

# ENFOQUEMOS EN PÚRPURA

DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO SOBRE LA  
REPRESENTACIÓN DE LAS MUJERES  
EN EL MUNDO AUDIOVISUAL

DESDE UNA PERSPECTIVA FEMINISTA Y  
ANTIRRACISTA

Realizan



Assemblea de  
Cooperació  
per la Pau

Con la colaboración de la ACCD



**Agència Catalana  
de Cooperació  
al Desenvolupament**

Diagnóstico impulsado por [Metges del Món](#) y la [Assemblea de Cooperació per la Pau](#)

Financiado por la [Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament](#)

Elaborado por [PURA QUITERIA](#)

*PURA QUITERIA* es una consultora que trabaja para la transformación social mediante la educación y la participación, implicando a todas las personas en la construcción de un mundo más justo para todas desde un enfoque transfeminista, antirracista y decolonial.

Diseño de *PURA QUITERIA*

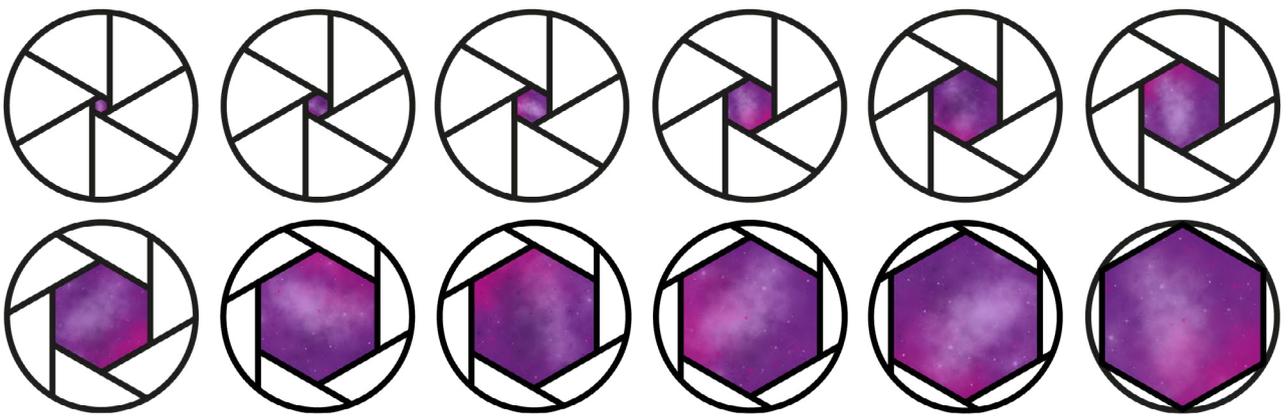
Publicado en enero de 2021 en [enfoquemenpurpura.org](http://enfoquemenpurpura.org)

Con la colaboración de [AfroFemKoop](#), [Teleduca](#) y [MUET](#)

Este diagnóstico se puede copiar y distribuir en cualquier medio o formato, siempre que se reconozca y se referencie adecuadamente la autoría. No se puede emplear el informe con ninguna finalidad comercial.

# ÍNDICE

PRESENTACIÓN	5
CONCEPTOS CLAVE	6
JUSTIFICACIÓN	8
MARCO TEÓRICO	10
METODOLOGÍA	12
CONTEXTUALIZACIÓN	14
SELECCIÓN DE LA MUESTRA	16
RESULTADOS	21
PREGUNTAS SIN RESPONDER	39
CONCLUSIONES	40
RECOMENDACIONES	41
HERRAMIENTAS	42
BIBLIOGRAFÍA	44
ANEXOS	45



# PRESENTACIÓN

¿Cuántas horas pasamos en el ordenador, con el teléfono móvil, con la tablet, viendo la televisión o la smart TV? Según el *Rosco del consumo audiovisual* de Barlovento comunicación, las personas mayores de 18 años pasamos un promedio de 273 minutos al día viendo contenidos audiovisuales.

El audiovisual explica historias, nos aproxima a realidades. ¿Cuántas cosas hemos conocido a través de él? Nos identificamos con personajes e historias, viajamos donde nunca antes hemos estado, conocemos personas que nunca hemos visto... Podemos decir que el audiovisual moldea nuestro imaginario y eso significa que tiene una gran relevancia e influencia para potenciar un cambio hacia un mundo más justo.

Todo gran poder conlleva una gran responsabilidad. Vivimos en un sistema cisheteropatriarcal y, por tanto, el audiovisual tiene la enorme responsabilidad de no perpetuar estereotipos de género, racistas, clasistas, capacitistas, etc. para no generar desigualdades. ¿Te has parado a pensar cómo se representa a las mujeres cis y a las mujeres trans<sup>1</sup> en el sector audiovisual?

Este diagnóstico se enmarca en *Enfoquem en púrpura, per una mirada feminista al món audiovisual*, un proyecto innovador en el territorio catalán, puesto que incide sobre las responsabilidades de la administración pública y sus órganos competentes frente a las desigualdades de género que fomenta el audiovisual, con el objetivo de promover un mundo encaminado hacia la justicia global.

El presente diagnóstico analiza, mediante talleres participativos con diversas entidades catalanas y un panel de expertas, la representación de las mujeres cis y trans en una muestra de 6 series, 5 anuncios y 4 películas. El objetivo es fomentar el conocimiento y el pensamiento crítico sobre las violencias machistas y el sistema patriarcal.

De esta manera se pretende fomentar la no-discriminación de las mujeres y la promoción de la igualdad de oportunidades desde un enfoque interseccional de género basado en derechos humanos (en adelante EGyBDH). Metges del Món (Mdm) y la Asamblea de Cooperació per la Pau (ACPP), como titulares de responsabilidades, son las organizaciones encargadas de llevar a cabo el proyecto.

**Metges del Món** es una asociación de voluntariado, internacional, humanitaria y de derechos humanos. Cuenta con más de 30 años de experiencia en cooperación internacional e intervención social, conformada por 16 delegaciones en el mundo e interviniendo en 17 países con un mismo objetivo, el de velar por los derechos humanos, priorizando la salud y la vida digna de las personas, realizando incidencia política y denunciando las injusticias. Desde Cataluña actualmente se trabaja con Senegal para dar soporte a colectivos LGTBIQA+ para que mejoren las condiciones de vida y combatir el estigma social que sufren. En Centroamérica se trabaja para empoderar a las mujeres en espacios de toma de decisiones y en las comunidades.

La **Asamblea de Cooperació Per la Pau** es una ONG independiente, progresista y laica con 30 años de experiencia en proyectos de cooperación internacional e intervención social, aparte de ser una ONG feminista declarada. El compromiso que tiene con la igualdad de género es evidente en sus propios valores. Su nombre responde a la tarea de cooperación que ejecuta con los países del sur global desde la igualdad de género basada en el tejido asociativo. Trabaja en la transversalización desde 1998, implementando planes de igualdad de oportunidades para mujeres y hombres desde 2014.

---

<sup>1</sup> Empleamos el término trans para referirnos a las personas cuya identidad de sexo y género no se corresponden con las asignadas al nacer. No utilizamos transgénero ni transexual de acuerdo con las personas del colectivo que consideran que dichos términos hacen énfasis en la medicalización de sus vidas y segregan a las personas con acceso a la transición médica normativa de las que no quieren o no pueden realizarsela.

# CONCEPTOS CLAVE

A continuación se definen un conjunto de conceptos clave, con el fin de facilitar la lectura del estudio.

## INTERSECCIONALIDAD

En el año 1989, Kimberlé Williams Crenshaw introdujo la teoría de la interseccionalidad en su artículo *Cartografiando los márgenes Interseccionalidad, políticas identitarias, y violencia contra las mujeres negras*, en el que explica su propia experiencia. Afirma que es imposible separar el hecho de ser mujer y de ser negra en identidades diferentes, puesto que ambas se entrecruzan y configuran la experiencia en el mundo de cada una.

La interseccionalidad **son las diferentes formas de opresión que existen en la sociedad como el racismo, la xenofobia, la homofobia, la transfobia, el capacitismo y todas las que estén basadas en la discriminación y la intolerancia**. De esta manera, se crea un sistema de opresiones que refleja la intersección o, dicho de otra manera, la confluencia o la unión de diferentes formas de discriminación y opresión.

El feminismo interseccional intenta visibilizar que las mujeres aparte de por su género sufren más tipos de opresión: por cuestión de etnia, raza, clase social, discapacidad, orientación sexual, religión, casta, edad, nacionalidad, apariencia y lengua entre otras.

## ENFOQUE DE GÉNERO BASADO EN DERECHOS HUMANOS

Según la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas por los Derechos Humanos, el enfoque basado en derechos humanos (EBDH) es un marco conceptual para el proceso de desarrollo humano que desde el punto de vista normativo se basa en las normas internacionales de los derechos humanos, y desde la perspectiva operacional está orientado a la promoción y la protección de los derechos humanos. Su propósito consiste en analizar las desigualdades que se encuentran envueltas en problemas de desarrollo y corregir las prácticas discriminatorias y el injusto reparto del poder que obstaculiza el progreso en materia de desarrollo (OHCHR, 2006).

El enfoque de género basado en derechos humanos (EGyBDH) integra y combina el EBDH y el enfoque de género (EdG), que **analiza la inequidad, la discriminación y los desequilibrios de poder específicos que sufren las mujeres en todos los ámbitos de la vida** (social, laboral, familiar, económico, personal y cultural, entre otros). Desde el EGyBDH la realidad se analiza en términos de inequidades y desigualdades en el acceso y el cumplimiento de los derechos, con especial atención a aquellas que afectan a las mujeres y niñas así como a los grupos más vulnerabilizados.

## TITULARIDADES DE DERECHOS, RESPONSABILIDADES Y OBLIGACIONES

El enfoque basado en derechos humanos implica ofrecer herramientas para fortalecer las capacidades de diferentes agentes que participen en las intervenciones de cooperación internacional.

Una de las principales características de dicho enfoque es la identificación y asignación de roles (titularidades) que han de cumplir los diferentes agentes en relación con los derechos humanos. Existen tres roles:

**Titulares de derechos.** Todas las personas son titulares de derechos, y los derechos humanos se aplican igualmente a todas las personas independientemente de su sexo, género, opinión pública, origen étnico, nacionalidad, orientación sexual, religión, clase económica, etc.

**Titulares de responsabilidades.** Los actores privados no pertenecientes a instituciones estatales tales como: empresas, ONG, medios de comunicación... pero también las familias, las comunidades y las personas individuales que, por su influencia o incidencia en un entorno determinado, tienen responsabilidades en materia de derechos humanos.

**Titulares de obligaciones.** Son los poderes públicos (el Estado y las diversas Administraciones, incluyendo los tres poderes: ejecutivo, legislativo y judicial), que tienen el deber de velar y respetar el cumplimiento de los derechos humanos.

Las titularidades de obligaciones, por su parte, se consideran titulares de responsabilidades. Los Estados son los principales titulares de obligaciones pero todos los derechos comportan obligaciones, así que las personas somos habitualmente tanto titulares de derechos como de obligaciones.

## OTROS CONCEPTOS

Por otro lado, se definen otros conceptos que aparecen a lo largo del diagnóstico, con el objetivo de facilitar la comprensión del mismo.

**Mujer trans.** Una mujer trans, en Occidente, es aquella cuyo sexo e identidad de género no se corresponden con las asignadas al nacer.

**Mujer cis.** Una mujer cis es aquella que sí que se identifica con el sexo y el género asignados al nacer.

**Privilegio.** Es la ausencia de una obligación o la ventaja exclusiva que tiene alguien por concesión de alguien superior o por determinada circunstancia propia. El privilegio en materia de género, raza, clasismo, capacitismo... siempre se sustenta en una opresión que limita el ejercicio de los derechos y obstaculiza el bienestar de otras personas.

**Racialización.** Es la manera de describir la categoría racial, de la misma manera que lo hacen las categorías de género o sexualidad. Todas las personas somos racializadas, sin embargo, dicho concepto se emplea para visibilizar y poner el énfasis sobre aquellas personas o colectivos que sufren opresiones o desigualdades debido a la raza. Las personas racializadas son aquellas sobre las que la sociedad ejerce racismo.

Jolene  
*Gambito de Dama*



# JUSTIFICACIÓN

Sabemos que el sector audiovisual es un referente para la construcción de valores sociales. También tiene un papel protagónico en nuestras vidas, puesto que pasamos muchas horas consumiendo contenidos. Se trata entonces de **una herramienta muy poderosa para la transmisión de valores y la promoción de cambios sociales**.

Por este motivo es muy importante elaborar estudios e informes actualizados. Según las investigaciones que hemos realizado para la elaboración del presente diagnóstico, nos encontramos con el siguiente escenario sobre las investigaciones en el ámbito del audiovisual desde una perspectiva de género.

## ¿DÓNDE ESTÁ LA ACCIÓN INVESTIGACIÓN PARTICIPATIVA?

Son escasos los estudios de referencia actualizados que emplean la Acción Investigación Participativa (AIP) y la participación como metodología y técnica de investigación.

La GLAAD (Alianza de Gays y Lesbianas contra la Difamación, por sus siglas en inglés) es la organización de referencia a escala internacional para la incidencia y visibilización de las diversidades sexuales y otras interseccionalidades en los medios de comunicación. En el informe anual *Where we are on TV* recoge mediante datos cuantitativos el estado de la presencia del colectivo en la televisión estadounidense.

En el ámbito estatal, el ODA (Observatorio de Desigualdad en los Medios Audiovisuales) elabora un informe anual en el cual se incorpora un análisis cualitativo mediante el uso del test de Vitto Ruso para analizar la presencia y representación del colectivo en las series y películas.

CIMA (Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales) con el informe *Estereotipos, roles y relaciones de género en series de televisión de producción nacional: un análisis sociológico* (2020) también emplea una metodología cuantitativa no participativa.

El informe de CIMA *Representatividad y representación de las mujeres en el audiovisual gallego* (2021) realiza un análisis cuantitativo de los datos por parte de un grupo de expertas del ámbito, con el objetivo de analizar la representación de las mujeres en el audiovisual gallego.

Por otro lado, el informe *Cambiemos el guión: nosotras también contamos* (2019) de la organización Plan Internacional analiza el liderazgo femenino en la ficción contemporánea española mediante grupos de discusión, encuestas y entrevistas a expertas. Se trata de uno de los escasos estudios participativos actualizados.

## ¿DÓNDE QUEDA LA INTERSECCIONALIDAD?

Los estudios de GLAAD y ODA incorporan la identidad de género, la orientación sexual y la raza como categorías analíticas para visibilizar las realidades y representaciones que se hacen del colectivo LGTBQIA+.

Por su parte, los informes de CIMA contemplan exclusivamente la variable sexo. Plan Internacional, además de la variable sexo, también incorpora la raza.

Así pues, el enfoque metodológico y conceptual empleado en muchos de los estudios de referencia actuales invisibiliza múltiples dimensiones e interseccionalidades que atraviesan a las mujeres e identidades diversas. En consecuencia, queda limitada la posibilidad de generar cambios globales e inclusivos.

