

ENFOQUEM EN PÚRPURA

DIAGNÒSTIC PARTICIPATIU SOBRE LA

REPRESENTACIÓ DE LES DONES

AL MÓN AUDIOVISUAL

DES D'UNA PERSPECTIVA FEMINISTA I
ANTIRACISTA

Realitzen



Assemblea de
Cooperació
per la Pau

Amb la col·laboració de l'ACCD



Agència Catalana
de Cooperació
al Desenvolupament

Diagnòstic impulsat per [Metges del Món](#) i l'[Assemblea de Cooperació per la Pau](#)

Finançat per l'[Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament](#)

Elaborat per [PURA QUITERIA](#)

PURA QUITERIA és una consultora que treballa per la transformació social mitjançant l'educació, la comunicació i la participació, implicant a totes les persones en la construcció d'un món més just per a totes. L'enfocament és transfeminista, antiracista i decolonial.

Disseny de *PURA QUITERIA*

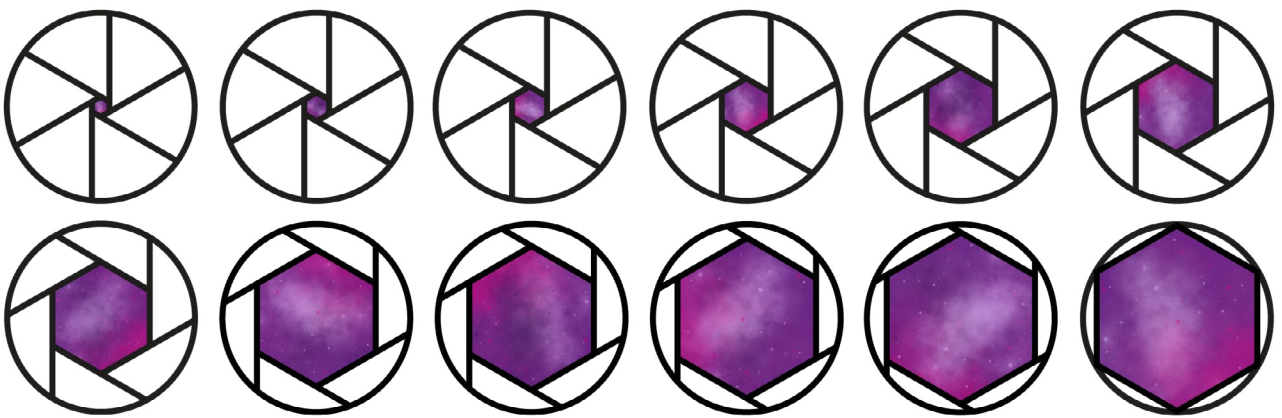
Publicat al desembre de 2021 a enfoquemenpurpura.org

Amb la col·laboració d'[AfroFemKoop](#), [Teleduca](#) i [MUET](#)

Aquest diagnòstic es pot copiar i distribuir en qualsevol mitjà o format, sempre que es reconegui i es referencii adequadament l'autoria. No es pot utilitzar l'informe per a cap finalitat comercial.

ÍNDEX

PRESENTACIÓ	5
CONCEPTES CLAU	6
JUSTIFICACIÓ	8
MARC TEÓRIC	10
METODOLOGIA	12
CONTEXTUALITZACIÓ	14
SELECCIÓ DE LA MOSTRA	16
RESULTATS	21
PREGUNTAS SENSE RESPONDRE	39
CONCLUSIONS	40
RECOMANACIONS	41
EINES	42
BIBLIOGRAFIA	44
ANNEXOS	45



PRESENTACIÓ

Quantes hores passem a l'ordinador, telèfon mòbil, a la tauleta, a la televisió o a l'Smart TV? Segons el *Rosco del consumo audiovisual* de Barlovento comunicació les persones majors de 18 anys passem una mitjana de 273 minuts al dia veient continguts audiovisuals.

L'audiovisual explica històries, ens aproxima a realitats. Quantes coses hem conegut a través d'ell? Ens identifiquem amb personatges i històries, viatgem on mai hem estat, coneixem a persones que no hem vist. Podem dir que l'audiovisual dona forma al nostre imaginari, i això significa que té gran rellevància i influència per canviar el món.

Tot gran poder comporta una gran responsabilitat. Vivim a un sistema cis heteropatriarcal i, per tant, l'audiovisual té l'enorme responsabilitat de no perpetuar estereotips de gènere, racistes, classistes, capacitistes, etc. i no generar desigualtats. T'has parat ha pensar com es representa a les dones cis i a les dones trans¹ al sector audiovisual?

Aquest diagnòstic s'emmarca dins d'*Enfoquem en púrpura, per una mirada feminista al món audiovisual*, un projecte innovador al territori català, donat que incideix sobre la responsabilitat de l'Administració pública i els seus òrgans competents envers les desigualtats de gènere que fomenta l'audiovisual, amb l'objectiu de promoure un món encaminat cap a la justícia global.

El present diagnòstic analitza, mitjançant tallers participatius amb diverses entitats catalanes i un panell d'expertes de l'àmbit, la representació que es fa de les dones cis i trans a una mostra de 6 sèries, 5 anuncis i 4 pel·lícules, amb l'objectiu de fomentar el coneixement i el pensament crític sobre les violències masclistes i el sistema patriarcal.

Es pretén així, fomentar la no-discriminació de les dones i la promoció de la igualtat d'oportunitats des d'un enfocament interseccional de gènere i basat en drets humans (d'ara endavant EGiBDH). Metges del Món (MdM) i l'Assemblea de Cooperació per la Pau (ACPP), com a titulars de responsabilitats, són les organitzacions encarregades de dur a terme el projecte.

Metges del Món és una associació de voluntariat, internacional, humanitària i de drets humans. Compta amb més de 30 anys d'experiència en cooperació internacional i intervenció social, conformada per 16 delegacions al món i intervenint en 17 països, amb un mateix objectiu, el de vetllar pels drets humans, prioritant la salut i la vida digna de les persones, fent incidència política i denunciant les injustícies. Des de Catalunya actualment es treballa al Senegal per donar suport a col·lectius LGTBQIA+ per tal que millorin les seves condicions de vida i poder combatre l'estigma social que pateixen. A Centreamèrica es treballa per apoderar a les dones en espais de decisió i participació de les comunitats on s'executa.

L'Assemblea de Cooperació Per la Pau és una ONG independent, progressista i laica amb 30 anys d'experiència en projectes de cooperació internacional i intervenció social, a més de ser una ONG feminista declarada. El compromís que té amb la igualtat de gènere és evident en els seus propis valors, el seu nom respon a la tasca de cooperació amb els països del sud global des de la igualtat de gènere basada en el teixit associatiu. Treballa la transversalització des de 1998, implementant plans d'igualtat d'oportunitats per a homes i dones des de 2014.

¹ Utilitzem el terme trans per a referir-nos a les persones les quals la seva identitat de sexe i gènere no es corresponen amb les assignades al néixer. No fem servir transgènere i transsexual d'acord amb moltes persones del col·lectiu per considerar que emfatitzen en la medicalització de les seves vides i segrega a les persones amb accés a una transició mèdica normativa de les que no poden o no volen realitzar-se.

CONCEPTES CLAU

Tot seguit es defineixen un conjunt de conceptes per tal de facilitar la lectura de l'estudi.

INTERSECCIONALITAT

L'any 1989, Kimberlé Williams Crenshaw va introduir la teoria de la interseccionalitat al seu article *Cartografiant els marges, interseccionalitat, polítiques identitàries i violència contra les dones negres*, en el qual explica com va ser la seva pròpia experiència. Afirmar que és impossible separar el fet de ser dona i ser negra en identitats diferents, ja que ambdues s'entrecreuen i configuren la teva experiència al món.

Així doncs, la interseccionalitat són les **diferents formes d'opressió que existeixen a la societat com el racisme, xenofòbia, sexisme, homofòbia, transfòbia, capacitisme i totes les que estiguin basades en la discriminació i la intolerància**. D'aquesta manera, es crea un sistema d'opressions que reflecteix la intersecció o dit d'una altra manera, la confluència o la unió de diferents formes de discriminació i opressió.

El feminisme interseccional intenta visibilitzar que les dones, a més de pel seu gènere, pateixen més tipus d'opressions: per qüestió d'ètnia, raça, classe social, discapacitat, orientació sexual, religió, casta, edat, nacionalitat, aparència, llengua entre d'altres.

ENFOCAMENT DE GÈNERE BASAT EN DRETS HUMANS

Segons l'Oficina de l'Alt Comissionat de les Nacions Unides per als Drets Humans, l'enfocament basat en drets humans (EBDH) és "un marc conceptual per al procés de desenvolupament humà que des del punt de vista normatiu es basa en les normes internacionals de drets humans i des de la perspectiva operacional està orientat a la promoció i la protecció dels drets humans. El seu propòsit consisteix a analitzar les desigualtats que es troben al mig dels problemes de desenvolupament i corregir les pràctiques discriminatòries i l'injust repartiment del poder que obstaculitza el progrés en matèria de desenvolupament" (OHCHR, 2006).

L'enfocament de gènere i basat en drets humans integra i combina l'EBDH i l'enfocament de gènere (EdG), que **analitza la inequitat, la discriminació i els desequilibris de poder específics que pateixen les dones en tots els àmbits de la vida** (social, laboral, familiar, econòmic, personal, cultural entre d'altres.). Des de l'EGiBDH, la realitat s'analitza en termes d'inequitats i desigualtats en l'accés i la realització dels drets amb atenció especial en aquelles que afecten les dones i nenes, així com als grups més vulnerabilitzats.

TITULARITATS DE DRETS, RESPONSABILITATS I OBLIGACIONS

L'enfocament basat en els drets humans implica donar eines per enfortir les capacitats de diferents agents que participen en les intervencions de cooperació internacional.

Una de les principals característiques d'aquest enfocament és la identificació i assignació de rols que han de complir cadascun dels agents en relació amb els diferents drets humans. Es defineixen tres rols.

Titularitats de drets. Totes les persones són titulars de drets, i els drets humans s'apliquen igualment a totes les persones independentment del seu sexe, gènere, opinió política, origen ètnic, nacionalitat, orientació sexual, religió, classe econòmica, etc.

Titularitats de responsabilitats. Els actors privats no pertanyents a institucions estatals tals com empreses, ONG, mitjans de comunicació, però també les famílies, les comunitats i les persones individuals que, per la seva influència o incidència en un entorn determinat, tenen responsabilitats en matèria de drets humans.

Titularitats d'obligacions. Són els poders públics (l'Estat i les diverses Administracions, incloent-hi els poders executiu, legislatiu i judicial), que tenen el deure de respectar, protegir i complir els drets humans.

Els titulars d'obligacions, per la seva banda, es consideren titulars de responsabilitats. Els estats són els principals titulars d'obligacions, però tots els drets comporten obligacions, així que les persones som sovint tant titulars de drets com d'obligacions.

ALTRES CONCEPTES

A banda, es defineixen diversos conceptes que apareixen al llarg del diagnòstic.

Dona trans. Una dona trans, a Occident, és aquella la qual no es correspon amb el sexe i el gènere que se li van assignar en néixer.

Dona cis. Una dona cis és aquella que sí que s'identifica amb el sexe i el gènere assignats en néixer.

Privilegi. És l'absència d'una obligació o avantatge exclusiva o especial que té algú per concessió d'algú superior o per determinada circumstància pròpia. El privilegi en matèria de gènere, racialització, classisme, capacitisme... sempre es recolza en una opressió que limita l'exercici dels drets i obstaculitza el benestar de les persones.

Racialització. És la manera de descriure la categoria racial, com seria el gènere o la sexualitat. Encara que totes les persones som racialitzades. Ja que la categorització per raça o ètnia determina si rebem tractaments favorables o discriminatoris, s'utilitza per visibilitzar i posar l'èmfasi sobre les persones que pateixen opressions i desigualtats a causa d'ella. Les persones racialitzades són aquelles sobre les quals la societat exerceix racisme.

Jolene
Gambito de Dama



JUSTIFICACIÓ

Sabem que el sector audiovisual és un referent per a la construcció de valors socials. També té un paper protagonista a les nostres vides, ja que passem moltes hores consumint continguts. Són, per tant, una **eina molt poderosa per a la transmissió de valors i la promoció de canvis socials**.

Per aquest motiu és molt important elaborar estudis i informes actualitzats. Segons les recerques que hem realitzat per a l'elaboració del present diagnòstic, ens trobem amb el següent escenari sobre les investigacions en l'àmbit de l'audiovisual des d'una perspectiva de gènere.

L'ACCIÓ INVESTIGACIÓ PARTICIPATIVA ON ÉS?

Molt pocs estudis de referència actualitzats s'han elaborat mitjançant la metodologia Acció Investigació Participativa (AIP) ni tampoc emprant la participació com a principal tècnica d'investigació.

La GLAAD (Gay and Lesbian Alliance Against Defamation) és l'organització de referència a escala internacional per a la incidència i visibilització de les diversitats sexuals i altres interseccionalitats als mitjans de comunicació. A l'informe anual *Where we are on TV* recull quantitativament la presència del col·lectiu esmentat a la televisió estatunidenca.

A l'àmbit estatal, l'ODA (Observatorio de Desigualdad en los Medios Audiovisuales) elabora un informe anual en el qual s'incorpora una anàlisi qualitativa mitjançant el test de Vitto Ruso per analitzar la presència i representació del col·lectiu a les sèries i pel·lícules.

CIMA (Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales) amb l'informe *Estereotipos, roles y relaciones de género en series de televisión de producción nacional: un análisis sociológico* (2020) també utilitza una metodologia quantitativa no participativa.

També de CIMA, l'informe *Representativitat i representació de les dones a l'audiovisual Gal·lec* (2021) fa ús de l'anàlisi quantitatiu de les dades per part d'un grup d'expertes de l'àmbit per analitzar la representació de les dones a l'audiovisual gal·lec.

Per altra banda, l'informe *Cambiamos el guión: nosotras también contamos* (2019) de l'organització Plan Internacional analitza el lideratge femení a la ficció contemporània espanyola mitjançant grups de discussió, enquestes i entrevistes a expertes. És un dels pocs estudis participatius actualitzats.

ON QUEDA LA INTERSECCIONALITAT?

Els estudis de la GLAAD i l'ODA incorporen la identitat de gènere, l'orientació sexual i la raça com categories analítiques per visibilitzar les realitats i representacions que es fa del col·lectiu LGTBQIA+.

Per la seva part, els informes de CIMA contemplen exclusivament la variable sexe. Plan Internacional, a més de la variable sexe, també incorpora la raça.

Així doncs, l'enfocament metodològic i conceptual emprat a molts dels estudis de referència actuals, invisibilitzen diverses dimensions i interseccionalitats. En conseqüència determinades experiències i realitats queden invisibilitzades, limitant així la possibilitat de generar canvis inclusius.

I A CATALUNYA?

Si bé trobem estudis de referència internacionals i estatals prou actuals, en català existeix una mancança d'estudis actualitzats des d'una perspectiva interseccional i amb metodologies qualitatives. El material més actualitzat és el cicle anomenat *Sèries a debat* de l'Espai Avinyó coordinat i gestionat pel col·lectiu New Voices New Futures.

QUÈ DIU EL MARC NORMATIU INTERNACIONAL?

L'any 1995, durant la Quarta Conferència Mundial sobre la dona, 189 estats membres de l'ONU varen reconèixer la importància dels mitjans de comunicació per canviar els estereotips de gènere que influeixen en la construcció del pensament i l'actuació de la societat. Les dones i els mitjans de comunicació es van convertir en una de les 12 àrees crítiques de la Plataforma d'Acció de Beijing. Els acords van ser els següents:

- Necessitat d'augmentar el nombre de dones als mitjans, incloent-hi els perfils de presa de decisions.
- Modificar la representació que es fa de les dones eliminant els estereotips de gènere i presentar-les com a líders i models a seguir.
- Repensar els models tradicionals dels rols de les dones i els homes. Per a això, es fa palesa la necessitat de reorganitzar les institucions bàsiques de la societat, inclosos els mitjans de comunicació.

