

LA VIOLENCIA MACHISTA EN EL CINE. DE LA REVISIÓN VIDEOMÉTRICA A LA INTERVENCIÓN PSICOSOCIAL

Trinidad Núñez Domínguez
Profesora Titular de Psicología Social
Universidad de Sevilla

Yolanda Troyano Rodríguez
Profesora Contratada Doctora de Psicología Social
Universidad de Sevilla

SUMARIO

I. JUSTIFICACIÓN.- II. PRESUPUESTOS DE PARTIDA: 1. Cuestiones previas. 2. Los medios de comunicación y la violencia de género. 3. La violencia contra las mujeres en el cine: 3.1. *Las mujeres en el cine*. 3.2. *El cine violento*. 4. El cine y su importancia didáctica en el tema de la violencia machista.- III. OBJETIVOS: 1. Estudiar la violencia de género a través del cine: una revisión videométrica. 2. El método de caso para intervenir en la comunidad.- IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.- V. CONCLUSIONES.

PALABRAS CLAVE

Cine; Violencia de género; Intervención social; Influencia social; Desigualdad.

RESUMEN

El poder socializador de los medios de comunicación es indudable porque contribuyen a generar la identidad social y personal e influyen en los valores y comportamientos de las personas. El campo de la violencia de género no es una excepción a esta influencia. Los medios pueden contribuir a promover tanto la desigualdad y la violencia como lo contrario, servir para promover la igualdad y comportamientos justos. Dentro de los medios queremos hacer una mención especial al cine. En este trabajo se analizan diferentes formas en las que la violencia de género se presenta en las películas aplicando el estudio de casos como metodología. El objetivo general es presentar las películas como una herramienta útil tanto para

concienciar sobre la violencia de género como para la intervención social en el campo de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

I. JUSTIFICACIÓN

El 27 de diciembre de 2010 aparece en “Noticias Cuatro”, igual que lo hace en otros medios de comunicación, el siguiente titular: *2010, un año negro para la violencia de género*. El texto que lo acompaña recoge, entre otras, las reflexiones de Miguel Lorente¹ quien afirma, con rotundidad, que “ahora mismo en España hay quince o veinte hombres que están pensando en acabar con la vida de sus mujeres”. De la misma manera asegura que se está trabajando con los medios de comunicación para “enviar” un mensaje que no facilite la imitación y sí la concienciación. Pero ese mismo titular al que hemos hecho referencia se repite en otros medios de comunicación.

Los datos no dejan dudas. El año 2010 se ha cerrado con setenta y tres mujeres asesinadas por sus parejas o exparejas. El 2011 con sesenta y tres. Desde la Secretaría de Estado para la Igualdad se advierte, además, que el 40% de la ciudadanía “culpa” a la maltratada de su situación por seguir con su maltratador. Lo cual es terrible porque se está obviando la atadura emocional que conlleva el propio maltrato. Por ello, son diversas las fuentes expertas que advierten que una de las asignaturas pendientes es la concienciación comunitaria, para que las víctimas no se sientan solas a la hora de denunciar o de romper con la situación en la que se encuentran.

Vuelve a ser muy claro Lorente en una entrevista a la revista *Mujer de Cantabria*², en la que afirma: “Si hubiera más rechazo al agresor no habría tanta violencia”. Esta contundente frase es clarificadora porque justifica que la psicología social proponga estrategias de intervención sobre el tema que nos ocupa. Es imprescindible crear o potenciar un estado de opinión en la comunidad. Removerlo. Zamarrear posiciones sociales y educar en el sentido cívico.

Con este trabajo pretendemos responder a varias preguntas: ¿Cómo hablan los medios de comunicación de la violencia machista? ¿Ejercen violencia machista los propios medios al mostrar desigualdades de rol entre mujeres y hombres? Específicamente el cine, ¿cómo trata esta lacra social? ¿En qué medida pueden ser (los medios en general y el cine en particular) utilizados como herramienta para la intervención social en materia de violencia de género?

¹ Delegado del Gobierno contra la violencia de género hasta 2011.

² En la siguiente dirección se puede encontrar la entrevista completa: (http://www.mujerdecantabria.com/noticias/ampliar.php/Id_contenido/2340/Id_tipo/8/).

II. PRESUPUESTOS DE PARTIDA

1. Cuestiones previas

Es conocido que la violencia de género presenta múltiples aristas. Las formas que adquiere son múltiples y complejas. Se reconoce muy bien la *violencia física* porque es manifiesta, explícita, se puede ver... deja "marcas" pero existen otros tipos de violencia.

La *violencia psicológica* se puede expresar a través de insultos o desprecios; va minando la autoestima de manera paulatina y se reconoce relativamente mal aunque sus consecuencias sí son medibles. El CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas), en febrero de 2012 publica los resultados de un estudio en el que pregunta por la salud de las mujeres y concluye que el *maltrato deteriora la salud*. El 34,3% de las encuestadas dijo que se encontraba regular, mal o muy mal, porcentaje que ascendió al 42,7% entre quienes habían reconocido sufrir violencia de género alguna vez en su vida, y al 43,9% entre quienes lo padecieron en el último año. El 20% de las víctimas de violencia identificó su estado de salud como "muy malo". En este sentido, señala que la prevalencia de males como dolores de cabeza, resfriados, ganas de llorar sin motivos, cambios de ánimo, ansiedad o angustia, inapetencia sexual, irritabilidad, insomnio o tristeza al pensar que una no vale nada, es mayor entre quienes han sufrido maltrato en el último año que entre el resto.

La *violencia estructural* hace referencia a la exclusión social que se produce dentro de algunas comunidades. Aquí también puede incluirse la violencia económica, la feminización de la pobreza...

La *violencia simbólica* hace referencia a la imposición de significados prejuiciosos sobre el rol que se le atribuye a una persona (o a un grupo de personas) desde la propia familia, la comunidad de referencia, la educación o desde los medios de comunicación. Y esa atribución de rol a veces es clara y abierta pero muchas otras tienen un carácter sutilísimo.

