal combatre qualsevol contingut susceptible de mostrar menyspreu i llenguatge vexatori envers les dones**
- **Un informe recent revela que en els darrers dos anys la percepció, entre els homes joves, de la gravetat de la violència de gènere s'ha reduït significativament.**

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) alerta sobre la presència de continguts a la xarxa social TikTok protagonitzats per adolescents o joves que presenten les dones com a objectes sexuals sotmeses a un rol dominant masculí, segons un informe realitzat sobre 15 vídeos emesos en aquesta xarxa.

El CAC subratlla que els vídeos analitzats tenen una audiència molt elevada –el més popular de la mostra arriba als 35,8 milions de seguidors–, així com que el públic majoritari de TikTok és molt jove. En concret, el 37,7% dels infants d'entre 4 a 15 anys en serien usuaris d'aquesta xarxa<sup>1</sup>. Val a dir que les normes de la plataforma demanen que les persones usuàries tinguin un mínim de 13 anys, però no hi ha cap sistema per acreditar-ho.

L'informe del CAC conclou que la presència en aquesta xarxa social de continguts susceptibles de menyspreu i de llenguatge vexatori vers les dones entre un col·lectiu adolescent i jove perpetua un model de relacions afectives basat en la desigualtat i el masclisme, que pot contribuir a normalitzar la violència masclista en aquest àmbit.

---

<sup>1</sup> *Quostodio 2020 annual report on children's digital habits: Connected More than Ever*

L'Acord constata que si bé és cert que en l'àmbit de la sensibilització contra la violència masclista la xarxa ha dut a terme accions encaminades a afavorir les bones pràctiques, també ho és que és un mitjà a través del qual algunes persones usuàries difonen valors i actituds que normalitzen el masclisme i la violència masclista. Una situació que s'agreuja si es pren en consideració que majoritàriament es difon entre un públic que està en procés de formació.

En aquest sentit, el darrer informe de Save the Children (octubre de 2021) alerta que la violència masclista es normalitza entre parelles adolescents i es repeteixen patrons i rols sexistes en les seves relacions.

L'Acord del CAC reproduïx també una dada d'un informe del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud (2021) sobre el descens de la percepció entre els homes de la violència de gènere com un problema social molt greu. Segons aquest informe, la percepció va créixer entre les dones entre 2019 i 2021 però va disminuir entre els homes en el mateix període. Es dona la circumstància, a més, que les categories que neguen o limiten la importància d'aquesta xacra ha experimentat un augment significatiu, especialment entre els homes: un 20,9% afirma que la violència de gènere no existeix, 8 punts més que en l'informe anterior.

El president del CAC, **Roger Loppacher**, ha dit que "cal combatre qualsevol contingut susceptible de mostrar menyspreu i llenguatge vexatori envers les dones".

Així mateix, el Consell recorda la necessitat de sensibilitzar a la ciutadania davant d'aquests continguts que fomenten el masclisme i aposta també per fomentar l'esperit crític de la ciutadania en general, i dels menors d'edat en particular. A través del programa d'educació en comunicació eduCAC ([www.educac.cat](http://www.educac.cat)), les escoles tenen a la seva disposició un conjunt de materials per tal de fomentar la mirada crítica dels continguts audiovisuals, i entre ells, un itinerari transversal per treballar la perspectiva de gènere a través de l'audiovisual.

## **Informe**

L'informe del CAC s'ha elaborat amb una mostra de 15 vídeos publicats en la xarxa social TikTok, seleccionats segons els quatre criteris següents: registrar un nombre elevats de persones seguidores (superior a les 250.000); estar protagonitzats per adolescents o joves; tenir com a llengua d'expressió el català o castellà; i reflectir estereotips sexistes.

El nombre de visites dels 15 vídeos varia, en cada cas, des de les 463.000 dels menys populars a les 35,8 milions del més vist. En total, els 15 vídeos de la mostra sumen prop de 77 milions de visualitzacions i més de 10 milions d'interaccions positives (*m'agrada*).

La primera constatació de l'informe és que la majoria dels vídeos analitzats (93,3%) **ofereixen una imatge objectualitzada i sexualitzada** de les dones. Així, alguns perfils centren els continguts que difonen en l'exhibició del cos d'una figura femenina com a objecte de desig que adopta actituds de submissió envers els homes. L'objectualització de les dones també es reflecteix en la mesura que les figures masculines que participen en els vídeos les redueixen a les seves parts erògenes i s'hi refereixen en termes exclusivament sexuals.