El marc internacional suggereix la necessitat de continuar investigant i analitzant l'audiovisual i els mitjans de comunicació des d'una perspectiva de gènere interseccional com una de les principals eines per a eliminar les desigualtats de gènere.

LLAVORS, QUÈ APORTA UN DIAGNÒSTIC COM AQUEST?

Tenint en compte tot el que s'ha exposat anteriorment, entenem que el present diagnòstic queda justificat pels següents motius:

- Està dissenyat des d'una metodologia participativa i basada en l'AIP per tal de fomentar canvis cap a un món més feminista interseccional i antiracista que tingui en compte la diversitat de les dones.
- Les persones i col·lectius són les protagonistes del procés i, per tant, es genera coneixement col·lectiu de gran valor social.

- L'anàlisi qualitativa sobre la qual es recolza la investigació, contribueix a fer una anàlisi en profunditat i complet de la mostra audiovisual seleccionada.

- La interseccionalitat constitueix la perspectiva d'anàlisi del diagnòstic. Visibilitzar realitats particulars més enllà del sexe, permet obtenir resultats més inclusius i propers a les diverses realitats.

- Analitza una mostra audiovisual variada, actualitzada i contextualitzada a les característiques de la societat catalana actual.

- Es tracta d'una diagnosi que contribueix a millorar els referents en els quals es veuen identificades les dones i identitats diverses.

- Gràcies als resultats extrets, es creen dues eines d'ús popular que permeten analitzar un producte audiovisual des d'una perspectiva feminista interseccional i antiracista.

OBJECTIUS

Objectiu general. Contribuir a la no-discriminació de les dones i la promoció de la igualtat d'oportunitats des d'un enfocament interseccional i d'EGiBH.

Objectius específics.

- Posar en evidència la infrarepresentació i els estereotips associats a les dones trans al món audiovisual.

- Demostrar la perpetuació d'estereotips sobre les dones cis al món audiovisual.

- Fomentar el coneixement i el pensament crític sobre les desigualtats de gènere i les violències masclistes cap a les dones a través de les arts audiovisuals.

- Promoure noves eines d'anàlisi i diagnosi amb les quals identificar les violències masclistes al món audiovisual.

- Crear noves eines de creació de continguts audiovisuals diversos, inclusivament, transfeministes i antiracistes.

MARC TEÒRIC

Tot seguit, s'estableix el marc conceptual necessari per a facilitar la lectura i la comprensió dels mecanismes de reproducció de les relacions de gènere al món audiovisual i la influència que tenen en la construcció i perpetuació de les desigualtats de gènere a la societat.

ROLS I ESTEREOTIPS DE GÈNERE: HERÈNCIA SANA DEL PATRIARCAT

“Les dones són més emocionals i els homes més racionals”. És veritat aquesta afirmació? Quantes vegades hem sentit aquestes paraules? D'on les hem après? Quan i de quina manera les hem adquirint?

Doncs bé, expressions com aquestes es basen en estereotips que aprenem des del mateix moment en el qual naixem. Són **propostes culturals que ensenyen a les persones a relacionar-se amb elles mateixes i amb el món**. A través de la repetició dels diferents agents socialitzadors (mitjans de comunicació, família, grup d'iguals, escola entre d'altres), les persones integrem aquestes propostes fins a arribar al punt d'identificar-nos plenament amb elles. D'aquesta manera, un estereotip es transforma en un model de comportament generalitzat.

Però, què són exactament? Són imatges i representacions simplificades de persones, institucions o esdeveniments, independentment del fet que siguin verdaderes o falses. Aquestes etiquetes faciliten la classificació i són una eina que ajuda a la integració i a les relacions socials.

El cisheteropatriarcat és el sistema sociopolític imperant sota el qual el gènere masculí cis i l'heterosexualitat se situen per sobre d'altres identitats i orientacions sexuals. Marc normatiu, educació, sistema econòmic i totes les altres institucions beuen d'aquest sistema. Com a conseqüència, **tot allò que queda fora d'aquest marc es menysprea i invisibilitza**.

A causa de la interiorització dels estereotips, aquests **passen a formar part de la nostra identitat, donant pas així, a la naturalització i acceptació dels rols de gènere**. Des de la infància aprenem que la societat espera un comportament, actitud o tasques segons si he nascut home o dona. Per exemple, els rols assignats tradicionalment als homes tenen a veure amb les tasques productives o amb la representació política ocupant així els espais públics. Al contrari, les dones s'encarreguen de les tasques reproductives relacionades amb la cura de persones dependents, la canalla i el manteniment de la llar, tasques desenvolupades a l'espai privat.

Aquelles activitats que no generen capital no tenen gens d'interès per al sistema capitalista ni per al cisheteropatriarcat. Això es tradueix en una menysvaloració a les tasques vinculades a les cures, que paradoxalment han estat assignades a les dones, donant pas així a múltiples desigualtats de gènere.

EL PAPER SOCIALITZADOR DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ I XARXES SOCIALS

Les desigualtats de gènere es creen com a resultat d'atribuir més valor i reconeixement a determinades tasques i rols. Ara bé, com s'arriben a convertir en el model social imperant?

Els éssers humans, com a éssers socials, necessitem el contacte amb altres persones per a desenvolupar-nos. La socialització és el procés mitjançant el qual les persones desenvolupen i potencien les habilitats necessàries per a una correcta integració i contribució a la vida social, adoptant els rols i les actituds que regeixen la societat.

Els mitjans de comunicació, les xarxes socials i en general el món audiovisual tenen el poder de difondre el capitalisme cisheteropatriarcal blanc com a sistema imperant. Els personatges, relats i els continguts que ens arriben ens influeixen a l'hora d'interpretar la societat en la qual vivim, ja que ens hi identifiquem plenament. D'aquesta manera, arribem a considerar l'*statu quo* com l'única veritat indiscutible.

FEMINISME INTERSECCIONAL, EINA PER AL CANVI

La referència constant a l'ordre social de gènere ajuda a donar possibles explicacions a preguntes que d'una altra manera serien de difícil interpretació: per què les dones continuen absents al sector audiovisual, en l'àmbit polític i econòmic tot i que s'ha incrementat la seva presència en llocs de poder reals? Per què les dones racialitzades encara són cosificades i se'ls dona un tractament paternalista? Per què les dones trans apareixen relacionades pràcticament sempre amb papers o notícies sobre la prostitució i la drogaddicció? **L'audiovisual no és un simple reflex de les desigualtats de gènere sinó que també és un agent actiu en la construcció de les desigualtats** (Van Dijk, 2000).

El feminisme interseccional i antiracista és l'eina més adient per a generar canvis i avançar cap a una major igualtat de gènere. Permet contextualitzar l'audiovisual i les seves actuacions per conèixer quines són les causes estructurals dels tractaments desiguals i estereotipats. Contribueix a obrir la possibilitat d'una representació de la realitat més complexa, més justa i menys discriminatòria.

Asistente de voz
Loterías del Estado



METODOLOGIA

METODOLOGIA DEL PROJECTE

La metodologia emprada en el projecte *Enfoquem en púrpura, per una mirada feminista al món audiovisual* es basa en la Investigació Acció Participativa (IAP). És una **tècnica d'investigació que permet conèixer per actuar i transformar des de la base social**. Per això, utilitza una gran varietat de tècniques de recerca en cooperació amb el col·lectiu o comunitat amb qui es desenvolupa el procés.

L'IAP ha estat definida com un procés pel qual els membres d'un grup o comunitat oprimida recullen i analitzen informació i actuen sobre els seus problemes amb el propòsit de cercar solucions i promoure transformacions polítiques i socials (Selener, 1997).

Es tracta d'una metodologia en la qual els col·lectius a investigar deixen de ser objectes passius per convertir-se en subjectes protagonistes de la investigació. L'AIP suposa una opció metodològica que admet l'expansió del coneixement i genera respostes concretes, prioritant la problematització i la reflexió sobre la pràctica per a la transformació.

METODOLOGIA D'INVESTIGACIÓ: EL DIAGNÒSTIC PARTICIPATIU

El diagnòstic participatiu ha estat el mètode d'investigació seleccionat. Es tracta d'una eina que permet als col·lectius generar debat per identificar i ordenar les problemàtiques que els afecten i també les potencialitats a destacar. En aquest cas, analitzar les representacions que es fan de les dones cis i trans al món audiovisual i l'impacte que suposa per a la societat. **Els processos participatius són un recurs extremadament valuós, donat que possibiliten la construcció col·lectiva del coneixement.**

Les fases seguides per elaborar el diagnòstic *Enfoquem en púrpura* han estat les següents:

Fase 1. Tallers participatius amb titularitats de dret de diferents col·lectius catalans.

- Taller 1: 28 de setembre de 2021
- Taller 2: 4 d'octubre de 2021
- Taller 3: 5 d'octubre de 2021

Fase 2. Panell d'expertes en línia amb titularitats de responsabilitats i obligacions de l'àmbit estatal 7 d'octubre de 2021.

Comptar amb la participació de diversos col·lectius de dones catalanes ha estat la clau per atorgar una mirada interseccional al diagnòstic. Als **Annexos** es pot consultar la metodologia emprada a cadascun dels tallers. Els col·lectius que han participat en la fase 1 del diagnòstic han estat tres:

- **MUET** és una associació integrada per dones migrants, treballadores de la llar i les cures. Lluiten per dignificar la feina de cures i de la llar mitjançant campanyes, formacions i treballant en xarxa amb diferents col·lectius, visibilitzant sempre les seves lluites com a treballadores i persones migrants, recolzant la lluita feminista i contra la violència masclista.

- **AfroFemKoop** és una associació de dones afrodescendents autoorganitzades que lluiten contra la feminització i racialització de la precarietat laboral, amb l'objectiu d'enfortir la salut i el desenvolupament de la comunitat afrodescendent, divulgant la mirada afrofeminista, interseccional i decolonial a través de la pedagogia antiracista.

- **Teleduca** és una societat de professionals del món audiovisual que es dediquen a l'educació amb perspectiva de drets humans.

A la fase del panell d'expertes, les persones participants han estat:

- **Celia Montoya Montoya**, dona gitana, activista i actriu. Coordinadora del programa Rromani Pativ.

- **Ian de la Rosa**, director i guionista.

- **Iki Yos Piña**, afrocaribeñx, diaspòricx-tansfronterizx no binàrie. Artista, performer, assagista i dibuixant.

- **Júlia Abelló**, transfeminista, antropòloga especialitzada en violències masclistes i actualment tècnica de gènere a l'Agència Catalana de la Joventut.

- **Pamela Palenciano**, dona andalusa, actriu i comunicadora feminista plena de privilegis en permanent deconstrucció.

- **Translocura**, infermera, travesti i productora que utilitza diferents expressions artístiques per a generar activisme sobre la reducció de riscos i danys en el consum de substàncies i la lluita contra l'heteropatriarcat i els binarismes de gènere.

Volem agrair a totes i cadascuna de les persones per haver format part del diagnòstic. Gràcies, sense vosaltres no hauria estat possible. Agrair especialment per la feina realitzada i la col·laboració a la **Monica Pradas Ferazzoli** i **Esperanza de las Nieves Bolívar González**.

Tallers participatius
28 de setembre de 2021



CONTEXTUALITZACIÓ

El món audiovisual, com s'ha esmentat anteriorment, juga un paper fonamental en la construcció de l'imaginari col·lectiu sobre les dones cis i trans que afecta la construcció de les seves identitats. En aquest apartat s'ofereixen dades quantitatives sobre la representació de les dones cis i trans al món audiovisual extretes de fonts secundàries.

Primerament, **la presència de dones en pel·lícules, sèries i anuncis publicitaris és inferior a la dels homes**. En l'*Informe ODA* de l'Observatorio de Diversidad en los Medios Audiovisuales (ODA) de l'any 2019, dels 1.301 personatges que es van analitzar de pel·lícules i sèries de televisió espanyola el 42,6% eren dones (554). En les pel·lícules trobàvem la diferència més gran on, dels 535 personatges 322 eren homes (60,2%) i 213 dones (39,8%) (ODA, 2019). S'ha de **destacar la infrarepresentació de les persones trans**: dels 1.301 personatges només 4 són trans, tres dones (a dues sèries i a una pel·lícula) i un home (a una sèrie) i només un d'aquests personatges estava interpretat per una dona trans.

Els personatges masculins no només tenen una major presència en el món audiovisual sinó que també acostumen a ser representats amb més freqüència com a líders, un 42% d'ells en comparació el 27% d'elles (Plan Internacional & Instituto Geena Davis on Gender in Media, 2019). Per contra, la majoria de dones líders no compleixen amb la seva tasca i són sexualitzades. També és més probable que vesteixin amb roba provocativa, que apareguin despullades parcialment o completament, que siguin objecte de relacions sexuals, etc. (Plan Internacional & Instituto Geena Davis on Gender in Media, 2019).

LES DONES AL CINEMA I LES SÈRIES

La poca representació de les dones dins la pantalla també és el resultat de l'**escassa representació darrere les càmeres**. Segons l'informe del CIMA *La representatividad de las mujeres en el sector cinematográfico del largometraje español* de l'any 2020, el 33% dels professionals comptabilitzats eren dones en comparació amb un 67% d'homes. A més, les dones en els equips directius representen només un 28% i en el càrrec de direcció un 81% són homes (CIMA, 2020). El problema d'aquestes dades és que la composició dels personatges acaba reflectint més als productors de les pel·lícules, és a dir, homes cis blancs de classe mitjana, que no pas al públic al qual van dirigides (Plan Internacional & Instituto Geena Davis on Gender in Media, 2019).

Pel que fa a la representació de persones racialitzades, els números no milloren. L'any 2019, en l'estudi de més de 1.300 personatges de sèries i pel·lícules, només el 8,2% dels personatges eren racialitzats. D'afegit, la representació es concentra en pel·lícules que es desenvolupen en contextos aliens a la societat espanyola, és a dir, **no trobem personatges racialitzats en narratives d'entorns quotidians propis**. De tots els personatges racialitzats, els llatins són qui tenen una major representació amb un 27,8% seguits de la població negra amb un 22,7% (ODA, 2019).

Segons una enquesta realitzada per l'Agència de Drets Fonamentals de la UE, Espanya és un dels 6 països on les persones que formen part del col·lectiu LGTBIQ+ decideixen visibilitzar més obertament la seva orientació sexual i identitat de gènere. Això no es veu reflectit en les sèries i pel·lícules. Del total dels personatges analitzats en l'informe anual de l'ODA, 80 són personatges LGTBIQ+ (6,2%). Si parlem en concret de les dones, la representació és molt baixa. Dels 554 personatges femenins 22 s'identifiquen com a lesbianes, el que representa un 3,8%. Els personatges que formen part del col·lectiu els veiem sobretot en les sèries, però pocs d'ells són principals i la majoria continuen carregats d'estereotips.

LES DONES A LA PUBLICITAT

La representació de les dones en el món de la publicitat segueix contribuint a la desigualtat de gènere i la promoció del sexisme. Segons l'estudi *Mujer y Publicidad: El sexismo en las comunicaciones comerciales* realitzat per l'Associació d'Usuaris de la Comunicació (AUC) on s'han analitzat més de 1.600 anuncis de l'any 2020, el paper de la dona es continua relacionant amb el rol reproductiu.

