



RECU LL DE PREMSA

EXPOSICIÓ – “LA REPRESENTACIÓ DELS COSSOS DE LES DONES”

Jornada Internacional de Debat (RE)IMAGINA'T

7 AL 28 D'OCTUBRE A L'ESPAI
BONNEMAISON.
BARCELONA 2010

23 D'OCTUBRE AL CITILAB DE
CORNELLÀ 2010

Índex de mitjans que han recollit la Jornada i l'exposició.

Adjuntem els retalls a continuació.

<ul style="list-style-type: none"> • El Periódico de Catalunya 	<p>- Al Gra, entrevista a Anna Morero per l'Exposició de la representació dels cossos. 11/10/2010.</p> <p>- Al gra, entrevista a Rodalind Gil per la Jornada de l'Observatori. 23/11/2010. Edició Català i Castellà.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Catalunya Radio 	<p>- El blog de Jordi Cervera. 06/10/2010.</p> <p>Notícia sobre l'Exposició de la representació dels cossos.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Agència Europa Press 	<p>- Notícia destacada 08/10/2010. Sobrel'Exposició de la representació dels cossos.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Lainformación.com 	<p>- Notícia 08/10/2010. Sobrel'Exposició de la representació dels cossos.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Gente en Barcelona 	<p>- Notícia 08/10/2010. Sobrel'Exposició de la representació dels</p>

	COSSOS.
<ul style="list-style-type: none"> • Diari Que.es 	<ul style="list-style-type: none"> - Notícia 08/10/2010. Sobrel'Exposició de la representació dels cossos.
<ul style="list-style-type: none"> • Diari Adn.es 	<ul style="list-style-type: none"> -Notícia 12/10/2010. Sobrel'Exposició de la representació dels cossos.
<ul style="list-style-type: none"> • Polis 21 	<ul style="list-style-type: none"> -Entrevista a Rodalind Gil per la Jornada de l'Observatori. 23/11/2010. Edició Català i Castellà.
<ul style="list-style-type: none"> • La independent 	<ul style="list-style-type: none"> -Reportatge sobre la Jornada de l'Observatori. 02/11/2010.
<ul style="list-style-type: none"> • TVE 	<ul style="list-style-type: none"> - Notícia a L' Informatiu del 23/10/2010.

A més a més del recull de premsa que s'adjunta a sota, la repercussió a la resta de mitjans de comunicació ha estat a:

-TVE Catalunya (Telenotícies migdia del 9).

Entre els minuts 20.10 i 21.13

- Al Bloc del Jordi Cervera de Catalunya Ràdio (a més d'un post)

- XTAL

-A varies ràdios locals (des de principis d'Octubre fins a principis de Novembre per parlar de l'Exposició sobre la representació dels cossos de les dones i la Jornada internacional de debat).

- Ràdio Cornellà
- Ràdio Sant Feliu
- Ràdio Sant Boi
- Com Ràdio
- Ràdio Molins de Rei
- Ràdio Rubí
- Ràdio Barberà
- Ràdio Vilafranca

El Periódico de Catalunya



ELISENDA PONS

«La publicitat fragmenta la dona en cames, llavis, ulls...»

|| EVA MARTÍN
BARCELONA

Anna Morero és coordinadora de *La representació dels cossos de les dones*, una exposició entestada a demostrar que els moderns creatius publicitaris no inventen res i que el retrat que fan en els seus espots de les dones es limita a seguir una vella tradició que es remunta a l'antiguitat clàssica, oferint una imatge de la feminitat al servei del plaer masculí, que no té res a veure ni amb l'aspecte físic autèntic de les dones ni amb els seus veritables interessos.

-¿Què tenen en comú la Venus de Tizià i la imatge d'una marca de roba interior femenina, amb què anuncien la seva exposició?

-La forma en què es representen les dones. Els models no s'han mogut gens. Es tracta d'imatges molt esbiaixades, al servei de la mirada

i del plaer masculí. La dona com a objecte de desig: cossos immòbils que pretenen provocar plaer sense sentir-ne. Arquetips gens representatius de la pluralitat, que impliquen una imatge molt estereotipada i criteris molt rígids sobre la bellesa de la dona.

-¿Quins efectes tenen aquests arquetips femenins?

-Ens mirem a través dels ulls del patriarcat, i ens fragmentem de la mateixa manera que ho fa la publicitat, ensenyant-nos a trossos i determinant com, segons una sèrie de rígids patrons estètics, haurien de ser les cames, els llavis, els ulls, tot per separat. Vivim el nostre cos com un objecte i com una cosa que, segons la publicitat, ha de ser permanentment rectificat.

-Però algunes firmes trenquen amb l'arquetip imperant.

-En algun moment va semblar que es feien propostes alternatives, com

aquell eslògan que feia referència a la bellesa real, però al final no va ser així. Simplement es va crear un nou model per substituir l'anterior. Es representava la dona de la mateixa manera, exhibint-la i traslladant la discussió al terreny de si una dona grassa és atractiva o no.