## ¿Y EN CATALUÑA?

Si bien encontramos estudios de referencia internacionales y estatales bastante actuales, en el ámbito territorial catalán existe una carencia de estudios actualizados desde una perspectiva interseccional y con metodologías cualitativas. El material más actualizado es el ciclo denominado *Sèries a debat* del Espai Avinyó coordinado y gestionado por el colectivo New Voices New Futures. No obstante, cada vez aparecen más iniciativas desde una perspectiva interseccional y antirracista en las redes sociales.

## ¿QUÉ DICE EL MARCO NORMATIVO INTERNACIONAL?

En el año 1995, durante la Cuarta Conferencia Mundial sobre la mujer, 189 Estados miembros de la ONU reconocieron la importancia de los medios de comunicación para cambiar los estereotipos de género. Las mujeres y los medios de comunicación se convirtieron en una de las 12 áreas críticas de la Plataforma de Acción de Beijing. Los acuerdos fueron los siguientes:

- Necesidad de aumentar el número de mujeres en los medios, incluyendo los perfiles de toma de decisiones.
- Modificar la representación que se hace de las mujeres eliminando los estereotipos de género y presentarlas como líderes y modelos a seguir.
- Repensar los modelos tradicionales de los roles de las mujeres y los hombres. En consecuencia, se hace patente la necesidad de reorganizar las instituciones básicas de la sociedad, incluidos los medios de comunicación.

Los organismos internacionales sugieren que es necesario seguir investigando y analizando el audiovisual y los medios de comunicación desde una perspectiva de género interseccional como una de las principales herramientas para eliminar las desigualdades de género.

## ENTONCES, ¿QUÉ APORTA UN DIAGNÓSTICO DE ESTAS CARACTERÍSTICAS?

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, el presente diagnóstico queda justificado por los siguientes motivos:

- Está diseñado desde una metodología participativa y basada en la AIP para fomentar cambios hacia un mundo más feminista interseccional y antirracista que tenga en cuenta la diversidad de las mujeres.
- Las personas y colectivos son las protagonistas del proceso y, por lo tanto, se genera conocimiento colectivo de gran valor social.

- El análisis cualitativo sobre la cual se apoya la investigación contribuye a examinar en profundidad la muestra audiovisual seleccionada.

- La interseccionalidad constituye la perspectiva de análisis del diagnóstico, lo que permite obtener resultados más inclusivos y próximos a las diversas realidades.

- Analiza una muestra audiovisual variada, actualizada y contextualizada en la sociedad catalana actual.

- Contribuye a mejorar los referentes en los que se ven identificadas las mujeres e identidades disidentes.

- Da lugar a dos herramientas de uso popular que permiten analizar un producto audiovisual desde una perspectiva feminista interseccional y antirracista.

## OBJETIVOS

**Objetivo general.** Contribuir a la no-discriminación de las mujeres y la promoción de la igualdad de oportunidades desde un enfoque interseccional y de EGYBH.

### Objetivos específicos.

- Poner en evidencia la infrarrepresentación y los estereotipos asociados a las mujeres trans en el mundo audiovisual.

- Demostrar la perpetuación de estereotipos sobre las mujeres cis en el mundo audiovisual.

- Fomentar el conocimiento y el pensamiento crítico sobre las desigualdades de género y las violencias machistas hacia las mujeres a través de las artes audiovisuales.

- Promover nuevas herramientas de análisis y diagnóstico con las que identificar las violencias machistas en el mundo audiovisual.

- Generar nuevas herramientas de creación de contenidos audiovisuales diversos, inclusivos, feministas y antirracistas.

# MARCO TEÓRICO

A continuación se establece el marco conceptual necesario para facilitar la lectura y la comprensión de los mecanismos de reproducción de las relaciones de género en el mundo audiovisual y de la influencia que tienen en la construcción y perpetuación de las desigualdades de género en la sociedad.

## ROLES Y ESTEREOTIPOS DE GÉNERO: HERENCIA SANA DEL PATRIARCADO

“Las mujeres son más emocionales y los hombres más racionales”. ¿Es verdad esta afirmación? ¿Cuántas veces hemos escuchado estas palabras? ¿De dónde las hemos aprendido? ¿Cuándo y de qué manera las hemos adquirido?

Pues bien, expresiones como estas se basan en estereotipos que aprendemos desde el momento en el que nacemos. **Son propuestas culturales que enseñan a las personas a relacionarse con ellas mismas y con el mundo.** A través de la repetición de los diferentes agentes socializadores (medios de comunicación, familia, grupo de iguales o escuela, entre otros), las personas integramos estas propuestas hasta llegar a identificarnos plenamente con ellas. De este modo, un estereotipo se transforma en un modelo de comportamiento generalizado.

Pero, ¿qué son exactamente? Son imágenes y representaciones simplificadas de personas, instituciones o acontecimientos, que pueden ser verdaderas o falsas. Estas etiquetas facilitan la creación de clasificaciones y son una herramienta que ayuda a la integración y a las relaciones sociales.

El cisheteropatriarcado es el sistema sociopolítico imperante bajo el cual el género masculino cis y la heterosexualidad se sitúan por encima de otras identidades y orientaciones sexuales. Marco normativo, educación, sistema económico y el resto de instituciones beben de este sistema. En consecuencia, **todo lo que queda fuera de este marco se desprecia e invisibiliza.**

Debido a la interiorización de los estereotipos, estos **pasan a formar parte de nuestra identidad, dando así lugar a la naturalización y aceptación de los roles de género.** Desde la infancia aprendemos que la sociedad espera un comportamiento, una actitud o unas tareas según si eres hombre o mujer. Por ejemplo, los roles asignados tradicionalmente a los hombres tienen que ver con las tareas productivas o con la representación política, ocupando así los espacios públicos. Por el contrario, las mujeres se encargan de las tareas reproductivas relacionadas con los cuidados y el hogar, tareas desarrolladas en el espacio privado.

Aquellas actividades que no generan capital económico no tienen ningún interés para el sistema capitalista ni para el cisheteropatriarcado. Esto se traduce en una minusvaloración de las tareas vinculadas a los cuidados esenciales, que paradójicamente han sido asignadas a las mujeres, dando lugar a múltiples desigualdades de género.

## EL PAPEL SOCIALIZADOR DEL AUDIOVISUAL Y LAS REDES SOCIALES

Las desigualdades de género se crean como resultado de atribuir más valor y reconocimiento a determinadas tareas y roles. Ahora bien, ¿cómo se llegan a convertir en el modelo social imperante?

Los seres humanos, como seres sociales, necesitamos el contacto con otras personas para desarrollarnos. La socialización es el proceso mediante el cual las personas desarrollan y potencian las habilidades necesarias para una correcta integración y contribución a la vida social, adoptando los roles y las actitudes que rigen la sociedad.

Los medios de comunicación, las redes sociales y en general el mundo audiovisual tienen el poder de difundir el capitalismo cisheteropatriarcal blanco como sistema imperante. Los personajes, relatos y contenidos que nos llegan nos influyen a la hora de interpretar la sociedad en la cual vivimos, puesto que nos identificamos plenamente. De esta forma, llegamos a considerar el *statu quo* como la única verdad indiscutible.

## FEMINISMO INTERSECCIONAL, HERRAMIENTA PARA EL CAMBIO

La referencia constante al orden social de género ayuda a dar posibles explicaciones a preguntas que de otro modo serían de difícil interpretación: ¿por qué las mujeres siguen ausentes en el sector audiovisual, en el ámbito político y económico a pesar de que se ha incrementado su presencia en lugares de poder reales? ¿Por qué las mujeres racializadas siguen siendo cosificadas y se les da un tratamiento paternalista? ¿Por qué las mujeres trans aparecen prácticamente siempre en papeles o noticias sobre la prostitución y la drogadicción? **El audiovisual no es un simple reflejo de las desigualdades de género, sino que también es un agente activo en la construcción de las desigualdades** (Van Dijk, 2000).

El feminismo interseccional y antirracista es la herramienta más adecuada para generar cambios y avanzar hacia la igualdad de género. Permite contextualizar el audiovisual y sus actuaciones para conocer cuáles son las causas estructurales de los tratamientos desiguales y estereotipados. Contribuye a abrir la posibilidad de una representación de la realidad más compleja, más justa y menos discriminatoria.

*Asistente de voz*  
Loterías del Estado



# METODOLOGÍA

## METODOLOGÍA DEL PROYECTO

La metodología empleada en el proyecto *Enfoquem en púrpura, per una mirada feminista al món audiovisual* se basa en la Investigación Acción Participativa (IAP). **Se trata de una técnica de investigación que permite conocer para actuar y transformar desde la base social.** Para ello, utiliza una gran variedad de técnicas de investigación en cooperación con el colectivo o comunidad con quien se desarrolla el proceso.

El IAP ha sido definido como un proceso por el cual los miembros de un grupo o una comunidad oprimida recogen y analizan información y actúan sobre sus problemas con el propósito de buscar soluciones y promover transformaciones políticas y sociales (Selener, 1997).

Se trata de una metodología en la que los colectivos a investigar dejan de ser objetos pasivos para convertirse en sujetos protagonistas de la investigación. La IAP supone una opción metodológica que admite la expansión del conocimiento y genera respuestas concretas, priorizando la problematización y la reflexión sobre la práctica para la transformación.

## METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN: EL DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO

El diagnóstico participativo ha sido el método de investigación seleccionado. Se trata de una herramienta que permite a los colectivos participantes generar debate para identificar y ordenar las problemáticas que los afectan y también las potencialidades a destacar. En este caso, analizar las representaciones que se hacen de las mujeres cis y trans en el mundo audiovisual y el impacto que supone para la sociedad. **Los procesos participativos son un recurso altamente valioso, dado que posibilitan la construcción colectiva del conocimiento.**

Las fases seguidas para elaborar el diagnóstico *Enfoquemos en púrpura* han sido las siguientes:

**Fase 1.** Talleres participativos con titulares de derecho de diferentes colectivos catalanes.

- Taller 1: 28 de septiembre de 2021
- Taller 2: 4 de octubre de 2021
- Taller 3: 5 de octubre de 2021

**Fase 2.** Panel de expertas en línea con titularidades de responsabilidades y obligaciones del ámbito estatal: 7 de octubre de 2021.

Contar con la participación de varios colectivos de mujeres catalanas ha sido la clave para otorgar una mirada interseccional al diagnóstico. En los **Anexos** se puede consultar la metodología empleada en cada uno de los talleres. Los colectivos que han participado en la fase 1 del diagnóstico han sido los siguientes:

- **MUET** es una asociación integrada por mujeres migrantes, trabajadoras del hogar y de los cuidados. Luchan para dignificar su trabajo mediante campañas, formaciones y trabajando en red con diferentes colectivos, visibilizando siempre sus luchas como trabajadoras y personas migrantes, apoyando la lucha feminista y contra las violencias machistas.

- **AfroFemKoop** es una asociación de mujeres afrodescendientes autoorganizadas que luchan contra la feminización y racialización de la precariedad laboral, con el objetivo de fortalecer la salud y el desarrollo de la comunidad afrodescendiente, divulgando la mirada afrofeminista, interseccional y decolonial a través de la pedagogía antirracista.

- **Teleduca** es una sociedad de profesionales del mundo audiovisual que se dedican a la educación con perspectiva de derechos humanos.

En la fase del panel de expertas, las personas participantes han sido:

- **Celia Montoya Montoya**, mujer gitana, activista y actriz. Coordinadora del programa Rromani Pativ.

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

- **Iki Yos Piña**, afrocaribeña, diaspòricx-tansfronterizx no binàrie. Artista, performer, ensayista y dibujante.

- **Júlia Abelló**, transfeminista, antropóloga especializada en violencias machistas y actualmente técnica de género en la Agència Catalana de la Joventut.

- **Pamela Palenciano**, mujer andaluza, actriz y comunicadora feminista llena de privilegios en permanente deconstrucción.

- **Translocura**, enfermera, travesti y productora que utiliza diferentes expresiones artísticas para generar activismo sobre la reducción de riesgos y daños en el consumo de sustancias y la lucha contra el heteropatriarcado y los binarismos de género.

Queremos agradecer a todas y cada una de las personas por haber formado parte del diagnóstico. Gracias, sin vosotras no habría sido posible. Agradecer especialmente por el trabajo realizado y la colaboración a **Monica Pradas Ferazzoli** y **Esperanza de las Nieves Bolívar González**.

Talleres participativos  
28 de septiembre de 2021



# CONTEXTUALIZACIÓN

El mundo audiovisual, como se ha mencionado anteriormente, juega un papel fundamental en la construcción del imaginario colectivo sobre las mujeres cis y trans que afecta la construcción de sus identidades. En este apartado se ofrecen datos cuantitativos sobre la representación de las mujeres cis y trans en el mundo audiovisual extraídas de fuentes secundarias.

Primeramente, **la presencia de mujeres en películas, series y anuncios publicitarios es inferior a la de los hombres**. En el *Informe anual ODA* del Observatorio de Diversidad en los Medios Audiovisuales del año 2019, de los 1.301 personajes analizados en películas y series de televisión española, el 42,6% eran mujeres (554). En las películas es donde se encuentra la brecha más significativa, de los 535 personajes, 322 eran hombres (60,2%) y 213 mujeres (39,8%) (ODA, 2019). Cabe **resaltar la infrarrepresentación de las personas trans**: de los 1.301 personajes solo 4 son trans, tres mujeres (en dos series y una película) y un hombre (en una serie) y solo uno de estos personajes está interpretado por una mujer trans.

Los personajes masculinos no solo tienen una mayor presencia en el mundo audiovisual, sino que también acostumbran a ser representados con más frecuencia como líderes, un 42% de ellos en comparación con el 27% de ellas (Plan Internacional & Instituto Geena Davis donde Gender in Media, 2019). Por el contrario, la mayoría de mujeres líderes no cumplen con su tarea y son sexualizadas. También es más probable que vistan con ropa provocativa, que aparezcan desnudadas parcialmente o completamente, que sean objeto de relaciones sexuales, etc. (Plan Internacional & Instituto Geena Davis donde Gender in Media, 2019).

## LAS MUJERES EN EL CINE Y LAS SERIES

La escasa representación de las mujeres en la pantalla también es el resultado de la **infrarrepresentación detrás de las cámaras**. Según el informe de CIMA *La representatividad de las mujeres en el sector cinematográfico del largometraje español* del año 2020, el 33% de las profesionales contabilizadas son mujeres en comparación con el 67% de hombres. Además, las mujeres en los equipos directivos tan solo representan el 28%, sin embargo, en el cargo de dirección el 81% son hombres (CIMA, 2020). El problema de estos datos es que la composición de los personajes acaba reflejando más a los productores de las películas, es decir, hombres cis blancos de clase media, que al público al cual van dirigidas (Plan Internacional & Instituto Geena Davis donde Gender in Media, 2019).

En cuanto a la representación de las personas racializadas, los datos no mejoran. En 2019, en un estudio de más de 1.300 personajes de series y películas solo el 8,2% de los personajes eran racializados. Además, acostumbran a aparecer en películas que se desarrollan en contextos ajenos a la sociedad española, es decir, **no encontramos personajes racializados en narrativas de entornos cotidianos propios**. De todos los personajes racializados, los latinos representan el 27,8% seguidos por la población negra con un 22,7% (ODA, 2019).