A l'àmbit de la publicitat, **existeix un clar protagonisme de les dones en els anuncis de cosmètica, moda i aquells situats en l'àmbit privat com la llar**, o en entorns relacionats com és el supermercat. I molt sovint de manera exclusiva, és a dir que no apareixen homes. Per exemple, en el 75,6% dels anuncis de productes de neteja una dona ha tingut el paper protagonista i de presència exclusiva. En canvi, en els anuncis contextualitzats en entorns professionals, el paper de la dona passa a un segon pla. Quan l'anunci succeeix en un entorn laboral, les dones només són protagonistes en el 21,7% dels anuncis i secundàries en el 42,9% (AUC, 2021).

D'altra banda, **es representa als cossos femenins com a objecte de desig sexual**. Això ho podem veure fins i tot quan les protagonistes són nenes. Un estudi elaborat per l'Institut de la mujer afirma que en un 8,5% dels anuncis analitzats protagonitzats per nenes apareixen maquillades, amb postures sexualitzades més pròpies de persones adultes entre altres estratègies que les erotitza i les hipersexualitza (Institut de la Mujer, 2020).

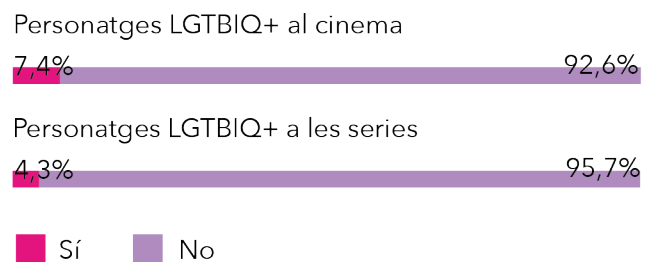
Actualment, el món audiovisual continua discriminant a les dones cis i especialment a les dones trans i identitats dissidents davant i darrere de la pantalla. Els missatges i les trames segueixen essent masclistes, classistes i racistes, per tant, encara està molt lluny de representar la realitat diversa i plural de la societat.

ON APAREIXEN LES DONES LÍDERS?



Font: informe *Cambiamos el Guión*

PERSONATGES LGTBIQ+



Font: Informe anual ODA

DONES I PUBLICITAT

ACTIVITAT PRINCIPAL REPRESENTADA PER LES DONES	
MESTRESSA DE CASA	43,4%
PROFESSIONAL	28,9%
ALTRES	20,2%
NO ES DETERMINA	7,5%

Font: *Mujer y Publicidad. El sexismo en las comunicaciones comerciales*

SELECCIÓ DE LA MOSTRA

La mostra seleccionada per aquest diagnòstic es compon de 6 sèries, 4 pel·lícules i 5 anuncis. Els criteris seguits per triar les produccions que la conformen han estat:

- Produccions **estrenades entre 2020 i 2021 a cinemes, plataformes, xarxes i mitjans a Espanya i Catalunya**. L'objectiu és oferir un diagnòstic actualitzat.

- Produccions **més vistes** durant el període seleccionat, perquè sigui representativa del consum que fa la societat.

- Produccions en les quals hi hagi **representació trans**. El criteri de selecció de produccions audiovisuals amb més nombre de persones espectadores es veu condicionada en alguns casos per aquest criteri. Hi ha representació de dones trans a 4 de les 6 sèries, a 2 de les 4 pel·lícules i a 2 dels 5 anuncis. Si s'haguessin escollit els productes audiovisuals estrictament més vistos, encara que reflectís la realitat, estaríem contribuint a la invisibilització de les dones trans.

- Produccions de **referència de la societat catalana**. La globalització és especialment palpable avui dia a l'àmbit audiovisual gràcies a internet i a les plataformes d'streaming. Per això, també era un requisit seleccionar com a mínim una producció catalana.

- Produccions de **diferents gèneres i temàtiques**, amb públics d'edats diverses.

Per representació s'entén aquella persona que interpreta, el personatge interpretat o ambdues. Per exemple, a la representació de les dones trans analitzem els personatges trans interpretats per actrius cis, els personatges cis interpretats per actrius trans i els personatges trans interpretats per actrius trans.

SÈRIES

LA CASA DE PAPEL				
ANÀLISI	ESTRENA	PAÍS	GÈNERE	DONES TRANS
Temporada 4	2020	Espanya	Intriga	Sí
DIRECCIÓ	PRODUCCIÓ	GUIÓ	FOTOGRAFIA	REPARTIMENT PRINCIPAL
0 dones de 7	2 dones de 5	4 dones de 9	0 dones de 4	5 dones de 13

GAMBITO DE DAMA				
ANÀLISI	ESTRENA	PAÍS	GÈNERE	DONES TRANS
Minisèrie	2020	EEUU	Drama	Sí
DIRECCIÓ	PRODUCCIÓ	GUIÓ	FOTOGRAFIA	REPARTIMENT PRINCIPAL
0 dones de 2	0 dones de 3	0 dones d'1	0 dones d'1	8 dones de 14

LA QUE SE AVECINA				
ANÀLISI	ESTRENA	PAÍS	GÈNERE	DONES TRANS
Temporada 12	2020-2021	Espanya	Comèdia	Sí
DIRECCIÓ	PRODUCCIÓ	GUIÓ	FOTOGRAFIA	REPARTIMENT PRINCIPAL
1 dona de 4	1 dona de 2	7 dones de 12	0 dones de 4	11 dones de 24

ÉLITE				
ANÀLISI	ESTRENA	PAÍS	GÈNERE	DONES TRANS
Temporada 4	2021	Espanya	Drama, intriga	No
DIRECCIÓ	PRODUCCIÓ	GUIÓ	FOTOGRAFIA	REPARTIMENT PRINCIPAL
2 dones de 6	0 dones de 4	3 dones de 10	0 dones de 2	4 dones de 12

LES DE L'HOQUEI				
ANÀLISI	ESTRENA	PAÍS	GÈNERE	DONES TRANS
Temporada 2	2021	Espanya	Drama	No
DIRECCIÓ	PRODUCCIÓ	GUIÓ	FOTOGRAFIA	REPARTIMENT PRINCIPAL
1 dona de 2	Sense informació	6 dones de 6	0 dones de 2	8 dones de 8

EL DESORDEN QUE DEJAS				
ANÀLISI	ESTRENA	PAÍS	GÈNERE	DONES TRANS
Miniserie	2020	Espanya	Suspense, drama	Sí
DIRECCIÓ	PRODUCCIÓ	GUIÓ	FOTOGRAFIA	REPARTIMENT PRINCIPAL
1 dona de 3	1 dona d'1	0 dones de 3	0 dones d'1	9 dones de 18

PEL·LÍCULES

UNA JOVEN PROMETEDORA				
ESTRENA		PAÍS	GÈNERE	DONES TRANS
2020		Regne Unit	Drama, intriga	Sí
DIRECCIÓ	PRODUCCIÓ	GUIÓ	FOTOGRAFIA	REPARTIMENT PRINCIPAL
1 dona d'1	3 dones de 6	1 dona d'1	0 dones d'1	5 dones de 8

AVES DE PRESA (Y LA FANTABULOSA EMANCIPACIÓN DE HARLEY QUINN)				
ESTRENA		PAÍS	GÈNERE	DONES TRANS
2020		EEUU	Aventures	No
DIRECCIÓ	PRODUCCIÓ	GUIÓ	FOTOGRAFIA	REPARTIMENT PRINCIPAL
1 dona d'1	2 dones de 3	1 dona de 3	0 dones d'1	6 dones de 8

PADRE NO HAY MÁS QUE UNO 2: LA LLEGADA DE LA SUEGRA				
ESTRENA		PAÍS	GÈNERE	DONES TRANS
2020		Espanya	Comèdia	No
DIRECCIÓ	PRODUCCIÓ	GUIÓ	FOTOGRAFIA	REPARTIMENT PRINCIPAL
0 dones d'1	1 dona de 2	1 dona de 2	Sense informació	9 dones de 13

MALASAÑA 32				
ESTRENA		PAÍS	GÈNERE	DONES TRANS
2020		Espanya	Terror	Sí
DIRECCIÓ	PRODUCCIÓ	GUIÓ	FOTOGRAFIA	REPARTIMENT PRINCIPAL
0 dones d'1	2 dones de 4	1 dona de 4	0 dones d'1	6 dones d'11

ANUNCIS

AMOR A PRIMERA VISTA				
EMPRESA	PRODUCTE	ANY	PAÍS	DIRECCIÓ
Estrella Damm	Cervesa	2021	Espanya	0 dones d'1
DIRECCIÓ CREATIVA	REPARTIMENT	PÚBLIC OBJECTIU		
0 dones d'1	5 dones de 10	Persones de 18 a 35 anys, classe mitjana i mitjana-alta		

NO DEJES DE DESAYUNAR POR UN PAR DE LIKES				
EMPRESA	PRODUCTE	ANY	PAÍS	DIRECCIÓ
Campofrío	Pernil dolç	2021	Espanya	0 dones d'1
DIRECCIÓ CREATIVA	REPARTIMENT	PÚBLIC OBJECTIU		
2 dones de 2	1 dona de 2	Dones de 30 a 50, homes de 40 a 60 anys, classe mitjana		

EMERGENCIA CAPILAR				
EMPRESA	PRODUCTE	ANY	PAÍS	DIRECCIÓ
Pantene	Productes capilars	2021	Espanya	Sense informació
DIRECCIÓ CREATIVA	REPARTIMENT	PÚBLIC OBJECTIU		
Sense informació	2 dones de 3	Persones de 25 - 45 anys, classe mitjana i mitjana-alta		

RECUPERA ESO QUE NOS MUEVE				
EMPRESA	PRODUCTE	ANY	PAÍS	DIRECCIÓ
Coca cola	Refresc	2021	Espanya	0 dones d'1
DIRECCIÓ CREATIVA	REPARTIMENT	PÚBLIC OBJECTIU		
2 dones de 4	1 dona de 2	Persones joves, esportistes, 20 - 40 anys		

ASISENTE DE VOZ				
EMPRESA	PRODUCTE	ANY	PAÍS	DIRECCIÓ
Loterías del Estado	Lotería	2021	Espanya	0 dones d'1
DIRECCIÓ CREATIVA	REPARTIMENT	PÚBLIC OBJECTIU		
0 dones de 3	1 dona de 2	Persones de 40 - 60 anys, classe mitjana		

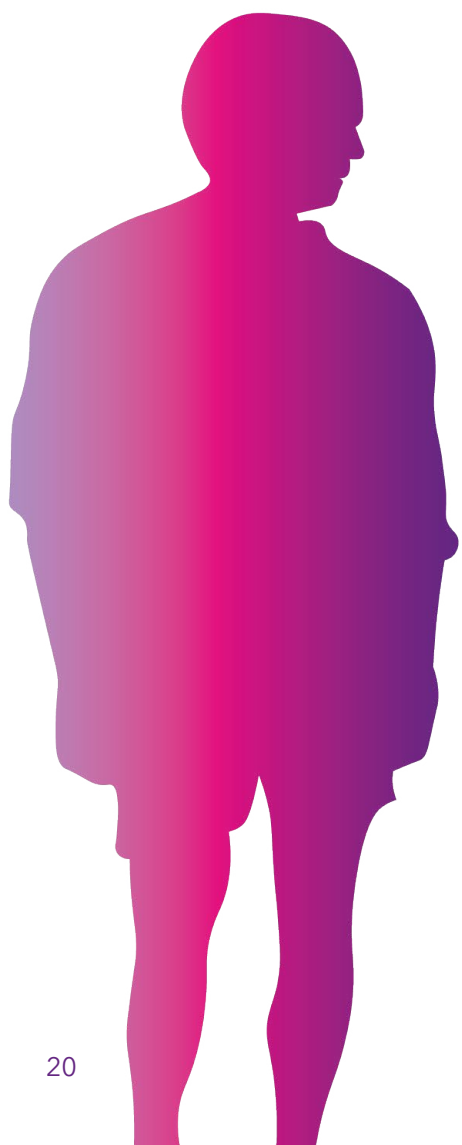
Una peça fonamental per a fer l'anàlisi de qualsevol producte audiovisual és la fitxa tècnica. Conèixer qui crea el relat ajuda a comprendre millor per què s'expliquen unes històries i no unes altres i també per veure com s'expliquen. A la mostra seleccionada es pot observar que els equips creatius i directius estan completament masculinitzats, fins al punt que no hi ha cap dona a la categoria de direcció de fotografia a les sèries i pel·lícules. Tampoc hi ha cap dona a la categoria de direcció creativa a publicitat.

És important que la diversitat neixi des dels equips creatius per tal que estigui representada a la pantalla. Les dones cis, les dones trans, les dones racialitzades, les dones migrades, entre d'altres, tenen dret a crear les seves pròpies històries.

Viruca i Raquel
El desorden que dejas



Amor a primera vista
Estrella Damm



RESULTATS

A continuació, es mostren els resultats obtinguts del procés participatiu en el qual s'ha analitzat quina és la representació que es fa de les dones cis i trans a la mostra seleccionada per al present estudi.

Es divideixen els resultats en dos blocs. Per una banda, l'anàlisi feta als tallers sobre la situació actual a les produccions i, per l'altra, cap a on haurien de caminar les produccions per a ser més feministes a través de les conclusions del panell d'expertes.

S'ha dividit la mostra audiovisual en 8 categories: la representació dels cossos, la representació de les dones trans, la representació de les dones racialitzades, les relacions entre les dones, les maternitats, les relacions sexe afectives, les violències masclistes i la salut mental. Les dones trans i les dones racialitzades tenen categories pròpies perquè les desigualtats que les travessen són diferents de les de les dones blanques cis. Per aquest motiu, s'entén la necessitat d'analitzar-les des d'una categoria pròpia. És a dir, l'objectiu és la visibilització i no pas la segregació.

ADVERTÈNCIA
A PARTIR D'AQUEST PUNT ES PRODUEIXEN SPOILERS



REPRESENTACIÓ DELS COSSOS DE LES DONES

En general, existeix molt poca diversitat en la representació dels cossos de les dones a la mostra seleccionada. Bàsicament, han d'encaixar en un model de bellesa basat en el cos jove, prim i blanc per poder ser protagonistes. Les assistents als tallers varen reflexionar al voltant dels següents temes:

(1) Les dones majors de 60 anys estan infrarepresentades a la mostra seleccionada. Per un costat, estan els papers protagonistes que es representen mitjançant cossos que compleixen amb un model de bellesa basat en la joventut, amb cabells tenyits sense canes entre altres característiques. Milagros a *Padre no hay más que uno 2: la llegada de la suegra* i Menchu a *La que se avecina* -ambdós papers representats per la mateixa actriu- o Claudia i Carmen al *El desorden que dejas*, són personatges que segueixen aquest patró estètic. De Milagros, una participant diu: "és la representació d'una dona estable emocionalment que sempre ha d'estar perfecta". Aquests tipus de personatges acostumen a representar a "la sogra", de fet, a *Padre no hay más que uno 2* s'acaba convertint en l'argument vertebrador de la pel·lícula.

En contraposició, estan els cossos vells i envellits. Aquests personatges es relacionen directament amb la soledat. Es mostra a les dones solitàries amb un cos descuidat, perquè com tenen problemes de salut mental, abandonen el seu cos i envelleixen malament. Aquest és el cas de Susana a *Malasana 32*, "una senyora despentinada, amb els cabells blancs, mal vestida i bruta" observen les participants. Aquest personatge encaixa a l'estereotip de "la boja dels gats". "Això només succeeix amb dones, no existeix aquest paper en homes, no existeix el boig dels gats", diu una participant. També la Fina a *La que se avecina* es correspon amb aquest tipus de personatge.

D'entre els 5 anuncis analitzats, només hi ha una dona gran. A *Recupera eso que nos mueve* d'Aquarius hi ha una successió d'imatges de persones que acompanyen el discurs del protagonista. A una de les seqüències podem veure a una dona amb una llarga cabellera grisa, amb tatuatges que apareix en calces a un llit besant a un home. En aquest vídeo, es mostra gran diversitat de dones: dones trans, amb una mastectomia, racialitzades... però les participants comenten: "aquesta diversitat visual no es transmet al discurs. No parla cap d'aquestes dones i sempre amb un llenguatge masculí".

