

## Veus de dona

Publicat per [Centre d'Informació i Documentació](#) [1] el 16/03/2018 - 12:45 | Última modificació: 16/03/2018 - 15:55



Seguint amb la **perspectiva de gènere i feminista** que ens acompanya aquest mes de març, posem en primer pla la imatge de la dona a la publicitat i als mitjans de comunicació.

**La publicitat segueix sent un espai carregat d'estereotips, molts d'aquests relacionats amb el gènere, i de tradició masclista.** Trobem una mostra visualment impactant gràcies al fotògraf [Eli Rezkallah?](#) [2], que amb el seu treball '[In a parallel universe](#) [3]', mostra com n'havia arribat a ser de masclista la publicitat. Ho fa intercanviant els rols en re-versions fotogràfiques de publicitat Nord-americana de la dècada dels 1960. Una publicitat que malauradament avui encara manté reminiscències masclistes.



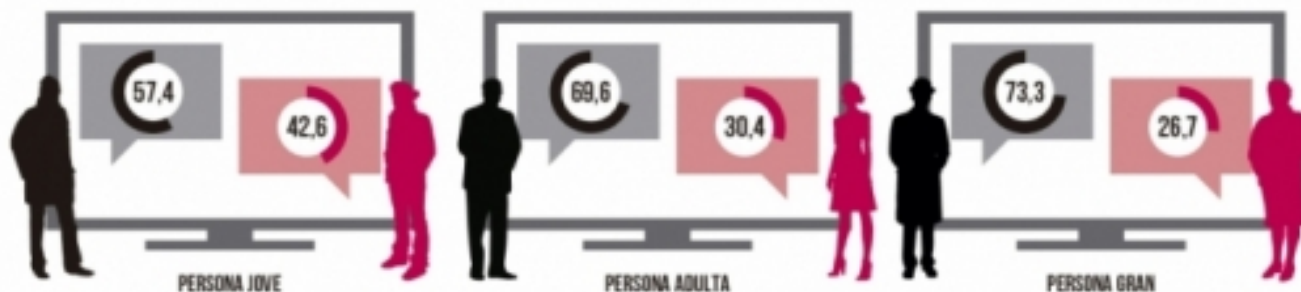
**You mean a woman can open it?**

Més enllà de la imatge de la dona a la publicitat, que ja marca el camí dels estereotips des de la publicitat de les joguines, fins als anuncis de productes de neteja o de moda, també afecta **el com i el quant de la presència i la veü de les dones en espais informatius** dels mitjans de comunicació.

Podem veure com **les veus femenines són minoritzades als mitjans**, sobretot a mida que avança les edats. En edats més joves la presència, tot i ser majoritàriament masculina, és més propera, que no pas a l'hora de tenir en compte testimonis i opinions de gent gran (gairebé  $\frac{3}{4}$  parts, homes). Potser signifiqui un canvi de paradigma per a les noves generacions?

# EL GÈNERE DE LA "VEU EXPERTA" A LA TELEVISIÓ

Percentatge d'intervencions als debats i entrevistes. Canals televisius d'àmbit català.



Fesh Consult Audiovisual de Catalunya. Informe sobre la diversitat i la igualtat a la televisió 2013.  
Disseny: Cani Comunicació i www.codedesign.org

[www.ipgbservatori.org](http://www.ipgbservatori.org)

Actualment un feminisme cada vegada més transversal, fa que també des de les institucions, es promoguin **campanyes de comunicació** com la de l'[Institut català de la dona](#) [4]. '[Veus que no veus](#)' [5] pretén sensibilitzar precisament els mitjans, però també al públic, que **cal reclamar la veu de les dones**. Sobretot de **dones diverses**, fugint de clixés estètics en els quals massa sovint es troben emmarcades. Les veus de totes les dones.

**Categories:** Sociologia de la cultura

**Categories:** Gestió cultural

**Etiquetes:** Divendres d'Interacció

**Etiquetes:** dones

**Etiquetes:** comunicació

**Etiquetes:** mitjans de comunicació

**Etiquetes:** campanya publicitària

**Etiquetes:** publicitat

**Etiquetes:** arts visuals

- [6]

**URL d'origen:** <http://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2018/veu-de-dona>

**Enllaços:**

[1] <http://interaccio.diba.cat/members/centre-dinformacio-documentacio>

[2] <https://twitter.com/Elirezcallah>

[3] <http://www.plastikstudios.com/photography#/inaparahlleluniverse/>

[4] <http://dones.gencat.cat/ca/inici>

[5] [http://dones.gencat.cat/ca/ambits/sensibilitzacio/campanyes/dia\\_internacional\\_dones/campanya-2018-veusque-noveus/](http://dones.gencat.cat/ca/ambits/sensibilitzacio/campanyes/dia_internacional_dones/campanya-2018-veusque-noveus/)



[6] <http://interaccio.diba.cat/node/7501>