-¿I quin seria el model de representació correcte?

-No es tracta de substituir un model per un altre, sinó de representar la diversitat. I això és el que la publicitat hauria d'aportar.

-¿Com s'explica que serveixi de reclam una imatge com la de l'exposició, en què una dona apareix complaguda, fent-se una mascareta de bellesa, mentre frega els plats?

-Són escenes ridícules. Dones en èxtasi fregant plats... Fa riure. La publicitat genera imatges ridícules i innecessàries. ≡

Catalunya Ràdio



EL BLOG DE
JORDI CERVERA

CATALUNYA
RÀDIO

Premi al Millor bloc
de Cultura 2008

Premi Vila de
Martorell 2008
al millor blog

PREMI BLOCS
CATALUNYA

Ajuntament
de Martorell

06/10/2010: Cossos de dona

Categoria: [General](#)

Escrit per: [Jordi Cervera](#)

[Afegeix comentari](#)

A partir del dia 7 d'octubre a [l'Espai Francesca Bonnemaison](#) del carrer de Sant Pere més Baix, 7 de Barcelona es pot veure l'exposició "**La representació dels cossos de les dona. Un cos al servei de la mirada i el plaer masculí. Què tenen en comú la Maja desnuda de Goya i la publicitat d'Intimissimi?**"



Un títol ben llarg però força definitori per tal de situar aquesta

iniciativa de **[l'Observatori de les Dones en els Mitjans de Comunicació](#)** que es complementarà amb la Jornada de Debat Internacional que tindrà lloc el proper 23 d'octubre al **[Citilab](#)** de Cornellà, i que se celebra amb motiu del 10è aniversari de l'Observatori.

La mostra un recorregut que posa en relació les imatges artístiques i publicitàries de diversos períodes històrics per mostrar les analogies, la uniformitat i la continuïtat en els models de representació dels cossos de les dones a fi i efecte de poder reflexionar sobre la manca de diversitat en la representació i sobre com això fixa en l'imaginari col·lectiu una imatge estereotipada de les dones i les seves identitats particulars.



L'Observatori de les Dones en els Mitjans de Comunicació és una iniciativa de participació ciutadana impulsada des de 26 ajuntaments de Catalunya que vol promoure una anàlisi i una contestació dels mitjans de comunicació des de la perspectiva de les dones i la seva relació amb els mitjans de comunicació

Agència EuropaPress

europapress.es
CATALUÑA

DESTACADAS

La representación de las mujeres como objetos de deseo centra una muestra en Barcelona

BARCELONA, 8 Oct. (EUROPA PRESS) -

El Observatorio de las Mujeres en los Medios de Comunicación muestra la representación secular de las mujeres como objetos de deseo en la exposición 'La Representación de los cuerpos de las mujeres. Un cuerpo al servicio de la mirada y el placer masculino', que se muestra hasta el 28 de octubre en el Espacio Francesca Bonnemaison de Barcelona.

En declaraciones a Europa Press, la coordinadora del Observatorio, Anna Morero, ha destacado las analogías entre la forma de representar las mujeres en un óleo del 'Cinquecento' y en la publicidad actual.

"Las mujeres, a diferencia de los hombres, se representan siguiendo patrones que refuerzan los estereotipos tradicionales", ha explicado Morero, señalando que los cuerpos femeninos se convierten en objetos de clichés, análisis y críticas.

Por ello, ha reclamado una representación "más diversa y más justa" de las mujeres en los medios, que refleje la "feminidad real". La jornada internacional de debate (Re)Imagina't tratará la cuestión en Barcelona el 23 de octubre, coincidiendo con el décimo aniversario del observatorio.

El encuentro contará con representantes de medios y universidades y con la experta en análisis social y cultural del Centro de Cultura, Medios de Comunicación e Industrias Creativas del King's College de Londres, Rosalind Gill.

lainformacion.com

La representación de las mujeres como objetos de deseo centra una muestra en Barcelona

REDACCIÓN Y AGENCIAS

El Observatorio de las Mujeres en los Medios de Comunicación muestra la representación secular de las mujeres como objetos de deseo en la exposición 'La Representación de los cuerpos de las mujeres. Un cuerpo al servicio de la mirada y el placer masculino', que se muestra hasta el 28 de octubre en el Espacio Francesca Bonnemaison de **Barcelona**.



El Observatorio de las Mujeres en los Medios de Comunicación muestra la representación secular de las mujeres como objetos de deseo en la exposición 'La Representación de los cuerpos de las mujeres. Un cuerpo al servicio de la mirada y el placer masculino', que se muestra hasta el 28 de octubre en el Espacio Francesca Bonnemaison de Barcelona.

En declaraciones a Europa Press, la coordinadora del Observatorio, Anna Morero, ha destacado las analogías entre la forma de representar las mujeres en un óleo del 'Cinquecento' y en la publicidad actual.

"Las mujeres, a diferencia de los hombres, se representan siguiendo patrones que refuerzan los estereotipos tradicionales", ha explicado Morero, señalando

que los cuerpos femeninos se convierten en objetos de clichés, análisis y críticas.