(2) Hi ha molt pocs cossos no normatius i els que apareixen, ocupen papers secundaris. Observant la imatge del repartiment de *Les de l'hoquei*, les participants apunten que es tracta d'un grup molt homogeni: "totes les persones tenen la mateixa alçada, cap d'elles és gorda ni molt alta i totes són blanques"². Tot i la semblança entre elles, la Berta va tenir una trama a la primera temporada on ella era "la gorda" de la classe. També parlant d'aquesta sèrie, succeeix una reflexió al voltant de l'associació que es fa del físic de les persones esportistes amb ser atlètica, fibrada i prima. "Primes perquè fan esport", diu una participant. Hi ha una infrarepresentació de cossos grassos a papers protagonistes.

En el cas de les dones negres amb cossos grassos, s'acostumen a construir com a persones atrevides, descarades i sobre sexualitzades per un costat, o bones, servicials i dedicades a cuidar a les persones que tenen al seu voltant.

Per altra banda, a *La que se avecina* trobem el personatge secundari de Raluca, una dona migrada que va ser prostituta. Actualment, realitza serveis de neteja a un dels veïns i també és massatgista eròtica. Raluca té un cos gras i s'exagera vestint-la amb roba molt ajustada, però que tapa tot el seu cos: no acostuma a portar escots, porta samarretes molt ajustades però llargues. "Té una postura que no transmet fermesa, tot al contrari, sembla que vol fer llastima, de pobreta", comenten.

²Hi ha un personatge racialitzat: la Laila.

S'associa aquest tipus de cos amb una persona de classe social baixa. Una participant convida a la reflexió: “si ens diguessin que **Raluca** és una escort romanesa, segurament ens vindria al cap una dona prima, d'ulls clars i ben vestida”. La diferència és que a la **Raluca** la defineixen com una puta.

(3) Un altre personatge que es relaciona amb la pobresa és la **Chusa** a *La que se avvicina*. Igual que la **Raluca**, treballa de dona de fer feines i ha sigut puta³. A banda, també ha sigut drogodependent, de fet, la seva imatge està construïda com la de *yonki* estereotipada. “No es representa d'igual manera a una persona de classe mitjana-alta addicta a les drogues que a una persona de classe baixa”, diu una de les participants. La **Chusa** va despentinada, la seva postura corporal és de “barribaixera” i la seva forma de parlar molt brusca. Com el personatge de la **Rosaura** a *Padre no hay más que uno 2: la llegada de la suegra*, l'existència d'aquest personatge se centra a servir als altres. És a dir, trobem que **els cossos de les dones de classe baixa es representen més descuidats que els de les dones de classe mitjana-alta** que es mostren molt més cuidats.

(4) **Els cossos protagonistes són normatius**. Ho veiem a *Aves de presa (y la fantabulosa emancipación de Harley Quinn)*, a *Élite* o a *La casa de papel*. Els personatges que tenen relacions sexuals són les dones normatives. Es comenta el personatge de **Tokyo**, associat al sexe i a la sensualitat i es parla de la sexualització com a forma de poder: “creure que la sexualització no és poder és entrar a la dinàmica de creure que poder és només un home amb corbata”, apunta una participant. “Agenciar-se de la sexualitat en comptes que te l'atribueixin”, diu una altra.

Raluca
La que se avvicina

(5) Gairebé no veiem dones amb diversitat funcional a la pantalla i les que observem, també ocupen papers secundaris. A la mostra es representen de diferents maneres: a *Malasana 32* està la **Lola**, una dona que va en cadira de rodes i té la capacitat de percebre fenòmens paranormals. S'associa la seva imatge amb el fet estrany i sobrenatural. A *La que se avvicina*, **Inés** és la cap de l'Amador al Banc d'aliments, és una dona amb síndrome de down amb autoritat, ferma i amb mal caràcter.



³Chusa s'anomena puta a sí mateixa.

REPRESENTACIÓ DE LES DONES TRANS

Com s'ha esmentat anteriorment, **les dones trans estan invisibilitzades al món audiovisual**. Per poder fer una anàlisi de com se les representa, s'han seguit uns criteris ja exposats a l'apartat **Selecció de la mostra**. Les principals conclusions a les quals s'han arribat són:

(1) A la mostra de sèries i pel·lícules, apareixen un total de 6 personatges trans. 5 d'elles ocupen papers secundaris (**Tere, Gail, Miss Lonsdale, Clara i Manila**) i una d'elles és un personatge esporàdic que apareix només a un episodi (**Viviana**). En el cas de la **Clara**, ni tan sols apareix físicament a la pel·lícula, només apareixen unes fotografies seves. **L'Alba** és l'únic personatge de dona trans de tota la mostra i l'interpreta un actor cis. La presenten totalment estereotipada i ridiculitzada, per exemple, mitjançant les actituds que mostren quan està amb el seu nòvio.

(2) També es pot observar que, a banda d'aparèixer puntualment a la trama interpretant a personatges sense història pròpia, **se les acostuma a situar a un dels marges de l'enquadrament**. Una de les participants observa que a la pel·lícula *Una joven prometedor*, **"les poques vegades que apareix la Gail, sempre està a un costat del plànol, mai és al centre de l'atenció"**.

(3) **Les dones trans que tenen passing⁴ ocupen papers de dones normatives i bones**, per tant, acceptades socialment. Per exemple, la **Manila** a *La casa de papel* és interpretada per una actriu cis que compleix perfectament amb el model de bellesa imperant. Quan en Denver i en Moscú la veuen per primera vegada després del trànsit no la reconeixen però li diuen que "està molt bona" i que no hi ha cap problema amb identificar-la com a dona. Cal que en aquest punt ens preguntem: què hagués passat si la **Manila** hagués estat interpretada per una actriu trans sense *passing*?

La **Tere** a *El desorden que dejas* és un personatge que a diferència de la **Manila** sí que està representat per una actriu trans amb *passing*. En aquest cas el seu paper bàsicament consisteix a ser "la bona amiga", sempre disposada a cuidar i acompanyar a la protagonista. El personatge de la **Gail** a *Una joven prometedor* fa la mateixa funció que la **Tere**. **Miss Lonsdale** a *Gambito de Dama* representa aquella persona que cuida de les nenes òrfenes. Als tallers participatius, es conclou que **"aquesta manera de presentar-les és una estratègia paternalista del mercat audiovisual per incentivar l'acceptació social del col·lectiu trans."**

(4) **Les dones trans que tenen papers positivitzats es relacionen exclusivament amb altres dones trans i cis** i les converses giren al voltant dels homes cis. A *Una joven prometedor* i *El desorden que dejas*, només parlen dels nòvios o parelles de les protagonistes.

Al contrari, en ambdós casos, totes les participants creuen que són les millors representades de totes les dones trans a la mostra, ja que no ocupen aquells papers que tradicionalment s'atribueixen a les dones trans. A banda, a la seva trama no es menciona que siguin trans.

(5) **Les dones que tenen menys passing ocupen papers que s'identifiquen amb el fet negatiu i dolent**, a més de buscar la ridiculització del personatge. Es pot veure clarament quan coneixem a la **Viviana** a *La que se avecina*. El personatge representa una dona que està a la presó amb molt poc *passing* que està a la presó. Estèticament, porta perruca i un maquillatge molt marcat. L'únic que sabem d'ella és que ha rebut molta violència física durant la seva vida i que està molt preocupada per l'estat dels seus pits, de fet, només va vestida amb una gavardina i quan se la descorda li ensenya els pits a en Bruno. La **Viviana** representa el fet marginal, maltractat i estigmatitzat.

⁴ Una dona trans amb *passing* és aquella que a ulls de la societat sembla una dona cis. Activistes trans la denominen "estratègia de supervivència" a una societat trànsfoba.

(6) La **hipersexualització dels cossos es relaciona amb el *passing***. Aquells personatges amb *passing* i en papers més positivitzats no es mostren hipersexualitzats. Altrament, els personatges negativitzats, molt abundants en l'actualitat audiovisual, es mostren més desinhibits i es busca portar l'atenció cap al cos del personatge. En el cas de la **Manila**, es tracta d'un personatge sexualitat amb *passing*. Podria ser perquè l'actriu que l'interpreta és una dona cis que compleix amb el model de bellesa imperant.

Tot i trobar-nos amb personatges de dones trans millor construïts, en seguim veient d'altres on la trama gira precisament al voltant del fet de ser trans. Per exemple, a l'**Alba** se la mostra amb un gran desig de ser mare, o havent d'afrontar el fet de tenir o no parella o aguantar els insults del seu pare per ser trans, no sabem res més d'ella. Passa el mateix a **Malasaña 32**, on expliquen, mitjançant el trauma i la maldat, el desig de ser mare de la **Clara**. És a dir, coneixem, les seves històries a través dels "drames" que viuen els cossos trans, però no sabem res més d'elles. S'ha de posar en relleu que a la mostra hi ha una total absència d'homes trans i de persones no binàries.

(7) Per últim, a la publicitat s'utilitza **el cos de les dones trans exclusivament per a representar la diversitat** però per a res més. A l'anunci **Emergencia capilar** de Pantene, es mostra el cos d'una dona trans absolutament normativitzat i feminitzat juntament amb cossos d'altres dones cis. En cap cas són les protagonistes dels comercials.

Gail
Una joven prometedora



REPRESENTACIÓ DONES RACIALITZADES

Les dones racialitzades estan poc representades a la mostra escollida. Hi ha 6 dones racialitzades ocupant papers principals⁵ (d'un total de 4 produccions), i la gran majoria de les dones continuen essent blanques. Les dones racialitzades de la mostra són negres, gitanes, llatines, asiàtiques i àrabs. En aquest sentit, les participants varen observar:

(1) **Es construeix els cossos negres com si fossin salvatges i furiosos.** Es representa a les dones amb postures i gestos corporals com l'*Angry Woman*, un estereotip que mostra a les dones negres com persones enfadades, fermes, sense sentiments i brusques per naturalesa. Es pot observar això mateix al personatge de la *Gail* a *Una joven prometedor*, mitjançant gestos com aixecar la cella quan parla o amb el seu to de veu.

Les dones negres han de demostrar més. El personatge de la *Renée* a *Aves de presa* ha d'estar constantment imposant-se perquè els homes del seu voltant sempre intenten desautoritzar-la.

L'aparença física de les dones negres està blanquejada. Cabells planxats, perruques... Segons una participant: "és una forma d'accedir al món laboral. A una persona fosca de pell no la contractaran. Són estratègies que fem servir les persones negres per poder entrar a espais públics".

La soledat dels cossos negres s'aplica des de la infància. "Arrancar-te de la teva família, quan et toca migrar, la dona a la qual li maten els fills o els posen a una presó", diu una de les participants. La *Jolene* de *Gambito de dama* coneix a la protagonista a l'internat i és una de les que més temps porta allà perquè diu que les famílies prefereixen adoptar a les "blanquetes i les pèl-roges".

(2) Existeix una **anul·lació dels cossos llatins, se'ls hi elimina la veu.** Les dones llatines són tractades com a objectes. S'observa al personatge de la *Rosaura* a *Padre no hay más que uno 2: la llegada de la suegra*, assistenta a la llar de la família. En Javier parla d'ella -i per ella com si es tractés d'una propietat, emprant possessius com "meva" o "nostra". "Òbviament, juguen amb la comèdia amb aquests comentaris, però no puc creure que segueixin jugant amb això com el fet còmic avui en dia", aporten. Crida l'atenció les acotacions de dues de les participants que són peruanes, com l'actriu, que expliquen que al seu país és una actriu molt famosa que habitualment interpreta papers principals de "dones fortes i empoderades".

(3) **Es relaciona a les dones gitanes amb les classes socials més baixes i amb la delinqüència.** La *Nairobi* a *La casa de papel* és una de les atracadores i se la presenta com a una dona de classe obrera i de barri. A *La que se avecina*, l'Antonio Recio enganya a una família gitana per a que ocupin il·legalment un habitatge propietat d'un altre veí. El veïnat té greus prejudicis cap a aquesta família i el guió busca l'humor a partir del fet que aquesta família no compleix amb els estereotips assignats al col·lectiu, ja que és una família honrada, amable amb les altres persones i a més a més, la seva filla *Sarai*, és advocada.

També es relaciona la delinqüència i la classe social baixa amb la *Cassandra* a *Aves de presa*. És una nena asiàtica amb una infància difícil i una família desestructurada que roba a tothom. La trama gira al voltant del fet que la *Cassandra* roba un diamant al dolent.

(4) **S'erotitza i sexualitza a la persona racialitzada, a la dona forta, sexi, salvatge.** La *Nairobi* a *La casa de papel* li diu al Bogotà "què és això?, em besaràs així? Així no es petoneja a una gitana".

⁵ *Nairobi* a *La casa de papel*, *Renée*, *Cassandra* i *Canario Negro* a *Aves de presa*, *Laila* a *Les de l'hoquei* i *Nines* a *La que se avecina* (A l'Informe ODA 2021 consideren que aquest personatge és la representació d'una dona gitana. A un episodi, *Lolita*, una dona gitana, fa el paper de la seva mare).

(5) Es presenta a les **dones racialitzades amb un fort discurs crític**. La Laila a *Les de l'hoquei* comença a posar-se *hijab* per reivindicar els seus orígens, i té un discurs antiracista sobre el qual gira la seva trama, durant tota la temporada. La Jolene a *Gambito de dama*, també manté un discurs antiracista a tots els capítols en els quals apareix. Sembla que les dones racialitzades sempre han de fer pedagogia.

La Nairobi a *La casa de papel* està donant un discurs motivador als companys que estan nit i dia fonent or i parla sobre que el que fa por de veritat és tornar sola a casa de nit. Algunes participants valoren les seves paraules, però no totes tenen la mateixa opinió: "Ella [com a dona racialitzada] genera por a la nit al carrer. Qui té por de caminar pel carrer és la dona blanca. Existeix tot un imaginari al voltant dels nostres cossos [racialitzats] que som els qui robarem. Aquest cos no tindrà por, aquest cos és el que genera terror".

(6) Es continua donant a les **dones racialitzades i migrants personatges secundaris, en papers relacionats amb les cures i la llar**. La Rosaura a *Padre no hay más que uno 2: la llegada de la suegra* o la Raluca a *La que se avecina*, per exemple.

(7) **A la publicitat les dones racialitzades es fan servir com un reclam de diversitat**, tal com es pot observar a l'anunci de *Recupera eso que nos mueve* d'Aquarius en una successió d'imatges de persones molt diverses en gènere, edat, racialització, discapacitat entre d'altres.



Nairobi i Tokyo
La casa de papel

RELACIONS ENTRE LES DONES

La manera com es relacionen les dones és un aspecte important per tal d'entendre quin missatge transmet el producte audiovisual. En això mateix es basa el famós test de Bechdel-Wallace, una senzilla eina d'anàlisi que posa en evidència les desigualtats de gènere. A la mostra seleccionada veiem que les relacions entre les dones cis, en molts casos, o bé brillen per la seva absència o bé es mostren des d'un model negatiu.

(1) *Élite* és la sèrie on més negativament es representen les relacions entre les dones. Primer de tot sota la idea de sèrie coral, és a dir, en la qual tots els personatges tenen la mateixa rellevància a la trama, apareixen moltes més escenes d'homes que de dones. En segon lloc, la majoria d'escenes on surten dues o més dones soles és perquè tenen una relació afectiva-sexual o familiar. Per últim, les poques escenes de dones heterosexuales, mostren sempre una relació de rivalitat basada en la competició per un home o per classisme. Ho podem veure clarament quan l'*Ari* menysprea a la *Cayetana* pel fet de ser de classe baixa a *Élite* o a *Les de l'hoquei* quan la *Janina* i la *Berta* s'enfronten pel Lluc.

