



*La construcció de la igualtat a través dels mitjans de comunicació:  
aproximacions per a un desenvolupament pedagògic*

*María José Gámez Fuentes y Ana María Rivas Machota*



En el marc de l'educació des de la perspectiva de gènere el present text aborda la construcció social del gènere en relats populars i mediàtics com un factor imprescindible que s'ha de tenir en compte en l'aprenentatge de les relacions de gènere. Proposem, en aquest sentit, una aproximació al concepte d'«apoderament» femení a través de la cultura visual com a eina pedagògica que possibilita nous plantejaments i enfocaments.

El terme apoderament (traducció de l'anglès *empowerment*) el recuperem com a part d'una tradició interdisciplinària que l'està aplicant des de diferents perspectives, partint prioritàriament de l'educació popular i l'educació moral. Ara bé, la dita paraula, en el seu origen anglès *empowerment*, s'ha traduït en alguns àmbits com «capacitació», «potenciació» o «enfortiment», no obstant això, nosaltres el mantenim ací en la seua versió d'«apoderament», atès que ens interessa subratllar la variable de «poder» en la seua utilització.

L'apoderament, o enfortiment social (Molina Rueda y Muñoz, 2004: 379), se centra en el poder que les persones i els grups exerceixen sobre les seues pròpies vides i que els permet participar democràticament en els seus entorns gràcies al domini dels seus recursos, entesos com a capacitats i possibilitats; en altres paraules, emfatitza el «procés pel qual les persones enforteixen les seues capacitats, confiança, visió i protagonisme com a grup social per a impulsar canvis positius de

---

**la consecució de la igualtat entre dones i homes, l'apoderament femení seria una eina o instrument en mans de les dones i dels homes per a transformar les relacions de poder existents**

les situacions que viuen» (Murguialday, Pérez de Armiño y Eizagirre, 2000). Precisament, aquest terme, en el seu sentit original, significa enfortir, donar, atorgar poder o influència o autoritat a aquells subjectes, col·lectius o institucions que per la seua situació discriminada en la societat, o per la seua jerarquia inferior en un sistema social, han estat desproveïts o desproveïdes d'aqueix poder i d'aqueixa autoritat. L'apoderament passa, doncs, per afavorir l'autonomia d'aquests col·lectius tant en la presa de decisions com en el control sobre les seues pròpies vides. Açò es plasma en el lliure accés a la informació, la participació inclusiva, la responsabilitat sobre les seues pròpies accions i el desenvolupament de les seues capacitats. Per tant, des d'aquesta perspectiva podem dir que l'apoderament permet l'exercici del poder com a eina de canvi social.

En el cas que ens ocupa, la consecució de la igualtat entre dones i homes, l'apoderament femení seria una eina o instrument en mans de les dones i dels homes per a transformar les relacions de poder existents. És, per tant, ineludible plantejar que l'apoderament femení implica igualtat, ja que la participació en aquesta transformació no pot pensar-se sense la igualtat i la igualtat no pot pensar-se sense la participació. Apoderament i igualtat estan, doncs, vinculats.

Ara bé, les formes d'actuació que necessita l'apoderament femení no estan exemptes de complexitat ja que impliquen un canvi actitudinal i de valors a què han de contribuir agents procedents de diversos àmbits socials i institucionals. En concret, en aquest article ens centrem en les possibilitats d'apoderament femení a través de la cultura visual. Dit d'una altra manera, en aquest text explorem diversos relats populars i mediàtics que ens permeten avançar cap a la redefinició de les relacions de poder entre gèneres en termes d'igualtat i d'apoderament femení.

La importància d'explorar relats populars (contes, mites i llegendes) i sobretot mediàtics (telesèries, pel·lícules, anuncis publicitaris, dibuixos animats, etc.) ve donada per la rellevància d'aquest tipus de textos a l'hora de construir el nostre imaginari simbòlic en l'espai públic. Entenem, ací, espai públic com:

[...] una forma de mercado identitario, de estructura de exhibición y de ofertas en la que, a través de los discursos políticos, el flujo de información, los productos culturales e incluso las modas, circulan modelos de realización, la valoración de comportamientos de panoplias identitarias (*gay*, negro, rural, musulmán) a partir del que, en una mezcla constante de racionalidad y afectos, se realizan procesos de construcción de colectivos, de combinatorias del 'yo' y del 'nosotros' (Matelart y Neveu, 2004: 92).