Es posible matizar ese sexismo simbólico, de manera que podemos hablar de *violencia ambivalente, condescendiente y benevolente*. La *violencia ambivalente* se produce cuando la persona experimenta un conflicto emocional entre los sentimientos positivos y negativos que le despierta una mujer. Ese conflicto puede representarse por la siguiente idea: *las mujeres son iguales que los hombres pero se me hace raro tener a una jefa*. Por *violencia condescendiente* entendemos que la desigualdad se ve como algo incorrecto pero se hacen peticiones injustas a las mujeres. El prejuicio estaría en la idea de que las mujeres han de hacerlo todo y todo bien. Se plasmaría en la siguiente proposición: *puedes salir al mundo profesional siempre que no abandones el cuidado de la casa y la familia, que es lo que te*

corresponde. La violencia *benevolente* es aquel comportamiento amable, cortés, protector, afectivo... para aquellas mujeres que cumplan con su rol tradicional.

La pregunta es ¿cómo se unen estas dos variables: violencia de género y medios de comunicación?

2. Los medios de comunicación y la violencia de género

El 4 de diciembre de 1997, en el “Programa de Inma” emitido por Canal Sur TV una señora granadina llamada Ana Orantes, de sesenta años, denuncia en el plató los malos tratos y las amenazas de muerte que sufría por parte de su marido durante los cuarenta años de relación.

Pocos días después, el exmarido (del que se había separado pero con el que compartía la vivienda por orden judicial) cumple sus amenazas y la quema produciéndole la muerte. Aquella noticia del asesinato se mostró también recordándose, a través de las imágenes de archivo, cómo Ana contaba su historia. Toda la ciudadanía quedó impresionada. Aquella confesión, y aquel desenlace *narrado* sacaron a la luz pública un problema que hasta ese momento había estado en la *semioscuridad*. Esta historia hecha visible por la televisión provocó que la violencia contra las mujeres trascendiera de lo estrictamente privado al ámbito público y social. Esa historia traída por los medios, además, logró “contagiar” de manera positiva a otras mujeres que se lanzaron a expresar lo que les estaba pasando.

Por lo tanto, la televisión se convirtió en un gran altavoz y el televisor se convirtió en agente terapéutico. Hasta ese momento la mayoría de las mujeres víctimas de malos tratos solían sentir vergüenza y culpa por lo que les pasaba y no hablaban de su situación ni con su propia familia. En algunos casos (especialmente en el mundo rural) se entendía hasta como “normal” ese maltrato; de ahí el justificado título que Miguel Lorente Acosta pone a su libro “Mi marido me pega lo normal”. Así pues, los medios de comunicación, encabezados por la televisión, logran que muchas mujeres entiendan que esa situación en la que viven no es aceptable.

Desde ese momento hasta ahora, los propios medios han utilizado diferentes términos para referirse a la violencia contra las mujeres. De esa “violencia familiar” se pasó al uso de “violencia doméstica”, luego al de “violencia de género” o “violencia contra las mujeres”. En la actualidad, la Agencia de Noticias EFE incluye en su libro de estilo el término “violencia machista” por considerarlo más descriptivo y contundente.

El debate sobre el uso adecuado de las palabras ha estado abierto desde el principio. De tal manera que personas expertas como Beatriz

Gimeno y Violeta Barrientos³ consideran absolutamente inadecuado el término “violencia doméstica” porque la violencia contra las mujeres no es un problema que se quede en el ámbito privado o del hogar. Estas autoras lo expresan de la siguiente manera: “cuando se pretende que cualquier violencia se entienda como violencia de género lo que pasa es que, consciente o inconscientemente se difumina la definición del concepto”. La denominación “violencia doméstica” es útil para hablar del maltrato en el hogar y contra cualquier persona que viva en él, pero pierde fuerza el género como criterio para denunciar el control del patriarcado sobre las mujeres.

Además de reflexiones terminológicas, también queremos subrayar, usando palabras textuales del Consejo Audiovisual de Andalucía (2007), la implicación de los medios de comunicación en la lucha contra la violencia hacia las mujeres. Así el Consejo reconoce que “la prevención y erradicación de la violencia de género es un objetivo compartido por toda la sociedad, en la que están implicados los medios de comunicación”. Dicho organismo hace mención expresa al artículo 19 de la Ley 13/2007, de 26 de noviembre, porque en él se establece que tanto “*los medios públicos como privados deben promover la elaboración de mecanismos de autorregulación que garanticen la difusión de las informaciones relativas a la violencia de género de acuerdo con los principios de la ética periodística*”. De igual manera, el propio Consejo recuerda que el Gobierno de la Nación incluyó a los medios de comunicación y a la publicidad como ejes prioritarios de actuación, subrayando que deben combatir de manera efectiva la existencia de estereotipos discriminatorios en sus informaciones y mensajes.

Hablar de violencia y medios de comunicación es, también, hablar de publicidad. De entrada reconocemos que, en estado puro, es necesaria porque ofrece información de productos y servicios que, de otra manera, no sabríamos que existen. El problema está en que, en demasiadas ocasiones, no es tan inocua ni tan descriptiva como lo fue en una época de ingenuidad publicitaria, la que se desarrolló en los años sesenta, donde había más información que persuasión. Por otro lado, no podemos olvidar que la mayoría de las veces que la recibimos lo hacemos de manera relajada, desprevenida, sin mantener una visión crítica... Y de esa manera nos dejamos impresionar más fácilmente. En ese sentido, podemos afirmar que potencialmente tiene “efectos secundarios” y ocasiona “daños colaterales”.

³ B. Gimeno y V. Barrientos, *Violencia de género versus violencia doméstica. La importancia de la especificidad*, 2009 [En línea] [Consulta: 15 de enero de 2012].
http://www.ciudaddemujeres.com/articulos/IMG/pdf_ViolenciaDeGeneroVSviolenciaDomestica.pdf.

Si nos referimos a la publicidad con mirada de género debemos reconocer que ésta utiliza modelos culturales que no siempre son correctos. La publicidad ejerce violencia al transmitir creencias disfuncionales y perversas, aunque sean poco explícitas. Entendemos que la degradación de la imagen de la mujer se lleva ejerciendo mucho tiempo y no siempre es clara y visible. Un ejemplo concreto: la relación entre mujeres y mundo laboral⁴. La publicidad sigue presentando a mujeres frívolas, más preocupadas por su belleza y por el coqueteo que por el desempeño profesional. La consecuencia es clara y devastadora en contra de las mujeres: una mujer no va a ser percibida como una profesional seria.

