



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



RESUM PONÈNCIA ROSALIND GILL. Cornellà, 23 d'Octubre de 2010

La representació de les dones en els mitjans de comunicació: n'hi ha per empenyar-se?

L'objectiu de la ponència era començar els debats de la jornada amb una intervenció força enèrgica i polèmica. La ponent, durant els últims 25 anys s'ha dedicat a la recerca en matèria de gènere i mitjans de comunicació, i exposa que, en aquests darrers anys, la presència del sexisme en els mitjans de comunicació, lluny de millorar, ha anat de mal a pitjor. Mentre que en els anys setanta i a principis dels vuitanta molts grups d'activistes posaven en qüestió la representació de les dones, actualment, en aquest clima postfeminista, en què se suposa que ja s'han guanyat totes les batalles, sentim ben poca cosa sobre aquest tema. Ara ens trobem amb tota una nova generació de dones que ha crescut pensant que el seu valor rau principalment en el seu aspecte físic i el seu atractiu, i no sembla que hi hagi gaires veus femenines que es pronunciïn sobre aquest tema. En aquest clima postfeminista tot això ha esdevingut, una altra vegada, normal i acceptable. I el pitjor del cas és que cada vegada es fa més difícil qüestionar la situació imperant. **Constata, doncs, que el sexisme és la nova normalitat. I, per tant, ja és hora de tornar a empenyar-se.**

SEXISME EN LA SOCIETAT

Existeixen noves formes de sexisme, la sexualització de les cultures: dones pel seu consum sexual, la violència contra les dones.

Diuen que la igualtat ja s'ha aconseguit, però és difícil pensar això quan les dones guanyen un 75% respecte als sous que guanyen els homes. Fins el 2225 no s'aconseguirà la igualtat pel que fa a les remuneracions.

D'altra banda, la violència segueix sent un problema enorme. Les menors de 40 anys que no tenen actius econòmics són les que es troben en una major inestabilitat. Són les dones les que més pateixen.

Pel que fa a les dones en les indústries creatives hi ha una gran desigualtat, i quan aconsegueixen un posició alta hi ha una gran diferència de "qualitat". Passa el mateix en els mitjans de comunicació.

Pel que fa al món del cinema, Catherine Bigelow ha estat la primera dona en guanyar un Òscar com a directora. Existeix un sostre del cel·luloide, les dones s'ocupen majoritàriament en vestuari, neteja, maquillatge... però no en feines creatives.

En la televisió americana en horari *prime time*, només el 25% de les persones que ocupen llocs creatius, són dones.

La poca representació en aquests sectors, és molt important, ja que són sectors que representen la cultura, els gestos de la vida quotidiana, i creen imaginaris.

El fet de que una dona ocupi un lloc representatiu de cultura, fa més diversa la realitat.



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



LES DONES EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ

L'aniquilació simbòlica de les dones en els mitjans de comunicació, mitjançant, fins i tot, la condemna.

Hi apareixen 4 vegades més homes que dones, i quan hi apareixen les dones, són mostrades de forma condescendent. A més a més, les dones tenen 5 vegades més possibilitats de ser mostrades de forma "sexy", que els homes.

Ningú vol que siguem productores. Els programadors als 80 havien pensat que almenys hi hagués una dona a les tertúlies, ara això ha canviat, s'ha tornat enrere: en el període 2009-2010 en un programa d'Anglaterra de 71 persones participants, només 5 han estat de dones, és com si a les dones les fessin desaparèixer en quant a "contingut".

Mes factors no només estadístiques

Els mitjans de comunicació utilitzen una sèrie de recursos per desautoritzar la feminitat i que dificulten la crítica cap a ells:

- Notícies en to de broma o ironia, acudits, bromes, això fa molt difícil saber per on començar la crítica.
- Nova crueltat, nova mordacitat (no hi era fa 10 anys). Vigilància hostil contra el cos de la dona, per exemple a la publicitat, el "cercle vermell", per ex: cel·lulitis.
- El sexisme té molt bona salut en els mitjans de comunicació. Ha empitjorat respecte fa 40 anys. Ironia dels estereotips RETROSEXISME, el sexisme com a nova normalitat.

EL COS DE LA DONA

Veiem més dones amb menys roba. Cada cop és més difícil distingir ara entre les imatges de les notícies i les publicitàries, cada vegada més, per exemple, veiem imatges sadomasoquistes en publicitat.

No estic contra les imatges sexualment explícites si no contra la sexualització d'aquestes (va en contra de la igualtat). Contra el sexisme però no contra el sexe.

Com es veu la dona actual:

Dona poderosa i dona sexy. **Només es presenten dones amb un cànon de bellesa concret.** És la censura més cruel reservada per les dones que volen ser sexualment actives però surten del que és "bell".

A *internet*, a les xarxes socials com *Facebook*, les dones joves creuen que l'únic valor que tenen prové de el seu atractiu físic.

Les dones intenten arribar a estereotips que estan creats per la societat, i als que potser mai arribaran, per què són totalment irrealis i impossibles d'assolir, i això comporta una frustració.

Ens fan creure que l'envelliment del nostre cos és lleig, i el portarem a la cirurgia extrema. **El que hem de canviar és la societat, no els cossos.**

LA VIOLENCIA CONTRA LES DONES



Els mitjans els hem d'analitzar perquè hi han poques condemes, però malgrat això han augmentant els delictes de violència. L'índex de condemes per violació és del 6%, és molt baix. Amnistia Internacional parla de **CULTURA DE LA CULPA**, per la que les dones són responsables de la seva pròpia violació, per exemple, el 39% s'atribueix al fet d'haver begut.

Els mitjans injecten missatges de forma hipodèrmica. Les audiències són actives, no passives, i algun dels efectes que s'han identificat és que qüestionen la seva credibilitat i la salut mental de les audiències. Ensenyen el que és la violència sexual, eduquen amb això, l'incrementen i la normalitzen, justifiquen els atacs i la violència sexual.

Estereotips que es reproduïxen sobre la violència en els mitjans de comunicació

- Desacreditar la víctima "ella s'ho ha buscat".
- La violació és trivial, és a dir, només sexe, no agressió.
- Racisme i classisme, només s'informa de l'agressió sexual si la dona és blanca, una celebritat o classe mitjana-alta.
- Encaixa una agenda política, per exemple, una anglesa violada per un romanès.
- Violacions com a desig sexual - és una sexualització de la violació.
- Els mitjans de comunicació ens donen una imatge distorsionada de la violència, l'exerceixen els desconeguts, els diferents, són monstres. D'aquesta manera, es distorsiona la realitat.

CONCLUSIÓ

El sexisme està augmentat però hem deixat de parlar-ne. Hem crescut amb una educació en la que no s'ensenya un llenguatge, com per exemple, sexisme.

Si ens enfrontem a la realitat i en parlem, podrem trencar silenci i aconseguir una societat d'igualtat.

Tornem-nos emprenyar!!!