En aquest sentit, buscar formes d'apoderament en la cultura visual implica transformar el llenguatge, la comunicació i les representacions, ja que, els modes de ser i relacionar-se d'una societat estan íntimament vinculats als discursos me-

diàtics que actuen com a eixos articuladors d'imaginari en l'espai públic. En efecte, el nostre imaginari simbòlic i mapes afectius estan fortament marcats i educats pels relats populars i mediàtics.

Un dels principals problemes amb què ens trobem a l'hora d'explorar vies d'apoderament a través de la cultura visual és que la política i la cultura popular proclamen que la igualtat s'ha aconseguit (McRobbie, 2004). Per tant, si ja som iguals no cal el canvi. D'ací que estiguen tan injuriades les reivindicacions feministes, tan de moda fa uns anys. Podem il·lustrar aquesta idea a través de sèries com *Ally McBeal* o *Sex and the city* o pel·lícules com *Los ángeles de Charlie* (Joseph McGinty Nichol, 2000) en les quals es proclama, amb tot luxe de detalls i/o efectes visuals, que les dones ja han aconseguit altes quotes de poder i emancipació.

En efecte, com assenyala Virginie Despentes en el seu llibre *Teoría King Kong* (2006), els mitjans de comunicació exhibeixen dones de poder que no necessiten que l'ordre social canvie perquè elles ja ho tenen tot: èxit i poder social. El problema consisteix, no obstant això, que les dones «poderoses» que mostra la cultura popular són, com bé diu Despentes (2006), el reflex d'aquelles amb què els homes voldrien gitar-se. És a dir, les representacions vigents de dones poderoses no fan més que reforçar el conegut estereotip que associa el femení a la bellesa i la seducció però amb una nova volta de femella més perversa si és possible: només bellesa i seducció són garants de poder femení. D'aquesta manera s'exclouen totes aquelles dones que no compleixen amb les dites «qualitats», per la qual cosa, juntament amb Despentes (2006: 7), ens preguntem: on estan «les lletges, les velles, les camioneres, les frígides, les mal-follades, les infollables, les histèriques, les tarades, totes les excloses del gran mercat de la bona xica»? La qüestió és que no són visibles perquè hem viscut immerses i immersos en una tradició audiovisual que, com ja va establir Mulvey (1975; 1979), s'ha construït sobre el llegat d'una forma de mirar traçada per l'ull masculí.

Òbviament, estem parlant d'una tradició representacional en la qual no podem considerar el concepte de 'representació' com a sinònim de 'reflex' sinó com una pràctica cultural que mai és objectiva, és a dir, que transmet una forma de mirar que ens interpel·la a identificar-nos amb unes imatges específiques que mostren de forma hegemònica el que som o hem de ser. És per això que en aquest treball abordem els relats populars i mediàtics com a pràctiques culturals a partir de les quals agafem la realitat i ens pensem i mirem a nosaltres mateixes.

La història del cinema ens permet exemplificar aquestes idees a través de les diferents configuracions que s'han construït de la feminitat i la masculinitat. Per començar amb assumpcions àmpliament estudiades des de Mulvey (1975), sabem que en el cas de la figura de l'home aquest no sol aparèixer al cinema clàssic ocupant posicions passives i, d'altra banda, les imatges de la dona es construeixen di-

---

els mitjans de comunicació exhibeixen dones de poder que no necessiten que l'ordre social canvie perquè elles ja ho tenen tot: èxit i poder social

rigides a un espectador masculí heterosexual. Una brevíssima mirada a la història del cinema ens pot donar les claus per a entendre com s'ha anat construint una tradició visual que ha establert una manera de mirar centrada en la mirada masculina i, per tant, una forma d'emmarcar el que significa la feminitat.