Por ello, ha reclamado una representación "más diversa y más justa" de las mujeres en los medios, que refleje la "feminidad real". La jornada internacional de debate (Re)Imagina't tratará la cuestión en Barcelona el 23 de octubre, coincidiendo con el décimo aniversario del observatorio.

El encuentro contará con representantes de medios y universidades y con la experta en análisis social y cultural del Centro de Cultura, Medios de Comunicación e Industrias Creativas del King's College de Londres, Rosalind Gill.

Gente en Barcelona

Gente en Barcelona

La representación de las mujeres como objetos de deseo centra una muestra en Barcelona

El Observatorio de las Mujeres en los Medios de Comunicación muestra la representación secular de las mujeres como objetos de deseo en la exposición 'La Representación de los cuerpos de las mujeres. Un cuerpo al servicio de la mirada y el placer masculino', que se muestra hasta el 28 de octubre en el Espacio Francesca Bonnemaison de Barcelona.

BARCELONA, 8 (EUROPA PRESS)

El Observatorio de las Mujeres en los Medios de Comunicación muestra la representación secular de las mujeres como objetos de deseo en la exposición 'La Representación de los cuerpos de las mujeres. Un cuerpo al servicio de la mirada y el placer masculino', que se muestra hasta el 28 de octubre en el Espacio Francesca Bonnemaison de Barcelona.

En declaraciones a Europa Press, la coordinadora del Observatorio, Anna Morero, ha destacado las analogías entre la forma de representar las mujeres en un óleo del 'Cinquecento' y en la publicidad actual.

"Las mujeres, a diferencia de los hombres, se representan siguiendo patrones que refuerzan los estereotipos tradicionales", ha explicado Morero, señalando que los cuerpos femeninos se convierten en objetos de clichés, análisis y críticas.

Por ello, ha reclamado una representación "más diversa y más justa" de las mujeres en los medios, que refleje la "feminidad real". La jornada internacional de debate (Re)Imagina't tratará la cuestión en Barcelona el 23 de octubre, coincidiendo con el décimo aniversario del observatorio.

El encuentro contará con representantes de medios y universidades y con la experta en análisis social y cultural del Centro de Cultura, Medios de Comunicación e Industrias Creativas del King's College de Londres, Rosalind Gill.

Diari Que.es

que.es/

Martes, 12 de octubre de 2010

La representación de las mujeres como objetos de deseo centra una muestra en Barcelona

El Observatorio de las Mujeres en los Medios de Comunicación muestra la representación secular de las mujeres como objetos de deseo en la exposición 'La Representación de los cuerpos de las mujeres. Un cuerpo al servicio de la mirada y el placer masculino', que se muestra hasta el 28 de octubre en el Espacio Francesca Bonnemaison de Barcelona.

El Observatorio de las Mujeres en los Medios de Comunicación muestra la representación secular de las mujeres como objetos de deseo en la exposición 'La Representación de los cuerpos de las mujeres. Un cuerpo al servicio de la mirada y el placer masculino', que se muestra hasta el 28 de octubre en el Espacio Francesca Bonnemaison de Barcelona.

En declaraciones a Europa Press, la coordinadora del Observatorio, Anna Morero, ha destacado las analogías entre la forma de representar las mujeres en un óleo del 'Cinquecento' y en la publicidad actual.

"Las mujeres, a diferencia de los hombres, se representan siguiendo patrones que refuerzan los estereotipos tradicionales", ha explicado Morero, señalando que los cuerpos femeninos se convierten en objetos de clichés, análisis y críticas.

Por ello, ha reclamado una representación "más diversa y más justa" de las mujeres en los medios, que refleje la "feminidad real". La jornada internacional de debate (Re)Imagina't tratará la cuestión en Barcelona el 23 de octubre, coincidiendo con el décimo aniversario del observatorio.

El encuentro contará con representantes de medios y universidades y con la experta en análisis social y cultural del Centro de Cultura, Medios de Comunicación e Industrias Creativas del King's College de Londres, Rosalind Gill.

Diari Adn.es

adn.esADN.es Cultura & Ocio

Martes, 12 de octubre de 2010.

La representación de las mujeres como objetos de deseo centra una muestra en Barcelona

El Observatorio de las Mujeres en los Medios de Comunicación muestra la representación secular de las mujeres como objetos de deseo en la exposición 'La Representación de los cuerpos de las mujeres. Un cuerpo al servicio de la mirada y el placer masculino', que se muestra hasta el 28 de octubre en el Espacio Francesca Bonnemaison de Barcelona.

BARCELONA, 8 (EUROPA PRESS)

El Observatorio de las Mujeres en los Medios de Comunicación muestra la representación secular de las mujeres como objetos de deseo en la exposición 'La Representación de los cuerpos de las mujeres. Un cuerpo al servicio de la mirada y el placer masculino', que se muestra hasta el 28 de octubre en el Espacio Francesca Bonnemaison de Barcelona.