Según una encuesta realizada por la Agencia de Derechos Fundamentales de la UE, España es uno de los 6 países donde las personas que forman parte del colectivo LGTBIQA+ deciden visibilizar más abiertamente su orientación sexual e identidad de género. Esto no se ve reflejado en las series y películas. Del total de los personajes analizados en el informe anual de la ODA, 80 son personajes LGTBIQA+ (6,2%). En cuanto a las mujeres, la representación es muy baja. De los 554 personajes femeninos, 22 se identifican como lesbianas, lo que supone un 3,8%. Los personajes del colectivo están presentes sobre todo en las series, pero pocos son protagonistas y la mayoría siguen cargados de estereotipos.

## LAS MUJERES EN LA PUBLICIDAD

La representación de las mujeres en el mundo de la publicidad sigue contribuyendo a la desigualdad de género y la promoción del sexismo. Según el estudio *Mujer y Publicidad: El sexismo en las comunicaciones comerciales* realizado por la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) donde se han analizado más de 1.600 anuncios del año 2020, el papel de la mujer sigue vinculado en gran medida con el rol reproductivo.

En publicidad, **existe un claro protagonismo de las mujeres en los anuncios de cosmética, moda y aquellos situados en el ámbito privado como el hogar o en entornos relacionados como el supermercado, y muy a menudo de manera exclusiva**, es decir, que no aparecen hombres. Por ejemplo, en el 75,6% de los anuncios de productos de limpieza, una mujer ocupa el papel principal y de presencia exclusiva. En cambio, en los anuncios contextualizados en entornos profesionales, el papel de la mujer pasa a ser secundario. Cuando el anuncio sucede en un entorno laboral, las mujeres solo son protagonistas en el 21,7% de los anuncios y secundarias en el 42,9% (AUC, 2021).

Por otro lado, **se representa a los cuerpos femeninos como objeto de deseo sexual**. Se puede observar incluso cuando las protagonistas son niñas. Un estudio elaborado por el Instituto de la mujer, afirma que en un 8,5% de los anuncios analizados protagonizados por niñas aparecen maquilladas, con posturas sexualizadas más propias de personas adultas entre otras estrategias que las erotiza y las hipersexualiza (Instituto de la Mujer, 2020).

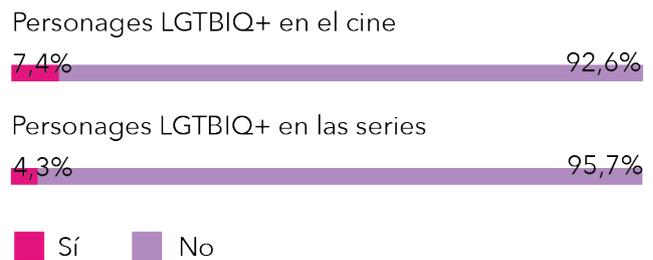
Actualmente, el mundo audiovisual sigue discriminando a las mujeres cis y especialmente a las mujeres trans e identidades disidentes delante y detrás de la pantalla. Los mensajes y las tramas siguen siendo machistas, clasistas y racistas, por lo tanto, siguen estando muy lejos de representar la realidad diversa y plural de la sociedad.

## DÓNDE APARECEN LAS MUJERES



Fuente: informe *Cambiamos el Guión*

## PERSONAJES LGTBQ+



Fuente: *Informe anual ODA*

## MUJERES Y PUBLICIDAD

ACTIVIDAD PRINCIPAL REPRESENTADA POR MUJERES	
AMA DE CASA	43,4%
PROFESIONAL	28,9%
OTRAS	20,2%
NO SE DETERMINA	7,5%

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

# SELECCIÓN DE LA MUESTRA

La muestra seleccionada para el diagnóstico se compone de 6 series, 4 películas y 5 anuncios. Los criterios seguidos para elegir las producciones que la conforman son:

- Producciones **estrenadas entre 2020 y 2021 en cines, plataformas, redes y medios en España y Cataluña**. El objetivo es ofrecer un diagnóstico actualizado.

- Producciones **más vistas** durante el periodo seleccionado, con el fin de que sea representativa del consumo real de la sociedad.

- Producciones con **representación trans**. La selección de producciones con más número de personas espectadoras se ve condicionada en algunos casos por este criterio. Hay representación de mujeres trans en 4 de las 6 series, en 2 de las 4 películas y en 2 de los 5 anuncios. Si se hubieran seleccionado los productos audiovisuales estrictamente más vistos, aunque reflejara la realidad, estaríamos contribuyendo a la invisibilización de las mujeres trans.

- Producciones de **referencia para la sociedad catalana**. La globalización es especialmente palpable hoy en día en el ámbito audiovisual gracias a internet y a las plataformas de streaming. Por ende, también era un requisito seleccionar como mínimo una producción catalana.

- Producciones de **diferentes géneros y temáticas**, con públicos de edades diversas.

Por representación se entiende aquella persona que interpreta, el personaje interpretado o ambas. Por ejemplo, a la representación de las mujeres trans analizamos los personajes trans interpretados por actrices cis, los personajes cis interpretados por actrices trans y los personajes trans interpretados por actrices trans.

## SERIES

LA CASA DE PAPEL				
ANÁLISIS	ESTRENO	PAÍS	GÉNERO	MUJERES TRANS
Temporada 4	2020	España	Intriga	Sí
DIRECCIÓN	PRODUCCIÓN	GUION	FOTOGRAFÍA	REPARTO PRINCIPAL
0 mujeres de 7	2 mujeres de 5	4 mujeres de 9	0 mujeres de 4	5 mujeres de 13

GAMBITO DE DAMA				
ANÁLISIS	ESTRENO	PAÍS	GÉNERO	MUJERES TRANS
Minisèrie	2020	EEUU	Drama	Sí
DIRECCIÓN	PRODUCCIÓN	GUION	FOTOGRAFÍA	REPARTO PRINCIPAL
0 mujeres de 2	0 mujeres de 3	0 mujeres de 1	0 mujeres de 1	8 mujeres de 14

LA QUE SE AVECINA				
ANÁLISIS	ESTRENO	PAÍS	GÉNERO	MUJERES TRANS
Temporada 12	2020-2021	España	Comedia	Sí
DIRECCIÓN	PRODUCCIÓN	GUION	FOTOGRAFÍA	REPARTO PRINCIPAL
1 mujer de 4	1 mujer de 2	7 mujeres de 12	0 mujeres de 4	11 mujeres de 24

<i>ÉLITE</i>				
ANÁLISIS	ESTRENO	PAÍS	GÉNERO	MUJERES TRANS
Temporada 4	2021	España	Drama, intriga	No
DIRECCIÓN	PRODUCCIÓN	GUION	FOTOGRAFÍA	REPARTO PRINCIPAL
2 mujeres de 6	0 mujeres de 4	3 mujeres de 10	0 mujeres de 2	4 mujeres de 12

<i>LAS DEL HOCKEY</i>				
ANÁLISIS	ESTRENO	PAÍS	GÉNERO	MUJERES TRANS
Temporada 2	2021	España	Drama	No
DIRECCIÓN	PRODUCCIÓN	GUION	FOTOGRAFÍA	REPARTO PRINCIPAL
1 mujer de 2	Sin información	6 mujeres de 6	0 mujeres de 2	8 mujeres de 8

<i>EL DESORDEN QUE DEJAS</i>				
ANÁLISIS	ESTRENO	PAÍS	GÉNERO	MUJERES TRANS
Miniserie	2020	España	Suspense, drama	Sí
DIRECCIÓN	PRODUCCIÓN	GUION	FOTOGRAFÍA	REPARTO PRINCIPAL
1 mujer de 3	1 mujer de 1	0 mujeres de 3	0 mujeres de 1	9 mujeres de 18

## PELÍCULAS

<i>UNA JOVEN PROMETEDORA</i>				
ESTRENO		PAÍS	GÉNERO	MUJERES TRANS
2020		Reino Unido	Drama, intriga	Sí
DIRECCIÓN	PRODUCCIÓN	GUION	FOTOGRAFÍA	REPARTO PRINCIPAL
1 mujer de 1	3 mujeres de 6	1 mujer de 1	0 mujeres de 1	5 mujeres de 8

<i>AVES DE PRESA (Y LA FANTABULOSA EMANCIPACIÓN DE HARLEY QUINN)</i>				
ESTRENO		PAÍS	GÉNERO	MUJERES TRANS
2020		EEUU	Aventuras	No
DIRECCIÓN	PRODUCCIÓN	GUION	FOTOGRAFÍA	REPARTO PRINCIPAL
1 mujer de 1	2 mujeres de 3	1 mujer de 3	0 mujeres de 1	6 mujeres de 8

<i>PADRE NO HAY MÁS QUE UNO 2: LA LLEGADA DE LA SUEGRA</i>				
ESTRENO		PAÍS	GÉNERO	MUJERES TRANS
2020		España	Comedia	No
DIRECCIÓN	PRODUCCIÓN	GUION	FOTOGRAFÍA	REPARTO PRINCIPAL
0 mujeres de 1	1 mujer de 2	1 mujer de 2	Sin información	9 mujeres de 13

MALASAÑA 32				
ESTRENO		PAÍS	GÉNERO	MUJERES TRANS
2020		España	Terror	Sí
DIRECCIÓN	PRODUCCIÓN	GUION	FOTOGRAFÍA	REPARTO PRINCIPAL
0 mujeres de 1	2 mujeres de 4	1 mujer de 4	0 mujeres de 1	6 mujeres de 11

## PUBLICIDAD

AMOR A PRIMERA VISTA				
EMPRESA	PRODUCTO	AÑO	PAÍS	DIRECCIÓN
Estrella Damm	Cerveza	2021	España	0 mujeres de 1
DIRECCIÓN CREATIVA	REPARTO	PÚBLICO OBJETIVO		
0 mujeres de 1	5 mujeres de 10	Personas de 18 a 35 años, clase media y media-alta		

NO DEJES DE DESAYUNAR POR UN PAR DE LIKES				
EMPRESA	PRODUCTO	AÑO	PAÍS	DIRECCIÓN
Campofrío	Jamón cocido	2021	España	0 mujeres de 1
DIRECCIÓN CREATIVA	REPARTO	PÚBLICO OBJETIVO		
2 mujeres de 2	1 mujer de 2	Mujeres de 30 a 50, hombres de 40 a 60, clase media		

EMERGENCIA CAPILAR				
EMPRESA	PRODUCTO	AÑO	PAÍS	DIRECCIÓN
Pantene	Productos capilares	2021	España	Sin información
DIRECCIÓN CREATIVA	REPARTO	PÚBLICO OBJETIVO		
Sin información	2 mujeres de 3	Personas de 25 a 45, clase media y media-alta		

RECUPERA ESO QUE NOS MUEVE				
EMPRESA	PRODUCTO	AÑO	PAÍS	DIRECCIÓN
Coca cola	Refresco	2021	España	0 mujeres de 1
DIRECCIÓN CREATIVA	REPARTO	PÚBLICO OBJETIVO		
2 mujeres de 4	1 mujer de 2	Personas jóvenes, deportistas, 20 - 40 años		

ASISENTE DE VOZ				
EMPRESA	PRODUCTO	AÑO	PAÍS	DIRECCIÓN
Loterías del Estado	Lotería	2021	España	0 mujeres de 1
DIRECCIÓN CREATIVA	REPARTO	PÚBLICO OBJETIVO		
0 mujeres de 3	1 mujer de 2	Personas de 40 - 60 años, clase media		

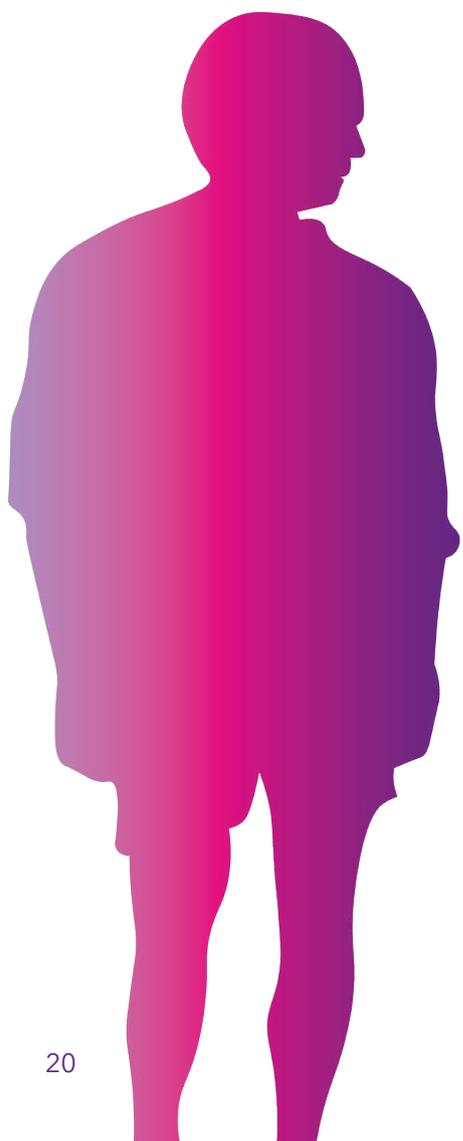
Una pieza fundamental para realizar el análisis de cualquier producto audiovisual es la ficha técnica. Conocer quién crea el relato ayuda a comprender mejor por qué se explican unas historias y no otras y también para ver cómo se explican. En la muestra seleccionada se puede observar que los equipos creativos y directivos están completamente masculinizados, hasta el punto de que no hay ninguna mujer en la categoría de dirección de fotografía en las series y películas. Tampoco hay ninguna mujer en la categoría de dirección creativa en publicidad.

Es importante que la diversidad nazca desde los equipos creativos para que esté representada en la pantalla. Las mujeres cis, las mujeres trans, las mujeres racializadas, las mujeres migrantes, entre otras, tienen derecho a crear sus propias historias.

Viruca y Raquel  
*El desorden que dejas*



*Amor a primera vista*  
Estrella Damm



## RESULTADOS

En este apartado se exponen los resultados obtenidos del proceso participativo mediante el que se ha analizado la representación que se hace de las mujeres cis y trans en la muestra seleccionada para el presente estudio.

Los resultados se componen de dos bloques. Por una parte, el análisis de la situación actual del audiovisual realizada mediante los talleres participativos. Por otro lado, mediante el panel de expertas se reflexiona hacia dónde deberían dirigirse las producciones para ser más feministas y antirracistas.

Se ha dividido la muestra audiovisual en 8 categorías: la representación de los cuerpos, la representación de las mujeres trans, la representación de las mujeres racializadas, las relaciones entre las mujeres, las maternidades, las relaciones sexo afectivas, las violencias machistas y la salud mental. Las mujeres trans y las mujeres racializadas tienen categorías propias porque las desigualdades que las atraviesan son diferentes a las de las mujeres blancas cis. En consecuencia, se entiende la necesidad de analizarlas desde una categoría propia. Es decir, el objetivo es la visibilización y no la segregación.

ADVERTENCIA  
A PARTIR DE ESTE PUNTO SE PRODUCEN SPOILERS



# REPRESENTACIÓN DE LOS CUERPOS DE LAS MUJERES

En general existe muy poca diversidad en la representación de los cuerpos de las mujeres en la muestra seleccionada. Para poder ser protagonistas hay que encajar en un modelo de belleza occidental basado en el cuerpo joven, delgado y blanco.