Totes les participants coincideixen en la idea que "també es mostra una relació passivo-agressiva entre les dones". A *Aves de Presa* els personatges s'uneixen exclusivament per interès i sempre es fa palesa de la competitivitat, la desconfiança i l'individualisme constant que hi ha entre elles. Això fa que la persona espectadora tingui constantment la sensació que la relació entre elles es pot malmetre en qualsevol moment, que és fràgil.

(2) Les participants dels tallers mostren la seva preocupació per la falta de models d'amistat positius a les ficcions, especialment a aquelles dirigides al públic jove. L'única excepció és la sèrie *Les de l'Hoquei*, que, en general, mostra un model de relació més positiu. L'amistat d'aquest grup d'amigues és el fil conductor de la sèrie conjuntament amb l'hoquei. Les dones es fan costat i tenen sororitat entre elles. No només parlen d'homes o de ser mares sinó d'interessos comuns, problemes i projectes futurs. És una representació molt més propera a la realitat.

(3) D'altra banda, a *La casa de papel* també hi ha molt poques escenes on es vegin dones gaudint d'estar plegades. De fet, només hi ha una escena on gairebé totes les dones protagonistes de la sèrie estan juntes i la conversa gira al voltant del desig de ser mare. Les participants observen que quan la sèrie està dirigida a un públic d'edat més divers, les converses entre dones moltes vegades giren al voltant dels fills i filles o el desig de tenir-ne.

(4) Actualment veiem un intent per part de la indústria audiovisual de mostrar models de relacions d'amistats més positives. El problema és que continuen estant desconnectades de l'argument de la història que continua sent masclista i classista.



Lisboa
La casa de papel

MATERNITATS

L'AUDIOVISUAL D'AVUI EN DIA

(1) **La maternitat es mostra com inherent al fet de ser dona cis.** "Se sobreentén que les dones cis o són mares, o tenen un desig irrefrenable de ser-ho". Amb aquesta afirmació s'obre l'anàlisi sobre les maternitats. A *La casa de papel*, per exemple, totes les dones són mares, exceptuant la *Tokyo*. En aquest cas, al no presentar la "puresa" d'una mare, la presenten envoltada de desig masculí arribant, fins i tot, a comparar-la amb un cotxe d'alta gamma com a objecte atractiu.

(2) "El cos de les dones cis té la imposició de ser mare, en canvi, **els cossos de les dones trans no tenen la possibilitat de ser-ho**" comenten, i així es mostra a *La que se avecina* amb el personatge de l'*Alba*. Ella visita diferents empreses de gestació subrogada perquè té el fort desig de tenir una filla amb vagina. A tots els llocs li presenten problemes pel fet de ser una dona trans i soltera i el seu desig es veu frustrat. Hormonalment i genèticament no pot concebre i la societat tampoc li permet.

(3) **Es representa la maternitat des d'una mirada biològica i blanca.** Només es representen com a mares aquelles dones cis que han donat a llum. D'aquesta manera, es transmet la idea que només existeix una maternitat, la biològica. En conseqüència, no es representen les maternitats diverses, no es parla d'aternitats⁶ i tampoc es mostra com a tal les dones negres o llatines o les dones migrants, encarregades de cuidar als fills i filles d'altres dones històricament. La *Rosaura* a *Padre no hay mas que uno 2: la llegada de la suegra*, per exemple, s'encarrega de les cures, però se la representa des del silenci.

La maternitat i la criança que es veu a la mostra **es construeix sota la lògica capitalista i patriarcal**. Com s'ha comentat, no es mostren models alternatius, només aquells que encaixen al sistema.

(4) **Se sobreentén que les mares són les encarregades de la criança** i així es pot observar a *La que se Avecina*, quan la *Clarita* es queda a càrrec del seu nadó perquè en Josito decideix fingir el seu suïcidi per marxar de viatge a lligar a un altre país. A banda, "s'ofereix una visió vicimitzada de la maternitat, ja que segueix dependent econòmicament d'en Josito", comenta una de les participants. A *Padre no hay más que uno 2* es construeix tota una narrativa sobre el fet excepcional que un home, en Javier, assumeixi la paternitat de manera activa perquè la seva parella, la *Marisa*, ha d'estar en repòs absolut per un altre embaràs.

La maternitat també és vista com una debilitat de les dones. Són vulnerables perquè maternen a criatures indefenses. A *La Casa de Papel*, la *Lisboa* gairebé traeix la banda quan l'*Alicia Murillo* l'amenaça amb la seva filla.

⁶ Concepte utilitzat per una de les participants per eliminar la M o la P del concepte i eliminar així qualsevol gènere del terme.



RELACIONS SEXE-AFECTIVES

La gran majoria de les relacions sexe-afectives que apareixen a les ficcions continuen essent cis heteronormatives, monògames i sota els rols patriarcals. Dels quinze productes audiovisuals escollits, només podem veure relacions lèsbiques a 3: *Élite*, *La que se avvicina* i *Les de l'hoquei*.

(1) **Les relacions heterosexuals reproduïxen rols de poder i masclisme.** A l'anunci *Asistente de voz* de Loterías del Estado veiem a una parella heterosexual, cis, blanques i de mitjana edat que de vacances. Ell pregunta constantment a l'assistent de veu informació sobre cada cosa que fan, ell és qui planifica i controla tot, i ella ni parla. "La dona ja s'ha acostumat al fet que la deixin de costat, ja no diu res", acota una participant. Ell és qui compra, el que utilitza les tecnologies, qui es relaciona amb el món. L'home parla tota l'estona mentre que la dona opta per un paper de passivitat, submissió i inactivitat. "Ella ho suporta tot. Aguanta una relació en la qual es veu que no és feliç", comenten.

La major part de relacions sexe-afectives estan formades per dones cis i blanques. L'Alba a *La que se avvicina* és l'única dona trans que manté relacions heterosexuals, monògames i amb uns marcats rols de gènere. La Nairobi a *La casa de papel* i la Laila a *Les de l'hoquei* són les úniques dones racialitzades de la mostra que tenen una relació sexe-afectiva, en aquest cas amb dos homes cis.

Les participants comenten que es representen a les dones sota dos clars estereotips: el de "dolça donzella i el de tia sexi que va de dura". Es confronten l'amor romàntic on les dones són delicades, tímides i "bones dones" i el desig sexual on els cossos femenins estan hipersexualitzats, alhora que els personatges adopten actituds típicament masculines associades a la violència o al poder, com per exemple el personatge de Tokyo a *La casa de papel*.

(2) Es representen **dos tipus de relacions lèsbiques.** A *Les de l'hoquei* veiem una relació entre la Flor i la Lore de cures, confiança i comunicació. Tot i que a la sèrie no diuen que siguin lesbianes, es pot donar per suposat, ja que cap de les dues manté relacions amoroses amb homes. En canvi, entre la Rebe i la Mencía a *Élite*, es construeix el desig a partir del fracàs amorós amb un home (de la relació entre la Rebe i en Samuel): "representa el lesbianisme a partir del trauma i del fracàs i no de la desitjabilitat cap a un altre cos femení o feminitzat", diu una participant. En aquest cas, les dues noies són bisexuals.

(3) Es veuen **les relacions sexuals representades de diferents maneres.** Per una banda, val a dir que les més habituals, aquelles que se centren en el plaer masculí, com la primera relació sexual de la Beth a *Gambito de dama*. Es tracta d'una escena de sexe maldestre a la qual, quan el noi ejacula, acaba el sexe. Molt menys comú és veure relacions sexuals basades en l'empatia i les cures. N'és un exemple quan en Ricard a *Les de l'hoquei*, para a la Raquel que està centrada a buscar el plaer del seu company sense pensar en si mateixa i li demana que li expliqui què li agrada a ella.

A *Élite*, l'*Ari* i en Samuel tenen relacions sexuals durant una festa i ella està al capdamunt "essent un símbol de control i dominància", diu una de les participants. Una altra participant opina que en l'àmbit cinematogràfic és la postura en la qual es veu més el cos d'ella. Del personatge de l'*Ari* diuen que és independent, que té el control, fa el que vol i és decidida "la representació del feminisme lliberal", afegeix.

A *La que se avvicina*, la *Berta* manté relacions sexuals amb la *Rosana*, una dona que és escort⁷, amb la qual també manté relacions el seu marit. La *Berta* acut a la *Rosana* perquè li ensenyi a ser sexi per al seu marit. Un cop més, el desig és construït mitjançant el fracàs de la relació amb el seu marit Antonio.

(4) *L'amor és el centre de tot* per les dones. La *Cassie* a *Una joven prometidora* és una dona trasbalsada per un trauma que no pot superar. Quan comença una relació amorosa amb un noi, de cop, està molt més alegre, de fet, se la veu com una dona renovada, tot gràcies a l'amor.

La *Lisboa* i l'*Estocolmo* a *La casa de papel* entren a formar part de la banda perquè s'enamoren de dos dels integrants. Elles renuncien a la seva vida anterior, de fet, la majoria d'escenes on apareix l'*Estocolmo* són amb en Denver, fet que no succeeix en el cas d'en Denver.

També a la publicitat l'amor és el centre de tot. A *Amor a primera vista*, l'anunci d'Estrella Damm, l'amor és la recompensa per a un home que cuida el planeta. L'anunci pretenia vendre a una dona decidida i apoderada que rebutja a l'home guapo, blanc, cis i hetero. Finalment, acaba decidint-se també per un home blanc cis i hetero. "Al final el que desitja continua sent la tradició", comenten.

⁷ S'autodefineix com una escort a la sèrie.



VIOLÈNCIES MASCLISTES

(1) Les violències masclistes es troben presents a totes les sèries i pel·lícules de la mostra. “És realment preocupant la normalització de les violències masclistes, sobretot la física i sexual, a les produccions audiovisuals”, afirma una de les participants dels tallers.

(2) La violència física i sexual són les violències que més presència tenen a les produccions audiovisuals, donat que són les més explícites i fàcils de representar sense haver de contextualitzar-les. “Això és greu perquè ja sabem que les violències són com un iceberg, només es veu la punta que són els cops, crits o violacions, però sota d'això existeixen múltiples violències silenciades”, afirma una de les persones assistents als tallers. Les violències masclistes es presenten com a fets aïllats no pas com un problema estructural. A *Les de l'hoquei*, veiem una escena concreta on un noi força a la Raquel mentre està borratxa a practicar-li sexe oral al lavabo d'un bar. En aquest cas, la sèrie vol mostrar la preocupant situació de la violència sexual, però com que no li dona suficient pes a la trama, només es veu com un fet puntual que no porta a la persona espectadora a la reflexió.

(3) Es mostra a la “víctima perfecta”. S'ensenya el patiment que viuen a causa d'una agressió, però a banda, no poden seguir amb la seva vida, han de mostrar-se tristes i afectades. Ho veiem amb els personatges de la Cayetana a *Élite*, la Raquel a *Las de l'hoquei*, o la Nina a *Una joven prometedora*.

(4) Les violències més invisibles no es tracten com si fossin violències. Actes de control normalitzats per l'amor romàntic no es relacionen amb les violències. Això és perillós, apunten les participants, ja que es poden passar per alt altres tipus de violències com la que veiem a *Padre no hay más que uno 2* quan en Javier li agafa el mòbil a la Marisa sense permís per mirar-li el WhatsApp. Ell descobreix que té un grup paral·lel i no li ha dit. Així i tot, la Marisa ha de justificar-se perquè el seu marit no s'enfadi.

(5) A banda, els violentadors o bé van borratxos o són homes que “no poden controlar” els seus instints violents quan la noia “no s'ha portat bé” o “està bona”. A *Una joven prometedora* la Cassie va a buscar els homes dels quals venjar-se a bars de copes a la nit, com si els violentadors només existissin quan surten de festa. També ens expliquen que la Nina va ser violada per un grup d'homes borratxos. “Sembla que tota l'estona ens ensenyen la violació ideal, la que es produeix per un home desconegut, borratxo i violent a una dona vulnerable”, afirma una de les participants.

En el cas de *El desorden que dejas*, en Iago és un noi que “no pot controlar” la seva ira i frustració cap a la Viruca pel fet de no estimar-lo com ell desitjaria. La Viruca, alhora que està sent violentada, intenta calmar-lo. La sèrie ens fa entendre que en Iago és així, no pot controlar-se i, per tant, les dones del seu voltant, han d'actuar intentant no provocar-lo per no sortir afectades.

(6) Tot i que les violències masclistes afecten les dones de totes les sèries i pel·lícules de la mostra, a gairebé cap d'elles es fa denúncia explícita fent servir el terme violències masclistes. L'única excepció es *La Casa de Papel*, quan l'Alicia Murillo interroga a la Raquel i utilitza la violència masclista que va patir la Raquel al seu anterior matrimoni, però en realitat el que passa és que la Raquel és culpabilitzada per la violència patida. El sistema la revictimitza i la culpabilitza. Així doncs, encara que el terme es nomeni explícitament, es fa servir no com a denúncia sinó com a violència en si mateixa. És a dir “la narrativa se centra a culpabilitzar-les a elles no pas en culpar ni denunciar al violentador”, afirma una de les participants.

Sembla que el món audiovisual és cada vegada més conscient sobre les violències masclistes tot i el que s'ha explicat anteriorment, i s'intenten visibilitzar des d'una perspectiva feminista. El problema és que el canvi **no acaba de ser real ni transformador**. Per exemple, la pel·lícula *Una Joven prometedora* pretén denunciar les greus conseqüències que produeix qualsevol violació a una dona. En canvi, presenten a la **Cassie**, la protagonista, des d'un desequilibri emocional que busca venjança perquè no ha superat el suïcidi de la seva amiga **Nina** després de ser violada. Sembla que quan ella superi aquest trauma, els violadors desapareixeran. Per altra banda, moltes vegades dissenyen i munten els plànols de forma lenta i tortuosa per aconseguir que els espectadors cis heterossexuals es delectin amb l'agressió. No es pot deixar d'assenyalar, doncs, l'enorme responsabilitat que té el món audiovisual sobre la creació de l'imaginari col·lectiu sobre la cultura de la violació i les violències masclistes.

(7) Per últim, també és habitual veure com **es romantitza i s'erotitza la violència física i les violacions** amb música "tendre" i gestos afectuosos durant l'episodi violent. Una de les participants comenta que **"després de maltractar-la o abusar d'ella, tot s'arregla amb un bon clau"**.

Cayetana i Philippe
Élite



SALUT MENTAL

Moltes de les sèries i pel·lícules analitzades tracten el problema de la salut mental de les dones a les seves trames, com a *Gambito de dama* on el tema ocupa un espai principal a la història o de manera més secundària com a *Les de l'hoquei*. En general veiem que molts aspectes continuen sent tabú i se les responsabilitza a elles. “La manca de salut mental no es presenta com una malaltia sinó com un problema sobre el qual es poden prendre decisions per millorar o canviar”.

(1) Els problemes de salut mental es mostren moltes vegades com una **conseqüència de relacions sentimentals amb homes**. A *Aves de presa*, l'*Harley Quinn* comença la pel·lícula explicant que el seu pare la va canviar per cerveses i que quan va conèixer al Jocker, va perdre tot el sentit de la seva identitat. A *Gambito de Dama*, l'*Alice*, la mare de la *Beth*, demana ajuda a la seva exparella que mai es va implicar a la paternitat. Després de fer-la fora de casa, ella se suïcida. També s'observa que els homes i les dones amb problemes de salut mental no es representen de la mateixa manera. La *Harley Quinn* era la psiquiatra del Joker quan es van conèixer “però ell és el dolent i ella la boja”, comenta una participant.

(2) Les participants observen que **existeix una gran relació entre la salut mental i les violències masclistes**. Als còmics on s'inspira la pel·lícula d'*Aves de presa*, es pot veure que el Joker a poc a poc va manipulant a l'*Harley Quinn*. Per contra, a la pel·lícula en cap moment es planteja com una relació de maltractament: “ell la torna boja”, diu una participant. A *Una joven prometedor* la *Nina* se suïcida després de patir una violació i que tothom al seu voltant encobris l'agressió i la desacredités.