Un caso preocupante es el de anuncio de una marca farmacéutica para “acabar” con los resfriados. Este anuncio es del otoño-invierno de 2009 (octubre-enero). Se muestra una escena familiar donde una mujer le dice al marido “tengo que salir a trabajar”. Este, con cara compungida, le responde “¿y me vas a dejar solo con lo malito que estoy?”. Ella responde: “he llamado a la canguro de los niños”... Entonces aparece una chica de unos diecisiete años, rubia, delgada, bajando con su melena por unas escaleras y un primer plano de él, al que poco menos que se le caen los mocos (y la baba). Ella sigue diciendo: “pero como no podía venir..., he llamado a mi madre”. El marido, entonces, se toma corriendo la medicina (para evitar no sólo que siga el resfriado sino que venga la suegra). Con este anuncio se subrayan, al menos, dos cuestiones: a) el cuidado de las personas siempre debe estar en manos de las mujeres (jóvenes o mayores); b) a las chicas jóvenes no se las considera como profesionales sino como “objeto de deseo”. Un dato a destacar en este anuncio es que ese objeto de deseo podría ser menor de edad (lo cual es inquietante) y cargado de violencia sutil por esa manera de relacionar a las mujeres con el mundo remunerado (la mujer va a trabajar y ¿cómo va a dejar solo a un marido enfermo?).

Podemos afirmar que el poder socializador se hace extensible a cualquiera de los medios, no sólo a aquellos en que predominan las imágenes (televisión, internet o publicidad). Su presencia en nuestra vida diaria es evidente. Sin embargo, los y las profesionales de los medios no siempre cuentan con la preparación adecuada o con el tiempo necesario para la reflexión que les permita trabajar respondiendo a lo que deberían ser primordialmente sus productos: un servicio público. Desde luego

⁴ Reflexiones hechas por Trinidad Núñez Domínguez en su intervención en las IV Jornadas “Mujer y Salud” organizadas por el Instituto Andaluz de la Mujer en abril de 2009 en Jaén, donde se pone como ejemplo cómo NO existen mujeres deportistas anunciando productos bancarios o existen pocas deportistas de élite siendo la imagen de algún producto que no esté relacionado con la estética.

existe una deficiencia de la formación universitaria básica. Teresa Mollá⁵ es muy clara exigiendo implicación a la Universidad en estudios de género. Textualmente se pregunta “¿para cuándo la formación en igualdad de forma transversal, en la formación universitaria?, ¿para cuándo quienes están estudiando periodismo, comunicación audiovisual u otras carreras relacionadas con la comunicación podrán tener con normalidad un tiempo para estudiar el tratamiento no sexista del lenguaje o de las imágenes, por ejemplo?, ¿cuándo las diferentes universidades apostarán por la formación en género?”. La formación en género es una garantía para que se produzca una información adecuada sobre maltrato machista o para que los y las guionistas de series o los y las publicistas propongan productos no sexistas. También, en algunos casos, existe una deformación profesional encaminada a buscar “info-espectáculo” más que información, formación o entretenimiento.

3. La violencia contra las mujeres en el cine

3.1. Las mujeres en el cine

Los primeros estudios sobre el papel que representan las mujeres en el cine, desde la perspectiva de género, los encontramos en la década de los setenta y son trabajos que surgen unidos a los primeros festivales de cine feminista y/o de mujeres. Estos primeros estudios tomaron como centro de análisis las películas de Hollywood.

Para analizar los “modelos” de hombre y de mujer que el cine nos muestra, podemos tener en cuenta una serie de aspectos⁶: a) Género cinematográfico; b) Estructura narrativa; c) Otros aspectos formales: puesta en escena, decorados, montaje, banda sonora...; d) Convenciones o códigos para representar algunas escenas, sobre todo si son de violencia o de sexo; e) Los propios actores y actrices con sus apariciones públicas, la vida privada que trasciende de ellos, etc.

Nos vamos a centrar en dos géneros: la comedia y las películas de acción y aventura. La comedia es la forma más antigua de cine con argumento. Dentro de este género es interesante hacer una matización. En concreto, la

⁵ T. Mollá, *La perspectiva de género (o no) de los medios de comunicación*, 2007 [En línea] http://www.ciudaddemujeres.com/articulos/article.php?id_article=200. [Consulta: 25 de enero de 2012].

⁶ AA.VV., *Areste. Arrinconando estereotipos en los medios de comunicación y en la publicidad*, Dirección General de la Mujer, Consejería de Trabajo de la Comunidad de Madrid, Madrid, 2003.

comedia de enredo termina por perfilarse como comedia romántica donde el argumento central gira en torno a una pareja heterosexual y donde existe un conflicto de relación, con encuentros, desencuentros, con toques de “cuento de hadas”... que suele terminar con chico conquista y “salva” a chica. Por el contrario, las películas de acción y aventura se caracterizan por contar historias de héroes y villanos, con un ritmo rápido lleno de persecuciones, luchas y fugas. Teniendo esto en cuenta, las preguntas que nos podemos hacer son: ¿las mujeres son sujetos de la comedia? ¿Y de las películas de acción? ¿Cómo es presentada la mujer en estos géneros?

A. *Las mujeres: objeto y sujeto*

Prácticamente por definición, la comedia romántica está co-protagonizada por un hombre y una mujer. Sin embargo ha de decirse que en todos los casos, si se analiza con detalle, nos encontramos que la mujer es una pseudo-protagonista porque es el hombre el que provoca los acontecimientos y la mujer los recibe. En estas películas se nos presenta a una mujer insegura, caprichosa, en ocasiones con menor formación académica, extravagante o un poco tonta, ingenua. Ejemplos hay muchos: *Cocodrilo Dundee* (1986); *Cuando Harry encontró a Sally* (1989); *Matrimonio de conveniencia* (1993); *Algo para recordar* (1993), etc. En concreto, el argumento de la primera cinta nombrada trata de un rudo cazador de cocodrilos, llamado Michael Dundee, que tiene una forma especial de vivir la vida y por ello es considerado como un héroe. Eso despierta el interés de la periodista Sue Charlton que decide hacerle un reportaje. Sin embargo, más que como mujer profesional, la co-protagonista se nos presenta como la hija mimada y consentida de un rico empresario que se ha encaprichado de un tipo exótico, y papá le ríe la gracia por ello, aunque mamá está indignada por no casarse con “un buen partido”.