En declaraciones a Europa Press, la coordinadora del Observatorio, Anna Morero, ha destacado las analogías entre la forma de representar las mujeres en un óleo del 'Cinquecento' y en la publicidad actual.

"Las mujeres, a diferencia de los hombres, se representan siguiendo patrones que refuerzan los estereotipos tradicionales", ha explicado Morero, señalando que los cuerpos femeninos se convierten en objetos de clichés, análisis y críticas.

Por ello, ha reclamado una representación "más diversa y más justa" de las mujeres en los medios, que refleje la "feminidad real". La jornada internacional de debate (Re)Imagina't tratará la cuestión en Barcelona el 23 de octubre, coincidiendo con el décimo aniversario del observatorio.

El encuentro contará con representantes de medios y universidades y con la experta en análisis social y cultural del Centro de Cultura, Medios de Comunicación e Industrias Creativas del King's College de Londres, Rosalind Gill.

POLIS 21

Polis21

Revista Electrónica de Cultura, Tendencias y

Arte

Rosalind Gill: "El sexismo vuelve a ser normal y aceptable y pocos protestan"



Rosalind Gill, profesora de análisis social del King's College de Londres

Rosalind Gill da clases de análisis social y cultural en el King's College de Londres. Es autora de *Gender and the media* (2007), *Secrecy and silence in the research process: feminist reflections* (2009) y *New femininities: postfeminism, neoliberalism and subjectivity* (diciembre). Hoy, su ponencia sobre la representación femenina en los medios de comunicación abre la jornada del décimo aniversario del Observatori de les Dones en els Mitjans de Comunicació, que será retransmitida en directo en www.observatori-deldones.org

-¿Qué le enoja de la representación de la mujer en los medios?

-Creo que el sexismo se ha convertido, de nuevo, en normal y aceptable. Una nueva generación de mujeres ha crecido pensando que el valor primordial de la mujer se vincula a su apariencia y atractivo. Y pocas voces feministas hablan de ello.

-¿Cómo hace cómplices de ello a los medios?

-La cuestión sobre la influencia de los medios es delicada. Nadie quiere argumentar que las mujeres jóvenes son embaucadas pasivamente, abducidas por las imágenes y mensajes que sirven los medios.

-Imágenes que la gente quiere ver.

-Estamos llevando a nuestros cuerpos hacia imágenes idealizadas que probablemente no son ni reales, por el uso de photoshop, operaciones y similares. En lugar de operaciones, creo que deberíamos transformar nuestra sociedad para aceptar a las mujeres en toda su

EL PERIÓDICO DE CATALUNYA (EDICIÓ CATALÀ)

al gra

Rosalind Gill
Professora d'anàlisi social del King's College de Londres

9.45
'REPRESENTACIÓ DE LES DONES ALS MEDIA, N'HI HA PER EMPRENYAR-SE'
Círcul. Plaça de Carr Burik, s/n. Cornellà.



«El sexisme torna a ser normal i acceptable i pocs protesten»

CAIRME ESCALES
BARCELONA

Rosalind Gill imparteix classes d'anàlisi social i cultural al King's College de Londres. És autora de *Gender and the media* (2007), *Secrecy and silence in the research process: feminist reflections* (2009) i *New femininities: postfeminism, neoliberalism and subjectivity* (desembre). Avui, la seva ponència sobre la representació femenina en els mitjans de comunicació obre la jornada del desè aniversari de l'Observatori de les Dones en els Mitjans de Comunicació, que serà retransmesa en directe a www.observatoridelesdones.org

—**Què la molesta de la representació de la dona en els mitjans?**
—Crec que el sexisme s'ha convertit, una altra vegada, en normal i acceptable. Una nova generació de dones ha crescut pensant que el valor primordial de la dona es vincula a la seva aparença i el seu atractiu. I poques veus feministes parlen d'això.

—**Com fa còmplices d'això els mitjans?**
—La qüestió sobre la influència dels mitjans de comunicació és delicada. Ningú vol argumentar que les dones joves són entabanades passivament, absorbides per les imatges i els missatges que serveixen els mitjans.

—**Imatges que la gent vol veure.**
—Estem portant els nostres cossos cap a imatges idealitzades que probablement no són ni reals, per l'ús de photoshop, les operacions i altres coses semblants. En comptes d'operacions, penso que hauríem de transformar la nostra societat per acceptar les dones en tota la seva diversitat de talles, colors, edats, formes i ètnies.

—**En masculí passa el mateix.**
—Part de la meua feina és sobre els homes, i crec que objectivitzar imatges del cos masculí perfecte també és perjudicial per a ells. Potser és menys sever que en les dones, però la pressió en ells s'intensifica. Homes i dones hem de lluitar per crear igualtat, esperança i relacions de gènere generoses.