Al grup de treball es comenta que la salut mental és una gran ignorada excepte per justificar agressions per part d'homes. “És que li ha donat un brot, és que la situació l'ha superat.. Això mateix els hi passa als homes?”, apunta una de les participants. Per a les dones pot ser un agreujant mentre que per als homes és una justificació.

(3) En algunes ocasions **els problemes de salut mental no són sinònim de fracàs**. S'observa al personatge de l'*Harley Quinn* presentat com una dona plena de força, autonomia i intel·ligència malgrat els seus problemes. També al personatge de la *Beth* a *Gambito de Dama*, una dona amb una carreta exitosa.

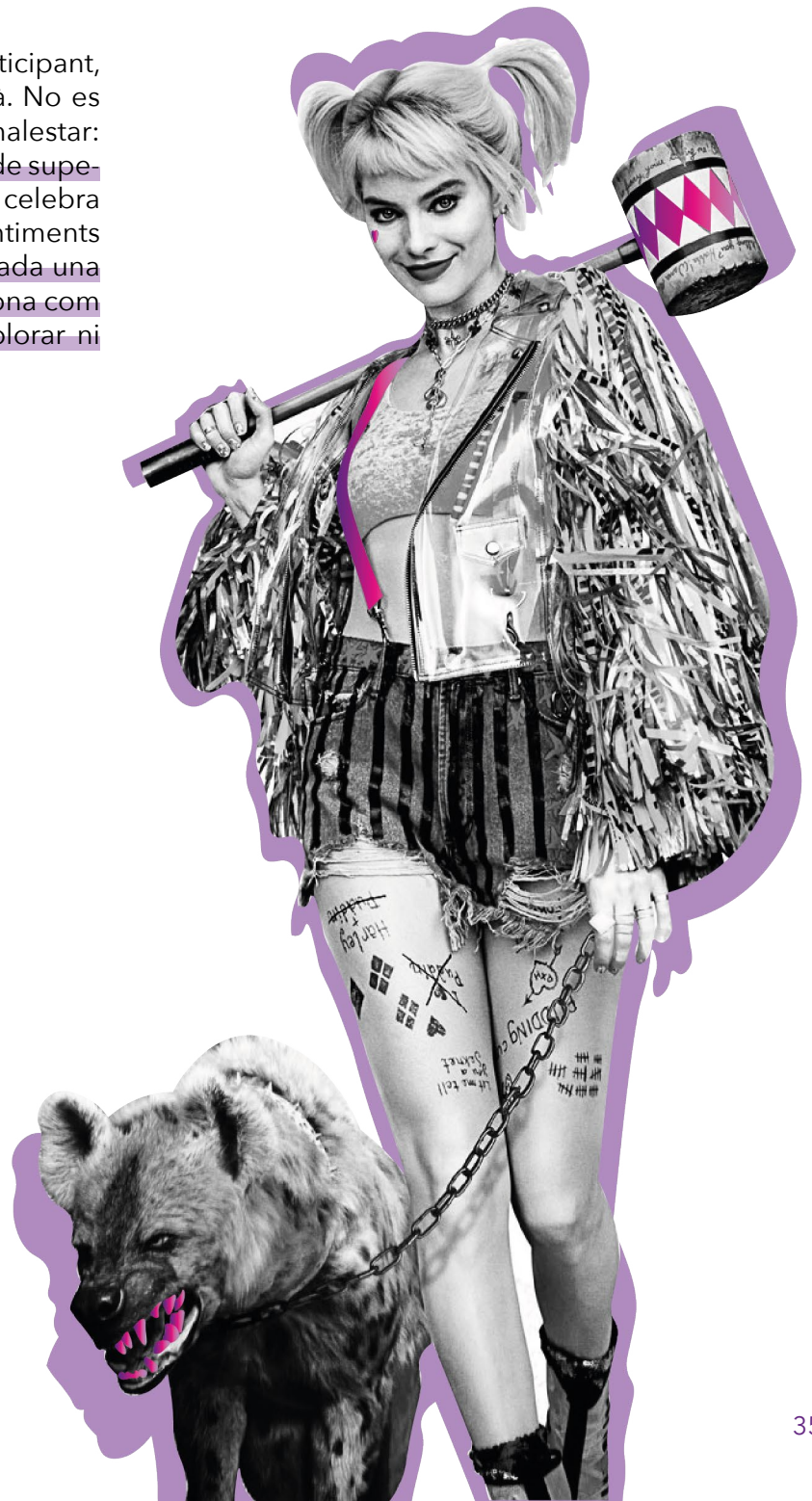
(4) **Existeix una sobre medicalització dels personatges amb problemes de salut mental**. La *Beth* a *Gambito de Dama* es torna addicta als ansiolítics perquè a l'orfenat, mediquen a totes les nenes per tal de no tractar la seva salut mental. Es responsabilitza a les persones que pateixen problemes de salut mental, com l'*Olga* a *Les de l'hoquei*: “Deixes de prendre medicació i tornes a estar malament i a més, és la teva culpa”, diu una de les participants.

(5) Es dona una **infantilització i paternalisme amb els personatges amb problemes de salut mental**, com l'*Olga* a *Les de l'hoquei*, que acaba de sortir d'una llarga estança a un hospital psiquiàtric. No li consulten res i de fet li controlen tot, ella es veu obligada constantment a explicar que està bé. “La societat és capacitista”, comenten.

(6) “Sembla que les produccions comencen a parlar més de salut mental i a introduir-la a les trames, però **el suïcidi continua sent tabú**”, diu una de les participants. S'observen algunes sèries i pel·lícules on el tema forma part de la trama, però s'utilitza com un element desencadenant d'altres històries. La *Beth* a *Gambito de dama*, reviu el suïcidi de la seva mare una vegada rere un altre cada vegada que passa per mals moments, això la fa consumir més i continuar culpabilitzant-se a si mateixa però també, creant una relació de culpabilitat amb la mare. “En cap moment es planteja que s'ha suïcidat perquè patia una depressió”, apunta una participant.

(7) **La inestabilitat d'una persona molesta a les persones que la rodegen.** A *Una joven prometedora*, la **Cassie** va a visitar a la mare de la **Nina** i ella li diu que no hi pensi més. **"Potser la protagonista només busca compartir el seu patiment"**, diu una participant. El cas és que la mare de la **Nina**, pren distància i li exigeix que es recuperi i superi el trauma. També se li demana contínuament a la **Raquel** a *El desorden que dejas* que està passant per una depressió a causa de la mort de la seva mare.

A Occident, comenta una participant, la mort és un fet que succeeix i ja està. No es parla d'ella i no es permet transitar el malestar: **"dol de quinze dies, i després ja ho has de superar"**, diuen. A altres cultures la mort es celebra i s'afronta d'una forma diferent, els sentiments es comparteixen en comunitat. **"Aquí cada una pateix el malestar i cadascuna ho gestiona com pot"**, comenten. **"No tens temps per plorar ni per recordar"**, afegeixen.



Harley Quinn
Aves de presa

PANEL·L D'EXPERTES

Durant el panell d'expertes es va reflexionar al voltant de les següents questions:

COM ES DESENVOLUPA EL MÓN AUDIOVISUAL ACTUALMENT EN MATÈRIA DE GÈNERE, FEMINISME, DRETS HUMANS, RACISME... ?

Actualment, les produccions *mainstream* representen **les dones trans i dones racialitzades totalment estereotipades**. "Encasellades a papers de treballadores sexuals, lladres, narcotraficants, persones sense estudis que no tenen més opcions a la vida", expliquen les expertes. "No m'ha tocat participar en cap projecte aliè que no interpretes un personatge d'aquestes característiques", apunta una d'elles. Aquesta mirada simplista és molt perillosa, donat que contribueix a continuar reproduint discriminacions i desigualtats.

Un dels motius principals pels quals hi ha una infrarepresentació estereotipada és per la manca de diversitat que hi ha a la indústria. No s'arriba allà on es generen els diners, allà on es prenen les decisions i on s'influència a la societat. "La diversitat està al marge, invisibilitzada", comenten.

D'altres participants senten que la indústria està intentant fer un esforç per a mostrar-se més diversa, el que no queda clar és si aquestes petites mostres de diversitat, encara molt lluny de ser transformadores, són realitat o moda. "El món està utilitzant el cos trans, el cos negre per a generar capital simbòlic, que és una pràctica colonial històrica i que està jugant amb la idea de democràcia racial i amb la idea d'inclusió", explica una de les expertes.

Una de les participants resumeix la situació actual del món audiovisual d'aquesta manera: "estètica i no ètica". "Sembla que ara a les dones se'ns representa empoderades i lliures quan fem aquelles coses tradicionalment atribuïdes als homes, com per exemple a *La Casa de Papel*, que semblen molt feministes, però que quan s'enamoren se'ls hi posa cara de totes a totes", complementa una altra de les participants.

QUINS CANVIS CONSIDEREU QUE S'HAN DE PRODUIR PERQUÈ EL MÓN AUDIOVISUAL SIGUI MÉS FEMINISTA I ANTIRACISTA?

Estem acostumades que **les produccions més comercials les escriuin majoritàriament homes cis blancs heterosexuels**. Això implica que les històries s'expliquin sempre des d'un prisma esbiaixat per les seves pròpies vivències i tinguem un ventall d'històries prou reduït i discriminatori. "Com ens apropiem del món audiovisual?", es pregunten. És necessari mostrar la diversitat per tal de canviar l'imaginari col·lectiu, per això, aquelles persones travessades per diferents opressions s'han d'apropiar del dret d'escriure i produir materials d'èxit. "Hem de crear les nostres pròpies històries", expliquen.

Per tal d'assegurar la diversitat a l'àmbit, les expertes proposen que s'implementi una **lleï de quotes per a les persones trans i per a les dones racialitzades**. Aquesta mesura ha de ser realment efectiva i no quedar-se només amb representar a personatges secundaris sense trames i estereotipats. S'han de complir les quotes tant darrere com davant les càmeres. "Si tenim una directora trans, és més fàcil que contracti a altres dones trans travessades per les mateixes interseccionalitats", comenten les participants.

"És necessari que ens preguntem quin espai volem ocupar dins del sistema", afirmen les participants. **L'espai que han d'ocupar les persones discriminades genera diversitat d'opinions entre les expertes**. Estan aquelles que creuen que el canvi s'ha de fer des de dins la indústria i, per això, reivindiquen reformar la indústria ocupant llocs de treball dins aquesta. Al contrari, una de les participants posa sobre la taula la necessitat de seguir habitant la invisibilitat com a mecanisme de protecció. És evident que posar el cos en la lluita contra el patriarcat té greus conseqüències. Per aquest motiu, la invisibilitat i les perifèries també són reivindicades com un espai de seguretat i des del qual generar canvis. "Jo soc una gran defensora de la invisibilitat, ja que mostrar-me em posa en risc com a persona trans i negra. Si jo passo davant d'una patrulla de policies i em veuen, què passa?, i si passo i no em veuen? Jo prefereixo la invisibilitat", diu una de les participants.

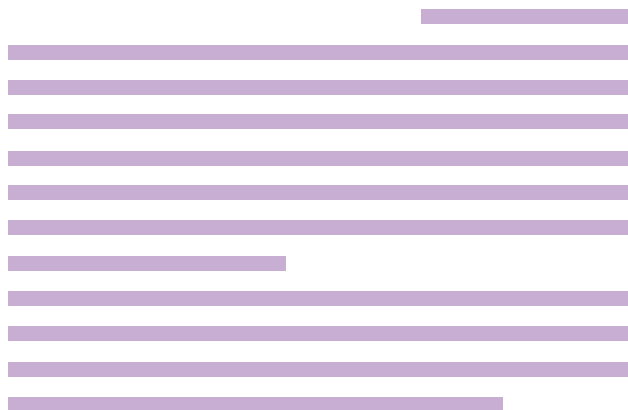
Arran d'aquesta reflexió, una de les participants parla sobre la idea que s'ha construït de l'èxit. "El camí del canvi no és lineal, de fet, entendre-ho d'aquesta manera és molt occidental, molt relacionat amb la idea de l'èxit. Hem de qüestionar-nos el desig de pertànyer a les plataformes hegemòniques com Netflix o Hollywood per generar canvis. M'agradaria pensar que existeixen múltiples camins que podem prendre cap a l'èxit".

Per últim, també expressen la necessitat de **formar als equips pedagògics i alumnat** per tal que puguin revisar-se i generar consciència sobre el fet que qualsevol espectacle és posar la vida i les persones en un lloc on mirar-se i això s'ha de fer d'acord amb les diverses realitats existents.

QUINS SÓN ELS CANVIS QUE CORRESPONEN A LES ADMINISTRACIONS?

Dels canvis comentats amb anterioritat, les expertes consideren que les Administracions han d'encarregar-se que es creïn i s'apliquin les quotes trans per tal de garantir accés a tots els llocs de treball de l'àmbit. A banda, també coincideixen en la necessitat de formar al professorat i a l'alumnat. Una altra participant afegeix que és fonamental l'educació, el respecte i el "coneixement de la societat en general i especialment per part de les persones que treballen a les institucions".

Sigui en l'àmbit local, autonòmic o estatal, **han de vetllar per una representació plural a l'audiovisual** i "donar recursos a noves creadores per tal que puguin impulsar nous projectes des dels marges per començar a fugir de l'hegemonia al món audiovisual. Donar espai i recursos. I garantir que hi siguin", comenta una de les expertes. Encara que, reconeix, és difícil perquè és un entramat complex, per tant, les Administracions i dirigents polítics han d'escoltar "la veu de les tècniques expertes i trobar la manera de garantir un canvi real en aquest sentit".



PANEL·L D'EXPERTES

QUINES SÓN LES CONSEQÜÈNCIES QUE PODEN PATIR LES PERSONES QUE POSEN EL COS A LA LLUITA PER LA TRANSFORMACIÓ DEL MÓN AUDIOVISUAL?

Com a qualsevol lluita, qui posa el cos pateix les conseqüències. Quan tens un **discurs crític dins de l'audiovisual pateixes conseqüències emocionals i materials**. Les persones negres, diu una participant, tenen el risc de ser invisibles i no accedir, i quan ho fan, corren el risc d'estar sobreexposades i en perill.

"Dones gitanes, de pell fosca i trets que encaixen a l'estereotip que en general la societat paia té el cap, activista i actriu que a més, es nega a fer papers estereotipats... Portes tancades, persones que no volen escoltar i insults", diu una participant. Moltes vegades per accedir a determinats espais han de canviar el seu discurs perquè sigui complaent, "has de ser sempre el **topping**, com la cirera negra del pastís blanc", aporta una altra participant.

Una altra conseqüència és la **censura i el rebuig**. "El més pervers que m'han fet ha sigut anul·lar jornades senceres a un poble de Madrid. Això em va fer sentir culpable per les altres persones que no van poder treballar aquell dia. Així funciona la violència institucional: fa que la víctima se senti culpable", denuncia una de les expertes. Aquest rebuig també pot tenir un costat positiu, perquè alhora que perds alguna cosa "t'estàs apropant a la gent que comparteix el teu discurs", apunten.

L'AUDIOVISUAL DEL DEMÀ

Aquelles que tenen un discurs crític també reben **assetjament per xarxes, gaslighting, fins i tot, lliuren batalles legals i reben amenaces de mort**, com és el cas d'una de les participants. Mantenir aquest discurs significa "que es creguin que estàs allà per fer pedagogia constant, suportar justificacions absurdes, amb el cansament mental que comporta a més d'haver de posar-se cuirasses. I si a tot això li sumes l'activisme a les xarxes, al carrer... Una fatiga mental que porta a un **desequilibri que afecta la part física**" afegeix una de les expertes.