A veces encontramos que directamente a la mujer se la puede “comprar”, como en la película *Pretty Woman* (1990) o en *Una proposición indecente* (1993). En la primera cinta, un frío y acaudalado hombre de negocios “alquila” los servicios de una prostituta para irse con ella a la cama y para que le acompañe a cenas con clientes. En la segunda cinta, David y Diana Murphy forman un matrimonio feliz pero que está pasando por un bache económico. En ese momento, un multimillonario ofrece al marido un millón de dólares a cambio de una noche con su mujer. En ambos casos se cosifica a la mujer de manera explícita.

En ocasiones no es tan explícita la violencia. Es el caso de la película *Erin Brockovich* (2000) donde Julia Roberts representa a una mujer separada, con tres hijos a su cargo, que se queda sin trabajo y sin dinero. Pero es una gran luchadora, creativa, auténtica “buscavidas” y como no se rinde, después de mucho esfuerzo logra un trabajo. Está mal pagada pero no le importa, cree en su proyecto; además, cuenta con una relativa buena

autoestima y el esfuerzo invertido le permite demostrar su valía. Así que logra triunfar ganando al “mal”. Debemos recordar que la película está basada en hechos reales. Ahora bien, a lo largo de la cinta están presentes dos estereotipos cargados de prejuicios (que coinciden con los que ya valoramos cuando hablamos de televisión):

a) Relación de responsabilidad de las mujeres con la infancia y la juventud.

b) El espacio propio de las mujeres es el mundo privado; aunque pueden salir al mundo público siempre que no abandonen el privado.

Es decir, “las mujeres tienen que cuidar a los hijos e hijas porque es su misión” es el primer estereotipo prejuicioso que encontramos. Así pues, lo biológico, que nos marca para que podamos parir, está teñido/ empañado por aspectos sociales y culturales: criar, educar, atender... que no necesariamente tendrían que corresponder a una mujer. Es evidente que las mujeres estamos marcadas genéticamente para parir pero no para cuidar, aunque es una tarea que “naturalmente” se nos atribuye y que el cine remarca en cintas como las mencionadas. El otro estereotipo (unido al primero) es, si cabe, más perverso porque señala que la mujer puede salir al mundo público, al mercado laboral, sin abandonar “sus labores” domésticas⁷.

A la vez, el cine suele mostrarnos a un hombre seguro, que se mueve bien en la esfera pública, que tiene un buen trabajo, poder económico o que sabe lo que quiere. Un ejemplo lo tenemos en la película *Armas de mujer* (1989). Aunque en ocasiones se nos presentan hombres inseguros pero muy compensados porque son inteligentes, muestran un lado sensible, pero finalmente los percibimos como duros, *muy hombres*. Sería el caso de títulos como *Tres solteros y un biberón* (1987).

B. Los hombres: como objeto y sujeto

Las películas de acción y aventura, casi por definición, han sido protagonizadas por hombres y aquí la mujer explícitamente acompaña al héroe. El héroe es ese personaje valiente, invencible, intrépido, encargado de defender el mundo, de que no se establezca el caos en él.

En la mayoría de los títulos encontramos a hombres como héroes. Si bien podemos hacer una distinción entre los que representan a agentes secretos, a varones inteligentes y fríos y a hombres de acción. En este segundo caso los hombres son presentados con un cuerpo fuerte, musculoso, casi sobrenatural. Ahora bien, la mujer aparece tanto en uno como en otro modelo como un ser débil, delicado y guapo. Es fácil poder concluir que es un género donde el hombre es sujeto y la mujer objeto. No

⁷ T. Núñez, “La violencia contra las mujeres y la televisión: una mirada psicosocial”, *Observatorio. Medios de Comunicación y Sociedad*, n° 4, 2009, pp. 16-27.

deja de ser muy gráfico que en las películas del *Agente 007* se utilice el término *chica Bond* para hablar de “las acompañantes” femeninas.

Es verdad que existen algunas excepciones en la historia del cine de agentes secretos. Por ejemplo la cinta *MataHari* (1931) donde Greta Garbo interpreta a una espía inteligente, calculadora, fría. Sin embargo, es una frente a los más de veinte títulos de *Agente 007* a los que se les puede acompañar con los nuevos agentes secretos de *Misión imposible* (1995) o *Speed* (1994), o incluso con el estilo de *Indiana Jones* (con Harrison Ford a la cabeza) en sus múltiples aventuras.

Por otro lado, está la fuerza en estado puro de Sylvester Stallone [recordemos a *Rambo* (1985) o *Cobra* (1986)]. Otro de los actores “admirados” por su musculatura es Arnold Schwarzenegger protagonista de cintas como: *Terminator* (1984); *Desafío total* (1990); *Terminator 2. El juicio final* (1991); *Beretta’s Island* (1994); *Daño colateral* (2002); *Terminator 3. La rebelión de las máquinas* (2003); etc.

En esa misma consideración se encuentra Bruce Willis, con títulos como *La jungla de cristal*, de 1989, 1990, 1995 y *Pulp Fiction* estrenada en 1994, por poner algunos ejemplos. En *La jungla de cristal*, Willis interpreta a un rudo policía de Nueva York (John) que viaja a Los Ángeles a pasar la Nochebuena con su familia. Hally (esposa) ha sido promocionada en su empresa y por ello trasladada a Los Ángeles. Él considera que ella volverá por no adaptarse al nuevo trabajo, por lo tanto, cada uno se mantiene en una ciudad. Cuando John entra en la oficina, donde se celebra la fiesta, comprueba que su mujer está usando el apellido de soltera y discute con ella por esa razón. Entonces se separan y en ese momento el edificio es tomado por unos terroristas. Nadie se da cuenta que el policía está allí y eso le da “vía libre” para intervenir. Lógicamente salva a su familia y termina siendo el héroe.

Es verdad que dentro de este género encontramos algún título protagonizado por una mujer, pero se convierte en la excepción. Nos referimos a *Tomb Raider* (2001) y *Tomb Raider: la cuna de la vida* (2003). De todas maneras, esta película y su heroína no han estado libres de comentarios. Unos comentarios unidos a la actriz que la interpreta y a su particular vida privada.