—**El Govern espanyol acaba d'eliminar el Ministeri d'Igualtat. Què li provoca aquesta notícia?**
—M'ha xocat. Era bàsic per promoure i dirigir el progrés cap a la igualtat. Em preocupa que sense el ministeri encarregat específicament d'això veurem atacs morals a la representació sexual de la dona, però no seran ni feministes ni polítics. No estic en contra de les representacions explícites de sexualitat, però sí en contra del model sexista de joves de corbes de quírofán, reflex dominant del porno. ■

EL PERIÓDICO DE CATALUNYA (EDICIÓ CASTELLÀ)

PROFESORA DE ANÁLISIS SOCIAL DEL KING'S COLLEGE DE LONDRES

AL GRANO

Rosalind Gill: «El sexismo vuelve a ser normal y aceptable y pocos protestan»

Sábado, 23 de octubre del 2010

CARME ESCALES

BARCELONA

Rosalind Gill da clases de análisis social y cultural en el King's College de Londres. Es autora de *Gender and the media* (2007), *Secrecy and silence in the research process: feminist reflections* (2009) y *New femininities: postfeminism, neoliberalism and subjectivity* (diciembre). Hoy, su ponencia sobre la representación femenina en los medios de comunicación abre la jornada del décimo aniversario del Observatori de les Dones en els Mitjans de Comunicació, que será retransmitida en directo en www.observatoridelesdones.org



-¿Qué le enoja de la representación de la mujer en los medios?

-Creo que el sexismo se ha convertido, de nuevo, en normal y aceptable. Una nueva generación de mujeres ha crecido pensando que el valor primordial de la mujer se vincula a su apariencia y atractivo. Y pocas voces feministas hablan de ello.

-¿Cómo hace cómplices de ello a los medios?

-La cuestión sobre la influencia de los medios es delicada. Nadie quiere argumentar que las mujeres jóvenes son embaucadas pasivamente, abducidas por las imágenes y mensajes que sirven los medios.

-Imágenes que la gente quiere ver.

-Estamos llevando a nuestros cuerpos hacia imágenes idealizadas que probablemente no son ni reales, por el uso de *photoshop*, operaciones y similares. En lugar de operaciones, creo que deberíamos transformar nuestra sociedad para aceptar a las mujeres en toda su diversidad de tallas, colores, edades, formas y etnias.

-En masculino, pasa lo mismo.

-Parte de mi trabajo es sobre los hombres y creo que objetivizar imágenes del cuerpo masculino perfecto también es dañino para ellos. Tal vez sea menos severo que en las mujeres, pero la presión en ellos se intensifica. Hombres y mujeres debemos luchar para crear igualdad, esperanza y relaciones de género generosas.

-El Gobierno español acaba de eliminar el Ministerio de Igualdad. ¿Qué le provoca esta noticia?

-Me ha chocado. Era básico para promover y dirigir el progreso hacia la igualdad. Me preocupa que sin el ministerio encargado específicamente de ello veremos ataques morales a la representación sexual de la mujer, pero no serán ni feministas ni políticos. No estoy en contra de las representaciones explícitas de sexualidad, pero sí en

contra del modelo sexista de jóvenes de curvas de quirófano, reflejo dominante del porno.

'REPRESENTACIÓ DE LES DONES ALS MEDIA. N'HI HA PER EMPRENYAR-SE?' Citilab. Plaza de Can Suris, s/n. Cornellà.

LA INDEPENDENT

http://www.laindependent.cat/index.php?option=com_content&view=article&id=132%3Auna-analisi-critica-des-de-catalunya-de-la-representacio-de-les-dones-als-mitjans&catid=109%3Aeuropa&Itemid=149&lang=ca

La independent

Una anàlisi crítica des de Catalunya de la representació de les dones als mitjans

Escrit per Tona Gusí/ Fotos: Drac Màgic dimarts, 2 de novembre de 2010 11:01



Actualitat - Europa

Som molt lluny d'una comunicació no sexista, segons institucions, entitats i periodistes



L'[Observatori de les Dones en els Mitjans de Comunicació](#) és una iniciativa de participació ciutadana impulsada des de diferents ajuntaments de Catalunya i per [Drac Màgic](#) (entitat dedicada a l'estudi de l'audiovisual) que vol promoure l'anàlisi i la resposta dels mitjans de comunicació des de la perspectiva de les dones. L'Observatori ha celebrat el desè aniversari amb una Jornada Internacional de Debat el 23 d'octubre al [Citilab](#) de Cornellà. D'una banda, s'ha volgut conèixer de la mà de professionals de la comunicació com s'aborda la representació de les dones als mitjans. I de l'altra, persones expertes en l'anàlisi dels mitjans han debatut la importància que té aquest sector en la construcció de models sobre les dones.



A la taula d'esquerra a dreta: Joana Bonet, Xavier Oliver, Eva Peruga, Sílvia Cópulo i Josep Carles Rius.

Institucions i entitats

La presidenta de l'Observatori, **Judith Ibáñez**, ha volgut fer partícip a les més de 300 dones i a la desena d'homes que omplien la sala d'actes, de la importància que aquesta entitat, nascuda a Cornellà i actualment dependent de l'[Institut Català de les Dones](#) (ICD), continui lligada a entitats, associacions i a l'administració local, perquè, d'aquesta manera, se'n garanteix la vitalitat en l'observació d'un ampli ventall de mitjans.