Així, ens podem trobar des dels seus inicis amb productes en què la feminitat es construeix com a amenaça de l'estabilitat masculina, per tant, pot ser un conflicte. Un exemple és la pel·lícula *Gilda* (Charles Vidor, 1945), en la qual la protagonista és epítom de la dona fatal que causa problemes a l'home i que, per tant, ha de ser eliminada o castigada narrativament (recordem la famosa bufetada que el personatge encarnat per Glenn Ford propina a la protagonista). D'altra banda, el cinema tendeix a posicionar la dona com un objecte eròtic creat només per a ser mirat. Ja ho va dir el personatge de Jessica Rabbit: «No és que jo siga dolenta, és que m'han dibuixat així».

Hi ha exemples també en els quals la feminitat apareix associada al poder però en aquests casos el dit poder se sol associar amb els efectes negatius que pot produir sobre altres personatges que l'envolten. Ens referim al poder que de vegades encarnen els personatges materns (Gámez Fuentes, 2004). Ningú millor que Hitchcock i la seua obra cinematogràfica per a explorar l'amenaça que mares poderoses suposen per a l'imaginari masculí. És per això que narratives com la de *Psicosi* (1960) o *Marnie, la lladre* (1964) acaben culpabilitzant-les del drama dels protagonistes. Encara que, evidentment aquesta configuració té una llarga trajectòria en l'història representacional d'Occident que es retrotrau a la figura de la madrastra dels contes de fades.



En el pitjor dels casos, el cinema ens ha deixat construccions de la feminitat associats a legitimacions de la violència contra el cos femení i fins i tot a violacions vinculades a un suposat plaer femení. Ens referim a productes no sols del cinema de Hitchcock (com la violació legitimada narrativament en *Marnie, la lladre*) sinó a obres produïdes en plena eclosió del moviment d'emancipació femení en els anys 70 com ara *King Kong* (John Guillermin, 1976). Ens servim d'un fotograma d'aquesta versió del famós mite per a aprofundir en la qüestió.

La imatge pertany a l'escena en què la protagonista ha sigut capturada pel goril·la i es troba horroritzada davant el monstre. Com veiem en la imatge el dit de

King Kong està perfectament col·locat com a simbòlic fal·lus a punt de viol(ent)ar la seua presa. De fet, l'escena es desenvolupa conforme el dit de l'animal va despullant a una Jessica Lange horroritzada i seduïda. Gemecs i sospirs del personatge femení no ajuden a dilucidar si tem o gaudeix per la seua vida en mans del gorilla. Els límits entre violència i seducció semblen així esborraments en una escena en què el plaer i desig femenins són construïts en relació a ser viol(ent)ada.

En resum, la tradició cinematogràfica ens ha mostrat que la feminitat s'ha presentat com una amenaça a l'estabilitat masculina, conflicte, objecte eròtic, poderós però malaltís (en el cas de la maternitat totpoderosa) o susceptible de ser violentat i associar la dita violència amb la seducció i el plaer.

Aquest llegat, lògicament, no és independent del sistema social en què s'emmarca, sinó que precisament estableix una relació dialògica amb un sistema de gènere basat en el que els psicòlegs socials han anomenat el «sexisme ambivalent» (Bosch i Ferrer, 2002: 209), el qual està basat en l'existència de dos tipus de sexisme aparentment distints però profundament semblants: d'una banda, el «sexisme benèvol», també conegut com «modern», que és acceptat i, d'un altra, el «sexisme hostil».

El «sexisme benèvol» s'emmarca dins del paternalisme protector que pressuposa que l'home ha de defensar i protegir la dona perquè aquesta és feble, com apareix en múltiples productes de la cultura popular en què la princesa/protagonista/xica de la pel·lícula ha d'esperar a ser rescatada per l'heroi masculí. Així mateix, es basa en la diferenciació complementària de gènere, és a dir, s'assumeix que l'home i la dona es complementen per les seues respectives característiques intrínseques i distintives i que, en el cas de la dona, se subsumeixen en resignació, entrega, puresa, etc. Finalment, el «sexisme benèvol» assumeix que l'home necessita la dona però en l'espai íntim, és a dir, per a l'atenció de la llar i dels fills, ja que l'home ha sigut tradicionalment el proveïdor.

