

## Veü de dona

Publicat per [Interacció](#) [1] el 16/03/2018 - 12:45 | Última modificació: 02/03/2026 - 08:45

**Una reflexió que posa el focus en com la presència, la mirada i la producció de dones en l'àmbit cultural aporta diversitat, profunditat i noves formes de sentir i entendre la cultura.**

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?, que amb el seu treball '[In a parallel universe](#) [2]', mostra com n'havia arribat a ser de masclista la publicitat. Ho fa intercanviant els rols en versions fotogràfiques de publicitat Nord-americana de la dècada dels 1960. Una publicitat que malauradament avui encara manté reminiscències masclistes.



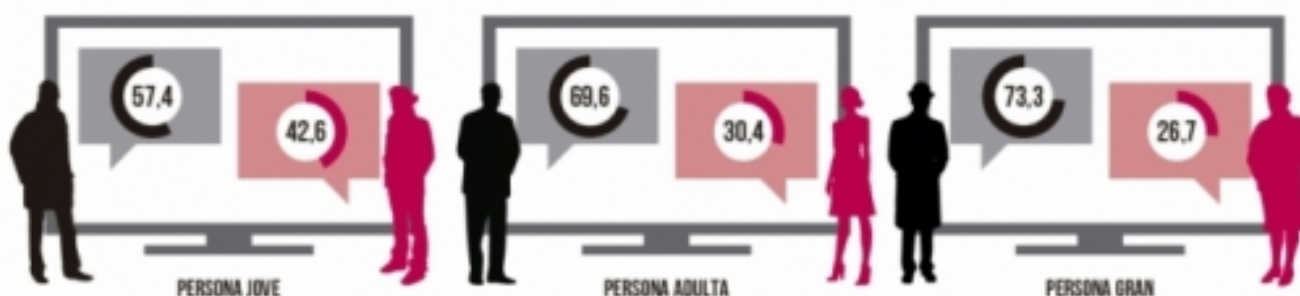
**You mean a woman can open it?**

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 veu 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.



Fent: Consell Audiovisual de Catalunya. Informe sobre la diversitat i la igualtat a la televisió 2013.  
Disseny: Carri Comanjuncosa [www.ccdesign.org](http://www.ccdesign.org)

[www.igboervalor1.org](http://www.igboervalor1.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. 'Veus que no veus' 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.

### Idea central

Integrar i escoltar la veu de dones en la cultura no només redistribueix presències sinó que transforma profundament els significats i pràctiques culturals en sentit ampli.

**Categories:** Article

**Categories:** Actualitat

**Etiquetes:** participació cultural

**Etiquetes:** diversitat cultural

**Etiquetes:** pensament cultural

**Etiquetes:** desigualtats culturals

**Etiquetes:** estudis socials de la cultura

**Etiquetes:** valor públic de la cultura



- [4]

URL d'origen: <https://interaccio.diba.cat/blogs/2018/veü-dona>

**Enllaços:**

- [1] <https://interaccio.diba.cat/members/interaccio>
- [2] <http://www.plastikstudios.com/photography#/inaparahlleluniverse/>
- [3] <http://dones.gencat.cat/ca/inici>
- [4] <https://interaccio.diba.cat/node/7501>