Per **Marta Selva**, presidenta de l'ICD, cal aconseguir que els mitjans mostrin l'experiència diversa de ser dones al món, i en destaca l'emergència de nous imaginaris d'altres cultures. "És per aconseguir aquest objectiu que hi ha d'haver un fort compromís entre les institucions i els espais de comunicació de dones" ha afirmat. Aprofundir en la coeducació i en els continguts que es donen als centres educatius és, per a **Marta Selva**, inajornable, a fi que, "com deia Hannah Arendt, visquem en una comunitat lliurement compartida pels dos gèneres".

Imma Moraleda, presidenta de l'[Àrea d'Igualtat i Ciutadania de la Diputació de Barcelona](#), aposta per una presència més equilibrada als mitjans i perquè l'Observatori continui vigilant que la imatge de la dona no s'empri malament. **Imma Moraleda** afirma que les dones que van entrar en política i participen a l'administració pública van recollir les propostes dels moviments de dones i les van voler aplicar: "Ara caldrà treballar perquè les nostres polítiques es mantinguin i s'apliquin". Quant a l'actualitat política ha manifestat que l'acceptació per part de dues de les ministres sortints d'un càrrec en un graó inferior és una actitud molt femenina i positiva. "No recordo cap ministre home que ho hagi fet", ha exclamat.

L'alcalde de Cornellà, **Antonio Balmón**, en referència a les declaracions sexistes de l'alcalde de Valladolid vers Leire Pajín, ha deixat clar que els comentaris masclistes de polítics i de la premsa li causen una gran nàusea intel·lectual, tristesa i rebuig. Per a ell, la tasca de l'Observatori no és tant aconseguir la igualtat d'oportunitats, que ja ho fa la llei, sinó la igualtat social, i aconseguir-ho sí que és un combat, perquè la mirada social comporta un debat molt

més complex, on molt sovint s'ha d'anar a contracorrent de les polítiques de màrqueting i consum.

La coordinadora de continguts de l'Observatori, **Anna Moreno**, ha explicat el concurs d'espots publicitaris no sexistes realitzat entre estudiants de 14 a 16 anys de 26 municipis. Un dels premiats, mostra un intercanvi de rols: un noi recomana una crema hidratant a una companya. Moreno també ha presentat el Decàleg a tenir en compte per a una millor representació de les dones en els mitjans de comunicació, que ha estat elaborat per més de 150 dones dels 26 municipis que formen l'Observatori. Cada municipi ha elaborat el seu decàleg, que després han fusionat en un d'unitari. Aquest decàleg es lliurarà al Col·legi de Periodistes de Catalunya.



Taula Rodona "Les lògiques productives dels mitjans de comunicació i el seu impacte en la representació de les dones."

A la taula d'esquerra a dreta: Joana Bonet, Xavier Oliver, Eva Peruga, Sílvia Còppulo i Josep Carles Rius

Periodistes i publicistes

La periodista i defensora d'igualtat del Periódico **Eva Peruga**, moderadora de la taula rodona, ha començat dient que els mitjans incorren en una doble falta perquè són responsables, tant d'explicar les situacions, com de fer d'altaveu, i en el cas de les dones ho incompleixen. No obstant això, ha exculpat els mitjans dient que "no hi passa res que no passi en altres àmbits". Els ha demanat, tanmateix, que facin un esforç i que no tolerin expressions insultants ni la invisibilitat, perquè, en el dia a dia, només surten a la premsa o bé les dones importants o bé les víctimes mentre que la immensa majoria és invisible. Ella centra la seva tasca a El Periódico a incidir dins la redacció per fer augmentar el nivell d'igualtat. Per a **Peruga**, l'existència d'una massa crítica de dones pot fer millorar els mitjans. "Cal fer un producte amb una mirada plural, no androcèntrica, on la veu de les dones compti igual que la dels homes". L'ambició de les professionals dels mitjans, com afronten la perspectiva de gènere els nous mitjans, i què es

pot fer des de la publicitat i la moda, són les qüestions que va plantejar a les i els professionals d'aquesta taula rodona.

Sílvia Coppulo dirigeix l'agència Ekoos i un programa a Catalunya Radio. La seva intervenció parteix d'un diagnòstic del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) sobre el gènere a la radio i a la televisió públiques, on un 90% dels càrrecs importants dels mitjans estan ocupats per homes, i les dones només ocupen el 10 % restant. Això sí, la seva presència va augmentant en els càrrecs de segon o tercer nivell. Però Coppulo és de l'opinió que "no calen tants diagnòstics i sí més tractament". Es diferencia del discurs d'**Eva Peruga** en el sentit que està d'acord amb les conclusions de Beijing que els mitjans van per darrera de la societat. Quan es justifica la poca presència de les dones als mitjans i a les tertúlies amb la manca de voluntat de participació de les dones, afirma que "les dones saben que seran mirades amb lupa i dubten més perquè tenen menys seguretat. Per exemple, un home llegeix un llibre i ja creu que pot opinar, per contra, una dona ha de fer un màster". Les dones tenen més dificultats afegides, com és la manca de temps i l'aspecte físic, "si no, fixem-nos quantes dones de més de 65 anys i grassonetes veiem a la televisió". La seva experiència personal li fa aconsellar que "cal perseverar i, sobretot, no fer soroll ni mostrar-se com a víctima, simplement, no demanis i ocupa l'espai que et pertoca!".



