Què cal fer per canviar això? Com hem d'actuar?

A l'educació

Educant els infants en el respecte, la igualtat i l'equitat.
Posant el valor a la persona com a ésser intel·lecte i no com a cos.
Utilitzant el llenguatge adequat.

En l'entorn laboral

Denunciant públicament els anuncis discriminatoris d'ofertes de treball. Una manera de fer-ho és mitjançant els delegats i delegades de CCOO.
Utilitzant l'autoritat laboral quan calgui.
Informant la població treballadora i formant-la amb relació a què és violència i què no ho és.
Sabent com actuar davant pràctiques sexistes a les empreses.
Fomentant la incorporació de mesures contra la discriminació en els convenis col·lectius, els pactes d'empresa, els plans d'igualtat, etc.
Prenent les accions legals que es considerin oportunes.

A la societat

Aprenent a identificar els missatges que ens transmet la publicitat i que normalitzen la percepció del que és bonic. Cal estar alerta!
Preguntant-nos per què els cànons de l'estètica han anat canviant al llarg de la història i a qui interessen aquests canvis.
Actuant per canviar el missatge. Si aquest deixa de ser efectiu deixarà d'existir.
Des de CCOO, impulsant un llibre d'estil que doni les indicacions de comportament per evitar la cosificació de les dones.

El cos de les dones no és un producte ni un negoci. Cos, SÍ; cosa, NO.

CCOO
www.ccoo.cat

CCOO
www.ccoo.cat

Cos, SÍ Cosa, NO

ccoo catalunya 2017

Què vol dir *cosificació de la dona*?

És l'ús que es fa d'una dona en particular, del concepte de dona o de la seva imatge per a finalitats que no la dignifiquen com a ésser humà. És a dir: quan només se la qualifica en funció de la seva bellesa o de la seva correspondència amb el desig sexual masculí, sense fer referència ni a la seva capacitat racional ni a la seva dignitat humana. Sovint el cos de la dona es mostra i es tracta com un mer objecte que ha de ser explotat i exposat, de vegades també juntament amb altres objectes o productes.

La cosificació és conseqüència de la desigualtat social entre sexes i es veu a la pornografia, a la cirurgia plàstica destinada a l'embelliment i als mitjans de comunicació, especialment a la publicitat. La forma més freqüent de cosificació és la cosificació sexual, és a dir, quan la dona és tractada com un objecte sexual a disposició de l'home.

La cosificació es considera una forma de violència de gènere, malgrat que la societat l'accepta igual que els micro-masclismes. La teoria de la cosificació postula que les dones, des de nenes, són valorades pel seu cos i aspecte físic. Com a conseqüència, quan la seva aparença canvia augmenta el risc que pateixin problemes de salut mental associats a la vergonya, l'ansietat, la depressió o els desordres alimentaris.

El cos de la dona té dret a ocupar el seu espai

Cos, SÍ: amb capacitats diverses, intel·lectuals, amb valors i idees.
Cosa, NO: no ha de ser un cos convertit en un producte o un negoci sense drets i lligat a interessos de tercers.

La publicitat és un espai habitual de cosificació de la dona, hipersexualitzada amb dones i nenes.

L'objectiu central de les campanyes publicitàries és, per damunt de tot, vendre. Però, la publicitat ens enganya? Els anuncis de bellesa se situen en tercer lloc per volum de facturació, amb més de 500 milions d'euros. La publicitat mostra cossos esculturals i irreals, moltes vegades creats amb Photoshop, com a sinònim d'èxit, de felicitat i, fins i tot, de salut. Aquesta pressió sociocultural, transmesa pels mitjans de comunicació, adoctrina la població, sobretot jove, sobre els beneficis de la imatge i el "cos perfecte". Els anuncis expliquen a les dones que el més important i primordial en les seves vides és el seu aspecte físic i molts cops els generen la necessitat d'un objectiu impossible. Això acaba provocant trastorns a la salut, tant físics com mentals. Els danys són greus:

- 65.000 intervencions de cirurgia estètica a l'any entre les dones.
- Seqüeles quirúrgiques i fins i tot mort.
- Dietes no saludables.
- Problemes neurològics per substàncies nocives.
- Addiccions.
- Envelliment prematur.
- Lesions musculoesquelètiques per excés d'exercici físic.
- Trastorns mentals com depressió o ansietat.

I el pitjor és que l'excés d'inputs en aquest sentit acaba provocant una normalització social del tracte que reben les dones en relació amb el seu cos. Fins i tot es normalitza l'apologia de la violència vers les dones en el món publicitari, amb anuncis on es pega o es viola i on les dones són vexades o tractades com a objectes sexuals. Fins i tot trobem cançons amb lletres vexatòries i abusives que inciten a la violència masclista o la normalitzen, com és el cas del reggaeton.

El tema s'accepta i no es qüestiona, i cal estar alerta davant d'aquest fet. La Llei d'igualtat efectiva entre homes i dones s'incompleix sistemàticament. Les conseqüències es plasmen diàriament en aspectes tan habituals de la nostra societat com els requisits discriminatoris en les ofertes laborals, en les exigències de vestuari hipersexualitzat, en l'execució de tasques vexatòries, en l'assetjament sexual (tant si la dona s'ajusta al cànons com si no) o en l'exclusiva valoració del cos i no del talent.

CCOO
www.ccoo.cat