

**5è Congrés**

de les DONES del Baix Llobregat

100% FEMINISTA

26 i 27 OCTUBRE 2018 CASTEL·LDEFELS

---

## CONCLUSIONS SUBSEU VALLIRANA

---

**Estereotips de gènere als mitjans de comunicació.**

**Ponència de la Taula Feminista de Vallirana.**

Dimarts, 3 de juliol de 2018

Masia Molí de Can Batlle, C. del Molí, 2

Vallirana

## COMISSIÓ DE TREBALL 4

**PERSPECTIVA DE LES DONES ALS  
MITJANS DE COMUNICACIÓ**

Des de les lluites de pioneres pels nostres drets civils i més tard, l'any 1848, el primer Congrés organitzat per les dones, hi ha hagut un gran augment de la nostra presència en les esferes públiques de la nostra societat. La rapidesa i conscienciació amb què avui es poden transmetre les idees ha estat d'un gran calat, en favor de la igualtat de gènere. Els mitjans de comunicació hi tenen molt a veure. És necessari, però, analitzar els estereotips donats encara i que dificulten la visió de la presència de les dones i en quin model es fa.

La lectura especialitzada d'informació i formació sobre economia, sociologia, filosofia, ciència i tecnologia, entre altres, tot i el seu augment, no és majoritària en la societat. I és aquest fet que augmenta la necessitat d'una anàlisi curiosa sobre què rebem a través dels mitjans que ens nodreixen d'immediatesa, sobretot amb relació als que perjudiquin la promoció i la igualtat d'oportunitats de les dones, avui insuficients.

### **Premsa.-**

Observem que tot i que en les facultats de ciències de la informació les dones superen amb escreix els homes, això no es tradueix en un augment en els llocs de responsabilitat.

On es dóna major participació de les dones és en la premsa que tracta sobre les intimitats de les persones famoses, no per motius de gran professionalitat, si no en com gestionen la seva vida pública i privada algunes figures mediàtiques. És clar que hi ha interès d'una part important de la població en aquests temes, què és alimentat per dues situacions: l'una, el baix nivell de formació que en el país hem tingut envers moltes generacions i, l'altre, a interessos econòmics molt propensos a magnificar el més superficial dels personatges i situacions, per no anar al fons de les qüestions. Aquest model de premsa és molt útil per a mantenir la situació de totes les desigualtats.

Hi ha poques dones que facin anàlisi econòmica, o de política internacional, tampoc les dones reporteres hi són massa presents. Cal reconèixer la millora en aquests àmbits, que s'ha substanciat amb periodistes que han guanyat molt de prestigi... però en són poques, sobretot si com dèiem en les facultats de la informació són dones majoritàriament les estudiants.

Una dada alarmant és que aquest any, respecte de l'any anterior, hi ha una disminució en la presència de dones en programes polítics.

### **Publicitat.-**

En aquest àmbit que, tant a escala de premsa com audiovisuals, s'està realitzant un esforç per superar alguns esquemes androcèntrics, sobretot pel que fa a la divisió del treball en l'esfera domèstica i en la imatge física: els anuncis han incorporat als homes joves, amb cossos perfectes. Aquí podríem dir que la paritat avança, però ah! En el que és més superficial.

Quan els anuncis tracten sobre persones que passen de la seixantena, les representacions estan marcades per molts estereotips: àvies geloses del menjar ràpid presentat per les dones -també- joves de la família; altres que no accepten el pas dels anys i lluiten per a mantenir una imatge juvenil, que sovint destrossa tot l'interès d'un rostre carregat d'història de vida. Tot plegat fa que la superficialitat imperant en alguns sectors socials no puguin reconèixer i valorar una altra bellesa, al marge de la relacionada amb el desig sexual dels homes. És més corrent veure imatges masculines amb rostres molt interessants al marge de l'edat, que en la de les dones subjectes a la línia juvenil de bellesa.

### **Ràdio i televisió.-**

En càrrecs de direcció i altes responsabilitats hi ha una gran desigualtat de gènere. Aquí, les dones, podríem parlar de sostre de ciment, més que de vidre.