(1) **Las mujeres mayores de 60 están infrarrepresentadas** en la muestra seleccionada. Por un lado, se representan cuerpos que cumplen con el modelo de belleza basado en la juventud, con cabellos teñidos sin canas. **Milagros** en *Padre no hay más que uno 2: la llegada de la suegra*, **Menchu** en *La que se acerca* -ambos papeles interpretados por la misma actriz-, o **Claudia** y **Carmen** en *El desorden que dejas* son personajes que siguen este modelo. De **Milagros** dice una participante: "es la representación de una mujer estable emocionalmente, que siempre tiene que estar perfecta". Casi todos estos personajes están enmarcados en el estereotipo de "la suegra", hasta el punto de que ese es el argumento vertebrador de la película *Padre no hay más que uno 2*.

Por otro lado, se crea una relación directa entre vejez y soledad. Se representa a las mujeres solas con un cuerpo descuidado como consecuencia de esta soledad, y este abandono provoca la locura. Este es el caso de **Susana** en *Malasaña 32*, un personaje que sigue el estereotipo de "loca de los gatos". "Únicamente se da el caso con mujeres, no existe el mismo papel en hombres, no existe el loco de los gatos", dice una participante. Las participantes aprecian que **Susana** está despeinada, y que se utiliza esto como recurso para caracterizar a un personaje como a una persona solitaria y con problemas de salud mental. También **Fina** en *La que se acerca* se corresponde con este tipo de personaje.

Entre los 5 anuncios analizados solamente hay una mujer mayor representada. En *Recuperar eso que nos mueve* de Aquarius hay una sucesión de imágenes de personas que acompañan el discurso del protagonista. En una de ellas podemos ver a una mujer con una larga melena gris y tatuajes en los brazos en bragas, besándose con un hombre en una cama. En este vídeo se muestra gran diversidad de mujeres: mujeres transexuales, con mastectomía, racializadas... Pero las participantes comentan: "esa diversidad visual no se transmite en el discurso. No habla ninguna de esas mujeres y siempre se habla en masculino".

(2) Hay **muy pocos cuerpos no normativos y los que hay ocupan papeles secundarios**. Al ver una imagen del elenco de *Las del hockey* las participantes apuntan que es un grupo muy homogéneo: "misma estatura, ninguna gorda, muy alta, todas blancas<sup>2</sup>". A pesar de haber este parecido de características físicas entre ellas, **Berta** tuvo una trama en la que ella era "la gorda" de clase. También hablando sobre esta serie, se reflexiona sobre la asociación del físico de una persona deportista con ser atlética, fibrada y delgada. "Delgadas porque hacen deporte", dice una participante. Existe una infrarrepresentación de los cuerpos gordos en papeles protagonistas.

En cuanto a las mujeres negras con cuerpos gordos, habitualmente se construyen como personas atrevidas, descaradas y sobre sexualizadas, por un lado, o buenas, serviciales y dedicadas a cuidar a las personas que tienen a su alrededor.

Por otra parte, en *La que se acerca* encontramos el personaje secundario de **Raluca**, una mujer migrante que fue prostituta. Actualmente, realiza servicios de limpieza en casa de uno de los vecinos además de ser masajista erótica. **Raluca** tiene un cuerpo gordo y se exagera vistiéndola con ropa muy ajustada, pero que tapa todo su cuerpo: no acostumbra a llevar escotes, lleva camisetas muy ajustadas pero largas. "Tiene una postura que no transmite firmeza, todo lo contrario, parece que quiere dar lástima, de pobrecita", comentan.

---

<sup>2</sup> Hay un personaje racializado: Laila.

Se asocia este tipo de cuerpo con una persona de clase social baja. Una participante invita a reflexionar: “si nos dijeran que **Raluca** es una escort rumana, seguramente nos vendría a la mente una mujer delgada, de ojos claros y bien vestida”. La diferencia es que a **Raluca** la definen como una puta.

(3) Otro personaje que se relaciona con la **pobreza** es el de **Chusa** en *La que se avecina*. Igual que **Raluca**, es empleada del hogar y ha sido puta<sup>3</sup>. Además, ha sido drogodependiente y su imagen está completamente estereotipada como yonqui. “No se representa de la misma manera a una persona de clase media-alta adicta a las drogas que una de clase baja”, dice una participante. **Chusa** va despeinada, su postura es “barriobajera” y su forma de hablar es basta. Como el personaje de **Rosaura** en *Padre no hay más que uno 2: la llegada de la suegra*, la existencia de este personaje se centra en servir a su empleadora. Los cuerpos de las mujeres de clase baja se representan más descuidados e incluso sucios en contraposición a las mujeres de clase media-alta que se muestran cuidados y limpios.

(4) **Los cuerpos protagonistas son normativos**. Lo vemos en *Aves de presa (y la fantabulosa emancipación de Harley Quinn)*, en *Élite* o en *La casa de papel*. Los personajes que tienen relaciones sexo-afectivas son las mujeres con cuerpos normativos. Comentamos el personaje de **Tokyo**, asociado al sexo y a la sensualidad, y hablamos de la sexualización como forma de poder. “Crear que sexualización no es poder, es entrar en la dinámica de creer que el poder es solo un hombre con corbata”, dice una participante. “Agenciarse la sexualidad en vez de que te la atribuyan”, dice otra.

**Raluca**  
*La que se avecina*

(5) **Apenas vemos mujeres con diversidad funcional en pantalla**, y las que vemos ocupan papeles secundarios. En *Malasaña 32* está **Lola**, una mujer que va en silla de ruedas y percibe fenómenos paranormales. Asocian su imagen con lo paranormal. En *La que se avecina*, **Inés** es la jefa de Amador en el Banco de Alimentos, es una mujer con autoridad, firme y con mal carácter.



<sup>3</sup>Chusa se denomina puta a sí misma.

## REPRESENTACIÓN DE LAS MUJERES TRANS

Como hemos visto hasta ahora, **las mujeres trans están invisibilizadas en el mundo audiovisual**. Para poder analizar cómo se las representa se han seguido los criterios expuestos en el apartado **Selección de la muestra**. Las principales conclusiones extraídas son:

(1) En la muestra aparecen un total de 6 personajes trans. 5 de ellas ocupan papeles secundarios (**Tere**, **Gail**, **Miss Lonsdale**, **Clara** y **Manila**) y una de ellas es un personaje esporádico que aparece solo en un episodio (**Viviana**). En el caso de **Clara** ni siquiera aparece físicamente en la película, únicamente se muestran unas fotografías suyas. **Alba** es el único personaje de mujer trans protagonista de toda la muestra y lo interpreta un actor cis. La presentan totalmente estereotipada y ridiculizada, por ejemplo mediante las actitudes que muestran cuando está con su novio.

(2) Se puede observar que, además de **aparecer puntualmente en la trama interpretando a personajes sin historia propia**, se las acostumbra a situar en uno de los márgenes del encuadre. Una de las participantes observa que en la película *Una joven prometedor*, **“las pocas veces que aparece Gail, siempre está en un margen del plano, nunca es el centro de la atención”**.

(3) **Las mujeres trans con passing<sup>4</sup> ocupan papeles de mujeres normativas y buenas**, por lo tanto, aceptadas socialmente. Por ejemplo, **Manila** en *La casa de papel* es interpretada por una actriz cis que cumple perfectamente con el modelo de belleza imperante. Cuando Denver y Moscú la ven por primera vez después de su transición no la reconocen, pero le dicen que “está muy buena” y que no tienen ningún problema en leerla como mujer. Es necesario preguntarse: ¿qué hubiera sucedido si **Manila** hubiera sido interpretada por una actriz trans sin *passing*?

**Tere** en *El desorden que dejas* es un personaje que, a diferencia de **Manila**, sí que está representado por una actriz trans con *passing*. Su papel básicamente consiste en ser “la buena amiga”, siempre dispuesta a cuidar y acompañar a la protagonista. El personaje de **Gail** en *Una joven prometedor* cumple la misma función que **Tere**. **Miss Lonsdale** en *Gambito de Dama* representa a la cuidadora de las niñas huérfanas. En los talleres participativos, se concluye que **“esta manera de presentarlas es una estrategia paternalista del mercado audiovisual para incentivar la aceptación social del colectivo trans”**.

(4) Las mujeres trans que tienen papeles positivizados **se relacionan exclusivamente con otras mujeres trans y cis y las conversaciones giran mayoritariamente alrededor de los hombres cis**. En *Una joven prometedor* y *El desorden que dejas*, por ejemplo, solo hablan de las parejas de las protagonistas.

Las participantes creen que estos personajes positivizados son los que están mejor representados, puesto que no ocupan papeles que tradicionalmente son atribuidos a las mujeres trans (putas, drogadictas, etc.). Además, en su trama no se menciona que sean trans.

(5) **Las mujeres que tienen menos passing ocupan papeles negativizados y ridiculizados**. Se puede ver claramente cuando conocemos a **Viviana** en *La que se avecina*. El personaje representa una mujer trans con muy poco *passing* que está en prisión. Estéticamente, lleva peluca y un maquillaje muy marcado. Lo único que sabemos de ella es que ha recibido mucha violencia física durante su vida y que está muy preocupada por el estado de sus pechos, de hecho, solamente va vestida con una gabardina y cuando se la desabrocha le enseña los pechos a Bruno. **Viviana** representa la marginalidad, el maltrato y la estigmatización.

---

<sup>4</sup> Una mujer trans con *passing* es aquella que a ojos de la sociedad parece una mujer cis. Activistas trans la denominan “estrategia de supervivencia” en una sociedad tránsfoba.

(6) **La hipersexualización de los cuerpos se relaciona con el *passing*.** Los personajes con *passing* y en papeles más positivizados no se muestran hipersexualizados. Por el contrario, los personajes negativizados, muy abundantes en la actualidad audiovisual, se presentan más desinhibidos y procurando llevar la atención de las personas espectadoras hacia su cuerpo. En el caso de **Manila** se trata de un personaje sexualizado con *passing*. Podría ser porque la actriz que lo interpreta es una mujer cis que cumple con el modelo de belleza imperante.

A pesar de encontrarnos con personajes de mujeres trans mejor contruidos, seguimos viendo muchos donde la trama gira precisamente alrededor del hecho de ser trans. Por ejemplo, a **Alba** se la muestra con un gran deseo de ser madre, teniendo que afrontar el hecho de tener o no pareja o aguantar los insultos de su padre por ser trans, no sabemos nada más de ella. Pasa lo mismo en *Malasaña 32*, donde explican mediante el trauma y la maldad el deseo de **Clara** de ser madre. Es decir, conocemos sus historias a través de los "dramas" que viven los cuerpos trans, pero no sabemos nada más de ellas. Se tiene que poner de relieve que en la muestra hay una total ausencia de hombres trans y de personas no binaries.

(7) Por último, **en publicidad se utiliza el cuerpo de las mujeres trans exclusivamente para representar la diversidad.** En el anuncio *Emergencia capilar* de Pantene, se muestra el cuerpo de una mujer trans totalmente normativizado y feminizado junto con otros cuerpos de mujeres cis. En ningún caso son las protagonistas de los comerciales.

**Gail**  
*Una joven prometedora*



# REPRESENTACIÓN DE LAS MUJERES RACIALIZADAS

Las mujeres racializadas están poco representadas en la muestra escogida. Hay 6 mujeres racializadas en papeles principales<sup>5</sup> (en un total de 4 producciones), y la gran mayoría de las mujeres protagonistas y secundarias siguen siendo blancas. Las mujeres racializadas de la muestra son negras, gitanas, latinas, asiáticas y árabes. En este sentido, las participantes observaron:

(1) Se hace una **construcción de los cuerpos negros como salvajes y furiosos**. Se representa a las mujeres con posturas y gestos corporales como la *Angry Black Woman*, un estereotipo que retrata a las mujeres negras como personas enfadadas, firmes, sin sentimientos y rudas por naturaleza. Se ve en el personaje de Gail en *Una joven prometedor*, en gestos como levantar la ceja cuando habla o en su tono de voz.

Las mujeres negras tienen que demostrar más. El personaje de Renée en *Aves de presa* tiene que estar constantemente en disputas porque los hombres de su entorno siempre intentan desautorizarla.

La apariencia física de las mujeres negras está blanqueada. Cabellos planchados, pelucas... En palabras de una participante: **“es una forma de acceder al empleo. A una persona oscura no la van a contratar (...) Son estrategias que usamos las personas negras para poder acceder a espacios”**.

La soledad de los cuerpos negros se aplica desde la infancia. **“El arrancarte de tu familia, cuando te toca emigrar, la mujer a la que le matan a los hijos o los meten en la cárcel”**, dice una de las participantes. Jolene de *Gambito de dama* conoce a la protagonista en el internado y es una de las que más tiempo lleva allí porque, dice, las familias prefieren adoptar a “las blanquitas y a las pelirrojas”.

(2) Se da una **posesión del cuerpo latino, se anula su voz**. Las mujeres latinas son tratadas como objetos. Lo vemos en el personaje de Rosaura de *Padre no hay más que uno 2: la llegada de la suegra*, asistente del hogar de Javier. Javier habla de ella -y por ella- como si fuese de su propiedad, utilizando posesivos como mía o nuestra. **“Obviamente, juegan con la comedia con eso, pero no puedo creer que sigan jugando con eso como algo cómico todavía a estas alturas”**, aporta una participante. Llama la atención los apuntes de dos participantes peruanas, como la actriz, que cuentan que en su país la actriz es una mujer muy famosa que normalmente interpreta papeles principales de **“mujeres fuertes y empoderadas”**.

(3) Se relaciona a las **mujeres gitanas con las clases bajas y la delincuencia**. Nairobi en *La casa de papel* es una de las atracadoras y se la presenta como una mujer de clase obrera y de barrio. En *La que se avecina* Antonio Recio engaña a una familia gitana para que ocupen ilegalmente la vivienda de otro vecino. El vecindario tiene graves prejuicios sobre esta familia y el humor se crea a partir de que no cumple con los estereotipos asignados, ya que es honrada, amable con todo el mundo y Sarai, la hija de la familia, es abogada.

También se relaciona con la delincuencia y las clases bajas a Cassandra en *Aves de presa*. Es una niña asiática con una infancia dura y una familia desestructurada que roba a todo el mundo y se mete en el lío que envuelve toda la trama por robar un diamante a un villano.

(4) **Se erotiza y sexualiza a la persona racializada**, a la mujer fuerte, sexy, salvaje. Nairobi de *La casa de papel* dice a Bogotá **“¿qué es esto?, ¿me vas a besar así? Así no se besa a una gitana”**.

---

<sup>5</sup> Nairobi en *La casa de papel*, Renée, Cassandra y Canario Negro en *Aves de presa*, Laila en *Las del hockey* y Nines en *La que se avecina* (en el Informe anual ODA 2021 consideran que este personaje es una representación de una mujer gitana. En un episodio Lolita, una mujer gitana, hace el papel de su madre).

## EL AUDIOVISUAL DE HOY EN DÍA

(5) Se presenta a las **mujeres racializadas con un fuerte discurso crítico**. Laila en *Las del hockey* comienza a usar *hijab* para reivindicar sus orígenes, y tiene un discurso antirracista durante toda la temporada sobre el que gira su trama. Jolene en *Gambito de dama* mantiene un discurso antirracista en todos los capítulos en los que aparece. Parece que las mujeres racializadas siempre tienen que estar haciendo pedagogía.