Una segona dada és que en més de la quarta part dels vídeos de la mostra (26,7%) la reducció de les dones a objectes sexuals s'acompanya de la transmissió de **missatges vexatoris i de menysteniment**.

Un exemple de l'estereotip d'home-seducor i dona-seduïda es pot trobar en un dels vídeos (amb 806.300 visualitzacions) en què un *tiktoker* compon una cançó on es descriu com a "caçador" mentre que qualifica a les dones de "trofeus":

"Entro a la disco está lleno de gatitas, estoy buscando cuál es mi favorita. Soy un cazador, todas me vigilan, mira esa nena, hoy la pongo fina. [*Mou la pelvis simulant l'acte sexual.*] Otro trofeo directo a mi vitrina."

(Vídeo núm. 10)

La tercera constatació de l'informe és que el 13,3% dels vídeos seleccionats vehiculen un **missatge explícit de superioritat masculina** en posar de manifest una percepció de la dona com a propietat de l'home.

Un exemple es troba en un dels vídeos (amb 8,2 milions de visualitzacions) en què s'aconsella grapejar el cos de la dona com a senyal de possessió davant d'altres homes:



(Vídeo núm. 8)

I, en quart lloc, l'informe assenyala que en una part dels vídeos de la mostra (el 13,3%), a partir de les lletres de les cançons que configuren l'àudio, es transmet un model sexoafectiu basat en la **dominació masculina i que normalitza la violència masclista**.

Aquest model de dominació apareix vinculat, de manera simulada, amb l'ús d'armes de foc en sincronies de llavis de cançons on una veu masculina explícita que exerceix violència física envers les dones o bé les compara amb animals en un context sexual. Un exemple de la primera consideració apareix en un dels vídeos de la mostra (amb 3,7 milions de visualitzacions):

“Cuando la azoto, suena pam, pam, pam, pam, pam  
Y la' pistola' suenan pam, pam, pam, pam, pam  
Tú ya conoce' el refrán, -frán, -frán, -frán, -frán  
Aquí lo' que hay es muslo y pam-pam-pam-  
pam-pam-pam-pam-pam-pam”

(Vídeo núm. 14)

## Replicació massiva per altres xarxes socials

L'informe del CAC afegeix que l'arquitectura de TikTok i de la resta de xarxes socials provoca que aquests vídeos, ja de per sí amb un nombre de visualitzacions molt elevat, es repliquin de manera massiva tant a la mateixa xarxa social com a la resta de plataformes.

En concret, una característica de TikTok és una funcionalitat en les eines d'edició que permet afegir sons, diàlegs i cançons als vídeos que es publiquen. D'aquesta manera, un àudio del catàleg de la xarxa social pot ser l'origen de la creació d'un vídeo i convertir-se en tendència donant lloc a múltiples vídeos que reproduïen o versionen el contingut original.

Aquesta facilitat de viralització crea fenòmens com el d'un vídeo amb més de 30 milions de visualitzacions que vincula les relacions afectivosexuals amb la violència i que registra més de 360.000 vídeos diferents dins la xarxa social que fan ús del mateix àudio.

Val a dir que la pràctica de la sincronia d'aquestes cançons (i la imitació per part d'altres persones usuàries) es realitza en un context d'amplíssima difusió dels videoclips originals de les cançons utilitzades, amb audiències de desenes de milions de persones en plataformes i xarxes socials: un dels continguts que formen part de la mostra supera els 200 milions de visualitzacions.

L'informe *Presència de continguts a TikTok que perpetuen la transmissió d'actituds i valors masclistes* va ser aprovat, per 2 vots a favor i 1 abstenció, en el Ple del CAC.

**Acord 95/2021 d'aprovació de l'Informe 150/2021, de 9 de desembre, de l'Àrea de Continguts, Presència de continguts a TikTok que perpetuen la transmissió d'actituds i valors masclistes**

Més informació: **Comunicació del CAC** • C/ dels Vergós, 36-42 • 08017 Barcelona  
**Tel.:** 935 575 000 i 627 480 483 • **Fax:** 935 575 003  
**Adreça electrònica:** [comunicacio.cac@gencat.cat](mailto:comunicacio.cac@gencat.cat)  
**Web:** [www.cac.cat](http://www.cac.cat)