Cal també veure que ha empitjorat la nostra presència en temes de política. En l'educació i la sanitat ens acostem molt a la paritat. Aquests són estudis superiors dedicats fonamentalment a la cura, atenció i educació de la societat. Disciplines en què les dones tenim llarga experiència intuïtiva i de praxi en l'esfera privada, tal com la tradició patriarcal ens havia situat. Col·laborant en el manteniment del sistema, encara que fos perjudicial per a nosaltres i les nostres filles, aquesta reclusió en l'esfera del privat.

El reconeixement per les professionals de l'ensenyament i de la salut és total, ja que han estat pioneres en estudis superiors que poden i han de tindre una positiva influència en l'educació i en l'atenció sanitària, contra les desigualtats de gènere.

En programes de ciència i tecnologia és molt difícil veure científiques i tècniques, tot i que la seva presència de fa alguns anys ha augmentat. Com més nivell tècnic i científic tenen els temes que es tracten, l'aparició és menor. És cert que, tradicionalment, hem tingut menys presència en aquests estudis universitaris, però sempre hi ha hagut dones científiques pioneres i bastant ignorades en els mitjans.

Un exemple del segle passat ha estat el d'una dona coneguda per la seva bellesa durant molts anys però no pel seu talent científic: l'actriu Hedy Lamarr, enginyera, (Viena 1914-Florida 2000). Ignorada durant molts anys com inventora, els seus estudis i treballs facilitarien, més tard, la vinguda de les tècniques wifi. La seva vida ens posa davant les contradiccions i el silenci en què les dones han hagut de viure les seves capacitats extraordinàries.

Les seves frases ens ho documenten:

*Recordo molt bé l'estrena d'Èxtasis, quan vaig veure el meu pompis nu i, en el reflex de la pantalla, a la meva mare i el meu pare, asseguts en estat de xoc. Qualsevol noia pot ser glamurosa. Tot el que has de fer és restar quieta i semblar estúpida.*

Va trigar anys a ser reconeguda com a precursora d'aplicacions que avui ens faciliten la vida. Aquesta invisibilitat als mitjans de comunicació a través de molts anys l'han hagut de patir moltes dones de diferents disciplines.

La televisió és, en general, un marc on prima la imatge del cànon de bellesa actual, sense gaire imaginació a altres tipus de bellesa, de la que, afortunadament de vegades, podem gaudir en exposicions d'art en diverses disciplines.

Si ens centrem en els programes i debats polítics, les bones i molt preparades presentadores han augmentat a casa nostra. No és el mateix en la participació de dones en les tertúlies en política, economia, ciència i esport en els debats.

Sobretot en l'esport l'activitat de les dones ha estat sempre infravalorada, la seva presència minoritària com periodistes, presentadores o tertulianes és manifesta. Però en les notícies sobre esdeveniments esportius, només hi tenen cabuda els resultats de campiones internacionals i nacionals en disciplines majoritàries.

En el tema de la salut, si bé és cert que ha estat positiva la mesura que alguns professionals ha fet per a evitar el disbarat de les talles d'anorèxia i això s'ha reflectit en les pantalles. Xoca veure presentadores elegants, remunerades amb diners públics amb sabates de més de 5cm, torçant els peus al costat de presentadors, també elegants, però amb sabates còmodes i perfectament ergonòmiques.

### **Cinema.-**

L'any 2012, l'Acadèmia de Cinema de Nova York va realitzar una infografia on aclaria la situació de la dona al cinema, i que és molt útil, per veure la situació del cinema nortamericà que té una gran presència a casa nostra:

- El 30,8% de les actrius tenen diàlegs a les pel·lícules que apareixen.
- El 28,8% de les dones porten roba sexualment reveladores, en comparació amb el 7% dels homes.
- El 26, 2% de les dones es despullen parcialment, en comparació amb el 9,4% dels homes.
- El 10,7% de les pel·lícules presenten un repartiment equilibrat, el que fa que per cada 2,25 homes aparegui una dona a les pel·lícules.
- Una de cada tres dones que tenen diàlegs es despullen parcialment.