Nairobi en *La casa de papel* está dando un discurso para motivar a los compañeros que están día y noche fundiendo oro y habla de que lo que realmente da miedo es volver a casa sola por la noche. Algunas participantes ponen en valor sus palabras, pero no todas opinan lo mismo: “Ella [como mujer racializada] genera miedo por la noche en la calle. Quien tiene miedo de caminar en la calle es la mujer blanca. Hay todo un imaginario en torno a nuestros cuerpos [racializados] de que somos quienes vamos a robar. [...] Ese cuerpo no va a tener miedo, ese cuerpo es quien genera el terror”.

(6) Se sigue dando a las mujeres racializadas y también a las migrantes **personajes secundarios, en papeles relacionados con los cuidados y el hogar**. Rosaura en *Padre no hay más que uno 2: la llegada de la suegra* o Raluca en *La que se avecina*, por ejemplo.

(7) **En publicidad las mujeres racializadas se utilizan como reclamo de diversidad**, como podemos ver en el anuncio *Recupera eso que nos mueve* de Aquarius en una sucesión de imágenes de personas muy diversas en género, edad, racialización, discapacidad, etc.



Nairobi y Tokyo  
*La casa de papel*

## RELACIONES ENTRE MUJERES

La forma de mostrar las relaciones entre mujeres es un aspecto importante para entender el mensaje que transmite el producto audiovisual. Esta es la base del famoso test de Bechdel-Wallace, una sencilla herramienta de análisis que pone en evidencia las desigualdades de género. En la muestra seleccionada vemos que las relaciones entre las mujeres cis, en muchos casos, o brillan por su ausencia o se muestran desde un modelo negativo.

(1) *Élite* es la serie donde las relaciones entre mujeres se muestran de una manera más negativa. Primeramente, bajo el supuesto de serie coral, es decir, aquella en la que todos los personajes tienen la misma relevancia en la trama, aparecen muchas más escenas de hombres que de mujeres. En segundo lugar, **la mayoría de escenas donde salen dos o más mujeres solas es porque tienen una relación afectiva-sexual o familiar**. Por último, las pocas escenas de mujeres heterosexuales, muestran siempre una relación de rivalidad basada en la competición por un hombre o por clasismo. Se observa claramente en *Élite* cuando Ari desprecia a Cayetana por el hecho de ser de clase baja o en *Las del hockey* cuando Janina y Berta se enfrentan por Lluç.

Todas las participantes coinciden en que **“también se muestra una relación pasivo-agresiva entre las mujeres”**. En *Aves de presa* los personajes se unen exclusivamente por interés y en todo momento se deja ver la competitividad, la desconfianza y el individualismo que hay entre ellas. Esto hace que la persona espectadora tenga la sensación de que la relación entre ellas se puede romper en cualquier momento, que es frágil.

(2) Las participantes de los talleres muestran su preocupación por la falta de modelos de amistad positivos en las ficciones, especialmente en aquellas dirigidas al público joven. La única excepción es la serie *Las del hockey*, que en general muestra un modelo de relación más positivo. **La amistad de este grupo de amigas es el hilo conductor de la serie junto con el hockey**. Las mujeres se apoyan y tienen sororidad entre ellas. No solo hablan de hombres o de ser madres sino de intereses comunes, problemas y proyectos futuros. Es una representación mucho más próxima a la realidad.

(3) Por otro lado, en *La casa de papel* también hay muy pocas escenas donde se vean mujeres juntas con actitud de sororidad. De hecho, solamente hay una escena donde casi todas las mujeres protagonistas de la serie están juntas y la conversación gira alrededor del deseo de ser madre. Las participantes observan que cuando la serie está dirigida a un público de edades más diversas las conversaciones entre mujeres muchas veces giran alrededor de los hijos e hijas o el deseo de tenerlos.

(4) Actualmente vemos un **intento por parte de la industria audiovisual de mostrar modelos de amistad más positivos**. El problema es que siguen estando desconectados del argumento de la historia, que continúa siendo machista, racista, clasista, etc.



Lisboa  
*La casa de papel*

## MATERNIDADES

(1) La maternidad se presenta inherente al hecho de ser mujer cis. “Se sobreentiende que las mujeres cis o son madres o tienen un deseo irrefrenable de serlo”. Con esta afirmación se abre el análisis sobre las maternidades. En *La casa de papel*, por ejemplo, todas las mujeres son madres excepto Tokyo. En este caso, al no representar la “pureza” de una madre, la cosifican presentándola rodeada de deseo masculino, llegando incluso a compararla con un coche de alta gama como objeto atractivo.

(2) “El cuerpo de las mujeres cis tiene la imposición de ser madre, en cambio, los cuerpos de las mujeres trans no tienen la posibilidad de serlo” comentan, y así se muestra en *La que se avecina* con el personaje del Alba. Ella visita diferentes empresas de gestación subrogada porque tiene un fuerte deseo de tener una hija con vagina. Su deseo se ve frustrado, puesto que en todos los lugares le presentan problemas por el hecho de ser una mujer trans y soltera. Hormonalmente y genéticamente no puede concebir y la sociedad tampoco se lo permite.

(3) Se representa la maternidad desde una mirada biológica y blanca. Solo se entienden como madres las mujeres cis que han dado a luz. En consecuencia, se transmite la idea de que solo existe una maternidad, la biológica. Por ende, no se representan las maternidades diversas, no se habla de maternidades<sup>6</sup> y tampoco se muestra como tal las mujeres negras o latinas o las mujeres migrantes, encargadas de cuidar a los hijos e hijas de otras mujeres históricamente. Rosaura en *Padre no hay más que uno 2: la llegada de la suegra*, por ejemplo, se encarga de los cuidados, pero se la representa desde el silencio.

## EL AUDIOVISUAL DE HOY EN DÍA

La maternidad y la crianza que se observa en la muestra se construyen bajo la lógica capitalista, racista y patriarcal. No se muestran modelos alternativos, únicamente aquellos que encajan en el sistema.

(4) Se sobreentiende que las madres son las encargadas de la crianza y así se ve en *La que se avecina*, cuando Clarita se queda a cargo de su bebé porque Josito decide fingir su suicidio para irse de viaje a otro país. También “se ofrece una visión victimizada de la maternidad, puesto que sigue dependiendo económicamente de Josito”, comenta una de las participantes. En *Padre no hay más que uno 2* se construye toda una narrativa sobre el hecho excepcional de que un hombre, Javier, asuma la paternidad de manera activa porque su pareja, Marisa, tiene que estar en reposo absoluto por otro embarazo.

La maternidad también es vista como una debilidad de las mujeres. Son vulnerables porque maternan a criaturas indefensas. En *La Casa de Papel*, Lisboa casi traiciona a la banda cuando Alicia Murillo la amenaza con su hija.



<sup>6</sup> Concepto empleado por una de las participantes para suprimir la M o la P del concepto y eliminar así, cualquier género del término.

Alicia Murillo  
*La casa de papel*

## RELACIONES SEXO-AFECTIVAS

La gran mayoría de las relaciones sexo-afectivas siguen siendo cisheteronormativas, monógamas y bajo roles tradicionales. De los quince productos audiovisuales escogidos, solo podemos ver relaciones entre mujeres en tres de ellos: *Élite*, *La que se avecina* y *Las del hockey*.

(1) Las **relaciones heterosexuales** reproducen roles de poder y machismo. En el anuncio *Asistente de Voz* de Loterías del Estado vemos a una pareja compuesta por una mujer y un hombre cis, blancas y de mediana edad que están de vacaciones. Él pregunta constantemente a su asistente de voz información sobre cada cosa que hacen, él es quien lo planea y controla todo, y ella ni habla. “La mujer se acostumbra a que la dejen de lado, ya no le dice nada”, apunta una participante. Él es quien compra, quien utiliza las tecnologías, quien se relaciona con el mundo. El hombre habla todo el rato, mientras que la mujer opta por un papel de pasividad, sumisión, inactividad. “Ella está ahí aguantando todo. Aguanta una relación en la que se ve que esa mujer no es feliz”, comentan.

Las mujeres cis blancas son las que mantienen relaciones sexo-afectivas en la mayoría de los casos. *Alba* en *La que se avecina* es la única mujer trans que mantiene relaciones y son heterosexuales, monógamas y con marcados roles de género. *Nairobi* en *La casa de papel* y *Laila* en *Las del hockey* son las únicas mujeres racializadas de la muestra que tienen una relación sexo-afectiva, en ambos casos con hombres cis.

Las participantes analizan que se representan dos estereotipos en las mujeres: el de la “dulce doncella y el de tía sexy que va de dura”. Se confrontan el amor romántico, donde las mujeres son delicadas, tímidas y “niñas buenas”, y el deseo sexual, donde los personajes adoptan actitudes típicamente masculinas asociadas a la violencia o al poder, como por ejemplo el personaje de *Tokyo* en *La casa de papel*.

(2) Se presentan dos tipos de **relaciones lésbicas**. En *Las del hockey* vemos una relación entre *Flor* y *Lore* de cuidados, confianza y comunicación. Aunque en la serie no dicen que son lesbianas, podemos suponerlo porque ninguna de las dos mantiene relaciones con hombres. En cambio, en la relación de *Rebe* y *Mencía* en *Élite* se construye el deseo a partir del fracaso amoroso con un hombre (de la relación entre *Rebe* y Samuel): “representa el lesbianismo a partir del trauma y el fracaso y no a partir del deseo hacia otro cuerpo femenino o feminizado”, dice una participante. En este caso las dos chicas son bisexuales.

(3) Vemos las **relaciones sexo-afectivas** representadas de diferentes maneras. Por un lado, están las que se centran en el placer masculino, que son mayoritarias, como en la primera relación sexual de *Beth* en *Gambito de dama*. Es una escena de sexo torpe en la que cuando el chico eyacula da por finalizado el encuentro sin preocuparse por satisfacer a su compañera. Menos común es ver relaciones sexo-afectivas basadas en el cuidado mutuo y la empatía. Un ejemplo lo vemos en *Las del hockey*, donde hay una escena en la que *Raquel* está practicando sexo con *Ricard* y ella se sorprende porque él le pregunta qué le da placer.

En *Élite* *Ari* y Samuel se acuestan durante una fiesta y ella está encima, “siendo un símbolo de control y dominancia”, dice una participante. Otra participante opina que a nivel cinematográfico es la postura en la que más se ve el cuerpo de ella. Del personaje de *Ari* dicen que es independiente, que tiene el control, que hace lo que quiere y que es decidida. “La representación del feminismo liberal”, añaden.

Lore y Flor  
*Las del hockey*

## EL AUDIOVISUAL DE HOY EN DÍA

En *La que se avecina* **Berta** tiene relaciones sexuales con **Rosana**, una mujer que es escort<sup>7</sup> con la que su marido también tiene relaciones y a la que acude para que le enseñe a ser sexy para su marido. De nuevo el deseo se construye a partir de los fracasos en la relación con su marido, Antonio.

(4) **El amor es el centro de todo para las mujeres.** **Cassie** en *Una joven prometedor* es una mujer desquiciada por un trauma, pero empieza una relación con un chico y durante esa parte de la película todo va bien y ella es una mujer nueva, como si el amor la hubiera sanado. **Lisboa** y **Estocolmo** están en la banda de *La casa de papel* porque tienen una relación con hombres de la banda, las dos renunciaron a sus vidas por el Profesor y Denver. De hecho la mayoría de las escenas de **Estocolmo** son con Denver, en cambio, Denver tiene muchas escenas con otros personajes.

En la publicidad también el amor es el centro. En *Amor a primera vista*, el spot de Estrella Damm, el amor es una recompensa para un hombre que cuida el planeta. El anuncio pretende vender a una mujer decidida y empoderada que rechaza a un hombre guapo blanco, cis y hetero. Sin embargo, termina escogiendo a otro hombre blanco, cis y hetero, es decir, **“acaba siguiendo la tradición”** comentan.

---

<sup>7</sup> Se autodenomina escort en la serie.



# VIOLENCIAS MACHISTAS

(1) Las violencias machistas están presentes en todas las series y películas de la muestra. “Es realmente preocupante la normalización de las violencias machistas, sobre todo de la física y sexual, en las producciones audiovisuales”, afirma una de las participantes.

(2) La física y la sexual son las violencias que más presencia tienen en las producciones audiovisuales, dado que son las más explícitas y fáciles de representar sin necesidad de contextualización. “Esto es grave porque ya sabemos que las violencias son como un iceberg, solo se ve la punta que son los gritos o violaciones, pero debajo de esto existen múltiples violencias silenciadas”, afirma una de las personas asistentes a los talleres. Las violencias machistas se presentan como hechos aislados no como un problema estructural. En *Las del hockey* vemos una escena concreta donde un chico fuerza a Raquel estando borracha a practicarle sexo oral en el baño de un bar. En este caso la serie quiere mostrar la preocupante situación de la violencia sexual, pero no le otorga suficiente peso en la trama, solamente se ve como un hecho puntual que no lleva a la persona espectadora a la reflexión.

(3) Se muestran como las “víctimas perfectas”. Se enseña el sufrimiento que viven a causa de una agresión, sin embargo, no pueden seguir con su vida, tienen que mostrarse traumatizadas. Lo vemos con los personajes de Cayetana en *Élite*, Raquel en *Las del hockey*, y Nina en *Una joven prometedora*.

(4) Las violencias más invisibles no se tratan como si fueran violencias. Actos de control normalizados por el amor romántico no se relacionan con las violencias. Esto es peligroso, apuntan las participantes, puesto que se pueden pasar por alto otros tipos de violencias como la que vemos en *Padre no hay más que uno 2* cuando Javier le coge el móvil a Marisa sin permiso para mirarle el WhatsApp. Él descubre que tiene un grupo del colegio paralelo del que él no sabe nada. Aun así, Marisa tiene que justificarse para que su marido no se enfade.

(5) Por otro lado, los violentadores o bien van borrachos o son hombres que “no pueden controlar” sus instintos violentos cuando la chica “no se ha portado bien” o “está buena”. En *Una joven prometedora* Cassie va a bares de copas por la noche para vengarse de todos aquellos hombres potencialmente violentadores, como si estos solo existieran cuando salen de fiesta. También nos explican que Nina fue violada por un grupo de hombres borrachos. “Parece que todo el rato nos enseñan la violación ideal, la que se produce por un hombre desconocido, borracho y violento a una mujer vulnerable”, afirma una de las participantes.

En el caso de *El desorden que dejas*, Iago es un chico que “no puede controlar” su ira y frustración hacia Viruca por el hecho de no quererlo como él desea. Viruca a la vez que está siendo violentada intenta calmarlo. La serie nos hace entender que Iago es así y, por lo tanto, las mujeres de su alrededor tienen que actuar intentando no provocarlo para no ser agredidas.

(6) A pesar de que las violencias machistas afectan a las mujeres de todas las series y películas de la muestra, en casi ninguna de ellas se hace denuncia explícita usando el término violencias machistas. La única excepción se hace en *La Casa de Papel*, cuando Alicia Murillo interroga a Raquel y utiliza la violencia machista que sufrió la atracadora en su anterior matrimonio. Sin embargo, Raquel es culpabilizada por la violencia sufrida. El sistema la revictimiza y la culpabiliza. Así pues, aunque el término se nombre explícitamente se emplea no como denuncia, sino como violencia en sí misma. Es decir, “la narrativa se centra en culpabilizarlas a ellas y no en culpar ni denunciar al violentador”, afirma una de las participantes.

