

Written by Observatori de les Dones en els Mitjans de Comunicació / La Independent
Thursday, 14 January 2016 13:40

There are no translations available.

Un repàs a les produccions publicitàries d'aquestes festes ens informen d'un abusiu ús de la instrumentalització de les dones com a objectes al servei de les expectatives i d'un desig que suposen masculí. Imatges de dones simplement emmirallades en convocar la mirada de l'altre / mascle, ja sigui un patètic latin lover que les rapta en una festa, uns altres que les palpegen dins d'una sala d'oci, o una ninfa desmaiada reclamant que algú respongui als seus gemecs falsament autoeròtics.



Personatges constrets només a la seva funció d'exhibició davant dels altres i clarament posicionats per dinamitar qualsevol altre opció que pugui aparèixer. Personatges de fantasia per a una libido patriarcal que desprèn menyspreu cap a qualsevol presumció d'exercici de llibertat femenina mitjançant la subjecció a un models estètics que acompanyen unes actituds que cerquen només l'aprovació dels personatges masculins. Models estètics i també narratius que poblen uns imaginaris que ja és hora que comencem a considerar com a contraprogramadors reiterats de totes les lleis d'igualtat i plans que s'han aprovat i que reclamen i es proclamen vetlladores de la no-discriminació i de la igualtat.

El silenci i la falta d'acció per part de les comissions d'ètica de les televisions públiques que els emeten, TV3 i BTV entre d'altres, fa pensar en la falta de convicció de les institucions i falta

Written by Observatori de les Dones en els Mitjans de Comunicació / La Independent
Thursday, 14 January 2016 13:40

també d'assumpció de responsabilitat en relació amb la defensa d'allò que diuen promoure i que hauria d'estar al servei, de manera més conseqüent i en alerta, amb els imaginaris que ajuden a construir.

Aquesta tolerància té conseqüències, després, en la impunitat amb què circulen determinades opinions que, de manera abjecta i intolerable, adjectiven pejorativament dones reals que en les seves accions professionals públiques divergeixin dels models i estàndards d'aquesta feminitat passiva, tant recreada per la publicitat.

La desautorització de la opinió de les dones diverses, l'estigmatització de les que no responen als models que els patriarques reclamen per al seu benestar, està en sintonia amb determinades pràctiques que els mitjans de comunicació no solament no sancionen sinó que malauradament promouen amb excessiva generositat.