

8. Mujer y medios de comunicación

La *Plataforma de Acción de Beijing* reconoció el impacto que los medios de comunicación tienen en las “*políticas estatales, las actitudes personales y el comportamiento de niñas y niños y de los jóvenes particularmente*”; por eso no deja de sorprender la atención mínima que el Gobierno demuestra en su documento por este área. Entre las ocho actuaciones previstas en el III Plan de Igualdad sobre el área de Medios de Comunicación no encontramos ninguna que recoja alguna actuación acerca de la publicidad no sexista, que sólo se menciona en relación a la administración central del Estado, y ello pese a la recomendación explícita de la *Plataforma* de “*suprimir la proyección constante de imágenes negativas y degradantes de las mujeres*”. Baste como ejemplo un reciente estudio en el que se demuestra que alrededor del 70% de los anuncios de juguetes muestran contenidos sexistas.

A pesar de la manifiesta importancia del área, los planteamientos de la *Plataforma de Acción de Beijing* no han sido tenidos en cuenta en el documento del Gobierno mas que de forma superficial y sin que se demuestre ningún interés real por el tema.