



**JORNADA INTERNACIONAL
DE DEBAT**
23 d'octubre de 2010
Citilab Cornellà



**CONCLUSIONS JORNADA DE DEBAT INTERNACIONAL
PER UNA ANÀLISI CRÍTICA DE LA REPRESENTACIÓ DE LES DONES EN ELS MITJANS DE
COMUNICACIÓ**

Cornellà, 23 d'octubre de 2010

Més de 300 persones expertes, estudiants i professionals dels mitjans de comunicació procedents de vint-i-sis municipis d'arreu de Catalunya es reuneixen a Cornellà per analitzar la representació de les dones en els mitjans de comunicació. En el plec de conclusions destaca la necessitat d'establir una representació més diversa de les dones en la publicitat i els mitjans de comunicació.

De la jornada es van extraure les següents conclusions:

- Les indústries culturals i creatives, construeixen en gran part la visió de com és la realitat i conformen, per tant, un imaginari col·lectiu que concreta, entre d'altres coses, què vol dir ser dona i home. Aquestes indústries estan bàsicament constituïdes per homes (poder masculí).
- Igualment, pel que fa a la publicitat, les persones que decideixen què és creatiu i que no, són majoritàriament homes; per tant, són aquests qui decideixen sobre les representacions i models de les dones i de la nostra societat.
- No és només que les dones estiguin poc representades en els mitjans de comunicació si no que aquests construeixen imaginaris que proposen models de viure i de ser molt determinats, sense tenir en compte la diversitat de dones en quant a ètnia, edat, talles i pesos, entre d'altres aspectes.
- A més a més, sovint, la representació de les dones que trobem als mitjans, passa per una uniformitat de rols i models, encara avui dia, una de les representacions més comuns continua passant per una imatge sexualitzada de les mateixes. Aquesta forma de representació es normalitza i queda com a natural, a més a més exclou l'atribució de cap més capacitat que aquesta.
- D'altra banda, encara ara, la representació continua passant pel binarisme home-dona, basant la seva representació en els tòpics biologicistes, donant per fet que allò és natural i per tant, inamovible.
- Hi ha d'haver una responsabilitat social i política darrera de les representacions dels mitjans de comunicació públics. Cal una mirada més plural i no androcèntrica per part dels mitjans.
- Les dones tenen dret a gaudir d'una veritable creativitat en la seva representació, a no ser reduïdes a un únic model, sigui quin sigui, i a poder sentir-se identificades amb diferents tipus de representació.
- La jornada es tancà amb el compromís de l'Observatori de seguir treballant per a la revisió i transformació de la representació de les dones en els mitjans de comunicació.