Muy interesante hacer un repaso por las películas que han llegado a nuestras pantallas con temática de superhéroes porque ¿dónde están las heroínas? Nos encontramos que a nivel internacional, desde 1970 a 2005 se han producido un total de veintiséis. De ellas, veintidós han tenido un protagonista masculino (84,5%). De las cuatro restantes, una ha tenido protagonismo femenino: *Catwoman*. En las otras tres, el protagonismo es compartido por varios superhéroes, que actúan unidos incluyéndose en el grupo alguna mujer. Esto es lo que ocurre en *La liga de los hombres extraordinarios* (2003); *Los increíbles* (ésta de animación) (2004), y *Los 4*

fantásticos (2005).

Con películas como la mayoría de las que nombramos, el estereotipo basado en prejuicios que invita a “los niños a no llorar o a ser más fuertes”, y a usar la violencia como un instrumento de solución de problemas (la solución es el *puñetazo*) queda verdaderamente subrayado.

Así que el resultado final es que en general las mujeres son presentadas como objeto y los hombres como sujeto de la narración fílmica. Las mujeres quedan fundamentalmente vinculadas al género romántico, quedan relacionadas con el amor, con la ternura, con lo blando. Los hombres con la acción, con lo duro. El hombre se convierte en “salvador” del mundo y de las mujeres, y éstas se dejan (de manera más o menos pasiva) salvar.

3.2. El cine violento

Cuando ponemos el punto de mira en la violencia contra las mujeres nos encontramos con que el cine puede:

- Hablar de ellas (nosotras), siendo la violencia contra las mujeres el tema argumental.
- Ser violento contra las mujeres cuando las trata como objetos dentro de la narración o cuando las discrimina laboralmente.

Siguiendo este último punto de vista debemos subrayar lo que decíamos en las páginas anteriores; esto es que:

- El cine, tradicionalmente, ha tenido como protagonista principal al hombre.
- La presencia femenina en la industria ha estado prácticamente vinculada a la interpretación y no siempre concediéndole el papel de protagonista. Puede resultar un ejemplo representativo y simbólico la existencia de la denominación “Chica Bond”. Las palabras tienen una carga ideológica y de representación social indudables; así pues, es más que significativo el uso de dicho término y señala muy bien a la sociedad donde vivimos (Núñez, 2010)⁸.

Si focalizamos el campo laboral más allá de la interpretación, encontramos que la Industria ha relegado a las mujeres a trabajos de menor consideración social como son la peluquería, el maquillaje o el vestuario. Frente a esas áreas profesionales, los hombres se han hecho cargo de las relacionadas con la dirección (artística o técnica). Así lo manifiestan

⁸ T. Núñez, “Mujeres directoras de cine: un reto, una esperanza”, *Pixet Bits*, n° 34, 2010.

autoras como Aguilar (1998)⁹; Cruzado (2006)¹⁰; Guarinos (2008)¹¹ o Arranz et al, (2010)¹².

La Federación de Mujeres Progresistas lo manifiestan así de claro: “la escasez de cintas producidas, dirigidas y/o protagonizadas por mujeres es una manifestación más de una sociedad que todavía no ha completado la igualdad de oportunidades”¹³.

En la literatura podemos encontrar una expresión para señalar esa situación de discriminación laboral que afecta a las mujeres: son los denominados *guetos de terciopelo*¹⁴.

Al centrarnos en la dirección de largometrajes, tenemos que reconocer que el poder en el cine es de los hombres. No sólo porque sean más visibles, más conocidos... sino que, precisamente por serlo, les ha resultado más fácil conseguir quién produzca su proyecto. Como hemos dicho en otro momento¹⁵ los estereotipos prejuiciosos sobre la capacidad de liderazgo de las mujeres o sobre su falta de ambición han sido determinantes barreras que han funcionado haciendo percibir mayor riesgo *subjetivo* a aquellas personas que tienen en sus manos la capacidad para decidir si financiarles o no esos proyectos.

Resulta más fácil acordarse de nombres de directores de películas que de nombres de directoras. Son escasos todavía los proyectos que, con una mujer al frente, logran tener una buena financiación, lo que afecta también a la promoción. La consecuencia es que solo alguna de estas películas consigue incorporarse al mercado y, por lo tanto, pocas realizadoras son conocidas. Sin ser conocidas se complica la obtención de financiación, cerrándose el círculo. De hecho, no son pocas las directoras que han

⁹ P. Aguilar, *Mujer, amor y sexo en el cine español de los 90*, Fundamentos, Madrid, 1998.

¹⁰ M^a.A. Cruzado, “Grietas en el techo de celuloide. Directoras del siglo XXI”, en M. Arriaga et al, *Mujeres, espacio y poder*, Arcibel Editores, Sevilla, 2006, pp. 153-173.

¹¹ V. Guarinos, “Mujer y cine”, en F. Loscertales y T. Núñez (coord.), *Los medios de comunicación con mirada de género*, Instituto Andaluz de la Mujer, Granada, 2008, pp. 103-120.

¹² F. Arranz (coord.), *Cine y género*, Cátedra, Barcelona, 2010.

¹³ Unas reflexiones en profundidad la encontramos en la siguiente URL: www.fmujeresprogresistas.org/visibili.1.htm

¹⁴ Define a esos sectores laborales y profesionales que se feminizan y acaban considerándose trabajos aptos para mujeres. Conlleva un peligro real: la reducción salarial y la rebaja del prestigio profesional. En Medicina existen unos sectores feminizados: la pediatría, los análisis clínicos y la medicina de familia frente a unos sectores masculinizados (las cirugías). Lola Álvarez Morales trata el concepto y lo aplica a las empresas audiovisuales en su trabajo de Tesis Doctoral “Mujer y poder en los media: análisis cualitativo de la presencia de mujeres directivas en los media españoles (2000-2010)”.

¹⁵ T. Núñez et al, “Rompiendo barreras. Las personas y la organización en la empresa andaluza”, En A. Estebanz (coord.), *Avanzando hacia la igualdad: argumentos para el cambio*, Digital @ tres, Sevilla, 2007, pp. 71-116.

podido estrenar su proyecto porque también lo han producido.