Des de les institucions també **es penalitza el discurs crític amb l'absència d'ajuda i subvencions**. "No aconsegueixes subvencions per als teus projectes de memòria històrica gitana si els vols dirigir tu, gitana i dona. No obstant això, sí que les aconsegueixes si hi ha un paio o una paia dirigint", comenten.

Laila
Les de l'hoquei



PREGUNTES SENSE RESPONDRE

Un diagnòstic és un una eina que permet accedir a coneixement actualitzat i valuós sobre un tema o situació determinada. En aquest cas, el valor afegit de la participació contribueix a posar les persones al centre i, per tant, obtenir informació contextualitzada i de referència.

No obstant això, **la informació, el món audiovisual i l'imaginari col·lectiu està en transformació constant**. Per aquest motiu, les limitacions temporals per a la realització del procés deixa moltes preguntes sense respondre que poden servir de punt de partida per a següents estudis o bé per a la reflexió individual. Algunes de les qüestions són:

- Com es parla dels feminismes a la ficció?
- Com ocupen l'espai físic a cada escena les dones?
- Quins llocs de treball ocupen les dones al món audiovisual?
- Quines històries protagonitzen les dones pobres i les dones riques?
- Quines històries protagonitzen les dones blanques cis i quines històries protagonitzen les dones trans i/o racialitzades?
- Com es representa a les nenes?
- Com són els desenllaços de les dones?
- Ens sentim representades a les històries que veiem?
- Com es reflecteix el debat sobre la conceptualització dels termes gènere/sexe al feminisme espanyol en l'actualitat a les produccions audiovisuals?
- On s'ha de posar el límit de l'humor a l'hora de representar col·lectius vulnerabilitzats?
- Les produccions audiovisuals haurien de ser sempre políticament correctes amb els feminismes?
- No existeixen dones directores, guionistes, productores... O no les veiem?
- Segueixen les produccions audiovisuals com les sèries, anuncis o pel·lícules tenint tanta influència en la construcció de l'imaginari col·lectiu o són les xarxes socials les que tenen més pes actualment?
- Que hi hagi més dones en llocs de poder al món audiovisual és garantia de canvi?
- Quina importància té la construcció de l'escena (música, il·luminació, etc.) en la perpetuació de rols i estereotips de gènere?
- De quina manera es pot generar un canvi cap a un món audiovisual més transfeminista i antiracista?
- Com ens apropiem les persones diverses del món audiovisual?
- Quines mesures i accions haurien de dur a terme les empreses de publicitat per disminuir les desigualtats de gènere al sector?

CONCLUSIONS

Les principals conclusions que s'extreuen sobre la representació de les dones cis i trans a pel·lícules, sèries i anuncis al procés participatiu són les següents:

- Tot i que cada vegada és més habitual veure discursos, trames i històries més pròximes al feminisme, **la majoria de trames continuen essent en menor o major mesura masculistes, patriarcals, racistes, classistes i capacitistes**, fet que segueix contribuint a perpetuar els estereotips de gènere i les desigualtats a l'imaginari col·lectiu.

- Encara que veiem més diversitat en la representació dels rols de gènere i les identitats sexuals entre d'altres, els productes audiovisuals més exitosos segueixen mostrant a les **dones cis estereotipades**. A banda, **les dones trans i les dones racialitzades encara estan invisibilitzades o estereotipades**, en el cas que estiguin representades.

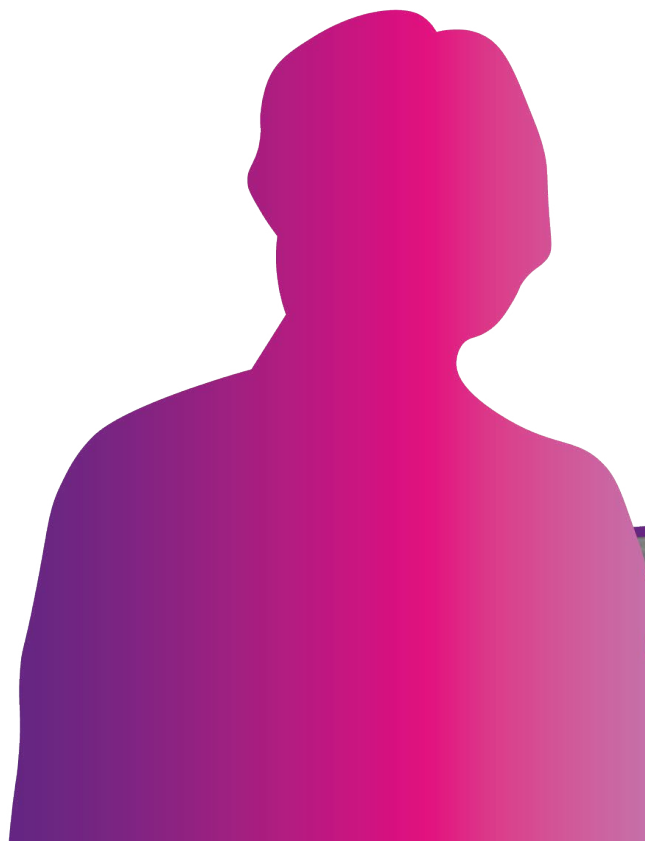
- El món audiovisual continua essent **eminentment masculí, cis i blanc**. Els guions els segueixen escrivint homes blancs cisheterosexuals, de la mateixa manera que la direcció i la producció també l'ocupen homes blancs, cis i heterosexuals. Això implica que les històries es continuen explicant des del seu punt de vista i vivències. Existeix una necessitat imperant d'escriure les històries des d'un prisma més divers per tal que la societat, plural per naturalesa, es pugui sentir més identificada.

- El món audiovisual forma part de l'oci, per tant, és molt divers en temàtiques. També les persones consumeixen els productes en funció de moltes coses: estat d'ànim, gustos, companyia, horaris, etc. Veure productes que reproduïxen estereotips no és necessàriament dolent (donat que existeixen i s'ofereixen). L'important és tenir el **coneixement i les eines necessàries perquè no passin a formar part del meu imaginari individual**.

- La cultura de la immediatesa, internet i la gran disponibilitat de plataformes d'streaming, entre d'altres, fa que **el món audiovisual avanci i canviï molt ràpidament**. En conseqüència, qualsevol estudi pot quedar incomplet en poc temps.

- Les eines que existeixen per analitzar les produccions des d'una perspectiva transfeminista antiracista s'han quedat desactualitzades. El món audiovisual busca beneficis econòmics, per això té la gran capacitat d'adaptar-se als interessos de la societat, que és el que ven. **El pink washing i el purple washing són estratègies de màrqueting que es fan servir al món audiovisual per mostrar simpatia amb el moviment LGTBQ+ i el feminisme**. Són estratègies molt actuals que les eines d'anàlisi ja existents no tenen la capacitat d'analitzar.

- La publicitat, si bé forma part del món audiovisual com les pel·lícules i sèries, s'analitza de manera diferent perquè els seus interessos són uns altres. **Els comercials tenen com a principal objectiu vendre un producte**, per tant, darrere de cada producció hi ha una estratègia de màrqueting. Per aquest motiu s'ha de posar l'atenció en unes altres categories analítiques. A banda, és imprescindible analitzar si l'ús i apropiació dels discursos feministes amb les estratègies abans citades per part de la publicitat aporta aspectes positius a les lluites o, al contrari, té conseqüències negatives.



RECOMANACIONS

Per finalitzar l'estudi, es presenten un seguit de recomanacions dirigides a les Administracions i al món audiovisual per tal de seguir el camí cap a un audiovisual feminista i antiracista que deixi de perpetuar desigualtats de gènere.

- Garantir la possibilitat a totes aquelles dones i identitats dissidents a ocupar llocs de treball de creació, direcció, fotografia, etc. per tal que creïn històries des de les seves realitats i interseccionalitats, i d'aquesta manera es garanteixi la diversitat de perspectives als productes audiovisuals.

- No fer un ús exclusivament comercial del feminisme i la diversitat. És necessari crear productes audiovisuals coherents d'inici a fi que no adoptin discursos inclusius per moda o complir la quota.

- No només els productes audiovisuals han de ser coherents amb el feminisme sinó que les productores i empreses han de tenir polítiques de contractació inclusives, plans de gènere, protocols contra l'abús, etc. per tal de garantir la igualtat d'oportunitats.

- Revisar les trames, la construcció dels personatges, les històries, etc. per crear productes amb perspectiva de gènere i antiracistes. Això no significa que necessàriament hagin de tenir un discurs o un missatge explícit en aquest sentit, sinó que no reproduïxin estereotips masculistes, racistes, classistes, etc. i no contribueixin a perpetuar les desigualtats.

- La societat és plural i per aquest motiu és necessari que les diversitats sexuals i les identitats dissidents estiguin representades sense ser estereotipades o ridiculitzades.

- S'han de construir les històries perquè les dones diverses i les identitats dissidents tinguin les mateixes oportunitats de ser protagonistes que els homes o que les dones cis blanques, sense ser estereotipades o ridiculitzades.

- Crear històries que vagin més enllà del feminisme hegemònic.

- Realitzar estudis actualitzats de caràcter quantitatiu i qualitatiu per analitzar de quina manera progressa el canvi cap a un audiovisual transfeminista interseccional i antiracista.

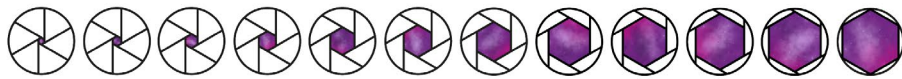
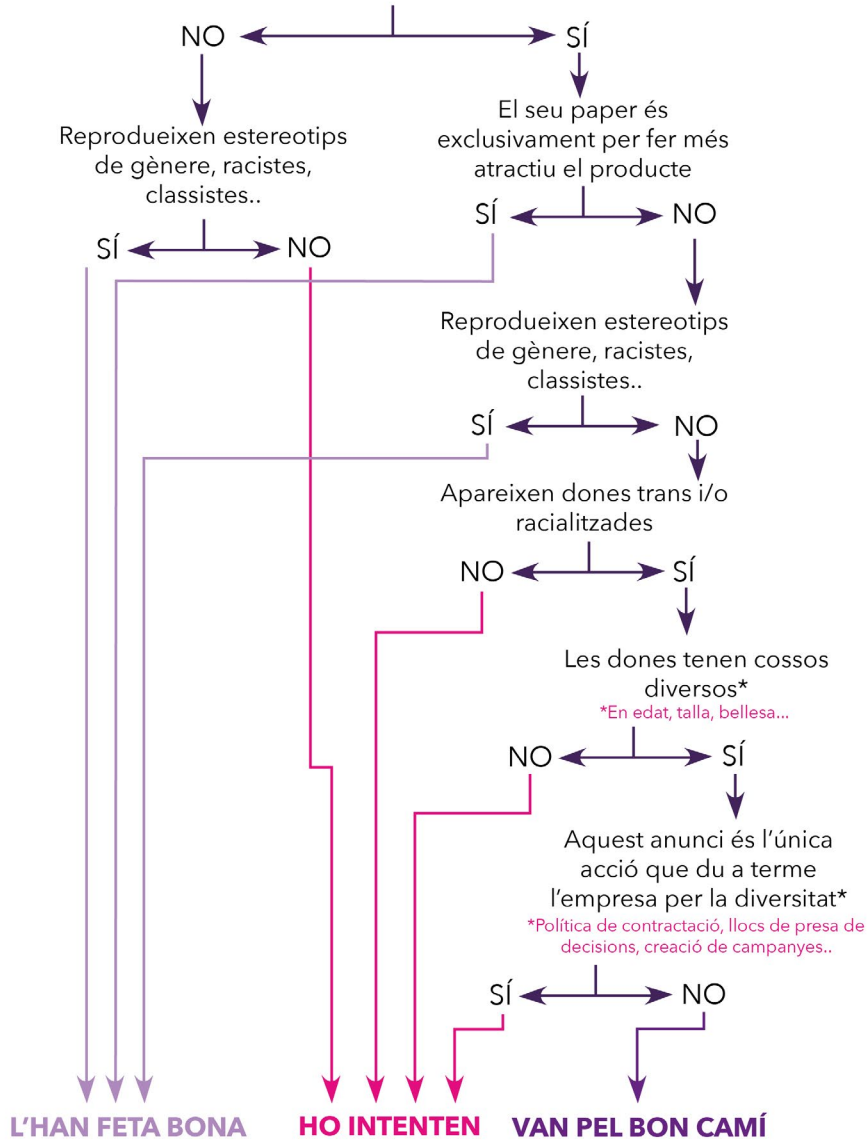
Rosaura, Rocío i Paula
Padre no hai más que uno 2





AQUEST ANUNCI

Apareixen dones en ell



A veure, un test no et dirà si un anunci és masclista o no.

Hauràs de reflexionar també sobre temes com en què es basen les empreses per determinar que un producte és per homes o per a dones, **si les marques s'apropien de les lluites i moviments socials per vendre més** i quines són les conseqüències per aquestes lluites, quin tipus d'anuncis protagonitzen les dones i quins els homes, **on es troben les persones no binàries a la publicitat**, entre altres coses. I a banda, reflexionar sobre quins són els teus privilegis per entendre-ho tot plegat.

Pots saber-ne més a enfoquemenpurpura.org

Amb la col·laboració de l'ACCD



ENFOQUEM EN PÚRPURA



Assemblea de Cooperació per la Pau



Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament



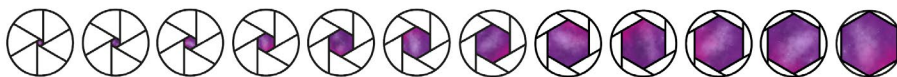
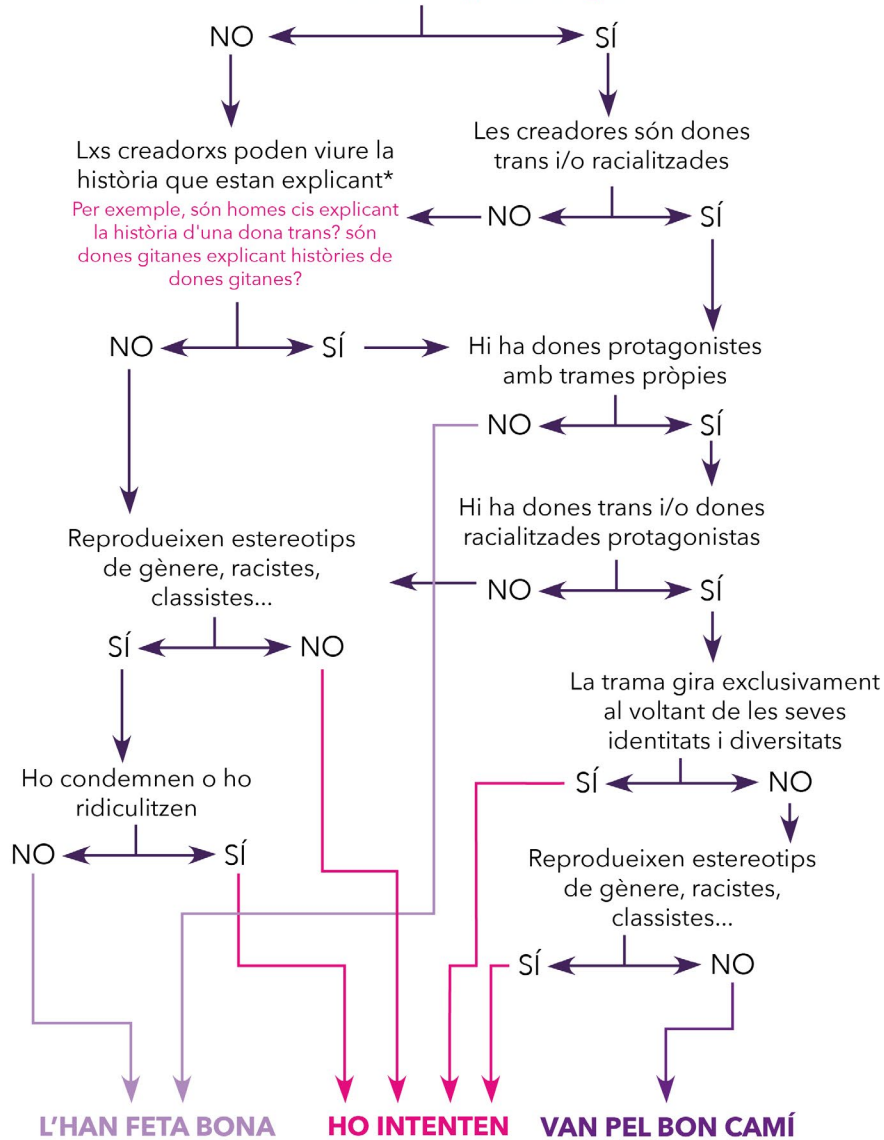
ULLERES 5D UNA NOVA PERSPECTIVA

COM ES REPRESENTA A LES DONES CIS, LES DONES TRANS I LES DONES RACIALITZADES A LES SÈRIES I PEL·LÍCULES?

