

SETEM Hego Haizea

¿Consumimos violencia?

Red COMPARTE

Módulo 6

27 de septiembre de 2022

Setem



OBJETIVOS

- Visibilizar la **relación** entre violencias machistas y consumo
- Proponer **alternativas** de CCRT libres de violencias machistas

TERMINOLOGÍA

**Violencia contra
las mujeres**

**Violencia
de género**

**Violencia
doméstica/
intrafamiliar**

**Violencia
machista**

TIPOS DE VIOLENCIAS

PSICOLÓGICA

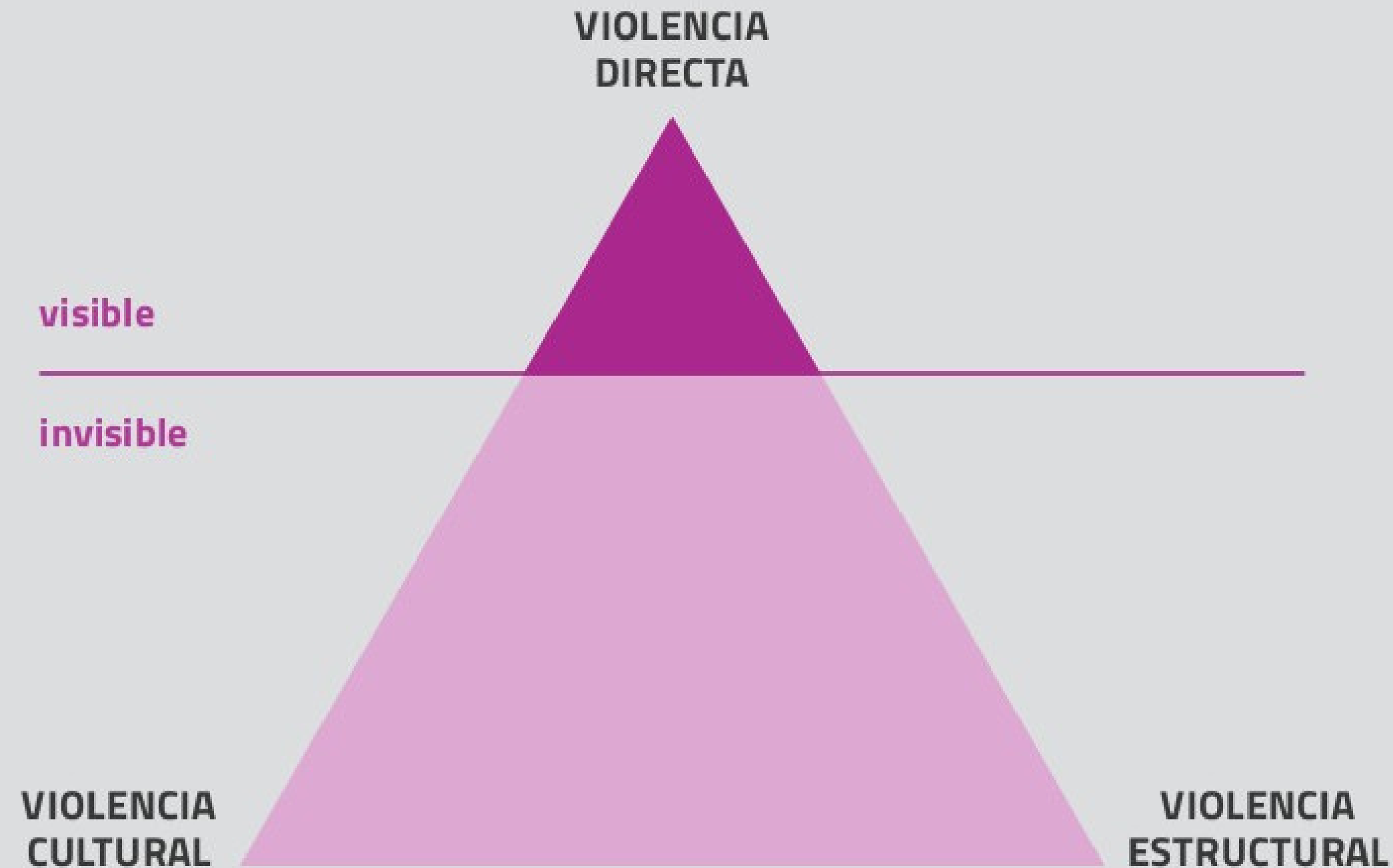
SEXUAL

FÍSICA

SOCIAL

ECONÓMICA/
FINANCIERA

TRIÁNGULO DE LA VIOLENCIA



CONCEPTOS

- **Violencias machistas**
- **Consumos**
 - Consumo capitalista
 - Consumo consciente, responsable y transformador (CCRT)