Si miramos el panorama latinoamericano, podemos traer a colación las reflexiones de Ramírez¹⁶ quién nos recuerda las duras y directas palabras de una directora de cine cubana ya fallecida (Mayra Vilasis): “es más fácil para una mujer en Cuba ser piloto de avión que directora de cine”. También nos recuerda que Carolina Nicola es un ejemplo de cineasta cubana que ha logrado poner en marcha un proyecto; eso sí, con sus propios recursos económicos. Se trata de la película *Así de simple*, estrenada en 2007. El panorama es tan desolador que Vega (2000) toma como un éxito que entre 1980 y 1999 se hayan estrenado en Méjico veintiséis películas dirigidas por mujeres. Un dato para ser tenido en cuenta es que de 1900 a 1980 se logran exhibir catorce. Con esa medida resulta todo un éxito la década de los ochenta y noventa. No obstante, la iniciativa y el empuje son imparables. Aunque invirtiendo esfuerzo y talento, en el último quinquenio están exhibiéndose películas de gran interés y con gran respaldo como demuestran los premios. Es el caso de la peruana Claudia Llosa con *La teta asustada* (2009), película que consigue ser nominada a los Oscar a la Mejor película de habla no inglesa y obtiene en el Festival de Berlín el Oso de Oro y el Premio Internacional de la Crítica FIPRESCI. De la ecuatoriana Carla Valencia, quien también está *diciendo mucho* en el cine latinoamericano, su documental *Abuelos* (2011) ha obtenido el Primer Premio al Documental en el Festival de Cine de Biarritz. De la argentina Celina Murga, de la venezolana Alejandra Szeplaki, de la brasileña Clarissa Campolina, de la chilena M^a Paz González, la mexicana Mariana Chenillo, la venezolana Mariana Fuentes, a la brasileña María Ramos, a la paraguaya Paz Encina, a la colombiana Catalina Flores... Hay talento en la semioscuridad a pesar del reconocimiento de sus trabajos.

Los datos en el cine español son para analizarlos: en 2006 se produjeron 140 películas; de ellas, sólo 6 fueron dirigidas por mujeres (4,3%). En 2007 se produjeron ciento setenta y dos; de ellas, sólo nueve fueron dirigidas por mujeres (5,2%). En 2009 el porcentaje sube al 7%; es decir, prácticamente nos movemos en unos parámetros ridículos. Por lo tanto, decir que “el tiempo pondrá las cosas en su sitio” no resulta un argumento de peso porque no es realista. ¿Hasta cuándo habría que esperar para que exista igualdad de oportunidades en el sector audiovisual?

Haciendo un repaso por los listados de personas premiadas con los *Oscar* de Hollywood y, específicamente, los que se han dado a la Mejor Dirección, podemos comprobar que en ochenta y un ediciones nunca lo había ganado una mujer, y sólo en tres casos han conseguido estar nominadas: Lina Wertmüller, por su película *Siete bellezas* (1975), Jane

¹⁶ M. Ramírez, *Mujeres directoras de cine: ¿Así de simple?*, 2009 [En línea]. <http://www.ecaminos.org/leer.php/4563> [Consulta: 3 de febrero de 2012].

Campion, directora de *El Piano* (1993) y Sofia Coppola por *Lost in translation* (2003). Ha tenido que ser 2010 el “año de la mujer” y ahí tenemos a Kathryn Bigelow que, con la película (de bajo presupuesto) *En tierra hostil*, ha conseguido hacer historia.

4. El cine y su importancia didáctica en el tema de la violencia machista

Durante algún tiempo se consideró al cine como el máximo exponente de la huida de la realidad. Sin embargo, son muchas las personas que ahora lo consideran como testigo del mundo y, en ese sentido, se convierte en un espejo donde mirar la realidad social. Por ese motivo lo subrayamos como agente socializador de gran potencia, porque muestra modelos de comportamiento, consiguen provocar reacciones, transmite creencias, valores, movilizan deseos... influyen en las percepciones y en nuestras posiciones ante la realidad. Ayudan a construir la identidad personal y social¹⁷.

Esa visión socializadora los hace ser considerados como “pedagogías públicas”. Roxana Morduchowicz y colegas¹⁸ le conceden esa importancia al cine de manera específica (en línea). Pilar Aguilar¹⁹, por su parte, es contundente al respecto cuando afirma que “ese mundo tan radicalmente construido, tiene una gran fuerza persuasiva. Puede influirnos más que lo que nos influyen los hechos reales. Las imágenes gozan de un extraordinario poder emotivo”. Ese poder emocional, según esta investigadora, nos ciega de tal manera que hace que nos sintamos cerca de situaciones y personajes a los que racionalmente detestaríamos. Por ese motivo se debe cuidar mucho qué se dice y cómo (a través de qué imágenes). Expresamente Loza y Oro²⁰ defienden el interés didáctico del cine para trabajar valores haciendo uso de películas relacionadas con el deporte (visionadas en salas comerciales, a través del vídeo, de la televisión, del ordenador o del cualquier otra pantalla...).

Usado como herramienta didáctica, por tanto, ha venido ayudando a descentralizar el aula como único espacio en la construcción de la

¹⁷ *Idem*.

¹⁸ R. Morduchowicz et al, *El cine de animación*, 2004 [En línea] [Consulta: 25 de enero de 2012].
http://www.me.gov.ar/escuelaymedios/material/material_cinedeanimacio.pdf.

¹⁹ *Ibidem*, p. 47.

²⁰ E.Loza y C.Oro, *La educación en valores a través del deporte en el cine*, Wanceulen, Sevilla, 2011.

realidad; es decir, participa en la construcción del conocimiento²¹. Porque las películas hacen algo más que entretener: ofrecen visiones del mundo; movilizan deseos, sensaciones; influyen en nuestras posiciones y percepciones de la realidad y nos ayuda a construir la sociedad.