Parece que el mundo audiovisual está cada vez más concienciado sobre las violencias machistas y se intentan visibilizar desde una perspectiva más feminista. El problema es que **el cambio no acaba de ser real ni transformador**. Por ejemplo, la película *Una Joven prometedora* pretende denunciar las graves consecuencias que produce una violación a una mujer. En cambio, presentan a la protagonista desde un desequilibrio emocional que busca venganza porque no ha superado el suicidio de su amiga. Parece que cuando ella supere este trauma, los violadores desaparecerán. En otros casos se diseñan y montan los planos de forma lenta y tortuosa para conseguir que los espectadores cis heterosexuales se deleiten con la agresión. No se puede dejar de señalar, pues, la enorme responsabilidad que tiene el mundo audiovisual sobre la creación del imaginario colectivo acerca de la cultura de la violación y las violencias machistas.

(7) Por último, también es habitual ver la **romantización y erotización de la violencia física y las violaciones** con música "tierna" y gestos cariñosos durante el episodio violento. Una de las participantes comenta que **"después de maltratarla o abusar de ella, todo se arregla con un buen polvo"**.

Cayetana y Philippe  
*Élite*



## SALUD MENTAL

Muchas de las series y películas analizadas abordan la salud mental de las mujeres en sus tramas: en tramas principales, como en *Gambito de Dama*, o secundarias, en *Las del hockey*. En términos generales vemos que muchos aspectos siguen siendo tabú y se responsabiliza a las mujeres de sus problemas de salud mental. “La falta de salud mental es fácil de obviar. No se presenta como que una tiene un problema, sino como tú te las tienes que apañar. Casi como un problema de conducta”.

(1) Los problemas de salud mental se presentan en muchas ocasiones como **consecuencia de relaciones con hombres**. En *Aves de presa*, *Harley Quinn* se presenta contando que su padre la cambió por un pack de cervezas y la abandonó, y que “perdió todo el sentido de quién era ella” cuando conoció al Joker. En *Gambito de Dama*, *Alice*, la madre de *Beth*, va a pedir ayuda al padre que nunca se implicó en la paternidad, y después de que la eche de su casa ella se suicida.

Vemos, además, que los hombres y las mujeres con problemas de salud mental no se representan igual. *Harley Quinn* conoce al Joker como paciente psiquiátrico, pero “él es un villano y ella está loca”, comenta una participante.

(2) Las participantes observan que hay una **gran relación entre la salud mental y la violencia de género**. En los cómics relacionados con la película *Aves de presa* se puede ver que el Joker va manipulando a *Harley Quinn*, y en la película en ningún momento se plantea como una relación de maltrato: “él la vuelve loca”, dice una participante. En el caso de *Una joven prometedor*, *Nina* se suicida después de sufrir una violación y que todo su entorno encubriese la agresión y la desacreditase.

En el grupo se comenta que se ignora mucho la salud mental excepto para justificar agresiones. “Es que le ha dado un brote, es que la situación le ha superado... ¿Esto ocurre solo con los hombres?”, se pregunta una participante. Para la mujer puede ser una agravante mientras que para los hombres es una justificación.

(3) **Los problemas de salud mental no siempre son sinónimo de fracaso**. Lo vemos en el personaje de *Harley Quinn* en *Aves de presa*, una mujer llena de fuerza, autonomía e inteligencia a pesar de sus problemas. También en el personaje de *Beth* en *Gambito de Dama*, que tiene una carrera exitosa.

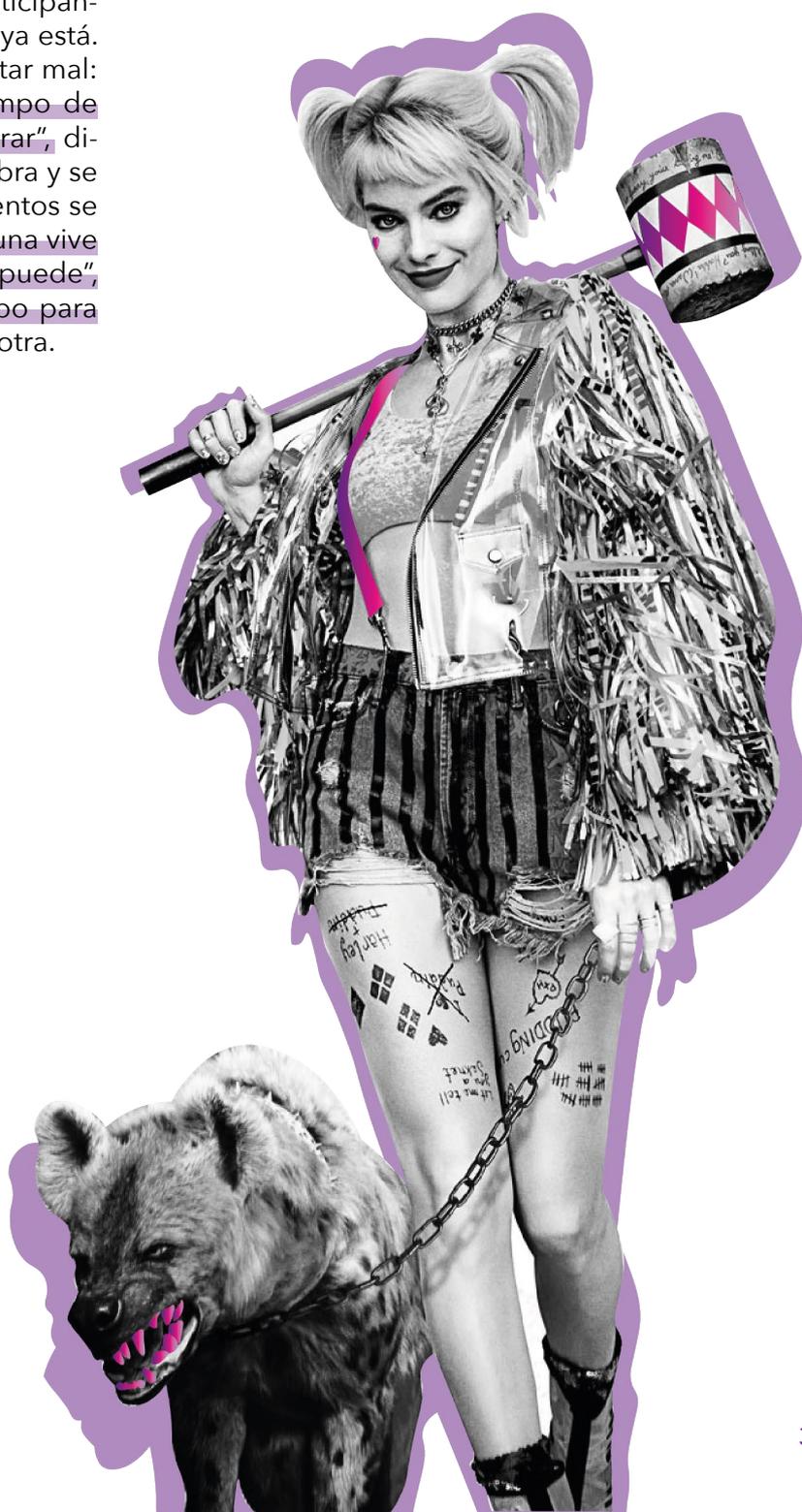
(4) Se da una **sobre medicalización de los personajes con problemas de salud mental**. *Beth* en *Gambito de Dama* se vuelve adicta a los ansiolíticos porque en el orfanato medican a todas las niñas para no tratar su salud mental. Se responsabiliza a las personas que sufren problemas de su situación, como *Olga* en *Las del hockey*. “Dejas de tomar la medicación y vuelves a estar mal, y además es tu culpa”, comenta una participante.

(5) Se da una **infantilización y paternalismo con los personajes con problemas de salud mental**, como *Olga* en *Las del hockey*, que acaba de salir de una larga estancia en un hospital psiquiátrico. Nada se le consulta y le controlan todo, además ella debe justificar constantemente que está bien. “La sociedad es muy capacitista”, comentan.

(6) “Parece que empezamos a hablar más de salud mental y meterla en las tramas, pero el suicidio sigue siendo un tabú”, dice una participante. Vemos algunas series y películas donde forman parte de la trama, pero se utilizan como elementos desencadenantes de otras historias. *Beth* en *Gambito de dama* revive el suicidio de su madre una y otra vez cada vez que tiene bajones y consume más, culpabilizándose a sí misma pero también creando una relación de culpabilidad con la madre. “En ningún momento se plantea que se ha suicidado porque tiene depresión”, dice una participante.

(7) La inestabilidad de una persona es molesta para las que la rodean. En *Una joven prometedora* Cassie va a visitar a la madre de Nina, pero ella le dice que no le dé más vueltas al tema. "Quizá la protagonista solo buscaba compartir su dolor", dice una participante, pero la madre toma distancia y le exige recuperarse. También se lo exigen continuamente a Raquel en *El desorden que dejas*, que está pasando una depresión por la muerte de su madre.

En Occidente, comenta una participante, la muerte es un hecho que ocurre y ya está. No se habla de ella, y no se permite estar mal: "duelo de 15 días, un período de tiempo de luto y ya después lo tienes que superar", dicen. En otras culturas la muerte se celebra y se afronta de forma diferente, los sentimientos se comparten en comunidad. "Aquí cada una vive su dolor y cada una lo gestiona como puede", dice una participante. "No tienes tiempo para llorar, ni siquiera para recordar", añade otra.



Harley Quinn  
Aves de presa

## PANEL DE EXPERTAS

Durante el panel de expertas se reflexiona acerca de las siguientes cuestiones:

¿CÓMO SE DESARROLLA EL MUNDO AUDIOVISUAL ACTUALMENTE EN MATERIA DE GÉNERO, FEMINISMO, DERECHOS HUMANOS, RACISMO...?

Actualmente, las producciones *mainstream* representan a las mujeres trans y a las mujeres racializadas totalmente estereotipadas. "Encasilladas en papeles de trabajadoras sexuales, ladronas, narcotraficantes, personas sin estudios que no tienen más opciones en la vida", explican las expertas. "No me ha tocado participar en ningún proyecto ajeno que no interpretase un personaje de estas características", apunta una de ellas. Esta mirada simplista es muy peligrosa, dado que contribuye a seguir reproduciendo discriminaciones y desigualdades.

Uno de los principales motivos por los que existe una infrarrepresentación estereotipada es la carencia de diversidad que hay en la industria. No se llega donde se genera el dinero, donde se toman las decisiones y donde se influencia a la sociedad. "La diversidad está al margen, invisibilizada", comentan.

Otras participantes sienten que la industria está intentando realizar un esfuerzo para mostrarse más diversa, lo que no queda claro es si estas pequeñas muestras de diversidad, todavía muy lejos de ser transformadoras, son realidad o moda. "El mundo está utilizando el cuerpo trans, el cuerpo negro para generar capital simbólico, que es una práctica colonial histórica y que está jugando con la idea de democracia racial y con la idea de inclusión", explica una de las expertas.

Una de las participantes resume la situación actual del mundo audiovisual de este modo: "estética y no ética". "Parece que ahora a las mujeres se nos representa empoderadas y libres cuando hacemos aquellas cosas tradicionalmente atribuidas a los hombres, como por ejemplo en *La Casa de Papel*, que parecen muy feministas, pero que cuando se enamoran se les pone cara de tontas a todas", añaden.

¿QUÉ CAMBIOS SE TIENEN QUE PRODUCIR PARA QUE EL MUNDO AUDIOVISUAL SEA MÁS FEMINISTA Y ANTIRRACISTA?

Estamos acostumbradas a que las producciones más comerciales las escriban mayoritariamente hombres cis blancos heterosexuales. Esto implica que las historias se expliquen siempre desde un prisma sesgado por sus propias vivencias y que tengamos un abanico de historias bastante reducido y discriminatorio. "¿Cómo nos apropiamos del mundo audiovisual?", se preguntan. Es necesario mostrar la diversidad para cambiar el imaginario colectivo, y para ello aquellas personas atravesadas por diferentes opresiones se tienen que apropiarse del derecho a escribir y producir materiales de éxito. "Tenemos que crear nuestras propias historias", explican.

Para asegurar la diversidad en el ámbito, las expertas proponen que se implemente una ley de cuotas para las personas trans y para las mujeres racializadas. Esta medida tiene que ser realmente efectiva y no quedarse solo en representar a personajes secundarios sin tramas y estereotipados. Se tienen que cumplir las cuotas tanto detrás como delante de las cámaras. "Si tenemos una directora trans, es más fácil que contrate a otras mujeres trans atravesadas por las mismas interseccionalidades", comentan.

"Es necesario que nos preguntemos qué espacio queremos ocupar dentro del sistema", afirman. Algunas de las expertas creen que el cambio se tiene que hacer desde dentro de la industria y, por eso, reivindican reformarlo ocupando puestos de trabajo dentro de este. Otra participante pone sobre la mesa la necesidad de seguir habitando la invisibilidad como mecanismo de protección. Es evidente que poner el cuerpo en la lucha contra el patriarcado, en este caso en el mundo audiovisual, trae graves consecuencias. Por ello, la invisibilidad y las periferias también son reivindicadas como un espacio de seguridad y desde el cual generar cambios. "Yo soy una gran defensora de la invisibilidad, puesto que mostrarme me pone en riesgo como persona trans y negra. Si yo paso ante una patrulla de policías y me ven, ¿qué pasa?, ¿y si paso y no me ven? Yo prefiero la invisibilidad", dice.

A raíz de esta reflexión se habla sobre la idea que se ha construido del éxito. “El camino hacia el cambio no es lineal, de hecho, entenderlo de este modo es muy occidental, muy relacionado con la idea del éxito. Tenemos que cuestionarnos el deseo de pertenecer a las plataformas hegemónicas como Netflix u Hollywood para generar cambios. Me gustaría pensar que existen múltiples caminos que podemos tomar hacia el éxito”.

Por último, también expresan la necesidad de **formar a los equipos pedagógicos y al alumnado** para que puedan revisarse y generar conciencia sobre el hecho de que cualquier espectáculo es poner la vida y las personas en un lugar donde mirarse y esto se tiene que hacer de acuerdo con las diversas realidades existentes.

### ¿CUÁLES SON LOS CAMBIOS QUE LE CORRESPONDEN A LAS ADMINISTRACIONES?

De los cambios comentados con anterioridad, las expertas coinciden en que las Administraciones deben encargarse de que exista un cupo trans y de formar a profesorado y alumnado. Otra participante añade que “es fundamental la educación, el respeto y el conocimiento de la sociedad en general y de las personas que trabajan en las propias instituciones”.

Ya sea a nivel local, autonómico, o estatal, tienen que velar por una representación plural en el audiovisual y “otorgar recursos a nuevas creadoras para que puedan impulsar nuevos proyectos desde los márgenes para huir de la hegemonía en el mundo audiovisual. Dar espacios y recursos”, comenta una de las expertas. Aunque, reconoce que “es difícil porque es un entramado complejo, puesto que las Administraciones y dirigentes políticos tienen que escuchar la voz de las técnicas expertas y encontrar la forma de garantizar un cambio real”.