MECANISMOS DE CONTROL SOBRE LAS MUJERES

ALIANZA CAPITALISMO-PATRIARCADO

División sexual
del trabajo

Mujer objeto

Amor romántico

Creación
de necesidades,
solución: consumo

Valores y
estereotipos
de género

Familia
heterosexual
como norma

Ideal inalcanzable
de mujer

Necesidades
de consumo
diferenciadas

6 ÁMBITOS DE CONSUMO

FASE 1

ESTÉTICA

ALIMENTACIÓN Y
PRODUCTOS DEL HOGAR

MOVILIDAD

FASE 2

SERIES DE FICCIÓN

TELEFONÍA MÓVIL

CONSUMO DE ENERGÍA
EN LOS HOGARES

ESTÉTICA

Violencia directa

- Operaciones estéticas (en muchos casos peligrosas)
- Depresión e inseguridad
- Trastornos alimenticios
- Daños derivados por el uso de tacones

Violencia estructural

- Tasa rosa

Violencia simbólica

- Mujeres como objetos sexuales y de consumo en la publicidad
- Reproducción de estereotipos sexistas (cánones de belleza, valor de la juventud)

ALIMENTACIÓN Y PRODUCTOS DEL HOGAR

Violencia directa

- Mayores consumidoras de productos dietético y *light*
- Efectos sobre el cuerpo
- Triple jornada laboral
- Contacto con productos tóxicos

Violencia estructural

- Invisibilización de trabajos de cuidado,
- División sexual del trabajo
- Menor acceso a productos alimentarios de calidad

Violencia simbólica

- Publicidad que vende la idea de que limpiar puede ser maravilloso
- Consumo de alimentos orientados a la familia y al hogar
- Idea de que las mujeres necesitan alimentarse menos y después del resto de la familia

MOVILIDAD

Violencia directa

- Riesgo de agresiones
- Mayor inseguridad

Violencia estructural

- Transporte diseñado para el trabajo productivo
- Mayor tiempo para los traslados, menos tiempo para el ocio
- Dificultades para la movilidad con carritos

Violencia simbólica

- Valor social del tipo de desplazamiento: coche vs transporte público

SERIES DE FICCIÓN

Violencia directa

- Ansiedad y frustración por no poder alcanzar los ideales transmitidos

Violencia estructural

- Reproducen modelos de sociedad heteropatriarcal
- Invisibilizan problemáticas sociales como la pobreza
- Apropiación de luchas: *pinkwashing* y *purplewashing*

Violencia simbólica

- Imagen de las mujeres como "superheroínas"
- Personas de colectivos minorizados caracterizadas
- Cosificación de las mujeres
- Uso del humor para ejercer violencia hacia colectivos minorizados

TELEFONÍA MÓVIL

Violencia directa

- Control de la pareja y ciberacoso
- Pérdida de control sobre los contenidos
- Estrés generado por las obligaciones que conlleva para las mujeres
- Contenidos discriminatorios y sexistas

Violencia estructural

- Exclusión de personas no familiarizadas con su uso
- Nuevas necesidades, obligaciones y formas de control
- Aumento de la carga de trabajo de las mujeres
- Comunicación rápida y agresiva

Violencia simbólica

- Fomento de sociedad ultra narcisista
- Trato diferenciado de las opiniones de mujeres y hombres
- Difusión de contenidos del cuerpo de la mujer como objeto sexual
- Ridiculización e invisibilización de lo que se considera diferente

CONSUMO DE ENERGÍA EN LOS HOGARES

Violencia directa

- Impactos en la salud física por el frío
- Aislamiento social y vergüenza por no tener confort térmico

Violencia estructural

- Exclusión social
- Las medidas para enfrentarse a la pobreza energética no tienen en cuenta los condicionantes de género

Violencia simbólica

- Abordarlo desde una perspectiva individual culpabiliza a las víctimas
- Internalización de la culpabilidad por parte de las mujeres

CCRT COMO ALTERNATIVA

- Dar respuesta a necesidades básicas y no a emociones y experiencias
- Visibilizar y fomentar modelos diversos
- Romper con el modelo de belleza impuesto a las mujeres
- Fomentar modelos de alimentación que promuevan salud y placer
- ...

CONSUMO LIBRE DE VIOLENCIAS MACHISTAS

PODER DE CAMBIO PERSONAL

Decisiones y actuaciones individuales para un CCRT

PODER DE CAMBIO COLECTIVO

Articularnos colectivamente para generar otro modelo de consumo

PODER DE CAMBIO ESTRUCTURAL

Demandar responsabilidades políticas y económicas para cambiar las estructuras

FABRICANDO MUJERES

- Documentales *Fabricando mujeres* y *Fabricando mujeres 2.0*
- Docuweb www.fabricandomujeres.org



¡GRACIAS!

ESKERRIK ASKO!