III. OBJETIVOS

El objetivo general que nos planteamos es triple: a) Reflexionar sobre el papel que ha tomado el cine como agente “visibilizador” del maltrato a las mujeres; b) Elaborar un listado de películas sobre violencia contra las mujeres; y c) Presentar las películas como una herramienta útil tanto para concienciar sobre la violencia de género como para la intervención social en el campo de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

1. Estudiar la violencia de género a través del cine: una revisión videométrica

Se ha realizado en primer lugar una tarea de búsqueda y selección de largometrajes exhibidos en salas comerciales para obtener el conjunto de las que han constituido la muestra documental. Para ello, se han consultado bases de datos (Ministerio de Cultura, Filmoteca Nacional, Filmoteca de Andalucía, Fundación Audiovisual de Andalucía, Portal del cine y el audiovisual latinoamericano y caribeño, etc.). La búsqueda se inició con el dato “*películas producidas entre 1995 y 2010*” en Europa, Iberoamérica, Norteamérica y otros, para el campo general, *películas sobre relaciones interpersonales violentas*, segundo campo, y *películas con presencia de mujeres violentadas o maltratadas* para el campo específico. Incluyendo tanto la violencia manifiesta como la sutil. También hemos entendido que el tema de la violencia podía aparecer como central en la narración pero también periférico (aunque con cierta relevancia).

La búsqueda videométrica nos ha proporcionado cincuenta y cinco títulos. Posteriormente hemos realizado un análisis de contenido para poder proponer películas concretas para que en grupos y colectivos específicos se pueda analizar y reflexionar sobre la violencia machista. No deja lugar a dudas la apreciación de Clemente²² de que ésta es una

²¹ I. Gordillo, “El cine como herramienta educativa en la comunicación intercultural”, en *Actas del Congreso Internacional Europa/América Latina ATEI Alfabetización Mediática y Culturas Digitales*, 2010, pp. 1-12.

²² M. Clemente, *Psicología social: métodos y técnicas de investigación*, Henderán, Madrid,

buena herramienta de investigación. Este autor afirma que “el análisis de contenido, por sus características de técnica desarrollada desde los inicios de las investigaciones sobre comunicación, se ha convertido, casi con exclusividad, en la forma de determinar la influencia que los medios de comunicación de masas ejercen sobre la conducta humana”.

Siguiendo a Bardin²³, el análisis de contenido es entendido como “el conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendentes a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (contexto social) de estos mensajes”.

2. El método de caso para intervenir en la comunidad.

De hecho, el método de caso puede ser entendido como una estrategia de intervención en una colectividad (el aula, por ejemplo). Los casos se convierten en instrumentos que provocan el análisis y la reflexión porque a través de ellos se trata de llevar un “trozo de realidad”, de llevar situaciones cotidianas a un grupo de personas específico. Asopa y Beve²⁴ lo definen como un método de aprendizaje basado en la participación, en la cooperación y en el diálogo democrático de los y las estudiantes. En esta definición se subraya la importancia de que el alumnado asuma un papel activo y cooperador para llegar a consensos y a toma de decisiones conjuntas. Y eso mismo puede hacerse extensivo al trabajo de sensibilización y de promoción de la actitud crítica con otro colectivo de personas. Es, precisamente, esta idea metodológica la que proponemos en este trabajo.

Esta perspectiva nos permite unir temáticas concretas a colectivos específicos. A ellos pueden llevarse películas que permitan propiciar el debate y la reflexión para despertar el imprescindible sentido crítico. Proponemos el siguiente protocolo de intervención: a) Elaborar los objetivos que perseguimos con el visionado; b) Seleccionar qué película –o escena- respondería mejor a los objetivos marcados; c) Medir en qué momento y en qué espacio conviene proyectarla.

Una vez cumplimentados estos tres puntos, se deben tener en cuenta tres cuestiones: a) Valorar los mensajes (qué se dice y cómo); b) Analizar

1992, p.171.

²³ L. Bardin, *Análisis de contenido*. Akal, Madrid, 1996, p. 32.

²⁴ B. Asopa, y G. Beye, *Appendix 2: The case method*, [en línea], 2001. <http://www.fao.org/docrep/W7500E/w7500e0b.htm> [Consulta: 13 de enero de 2012].

las personas (quién dice y por qué); c) Reflexionar sobre los contextos (en dónde se producen esos mensajes; dónde se establece la relación comunicativa). Esta es una información que nos facilita el análisis de contenido.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos nos permiten ofrecer los clarificadores siguientes cuadros:

1. Desde el análisis de contenido

1.1. Distribución por países

Estos primeros datos nos permiten constatar que es en Europa donde más películas se han estrenado con esta temática como punto para la reflexión. En Asia o África se producen pocas películas. Es posible que la censura impida abordar la violencia machista o es posible que ni siquiera esté definida adecuadamente y no pueda ser utilizada en la narración fílmica.

Europa	27
América	19
África	2
Asia	7
	55

España está especialmente sensibilizada; de hecho, supone el 70% del total. Por otro lado, muy interesante reconocer que de los veintisiete títulos europeos disponibles, nueve han sido dirigidos por mujeres. Es decir, el 33% de las cintas han estado en manos de directoras, rompiéndose ese

porcentaje indecente de mujeres con poder de decisión en la industria cinematográfica (que no sube del 10% cuando se valoran todas las temáticas). La conclusión más rápida es entender que la violencia machista es una situación que quieren convertir en denuncia.

Debemos aclarar que la limitación de fechas nos obliga a no incluir títulos como *Ladybird, ladybird* (Reino Unido, 1994), aunque reconocemos su interés.

Bosnia (co-producción con Austria y Alemania)	1
Reino Unido	2
España	19
Francia	2
Alemania	1
Suiza	1
Suecia	1
	27

En el cine latinoamericano está presente este tema. Llama la atención que no sea un verdadero objeto de análisis en la potente industria norteamericana. Bien es verdad que ha habido películas, como *Thelma y Louise* (1991), que se han considerado “una referencia”. Hay que hacer constar que el guion de esta cinta suscitó una importante desconfianza entre un buen número de productores y directores, lo cual hizo que tuviera inicialmente problemas para ver la luz. La polémica estaba en que dos chicas respondieran a la violencia machista con armas. Sin embargo, esta película no la hemos incluido en el listado por salirse de la fecha de análisis. Por otro lado queremos resaltar que una de las películas de producción estadounidense que hace un tratamiento de la violencia machista (aunque no sea el tema central de la narrativa), es *Locos en Alabama* (1999), de Antonio Banderas. La verdad es que en las producciones de Estados Unidos

lo que se puede encontrar con facilidad son cintas relacionadas cuyo tema central es la violencia racista.