D'altra banda, el «sexisme hostil» proclama els valors del paternalisme dominador pel qual la dona no és autosuficient ni madura i per això necessita una figura masculina. Un exemple són els anuncis de publicitat en què s'infantiliza de forma recurrent la figura de la dona enfront d'un personatge masculí que li explica com ha d'utilitzar electrodomèstics o altres estris de la llar. A més, enfront de la complementarietat de gènere del sexisme benèvol, el sexisme hostil assumeix la diferenciació competitiva de gènere que consisteix en el fet que els homes posseeixen les característiques necessàries per a governar les institucions, mentre que la família i la llar són àmbits femenins. I, enfront de la necessitat en l'àmbit íntim que postula el sexisme benèvol, la perspectiva hostil parla de dominació heterosexual, és a dir, en l'espai íntim de la llar les dones utilitzen el sexe com a recurs per a seduir i manipular, com apareix plasmat contínuament en la publicitat.

---

**El «sexisme benèvol» s'emmarca dins del paternalisme protector que pressuposa que l'home ha de defensar i protegir la dona perquè aquesta és feble, com apareix en múltiples productes de la cultura popular**

---

ens interessa revisar la construcció que s'ha fet del femení per a poder avançar en la redefinició de les relacions de gènere



Encara que sembla que els valors que acabem d'explicar ja han sigut superats podem trobar pràctiques culturals que demostren que continuen arrelats. En aquest sentit és especialment preocupant el cas de la publicitat infantil dirigida al públic més vulnerable i en la qual es continuen perpetuant dicotomies excloents de gènere que associen feminitat a passivitat, bellesa, atenció de la llar (fills i animals domèstics inclosos), emoció, etc., i masculinitat a poder, tecnologia o raó.

El problema consisteix en el fet que el sexisme «modern» (i acceptat per amplis sectors de la societat) ajuda al sexisme hostil ja que permet els homes sexistes actuar de «benefactors» de les dones o disculpant l'hostilitat davant aquelles dones que s'ho «mereixen». En aquest sentit, també trobem en la tradició cinematogràfica exemples que ens mostren com es castiguen les dones que no adopten els rols sexistes marcats culturalment i que conformen aqueix grup de les dones que s'ho «mereixen» segons el sexisme hostil. És el cas del cinema de terror en què les dones que adopten un rol diferent del legítimat per al seu sexe acaben mortes; de la comèdia romàntica, en el qual les dones que inicialment es rebel·len acaben canviant per a aconseguir al protagonista masculí; i del drama, en el quals les que s'ixen del camí establert acaben marginades o assassinades, en definitiva, castigades per trencar amb els posicionaments hegemònics reservats a la seua condició femenina.

Com apuntem al principi d'aquest article ens interessa revisar la construcció que s'ha fet del femení per a poder avançar en la redefinició de les relacions de gènere. Per tant, una vegada hem realitzat una breu revisió d'algunes de les configuracions de la feminitat ens plantejarem si podem canviar la forma de mirar o si podem construir models empoderadors que permeten les dones i els homes superar la visió de la dona com un ser submís, passiu, sacrificat, dependent i immadur.

En aquest sentit hi ha diversos casos que ens mostren la possibilitat de la construcció de relats mediàtics que es fan ressò de la necessitat models empoderadors enfront dels que reproduïxen els valors del sexisme hostil.

Un clar exemple és la pel·lícula *Las horas* (Stephen Daldry, 2002), en la qual precisament es posa de manifest la dificultat que enclou per a les dones haver d'ocupar les posicions establides i es destapen els conflictes que els generen. Un altre exemple és la proposta que es realitza en *Shrek* (Andrew Adamson i Vicky Jensen, 2001), pel·lícula en què es critiquen les estratègies enunciatives dels contes de fades exposant l'absurd dels estereotips existents a través de l'exageració.