Per al periodista i responsable de l'edició catalana del diari Público, **Josep Carles Rius**, "els mitjans han de ser un mirall honest i fidel i, en canvi, són un mirall desenfocat". El diari es defineix com a militant de la igualtat; aplica el Decàleg sobre el tractament de la violència de gènere als mitjans elaborat per institucions, el Col·legi de Periodistes, l'Associació de Dones Periodistes, etc.; és contrari a la publicació d'anuncis de prostitució; i té seccions específiques en defensa del feminisme. Consta que als mitjans hi ha una gran visibilitat de la joventut, la bellesa i les relacions amoroses i, en canvi, hi ha molt poca visibilitat dels agents socials, la gent gran i la migració. Opina que cal una actitud política de transformació tant pel que fa a la informació com en l'entreteniment i la ficció, i li preocupa especialment el tractament de les dones a Tele 5 i a Antena 3. Rius s'exclama que el govern espanyol hagi retirat la publicitat de les cadenes públiques, cosa que ha causat un transvasament dels anuncis als mitjans privats, i

a aquests, no se'ls ha demanat res a canvi. TV3 i Catalunya Ràdio són els únics grans contrapunts. Consta, a més, que a Internet es fan tractaments d'informació que abans mai no s'haurien acceptat, i opina que l'esquerra ha d'abordar seriosament la prostitució (ell es declara "abolicionista") i què és fa amb el vel integral, el hijab...és a dir, amb la invisibilització física d'algunes dones migrades.

Pensa, finalment, que els i les periodistes han de crear complicitats amb la societat i aconseguir que les dones periodistes tinguin més pes a les redaccions, i és que ja fa anys que són més del 80% de la professió que surt de les universitats. Per modificar aquesta situació són inajornables les mesures de conciliació, afirma, perquè la situació actual és dramàtica i exigeix sacrificis a les periodistes, tant per exercir com per competir.

El publicista i professor de l'IESE, **Xavier Oliver**, es confessa "emprenyat i deprimat per la presentació de les dones en el món de la publicitat". Explica que al quart any de Comunicació de la Universitat de Navarra el 87% són dones, i que a la seva empresa ho són el 70% de les 200 persones que hi treballen. En canvi, la publicitat segueix el model Hollywood, com a la sèrie de gran actualitat *Castle*. La publicitat s'hi emmiralla, i és per això que, al seu parer, "continuen sent els homes qui condueixen els cotxes perquè posar una conductora seria només cosmètica". Avenços com els de Dove, la marca que ha estat premiada per donar una altra imatge de les dones, no es corresponen amb la publicitat que continua fent la marca mare. Per aquest publicista, en un món sofisticat, en una societat tipa, costa molt trobar un model, és més fàcil deixar-se arrossegar. Però hi ha una esperança, i és que "el món del futur es basarà en la relació entre la societat i les marques, i les dones aquí hi tenen les de guanyar". També afirma que l'organisme estatal encarregat dels mecanismes d'autocontrol de la publicitat és molt ràpid en la resolució de casos i, per tan, funciona.

La directora de la revista femenina Marie Claire, la periodista, comentarista i articulista **Joana Bonet**, ha tancat la taula rodona. Per a ella, el relat periodístic -responsable de la producció del guió del món-, té un gran obstacle en la mirada androcèntrica. I també en la composició dels consells de redacció i en els càrrecs. Destaca que a l'Estat espanyol el 65% de periodistes a l'atur són dones, i que a l'alta direcció només hi ha accedit un 8%. A l'Amèrica llatina, a l'exercici de la professió només hi té accés el 20%. Joana Bonet espera que **Michelle Bachelet**, portaveu del Fons de Desenvolupament de les Nacions Unides per a la DONA ([UNIFEM](#)), doni un fort impuls a les polítiques d'igualtat. La directora de Marie Claire ha estat qui més preguntes ha contestat en el debat posterior, i en la majoria de casos sobre els continguts de la revista. Bonet ha dit que ions que la línia editorial de la revista és fer un tractament d'igualtat en les qüestions de dones i homes, i de denunciar els maltractaments. Potser és per això que no són en els primers llocs del ranking, segons que ha dit.

El dimarts 9 de novembre sortirà publicat la segona part de l'article de Tona Gusí: "Un virus" a la professió, segons les expertes i els experts.

EL PERIÓDICO DE CATALUNYA

A PEU DE CARRER

Contra aquests eterns escots

Divendres, 8 de octubre - 00:00h.