Teniendo claras las medidas necesarias para avanzar en el camino del audiovisual con perspectiva feminista y antirracista, **las expertas dudan de la capacidad de las Administraciones tal y como funcionan actualmente**. “Es tanta la lejanía que existe desde la gente que genera leyes y discursos... Lo que pueda salir de arriba siempre va a beneficiar al sistema sin considerar la necesidad individual de las personas. Por eso siempre existe la necesidad de generar el discurso desde quienes reciben las opresiones”, comentan. “Que vayan a la calle. Yo se lo he dicho muchas veces, que se vengan con nosotras más a la calle y a los barrios. Creo que hay que romper ese lugar institucional desde la calle y escuchar otros discursos”, propone otra participante.

## PANEL DE EXPERTAS

¿CUÁLES SON LAS CONSECUENCIAS QUE PUEDEN SUFRIR LAS PERSONAS QUE PONEN EL CUERPO EN LA LUCHA PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL MUNDO AUDIOVISUAL?

Como en cualquier lucha, quien pone el cuerpo sufre consecuencias. Cuando tienes **un discurso crítico dentro del audiovisual sufres consecuencias emocionales y materiales**. Las personas negras, dice una participante, corren el riesgo de ser invisibles y no acceder, y cuando acceden corren el riesgo de estar sobreexpuestas.

“Mujer gitana, con la piel oscura y los rasgos que encajan en el estereotipo que en general la sociedad paya tiene en la cabeza, activista y actriz, que además se niega a hacer papeles estereotipados... significan puertas cerradas, personas que no quieren escuchar, insultos”, dice una participante. Muchas veces para acceder a determinados espacios tienen que cambiar su discurso y que sea complaciente, “tienes que ser siempre el topping, como la cerecita negra del pastel blanco”, aporta otra participante.

Otra consecuencia es la **censura y el rechazo**. “Lo más perverso que me han hecho ha sido cancelar las jornadas enteras en un pueblo de Madrid. Eso me hizo sentir culpable por las otras personas que no pudieron trabajar. Así funciona la violencia institucional: hace que la víctima se sienta culpable”, denuncia una participante. Este rechazo también puede tener un lado positivo, porque a la vez que pierdes algo “te estás acercando a la gente con la que concuerda tu discurso, y eso es superpositivo”, apunta otra de las expertas.

## EL AUDIOVISUAL DE MAÑANA

Quienes tienen un discurso crítico también **reciben acoso por redes, gaslighting, e incluso libran batallas legales y reciben amenazas de muerte**, como es el caso de una de las participantes. Mantener este discurso significa “que se creen que estás ahí para hacer pedagogía constante, soportar justificaciones absurdas, con el cansancio mental que conlleva, además de tener que ponerse corazas. Y si a eso le sumas el activismo, en las redes, en la calle... la consecuencia es un desequilibrio mental que pesa en lo físico”, añade otra participante.

Desde las instituciones también **se penaliza el discurso crítico con la ausencia de ayudas y subvenciones**. “No consigues subvenciones para tus proyectos de memoria histórica gitana si los quieres dirigir tú, gitana y mujer. Sin embargo, sí lo consiguen si hay un payo o una paya dirigiendo y además participan personas gitanas no profesionales, para justificar la subvención”, comenta una participante.



Laila  
Las del hockey

# PREGUNTAS SIN RESPONDER

Un diagnóstico es una herramienta que permite acceder a conocimiento actualizado y valioso sobre un tema o *status quo*. En este caso, el valor añadido de la participación contribuye a situar a las personas en el centro y, por lo tanto, obtener información contextualizada y de referencia.

Sin embargo, **el mundo audiovisual y el imaginario colectivo está en constante transformación**. En consecuencia existen limitaciones temporales en la elaboración de cualquier estudio que dejan muchas preguntas sin responder y que pueden servir de punto de partida para futuros trabajos o para la reflexión individual. Algunas de las cuestiones son:

- ¿Cómo se habla de los feminismos en la ficción?

- ¿Cómo ocupan el espacio físico las mujeres en las diversas escenas?

- ¿Qué puestos de trabajo ocupan las mujeres en el mundo audiovisual?

- ¿Qué historias protagonizan las mujeres pobres y las mujeres ricas?

- ¿Qué historias protagonizan las mujeres blancas cis y qué historias protagonizan las mujeres trans y las mujeres racializadas?

- ¿Cómo se representa a las niñas?

- ¿Cómo son los desenlaces de las historias de las mujeres?

- ¿Nos sentimos representadas en las historias que vemos?

- ¿Cómo se refleja el debate sobre la conceptualización de los términos género/sexo de los feminismos españoles actuales en las producciones audiovisuales?

- ¿Dónde se tiene que poner el límite del humor a la hora de representar colectivos vulnerabilizados?

- ¿Las producciones audiovisuales tendrían que ser siempre políticamente correctas con los feminismos?

- ¿No existen mujeres directoras, guionistas, productoras... o no las vemos?

- ¿Siguen las producciones audiovisuales como las series, anuncios o películas teniendo tanta influencia en la construcción del imaginario colectivo o son las redes sociales las que tienen más peso actualmente?

- ¿El hecho de que haya más mujeres en lugares de poder en el mundo audiovisual es garantía de cambio?

- ¿Qué importancia tiene la construcción de la escena (música, iluminación, etc.) en la perpetuación de roles y estereotipos de género?

- ¿Qué mecanismos se deben emplear para generar cambios hacia un mundo audiovisual más feminista y antirracista?

- ¿Cómo se apropian las personas diversas del mundo audiovisual?

- ¿Qué medidas y acciones tendrían que llevar a cabo las empresas de publicidad para disminuir las desigualdades de género en el sector?

# CONCLUSIONES

Las principales conclusiones que se extraen del estudio realizado sobre la representación de las mujeres cis y trans en películas, series y anuncios son:

- A pesar de que cada vez es más habitual ver discursos, tramas e historias más próximas a una mirada feminista, **la mayoría de tramas siguen siendo en menor o mayor medida machistas, patriarcales, racistas, clasistas y capacitistas**, hecho que sigue contribuyendo a perpetuar los estereotipos de género y las desigualdades que permean en el imaginario colectivo.

- Aunque se observa más diversidad en la representación de los roles de género y las identidades sexuales y raciales entre otros, los productos audiovisuales más exitosos siguen mostrando a las **mujeres cis estereotipadas**. Además, las **mujeres trans y las mujeres racializadas siguen estando invisibilizadas o estereotipadas**, en el supuesto de que estén representadas.

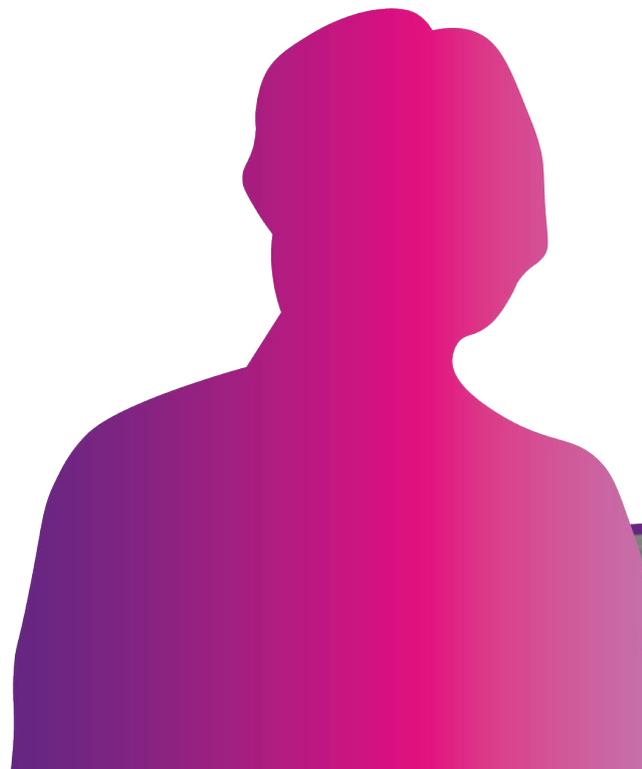
- El mundo audiovisual sigue siendo **eminentemente masculino, cis, heterosexual y blanco**. Los guiones los siguen escribiendo hombres blancos cisheterosexuales, del mismo modo que la dirección y la producción también la ocupan hombres blancos, cis y heterosexuales. En consecuencia, las historias se siguen explicando desde el sesgo de sus puntos de vista y sus vivencias. Existe una necesidad imperante de escribir las historias desde un prisma más diverso para que la sociedad, plural por naturaleza, se pueda sentir más identificada y representada.

- El audiovisual forma parte del ocio y es muy diverso en temáticas. Las personas consumen los productos en función de diferentes aspectos: estado de ánimo, gustos, compañía, horarios, etc. Ver productos que reproducen estereotipos no es necesariamente negativo (dado que existen y se ofrecen). Lo importante es **tener el conocimiento y las herramientas necesarias para que no ejerzan influencia en la construcción del imaginario individual**.

- La cultura de la inmediatez, internet y la gran disponibilidad de plataformas de streaming, entre otros, hace que **el mundo audiovisual avance y cambie con apremiante rapidez**. En consecuencia, cualquier estudio puede quedar incompleto en poco tiempo.

- Las herramientas que existen para analizar las producciones desde una perspectiva feminista y antirracista se han quedado desactualizadas. El mundo audiovisual busca beneficios económicos, por eso tiene la gran capacidad de adaptarse a los intereses de la sociedad, que es lo que vende. **El pink washing y el purple washing son estrategias de marketing empleadas en el mundo audiovisual** para mostrar sintonía con el movimiento LGBTQ+ y el feminismo. Son estrategias muy actuales que las herramientas de análisis no tienen la capacidad de evaluar.

- La publicidad, si bien forma parte del mundo audiovisual igual que las películas y series, se analiza de manera diferente, puesto que sus intereses son distintos. **Los comerciales tienen como principal objetivo vender un producto**, por lo tanto, detrás de cada producción hay una estrategia de marketing. En consecuencia, se debe centrar la atención en otras categorías analíticas. Es imprescindible analizar si el uso y apropiación de los discursos feministas mediante las estrategias citadas anteriormente aportan avances positivos en las luchas sociales o, por el contrario, producen consecuencias negativas.



## RECOMENDACIONES

Para finalizar el estudio, se presentan una serie de recomendaciones dirigidas a las Administraciones y al mundo audiovisual con el fin de producir cambios hacia un audiovisual feminista y antirracista que deje de perpetuar desigualdades de género.

- Garantizar la posibilidad a todas aquellas mujeres e identidades disidentes de que puedan ocupar puestos de trabajo de creación, dirección, fotografía, etc. para que creen historias desde sus realidades e interseccionalidades, y de este modo se garantice la diversidad de perspectivas en los productos audiovisuales.

- No hacer un uso exclusivamente comercial del feminismo y la diversidad. Es necesario generar productos audiovisuales coherentes de inicio a fin para evitar que adopten discursos inclusivos por moda o por cumplir con la cuota.

- No solo los productos audiovisuales tienen que ser coherentes con el feminismo sino que las productoras y empresas tienen que tener políticas de contratación inclusivas, planes de género, protocolos contra abusos, etc. para garantizar la igualdad de oportunidades.

- Revisar las tramas, la construcción de los personajes, las historias, etc. para crear productos con perspectiva de género y antirracistas. Esto no significa que necesariamente tengan que tener un discurso o un mensaje explícito en este sentido, sino que no reproduzcan estereotipos machistas, racistas, clasistas, etc. y no contribuyan a perpetuar las desigualdades.

- La sociedad es plural y por este motivo es necesario que las diversidades sexuales y las identidades disidentes estén representadas sin estar estereotipadas o ridiculizadas.

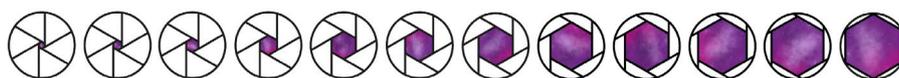
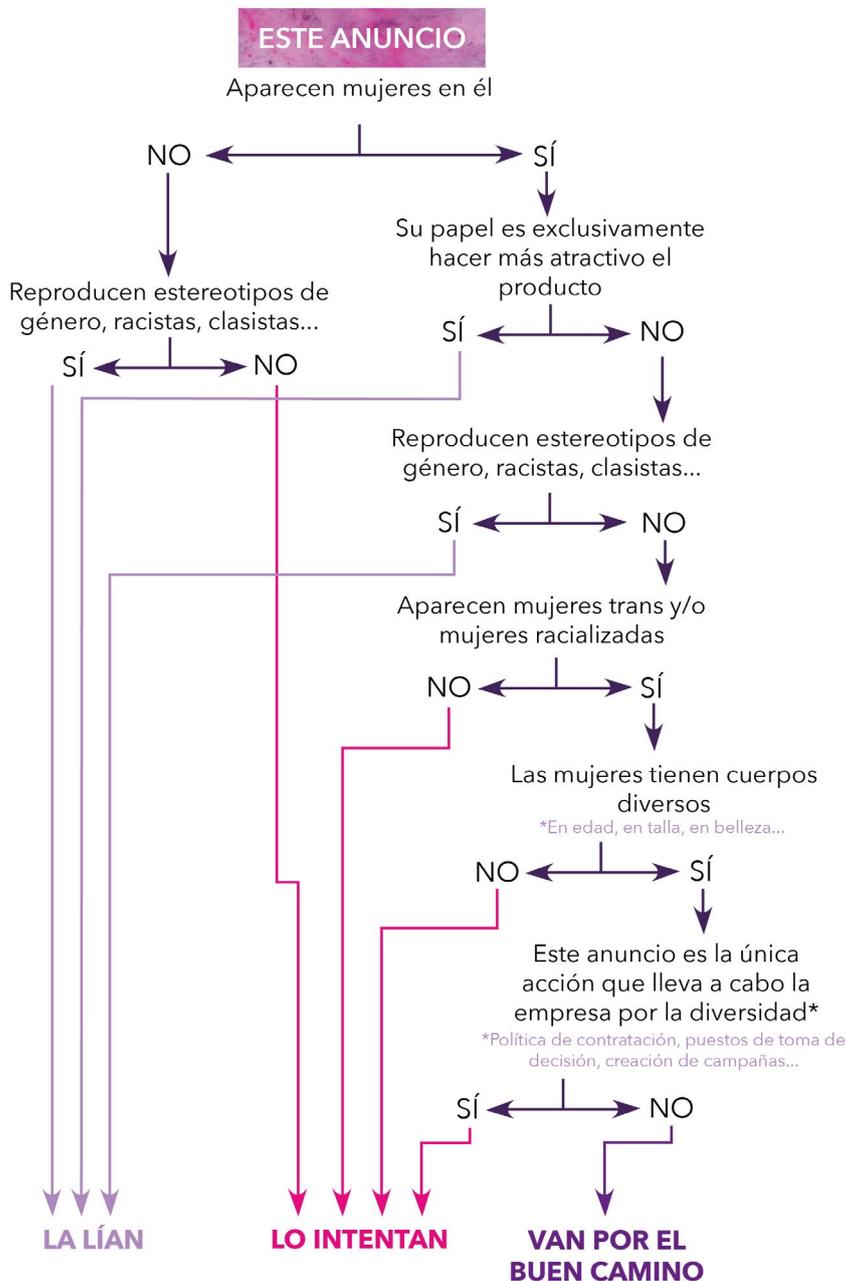
- Se deben construir las historias para que las mujeres diversas y las identidades disidentes tengan las mismas oportunidades de ser protagonistas que los hombres o que las mujeres cis blancas, sin ser estereotipadas o ridiculizadas.