AQUESTA PEL·LÍCULA O SÈRIE

Ha estat creada per dones i/o persones no binàries*

*Com a mínim una a direcció, producció o guió



A veure, un test no et dirà si una pel·lícula o sèrie és masclista o no.

Hauràs de reflexionar també sobre com es representen les violències masclistes, com es representen els cossos de les dones, com són les relacions entre les dones, com es representen les maternitats, en què treballen les dones, com són les històries de les dones racialitzades i blanques, hi ha diversitat perquè està de moda... I a banda, reflexionar sobre quins són els teus privilegis per entendre-ho tot plegat.

Pots saber-ne més a enfoquemenpurpura.org

Amb la col·laboració de l'ACCD



ENFOQUEM EN PÚRPURA



Assemblea de Cooperació per la Pau



Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament

BIBLIOGRAFIA

Asociación de Usuarios de la Comunicación (2021). Mujer y publicidad. El sexismo en las comunicaciones comerciales. <https://www.auc.es/download/mujer-y-publicidad-el-sexismo-en-las-comunicaciones-comerciales/>

Barlovento comunicación (2021). El roscó del consumo audiovisual. <https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2021/08/EL-ROSCO-del-consumo-audiovisual-Julio-2021-Barlovento-Comunicacion.pdf>

Casañ Rodríguez, Lucía (2018). Fuera de foco: ¿dónde están las mujeres directoras en la industria del cine español? <https://m.riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/107842/CASAÑ%20-%20Fuera%20de%20foco%3A%20¿dónde%20están%20las%20mujeres%20directoras%20en%20la%20industria%20del%20cine%20español%3F.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

CIMA (2021). A representatividade e a representación das mulleres no audiovisual galego. Ficción 2020. https://cimamujerescineastas.es/wp-content/uploads/2021/10/InformeCIMA_galicia_2020.pdf

CIMA (2020). Estereotipos, roles y relaciones de género en de las mujeres series de televisión de producción nacional: un análisis sociológico. <https://cimamujerescineastas.es/wp-content/uploads/2021/03/Estereotipos-roles-y-relaciones-genero-series-tv.pdf>

CIMA (2020). La representatividade de las mujeres en el sector cinematográfico del largometraje español. <https://cimamujerescineastas.es/wp-content/uploads/2021/06/informe-cima-2020.pdf>

Frau, María Antonio (2019). Cine y series con perspectiva de género: ¿estamos ante un boom en clave feminista? <https://catalunyaplural.cat/es/cine-y-series-con-perspectiva-de-genero-estamos-ante-un-boom-en-clave-feminista/>

GLAAD (2021), Where we are on TV. <https://www.glaad.org/sites/default/files/GLAAD%20-%202021%20WHERE%20WE%20ARE%20ON%20TV.pdf>

Instituto de la Mujer (2020). Sexualización de las niñas en la publicidad. https://www.inmujeres.gob.es/observatorios/observimg/informes/docs/Informe_Sexualizacion_Infantil.pdf

ISI Argonauta (2010). Guía para la incorporación del enfoque basado en derechos humanos en las intervenciones de cooperación para el desarrollo. <https://www.aecid.es/Centro-Documentacion/Documentos/Informes%20y%20gu%C3%ADas/GUIA%20ENFOQUE%20DDHH%20%20+%20NIPO%20+%20logo%20AECID.pdf>

Jara, Ana Belén. (2020). ¿Cómo es la representación de las mujeres en la publicidad? <https://topicflower.com/blog/como-es-la-representacion-de-las-mujeres-en-la-publicidad/>

ODA: Observatorio de Diversidad en los Medios Audiovisuales (ODA). (2019). Informe anual. Análisis de todas las películas y series de televisión españolas del 2019. <http://oda.org.es/wp-content/uploads/2021/02/ODA-Report-2019-2020.pdf>

Pindado, Julián (2005). Los medios de comunicación en la socialización adolescente. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero062/los-medios-de-comunicacion-en-la-socializacion-adolescente/>

Plan Internacional i Instituto Geena Davis on Gender in Media (2019). Cambiemos el guión. Cómo los estereotipos cinematográficos y mediáticos afectan las vidas y las ambiciones de liderazgo de las niñas y mujeres jóvenes. <https://cimamujerescineastas.es/wp-content/uploads/2020/04/Cambiemos-el-guion.pdf>

Plan internacional (2019). Cambiemos el guion: nosotras también contamos. Análisis del liderazgo femenino en la ficción contemporánea. <https://cimamujerescineastas.es/wp-content/uploads/2020/04/Cambiemos-el-guion-España.pdf>

Schweizer, Melina (2020). ¿El feminismo vende? <https://afrofeminas.com/2020/10/15/el-feminismo-vende/>

Selener, Daniel (1997). Participatory action research and social change. NY: Cornell University Participatory Action Research Network

Van Dijk, Teun A. (2000). El estudio del discurso. Gedisa

Vera, Casandra (2018). Las mujeres trans en el cine y la televisión. https://www.eldiario.es/murcia/disidencias-de-genero/mujeres-trans-cine-television_132_2244940.html

ANNEX I ESQUEMES METODOLÒGICS DELS TALLERS PARTICIPATIUS

TALLER 1			
ACTIVITAT	TEMPS	RESPONSABLE	MATERIAL
Benvinguda	30'		
<ul style="list-style-type: none"> • Presentació PURA QUITERIA, MDM y ACPP • Presentació de les participants • Presentació del projecte • Presentació del diagnòstic <ul style="list-style-type: none"> - Les seves aportacions als tallers - Cronograma • Presentació taller 1 			
Dinàmica de presentació	20'		
<ul style="list-style-type: none"> • Dinàmica teranyina <ul style="list-style-type: none"> - Ens posem en cercle, comencem agafant un cabdell de llana - Dius el teu nom i la sèrie o peli que estàs veient ara o l'última que has vist • Escull el tu personatge Escriu un personatge que t'hagi acompanyat, que recordis amb nostàlgia, amb el que t'identifiquis i escriu-lo. Conserva el paper fins al final dels tallers. 			<ul style="list-style-type: none"> - Cabdell de llana - Fulls bolis
Presentació de la mostra	30'		
<ul style="list-style-type: none"> • Joc dels personatges <ul style="list-style-type: none"> - Una participant escull un paper en el qual hi ha un personatge de la pel·lícula o sèrie de la mostra - Mitjançant la mímica ha de representar-lo - Reflexionen totes juntes • Presentació de la mostra. Com l'hem seleccionat 			<ul style="list-style-type: none"> - Papers amb els personatges de les dones i les pel·lícules o sèries
Pausa-Café	10'		
Anàlisi de la representació dels cossos	60'		
<ul style="list-style-type: none"> • En gran grup, analitzem la categoria sobre la representació dels cossos 			<ul style="list-style-type: none"> - Ordinador - Projector

ANNEX I ESQUEMES METODOLÒGICS DELS TALLERS PARTICIPATIUS

TALLER 2			
ACTIVITAT	TEMPS	RESPONSABLE	MATERIAL
Visionat i anàlisi de categories	50'		- 2 Tablets - Fotocòpies del material
<ul style="list-style-type: none"> • Grup 1 Anàlisi representació de les dones trans • Grup 2 Anàlisi de dones racialitzades 			
Socialització del treball en grup	20'		
<ul style="list-style-type: none"> • Per grups, van compartint les conclusions 			
Pausa-Café	10'		
Visionat i anàlisi de categories	50'		- 2 Tablets - Fotocòpies del material
<ul style="list-style-type: none"> • Introducció de conceptes bàsics • Grup 1: Relacions sexe-afectives • Grup 2 Relacions entre dones 			
Socialització del treball en grup	20'		
<ul style="list-style-type: none"> • Per grups, van compartint les conclusions 			

ANNEX I ESQUEMES METODOLÒGICS DELS TALLERS PARTICIPATIUS

TALLER 3			
ACTIVITAT	TEMPS	RESPONSABLE	MATERIAL
Anàlisi de categories	40'		
<ul style="list-style-type: none"> • Grup 1: Maternitats • Grup 2: Salut mental 			<ul style="list-style-type: none"> - 2 Tablets - Fotocòpies del material
Socialització del treball en grup	20'		
<ul style="list-style-type: none"> • Per grups, van compartint les conclusions 			<ul style="list-style-type: none"> - Cabdell de llana - Fullsy bolis
Pausa-Café	10'		
Anàlisi de les violències masclistes	50'		
<ul style="list-style-type: none"> • En gran grup, analitzem la categoria sobre les violències masclistes 			<ul style="list-style-type: none"> -Ordinador -Projector
Eines d'anàlisi	20'		
<ul style="list-style-type: none"> • Construïm entre totes quins aspectes són imprescindibles per crear les eines 			
Avaluació i clausura	10'		
<ul style="list-style-type: none"> • Tornaríeu a escollir el mateix personatge? Per què? • Ara tenim més referents? Teníem referents amb els quals identificar-nos durant la infància? • Per últim, en unes fulles que deixaran a una caixa quan surtin, escriuran de forma anònima com s'han sentit, què és el que més els hi ha agradat, si canviarien alguna cosa, etc. 			<ul style="list-style-type: none"> - Cartolines/fulles - Bolis

REPRESENTACIÓ DE LES DONES TRANS

- *La casa de papel*
MANILA (Capítol 5. Min 10.20-12.35)
- *La que se avecina*
ALBA (T12.2 Capítol 9 Min 39.30-41.59)
VIVIANA (T12.1 Capítol 1. Min 1.12.40-1.13.35)
- El desorden que dejas:
TERE (Capítol 6. Min 06.40-09-10)
- Gambito de dama:
MISS LONSDALE (Min 04.40-05.50)
- Una joven prometedor:
GAIL (Min 09.18-10.42)
- Malasaña 32
CLARA (Mi 1.30.10-1.31.39)
- Anunci *Emergencia capilar*
- Anunci *Recupera eso que nos mueve*

REPRESENTACIÓ DE LES DONES RACIALITZADES

- *Una joven prometedor*
GAIL (Min 09.18-10.42)
- *La casa de papel*
NAIROBI (Capítol 5. Min 26.08-31.42)
- *Les de l'hoquei*
LAILA (Capítol 19 Min 38.30-39.51)
- *Aves de presa*
RENEE (Min 08.09-09.08)
- *La que se avecina*
Família gitana (T12.1 Capítol 2. Min 0.22.58-0.24.04)
- *Padre no hay más que uno 2*
ROSAURA (Min 0.21.47-0.23.21)
- *Gambito de dama*
JOLENE (Capítol 1. Min 17.30-18.00) i
(Capítol 2 Min 02.30-03.50)
- Anunci *Amor a primera vista*
- Anunci *Recupera eso que nos mueve*

RELACIONES ENTRE DONES

- *Élite*
ARI i CAYETANA (Capítol 2 Min 22.32-23.35)
REBE i CAYETANA (Capítol 2 Min 04.06-04.47)
- *La casa de papel*
TOKYO i NAIROBI (Capítol 6 Min 37.20-39.30)
- *Aves de presa*
Totes a punt d'abandonar a la nena (Min 1.18.55-1.23.15)
- *Les de l'hoquei*
Partidet totes juntes (Capítol 24 Min 24.26-26.46)
JANINA i LAS ALTRES (Capítol 17 Min 19.12- 20.13)
EMMA, LAILA i BERTA (Capítol 20 Min 19.50-21.24)
- *Gambito de dama*
JOLINE i BETH (Capítol 7 Min 21.50-24.10)
BETH i MARGARET (Capítol 5 Min 18.19-19.38)

RELACIONES SEXE-AFECTIVAS

- *Les de l'hoquei*
RAQUEL i RICARD (Capítol 20 Min 28-30.35)
Relació de LA FLOR i LA LORE (Capítol 17 Min 26.58-29.00)
- *La casa de papel*
PROFESOR i RAQUEL (Capítol 2 Min 30.39-31.05)
- *Élite*
SAMUEL i ARI (Capítol 2 min 47:27-48.40)
REBE i MENCÍA (Capítol 2 min 12.45-15.24)
- *La que se avecina*
BERTA i ANTONIO (Capítol 9 Min 31.20-32.30)
- *Gambito de dama*
La primera relació sexual (Min 04.12-05.13)
- *Una joven prometedora*
CASSIE està molt feliç perquè s'està enamorant d'en Ryan (Min 1.05.05-1.08.00)
- Anunci Estrella Damm
- Anunci de la loteria

VIOLÈNCIES MASCLISTES

- *Élite*
PHILLIP i CAYETANA (Capítol 7 Min 42.45-44.15)
MENCÍA amb el segon putero (Capítol 4 Min 29.29-31.50)
- *La casa de papel*
ARTURO abusa de l' AMANDA (Capítol 5 min 23.48-24.11)
Interrogatori a la RAQUEL sobre violències masclistes (Capítol 2 Min 29.40- 31-30)
- *Una joven prometedor*
Una de les escenes de l'inici (Min 03.36-08.31)
- *Aves de presa*
Abús a HARLEY (Min 29.29-30.49)
- *Les de l'hoquei*
Escena de la RAQUEL al lavabo del bar (Capítol 14 Min 34.20-35.20)
- *El desorden que dejas*
VIRUCA i IAGO (Capítol 1 Min 43.39-45.28)

SALUT MENTAL

- *Gambito de dama*
Adiccions i salut mental (Capítol 1 Min 53.16-56.22)
Mares com origen de seva bogeria (Capítol des de l'inici fins el Min 02.12)
- *Aves de presa*
L'origen de la inestabilitat emocional. Escena introductòria.
- *Les de l'hoquei*
TERRATS (Capítol 16 Min 29.39- 30.14)
RAQUEL, LORE i FLOR (Capítol 20 Min 02.39-03.22)
- *El desorden que dejas*
RAQUEL i la seva SOGRA (Capítol 1 Min 14.35- 14.50)
- *Una joven prometedor*
La MARE DE LA NINA (Min 1:00-1:02)

MATERNITATS

- *La que se avecina*
MENCHU (Capítol 10 Min 22.30-24:06)
ALBA (Capítol 10 Min 29.06-31.32)
- *La casa de papel*
ALICIA MURILLO (Capítol 1 Min 10.40-12.38)
RAQUEL amb la seva filla (Capítol 4 Min 27.20-30.33)
NAIROBI (Capítol 6 Min 4.37-07.40)
- *Gambito de dama*
PARE BIOLÒGIC (Capítol 1 Min 11.50-13.42)
PARE ADOPTIU (Capítol 6 Min 36-38)
- *Padre no hay más que uno 2*
TIETA (Min 14.30-16.12)
MARISA i JAVIER (Min 38-38.31)

