

(Re) imagina't, premis per una publicitat no sexista

Written by Drina Ergueta. La Independent
Wednesday, 08 May 2013 13:16

There are no translations available.



Que les dones som defectuoses, que ens arruguem, que ens hem de mantenir primes i belles, que el nostre cabell pot ser molt lleig, que ha de venir algú del futur per dir-nos quin detergent utilitzar, que som les que fem servir els detergents i també els rentavaixelles, que se'ns escapa el pipí i se'ns mou la dentadura quan arribem a una edat ... enfront a l'aventurer conductor de cotxes, al carismàtic bevedor de cervesa, l'heroi de sempre masculí. Són les imatges recurrents que donen les publicitats, especialment televisives, i contra les quals el projecte (Re) Imagina't s'ha proposat treballar.

Fa uns dies, l'Observatori de les Dones en els Mitjans de Comunicació i Televisió de Catalunya van lliurar els premis als espots publicitaris no sexistes creats per les i els 355 estudiants de batxillerat de nou municipis catalans que van participar, amb 88 historyboards, en la quarta edició del projecte (Re) Imagina't.

L'objectiu del projecte és repensar la publicitat, fer-ho amb una altra mirada i fer-ho des de la joventut, ja que aquesta serà la població que en un futur pròxim prendrà el timó, va dir la representant de l'Observatori i Tinenta d'alcalde d'Acció Social i Polítiques d'Igualtat l'Ajuntament de Sant Joan Despí, **Elena Embuena**.

L'escriptora **Gemma Lienas** va dir, en l'acte de lliurament de premis, que semblaria que "algú li

(Re) imagina't, premis per una publicitat no sexista

Written by Drina Ergueta. La Independent
Wednesday, 08 May 2013 13:16

interessa que persisteixi" la presència de publicitat sexista, perquè considera que hi ha un retrocés en el que ja s'havia avançat en aquesta matèria.

"És cert que hi ha un avanç en alguns aspectes, com la violència de gènere, però, en altres, la publicitat mostra un retrocés. Cal que siguem més crítics amb el que es veu per televisió", va dir.

"En el context dels debats contemporanis relacionats amb la necessitat de trobar noves fórmules per renovar les pràctiques socials i comunicatives, l'Observatori proposa un espai de reflexió sobre la publicitat i els seus reptes en el que fa a la representació de la diversitat", assenyala el comunicat d'aquesta entitat.

"Quines innovacions s'han produït en aquest àmbit? Com afavorir les corresponsabilitats familiars i domèstiques? Com evitar el sexisme i l'androcentrisme amb creativitat? "Són algunes de les preguntes que es van fer al projecte.

L'Observatori de les Dones als Mitjans de Comunicació porta 13 anys de treball, inicialment estava integrat per 26 ajuntaments catalans, ara en són 14. Aquesta disminució ha estat provocada per la crisi, va explicar **Elena Embuena**.

El premi, que va consistir en la realització de l'espot i la seva pròxima difusió a TV3 el 12 de maig, se'l va emportar la escola Jesús-Maria Sant Gervasi de Barcelona pel seu projecte "Mixtfors" on una noia regala flors a un noi, trencant amb els cànons habituals.

En l'acte de lliurament de premis van participar la diputada delegada d'Educació, Igualtat i Ciutadania de la Diputació de Barcelona, **Mireia Solsona**, la presidenta de l'ICD, **Montserrat Gatell**, el conseller d'Igualtat del Districte de Ciutat Vella, **Jordi Galofré**

,
Anna Pibernat per Drac Màgic i la directora de cinema **Elena Trapé**.