- Crear historias que vayan más allá del feminismo hegemónico.

- Realizar estudios actualizados de carácter cuantitativo y cualitativo para analizar de qué manera progresa el cambio hacia un audiovisual feminista interseccional y antirracista.

Rosaura, Rocío y Paula  
*Padre no hai más que uno 2*





**A ver, un test no te va a decir si un anuncio es machista o no.**

Tendrás que reflexionar sobre asuntos como en qué se basan las empresas para determinar que un producto es para hombres o mujeres, si **se apropian las marcas de las luchas y movimientos sociales para vender más** y cómo repercute eso en las luchas, en qué tipo de anuncios protagonizan las mujeres y qué anuncios protagonizan los hombres o en **dónde están las personas no binarias en la publicidad**, entre otras cosas. Y reflexionar sobre cuáles son tus privilegios para entender todo esto.

Puedes saber más en [enfoquemenpurpura.org](http://enfoquemenpurpura.org)

Amb la col·laboració de l'ACCD



**ENFOQUEM EN PÚRPURA**



Assemblea de Cooperació per la Pau



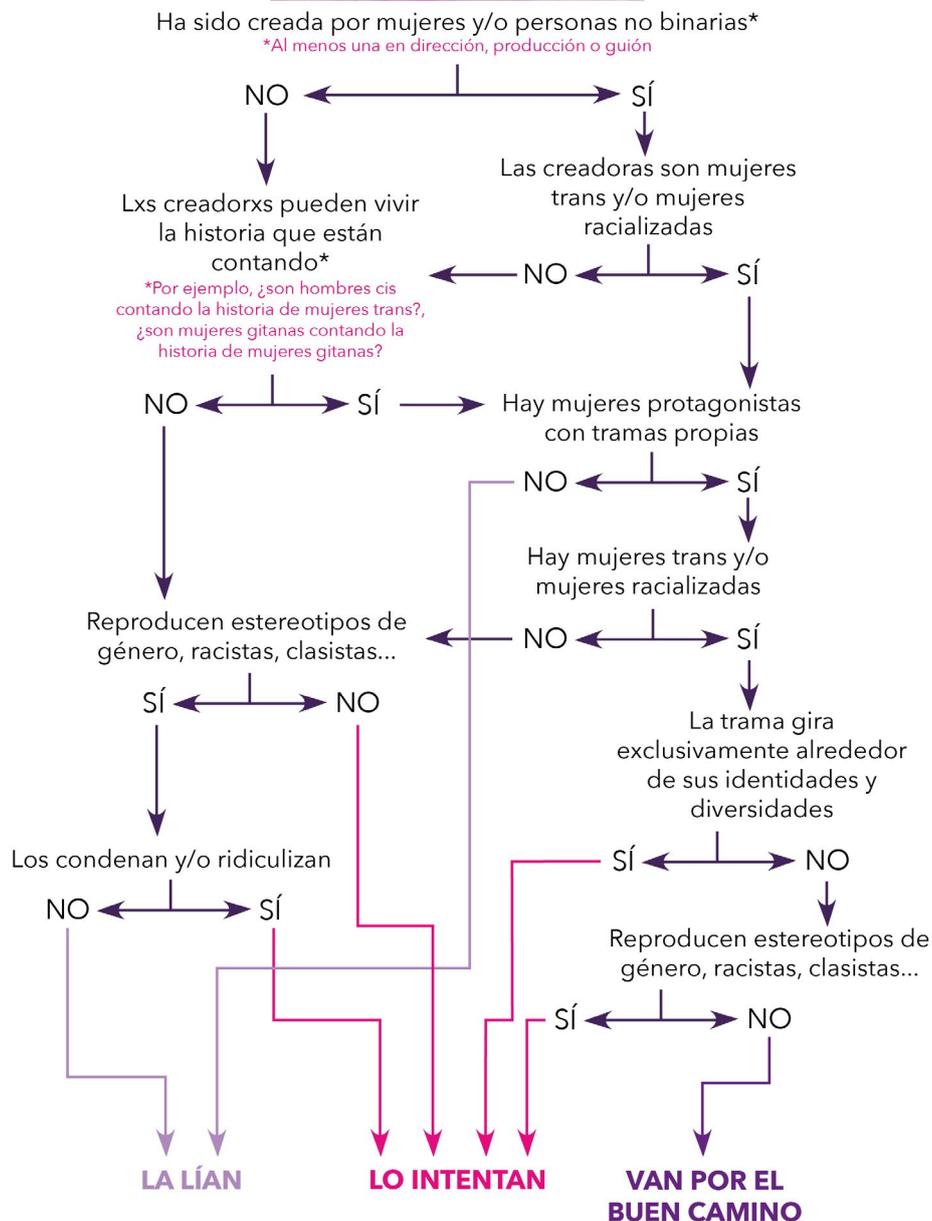
**Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament**



# GAFAS 5D UNA NUEVA PERSPECTIVA

¿CÓMO SE REPRESENTA A LAS MUJERES CIS, A LAS MUJERES TRANS  
Y A LAS MUJERES RACIALIZADAS EN LAS PELÍCULAS Y SERIES?

## ESTA PELÍCULA O SERIE



A ver, un test no te va a decir si una película o serie es machista o no.

Tendrás que reflexionar también sobre cómo se representan las violencias machistas, cómo se representan los cuerpos de las mujeres, cómo son las relaciones entre las mujeres, cómo es la salud mental de las mujeres, cómo se representa la maternidad, en qué trabajan las mujeres, cómo son las historias de las mujeres racializadas y las blancas, hay diversidad porque está de moda... Y reflexionar sobre cuáles son tus privilegios para entender todo esto.

Puedes saber más en [enfoquemenpurpura.org](http://enfoquemenpurpura.org)



**ENFOQUEM  
EN PÚRPURA**



Assemblea de  
Cooperació  
per la Pau



**Agència Catalana  
de Cooperació  
al Desenvolupament**

Amb la col·laboració de l'ACCD

# BIBLIOGRAFÍA

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](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](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](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](https://www.eldiario.es/murcia/disidencias-de-genero/mujeres-trans-cine-television_132_2244940.html)

# ANEXO I ESQUEMAS METODOLÓGICOS TALLERES PARTICIPATIVOS

TALLER 1			
ACTIVIDAD	TIEMPO	RESPONSABLE	MATERIAL
Bienvenida	30'		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación <i>PURA QUITERIA</i>, MDM y ACPP</li> <li>• Presentación de los colectivos/participantes</li> <li>• Presentación del proyecto</li> <li>• Presentación del diagnóstico                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sus aportes en los talleres</li> <li>- Cronograma</li> </ul> </li> <li>• Presentación taller 1</li> </ul>			
Dinámica de presentación	20'		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinámica telaraña                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nos ponemos en círculo, empezamos nosotras cogiendo el ovillo. Dices tu nombre, pronombre, y la serie o peli que estás viendo ahora o lo último que has visto</li> </ul> </li> <li>• Escoge tu personaje                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Escribe un personaje que te haya acompañado, que recuerdes con anhelo, con el que te identifiques, etc. y escríbelo en tu libreta. Conservarlo hasta el final del taller.</li> </ul> </li> </ul>			- Ovillo de lana - Hojas y bolis
Presentación de la muestra	30'		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Juego de los personajes                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Una participante escoge un papel en el cual hay un personaje de la película o serie de la muestra</li> <li>- Mediante la mímica tiene que representarlo</li> <li>- Reflexión todas juntas</li> </ul> </li> <li>• Presentación de la muestra. Cómo la hemos seleccionado</li> </ul>			- Papeles con personajes, series y películas
Pausa-Café	10'		
Análisis representación de los cuerpos	60'		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• En gran grupo, analizamos la categoría representación de los cuerpos (14 diapositivas)</li> </ul>			- Ordenador - Proyector

# ANEXO I ESQUEMAS METODOLÓGICOS TALLERES PARTICIPATIVOS

TALLER 2			
ACTIVIDAD	TIEMPO	RESPONSABLE	MATERIAL
Visionado y análisis de categorías	50'		- 2 Tablets - Fotocopias del material
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupo 1 Análisis representación de las mujeres trans</li> <li>• Grupo 2 Análisis de mujeres racializadas</li> </ul>			
Socialización del trabajo en grupo	20'		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por grupos, van compartiendo las conclusiones a las que han llegado</li> </ul>			
Pausa-Café	10'		
Visionado y análisis de categorías	50'		- 2 Tablets - Fotocopias del material
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción de conceptos básicos</li> <li>• Grupo 1: Relaciones sexo-afectivas</li> <li>• Grupo 2: Relaciones entre mujeres</li> </ul>			
Socialización del trabajo en grupo	20'		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por grupos, van compartiendo las conclusiones</li> </ul>			

# ANEXO I ESQUEMAS METODOLÓGICOS TALLERES PARTICIPATIVOS

TALLER 3			
ACTIVIDAD	TIEMPO	RESPONSABLE	MATERIAL
Visionado y análisis de categorías	40'		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupo 1 Análisis representación de las mujeres trans</li> <li>• Grupo 2 Análisis de mujeres racializadas</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2 Tablets</li> <li>- Fotocopias del material</li> </ul>
Socialización del trabajo en grupo	20'		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por grupos, van compartiendo las conclusiones</li> </ul>			
Pausa-Café	10'		
Análisis de violencias machistas	50'		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• En el gran grupo analizamos la categoría sobre violencias machistas</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ordenador</li> <li>- Proyector</li> </ul>
Herramientas de análisis	20'		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizamos entre todas qué aspectos son imprescindibles para crear las herramientas</li> </ul>			
Evaluación y cierre	10'		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Volverías a escoger el mismo personaje? ¿Por qué?</li> <li>• ¿Tenemos ahora más referentes?</li> <li>• En estas hojitas que vais a ir dejando en esta caja a la salida, nos gustaría que nos contarais cómo os habéis sentido a lo largo de los talleres, qué mejorarías, o qué es lo que más os ha gustado.</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cartulinas/hojas</li> <li>- Bolis</li> </ul>

## ANEXO II

## FRAGMENTOS VISIONADOS EN CADA CATEGORÍA

### REPRESENTACIÓN DE LAS MUJERES TRANS

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

### REPRESENTACIÓN DE LAS MUJERES RACIALIZADAS

- *Una joven prometedora*  
GAIL (Min 09.18-10.42)
- *La casa de papel*  
NAIROBI (Capítol 5. Min 26.08-31.42)
- *Las del hockey*  
LAILA (Capítulo 19 Min 38.30-39.51)
- *Aves de presa*  
RENEE (Min 08.09-09.08)
- *La que se avecina*  
Familia gitana (T12.1 Capítulo 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 (Capítulo 1. Min 17.30-18.00) i  
(Capítulo 2 Min 02.30-03.50)
- *Anuncio Amor a primera vista*
- *Anuncio Recupera eso que nos mueve*

## ANEXO II

## FRAGMENTOS VISIONADOS EN CADA CATEGORÍA

### RELACIONES ENTRE MUJERES

- *Élite*  
ARI y CAYETANA (Capítulo 2 Min 22.32-23.35)  
REBE y CAYETANA (Capítulo 2 Min 04.06- 04.47)
- *La casa de papel*  
TOKYO y NAIROBI (Capítulo 6 Min 37.20-39.30)
- *Aves de presa*  
Todas a punto de abandonar a la niña (Min 1.18.55-1.23.15)
- *Las del hockey*  
Partido todas juntas (Capítulo 24 Min 24.26-26.46)  
JANINA y las otras (Capítulo 17 Min 19.12- 20.13)  
EMMA, LAILA y BERTA (Capítulo 20 Min 19.50-21.24)
- *Gambito de dama*  
JOLINE y BETH (Capítulo 7 Min 21.50-24.10)  
BETH y MARGARET (Capítulo 5 Min 18.19- 19.38)

### RELACIONES SEXO-AFECTIVAS

- *Las del hockey*  
RAQUEL y RICARD (Capítulo 20 Min 28-30.35)  
Relació de LA FLOR y LA LORE (Capítulo 17 Min 26.58-29.00)
- *La casa de papel*  
PROFESOR y RAQUEL (Capítulo 2 Min 30.39-31.05)
- *Élite*  
SAMUEL y ARI (Capítulo 2 min 47:27-48.40)  
REBE y MENCÍA (Capítulo 2 min 12.45-15.24)
- *La que se avecina*  
BERTA y ANTONIO (Capítulo 9 Min 31.20-32.30)
- *Gambito de dama*  
La primera relación sexual (Min 04.12-05.13)
- *Una joven prometedora*  
CASSIE está muy feliz porque se ha enamorado de Ryan (Min 1.05.05-1.08.00)
- Anuncio Estrella Damm
- Anuncio de la lotería

## ANEXO II

## FRAGMENTOS VISIONADOS EN CADA CATEGORÍA

### VIOLÈNCIES MASCLISTES

- *Élite*  
PHILLIP y CAYETANA (Capítulo 7 Min 42.45-44.15)  
MENCÍA amb el segon putero (Capítulo 4 Min 29.29-31.50)
- *La casa de papel*  
ARTURO abusa de AMANDA (Capítulo 5 min 23.48-24.11)  
Interrogatorio a RAQUEL (Capítulo 2 Min 29.40- 31-30)
- *Una joven prometedor*  
Una de las escenas del inicio (Min 03.36-08.31)
- *Aves de presa*  
Abuso a HARLEY (Min 29.29-30.49)
- *Las del hockey*  
Escena de RAQUEL en el lavabo del bar (Capítulo 14 Min 34.20-35.20)
- *El desorden que dejas*  
VIRUCA y IAGO (Capítulo 1 Min 43.39-45.28)

### SALUT MENTAL

- *Gambito de dama*  
Adicciones y salud mental (Capítulo 1 Min 53.16-56.22)  
Madres como origen de los problemas (Capítulo desde el inicio hasta min 02.12)
- *Aves de presa*  
El origen de la inestabilidad emocional.  
Escena introductoria
- *Las del hockey*  
TERRATS (Capítulo 16 Min 29.39- 30.14)  
RAQUEL, LORE y FLOR (Capítulo 20 Min 02.39-03.22)
- *El desorden que dejas*  
RAQUEL y su SUEGRA (Capítulo 1 Min 14.35- 14.50)
- *Una joven prometedor*  
La MADRE DE NINA (Min 1:00-1:02)

### MATERNIDADES

- *La que se avecina*  
MENCHU (Capítulo 10 Min 22.30-24:06)  
ALBA (Capítulo 10 Min 29.06-31.32)
- *La casa de papel*  
ALICIA MURILLO (Capítulo 1 Min 10.40-12.38)  
RAQUEL y su hija (Capítulo 4 Min 27.20-30.33)  
NAIROBI (Capítulo 6 Min 4.37-07.40)
- *Gambito de dama*  
PADRE BIOLÓGICO (Capítulo 1 Min 11.50-13.42)  
PADRE ADOPTIVO (Capítulo 6 Min 36-38)
- *Padre no hay más que uno 2*  
TÍA (Min 14.30-16.12)  
MARISA y JAVIER (Min 38-38.31)