A 25 metres de l'entrada del centre Francesca Bonnemaison, baluard dels drets de la dona i de la igualtat de gènere al carrer de Sant Pere Més Baix, hi ha a la part posterior d'un quiosc una foto d'un home rapat i somrient entre dos profunds escots. *Made for men* hi posa a sota; un perfum per a homes de veritat, insisteix l'anunci, no per a qualsevol. A mi, encara que em posin 20 d'aquests escots davant, no em convencen per comprar una fragància d'un tipus que es diu **Bruno Banani**; no m'agraden les aromes fruïteres.

És aquesta l'única campanya «sexista» que es pot veure per Barcelona aquests dies; un exemple de la «mirada masculina» que es denuncia des d'ahir en una petita exposició en aquesta antiga biblioteca de dones que va fundar **Francesca Bonnemaison**, intel·ligent i valenta dona francocatalana que va lluitar a principis del segle XX contra el tradicional jou masculí. Una mostra que porta un llarg títol, *Lectura crítica de la representació que fan els mitjans audiovisuals occidentals dels cossos femenins*, encara que gairebé únicament se centra en fotos de campanyes publicitàries d'ara i la seva curiosa i fascinant comparació amb el món de l'art de segles enrere.

Falta de diversitat

Així que la *Venus d'Urbino* de **Tiziano** (1538) i la *Maja desnuda* de **Goya** (1800) són antecessores artístiques d'un anunci amb una noia igualment ajaguda i lleugerament vestida d'intimíssim, i les mirades de les dones (¿de dolor o plaer?) en *La mort de Cleopatra* i *L'èxtasi de Santa Teresa* competeixen amb l'expressió de la model que ens vol vendre l'Idole d'Armani. Gairebé tots els quadros citats per ressaltar aquesta «falta de diversitat i la imatge estereotipada» al llarg dels segles són de pintors italians; o sigui, aquell altre estereotip, de mascles i *latin lovers* ells ja el van plasmar als llenços.

«Volem recuperar els cossos de les dones per a les dones. Aquesta representació sexista té repercussions en la vida i en la salut de la dona», deia ahir **Inma Moraleda** quan inaugurava l'exposició, davant 25 dones i cinc homes. Fora, la casualitat ofería un exemple més del que l'Observatori de les Dones en els Mitjans de Comunicació vol denunciar amb la seva exposició: a la rambla de Catalunya s'exhibeix al mig del carrer -dins de la campanya *El MNAC al carrer*- un quadre de **Francesc Gimeno**, que a *Dona dormint* retratava el 1899 la seva pròpia dona. Però en els 20 minuts que me'l vaig quedar mirant, ningú es va aturar a observar la seva seminuesa; potser perquè exhibeix el seu mugró inabastable a uns 1,90 metres d'altura, potser perquè aquests cossos nus ja no criden l'atenció com un segle enrere, però sobretot perquè l'electrònica a l'aparador del costat atrau més.

A part d'això, poca publicitat sexista a la ciutat, a banda del perfum bananer, que, això sí, s'ha guanyat la foto d'aquí al costat. Com a bon exemple. O dolent.

TVE

INFORMATIU DE CAP DE SETMANA - 23/10/2010

Min 19:00

<http://www.rtve.es/mediateca/videos/20101023/linformatiu-cap-setmana-23-10-2010/910694.shtml>



The screenshot shows the RTVE website interface. At the top left is the 'rtve.es' logo. To its right are links for 'Móviles', 'Registrarse', and 'Iniciar sesión', along with a search bar labeled 'Busca en rtve' and a 'Buscar' button. Below the logo is a navigation menu with tabs for 'Portada', 'Noticias', 'Televisión', 'Radio', 'Deportes', and 'Infantil'. Underneath this is a secondary menu for 'TELEVISIÓN' with sub-links: 'TVE a la Carta', 'Vídeos/audios', 'Programación', 'Programas', 'TVE Internacional', 'TVE Catalunya', and 'Eurovisión'. A sub-menu for 'La mediateca de RTVE.es' contains 'Videos', 'Audios', and 'Fotos'. The main content area features a video player for 'L'Informatiu Cap de Setmana (23/10/2010)'. The video thumbnail shows a woman speaking in front of a backdrop with text: 'LA REPRESENTACIÓ DE LES DONES EN EL COSMOS DE LA CIÈNCIA', 'Quan el cos és un objecte', and 'LOEW'. Below the video player, there are social media sharing icons and a 'Compartir' button. To the right of the video player is a section titled 'Más vídeos de Televisión' with a thumbnail for 'Cómo hemos cambiado: De aquí para allá (04/11/10) [00:29:23*]'. At the bottom of the page, there are three news snippets: 'Comité Federal del PSOE. L'hora de la cohesió. Agenda social per "recuperar" aturats de llarga durada.', 'Cimera del G-20. Europa no és el que era. Alerten contra la "guerra de divises".', and 'Temps de castanyes. La Fira de Viladrau se dedica al producte més tradicional de la'.