És obvi, doncs, que l'aparició de dones al cinema tenen un fort component sexual, com si fos la única característica que ens defineix. La situació no ha canviat excessivament, però sí que és cert que hi ha cada vegada més veus que es qüestionen aquesta realitat i proposen canvis.

El 1995 es va començar a parlar d'un test per analitzar la presència de la dona en el cinema: el Test de Bechdel. Segons aquest, una producció passava el test si es donaven aquestes tres condicions:

- Han d'aparèixer com a mínim dues dones.
- Els personatges femenins han de parlar entre elles en algun moment.
- La conversació entre els personatges femenins no ha de basar-se en un personatge femení.

Poques pel·lícules passen, en realitat, aquest test. Els canvis de consum vers a sèries, tampoc han tingut en compte aquest test i poques de les que veiem, ho passarien.

Però hi ha creadores que plantegen nous reptes:

- Tenir en compte quantes dones hi ha darrere de les càmeres i en càrrecs de responsabilitat: productores, guionistes, directores.
- Si la meitat dels personatges secundaris són dones.
- Que els personatges femenins tinguin rellevància, amb una història pròpia i que evolucionin, no només en relació als homes.

Queda doncs, un llarg camí a recórrer.

### **Videojocs i xarxes socials.-**

Marina Amores, de l'Escola de Noves Tecnologies Interactives (ENTI), ens va presentar un documental molt revelador. En ell, un grup de dones que treballen en el sector de creació de videojocs ens parlen de la seva experiència i opinions sobre el paper de les dones en aquest món. Només el 5% de desenvolupadores són dones, encara que els 47% dels jugadors ho són, però només el 10% dels participants en lligues de joc professionals, són dones. La seva seqüela, "Homes i videojocs" encara és més reveladora i veure les diferències entre elles. En aquesta, preguntava a jugadors o desenvolupadors si havien hagut de silenciar micròfons, o els hi havien regalat coses per jugar per ser un home, si pensaven ells o la gent en general, si havien aconseguit les seves fites pel seu físic o quantes vegades li havien dit que era per mantenir relacions sexuals amb caps, quantes vegades els hi havien dit que portaven massa roba mentre jugaven online, si jugaven per impressionar a una dona... les preguntes era rebudes, en gran part, amb sorpresa, cap d'elles pertanyien al seu univers.

També aquest documental pot servir com a exemple de les respostes i les dinàmiques que s'estableixen en les xarxes socials. Quan es va penjar el primer documental a YouTube, es va haver de moderar els comentaris abans de publicar-los, per la gran quantitat d'insults masculistes que va rebre l'autora. A les xarxes socials existeix el terme "hater" el que odia. I majoritàriament, les dones que tinguin certa rellevància o visibilitat, siguin "influencers" o no, acostumen ser el blanc dels seus atacs. La crítica negativa en totes les seves graduacions, recaurà més fàcilment en dones, només pel fet de ser-ho.

### **Conclusions.-**

Si bé és cert que la realitat de les xifres analitzades no ens duen a una reflexió positiva, no podem oblidar la posició de partida des del segle XIX, data del 1r. Congrés Feminista. La realitat ens encoratja, perquè la progressió temporal ha estat certament esperançadora, sobretot per l'augment exponencial de conscienciació i empoderament de i entre les dones.

Cal seguir avançant i els mitjans de comunicació han de formar part conjuntament amb l'educació i d'altres línies del coneixement i experiències, en font d'idees i camins per a la igualtat de gènere, en una societat que es vulgui autènticament justa i solidària per a totes les persones.

### **Referències.-**

- Informe del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) sobre la presència de les dones als mitjans audiovisuals corresponents al 2017.
- Observatori de les dones en els mitjans de comunicació. Instància de participació ciutadana impulsada per ajuntaments.
- Susana Gamba.-Feminismo: història y corrientes.- Diccionario de estudios de Género y Feminismos. Editorial Biblos, 2008
- <https://Mujeres con ciencia.com>
- <https://nyfa.edu/film-school-blog/wp-content/uploads/2014>
- <https://youtu.be/bGOvepwEsEI>