Així mateix, es pot mirar d'una altra forma creant nous tipus de representació d'apoderament femení, com per exemple plasma la versió de Peter Jackson de *King Kong* (2005). En aquesta versió, la protagonista femenina no exerceix la posició de submissa o porgosa que claudica davant el poder de la bèstia, ni es configura el plaer femení associat a la violència, sinó que emmarca la relació entre el masculí i el femení, simbolitzada a través de l'animal i la xica, en un nou escenari visual empoderador en què la dona comença utilitzant les seues habilitats com a actriu de *vodevil* per a enfrontar-se amb el goril·la i acaba establint una relació de complicitat entre iguals. El mateix fa *Shrek* quan en les escenes de baralla la princesa Fiona actua emulant la guerrera Trinity (*The Matrix*, Larry i Andy Wachowski, 1999). L'interessant d'aquests exemples és que encara que se segueixen uns patrons narratius convencionalitzats es fa una volta de rosca respecte al personatge femení.

També la publicitat ens brinda exemples d'altres formes de mirar. El més clar són aquelles campanyes que tenen com a objectiu l'educació i conscienciació en valors per a la igualtat entre home i dones. Exposem ací la iniciativa de l'Ajuntament d'Alaquàs (València), que en la seua campanya de 2006 *Idees per a més convivència*, té com a objectiu la implicació dels homes en les tasques de la llar.

A més, podem observar que un dels aspectes interessants d'aquesta campanya és que es transmeten els valors d'igualtat utilitzant temes en què tradicionalment s'han interessat els homes, com és el cas de la tecnologia, com queda patent en el text quan diu «s'inclouen tutorials d'ús i DVD en la pantalla de plasma de 24'».



Finalment, creiem que és essencial reflexionar sobre la possibilitat de la violència ficcionada com una estratègia d'apoderament en termes de fantasia popular i relat cultural perquè apunta vies de desenvolupament interessants encara que àmpliament debatibles. En aquest sentit, ens agradaria apuntar, en primer lloc, el simptomàtic de la invisibilitat mediàtica de casos en què les dones barallen o lluiten davant una agressió sexual, tal com evidència Virginie Despentes (2006). La denúncia realitzada per aquesta autora reflecteix la necessitat reflexionar sobre la violència ficcionada perquè, com ella mateixa expressa, vivim en:

[...] una sociedad que [nos] ha educado sin enseñar[nos] a golpear a un hombre si [nos] abre las piernas a la fuerza, mientras que [nos] ha inculcado la idea de que la violación es un crimen horrible del que no debería[mos] reponer[nos] (Despentes, 2006: 41).

En aqueix sentit, també Judith Halberstam (2001) aprofundeix en les implicacions culturals d'aquesta eina quan adverteix que la representació de la violència femenina no és simplement el revers de la masculinitat. De fet, no podem simplificar aquesta possibilitat simplement abordant-la des de la correcció política ja que el procés de què parlem és altament complex ja que la violència femenina transforma la funció simbòlica i imaginària que té el femení en la cultura popular com a sinònim de submissió i passivitat davant la violència. Desafia, en definitiva, la insistència hegemònica que vincula el dret a exercir el poder només amb la masculinitat.

És per això que Halberstam afirma que les dones tenen molt a guanyar de noves configuracions de violència, terror i fantasia, perquè, com sosté aquesta autora: veure dones amb pistoles o amb qualsevol altre instrument exercint la violència i enfrontant-se als seus victimitzadors intervé en aqueixa construcció imaginària de la cultura popular i desobeeix el mandat de no utilitzar violència contra la violència. La fantasia de la violència femenina problematitza l'associació de la feminitat amb la passivitat i ens permet reflexionar sobre què passaria si les dones no fórem representades com a víctimes, submises, passives, és a dir, si es canviara la forma de comptar i de veure qui i com som, com han posat de manifest pel·lícules recents com *La extraña que hay en ti* (Neil Jordan, 2007), *Death Proof* (Quentin Tarantino, 2007) o *Planet Terror* (Robert Rodríguez, 2007) en les quals les dones, lluny de ser acovardides pels seus victimitzadors, canvien les regles del gènere narratiu i s'enfronten amb ells agafant la violència per les banyes.

En definitiva, si la cultura popular ha reproduït els estereotips de gènere arrellats culturalment de tal forma que ha perpetuat la desigualtat entre homes i dones, també pot fer-se ressò de valors emergents que ens permeten empoderar els homes i les dones per a redefinir les seues relacions en termes d'igualtat.