Estados Unidos	7
Canadá (en co-producción con la India)	1
Latinoamérica	11
	19

Evidentemente el cine africano está poco desarrollado porque existe una débil industria. Como añadido, la violencia machista es posible que no se pueda ver con la suficiente distancia como para que sea tratado. De hecho, la película de Senegal *Madame Brouette* (2002), está apoyada por Canadá y Francia.

Senegal (en co-producción con Canadá y Francia)	1
Egipto	1
	2

En Asia, aunque la violencia machista no sea especialmente elegida como tema de expresión (o de denuncia), sí que debemos subrayar que tres de las cinco películas encontradas han sido dirigidas por mujeres. Por otro lado, como también ocurre en África, se tiene que trabajar en co-producción para que las cintas tengan posibilidades reales de exhibición.

La limitación de fechas nos obliga a no incluir títulos como *La reina de los bandidos* (India, 1994), aunque reconocemos su interés.

India Una de ellas en co- producción con Francia/ Italia y USA	2
Afganistán (en co- producción con Japón e Irlanda)	1
Irán (en co-producción con Francia)	3
Líbano	1
	7

1.2. El contenido

Contamos con dos tipos de películas, aquellas que incluyen algunas escenas de violencia machista y aquellas cuyo tema central es la violencia machista (sea dicha violencia explícita o simbólica).

El tema central es la violencia machista	El tema central no es la violencia machista
Simbólica	Escenas con violencia física o psicológica
Física o psicológica	
Se habla de ella pero no se ven imágenes.	

Un 15% de las películas encontradas están pergeñadas en torno a la

violencia simbólica. Un ejemplo lo tenemos en *Las chicas de la lencería* (Suiza, 2006) o en *Quiero ser como Beckham* (Reino Unido, 2002). En ambas el tema central es la violencia, aunque se realice desde una *mirada* sutil. Son dos películas aptas para todos los públicos y que se pueden aprovechar para trabajar adecuadamente el concepto de violencia implícita, que a veces es tan resbaladiza.

Existe un 15% de películas donde no se incluyen escenas explícitamente violentas, aunque los hechos narrados sí lo sean, este es el caso de la película *Lo dice Georgia* (Estados Unidos, 2007) o de la película *Por nada* (España, 2009). La trama argumental de la primera es de una adolescente que dice que su padrastro la violentó sexualmente. Se habla de ello, de las consecuencias que tiene, pero no se ven escenas violentas. La segunda es un docudrama que traslada a la ficción, a través de actrices y actores, las ideas (con palabras textuales incluso) de maltratadores condenados.

Igualmente hemos contabilizado otras películas cuyo contenido inicial no está creado en torno a la violencia aunque incluye escenas de violencia y dicha violencia se produce por una disfunción en las relaciones de poder (hombre/mujer). Es el caso de la película *Milenium. Los hombres que no amaban a las mujeres* (Suecia, 2009); es el caso de *El juego del ahorcado* (España, 2009). También es el caso de *La boda del monzón* (India/Francia/Italia/EEUU, 2001), una película cuyo tema central no es la violencia machista pero el camino narrativo lleva a hablar de abusos sexuales sobre niñas.

Aunque el porcentaje más importante, más del 50%, corresponde a aquellas películas cuyo contenido violento es el tema central de la película y es explícito (con violencia física o psicológica). Algunos ejemplos son: *Te doy mis ojos* (España, 2003); *Sólo mía* (España, 2001); *Celos* (España, 1999); *Persepolis* (Francia, 2007); *Agua* (Canadá/India, 2006); *Cicatrices* (Méjico, 2005), *Por tu culpa* (Argentina, 2010). En esta cinta encontramos violencia psicológica: son los hombres (el marido, el médico, el policía...) los que se encargan de hacer sentir culpable a una madre-trabajadora.

2. La intervención en la comunidad

Hemos realizado una experiencia piloto dentro de la asignatura *Comunicación y marketing social*, perteneciente al Máster Universitario de Intervención Social y Comunitaria que ofrece la Universidad de Sevilla. Al alumnado, después de ver algunas escenas de películas, se le pidió que elaborara (en grupos) la siguiente ficha de trabajo:

Ficha Técnica

Título:

Dirección:

Reparto:

Año de estreno:

Duración:

Síntesis:

Aspecto que permite trabajar**Objetivos****Grupo al que va destinado** (características y contexto)**Preguntas para iniciar el debate**

La evaluación posterior de la clase nos permitió conocer que los y las estudiantes de postgrado (cuyo futuro profesional está ligado a la intervención comunitaria) no sólo habían aprendido diferentes matices del concepto de *violencia de género* sino que habían entendido que el cine es un recurso muy útil para trabajar este problema social con diferentes colectivos (sensibilizándolos o para que actúe de “modo terapéutico”). A la vez también han aprendido que resulta esencial planificar su uso para aplicarlo adecuadamente a un contexto determinado.

V. CONCLUSIONES

Tomamos como inspiradoras las palabras de Lorente nombradas en la justificación de este trabajo: “si hubiera más rechazo contra el maltratador, no habría tanta violencia”. Y consideramos que el cine es un vehículo interventor de primer nivel para crear un estado de opinión sobre el maltrato y los maltratadores. El cine se convierte en una herramienta que hay que llevar (imprescindiblemente) a la comunidad (grupos de escolares, de padres y madres, de formación para la intervención, etc.) porque las historias narradas permiten poner distancia y favorecen la posibilidad de que se aborden los problemas con una necesaria perspectiva, con distancia.

TITLE

GENDER VIOLENCE IN THE MOVIES. FROM VIDEO CONTENT ANALYSIS TO PSYCHOSOCIAL INTERVENTION

SUMMARY

I. JUSTIFICATION.- II. BUDGET ITEM: 1. Preliminary matters. 2. Media and gender violence. 3. Violence against women in film: 3.1. *Women in film*. 3.2. *Violent film*. 4. The film and its importance in learning the issue of violence sexist.- III. OBJECTIVES: 1. Gender violence study through film: a review video metric. 2. The case method to intervene in the community.- IV. RESULTS AND DISCUSSION.- V. CONCLUSIONS.

KEY WORDS

Movies; Gender violence; Social intervention; Social influence; Inequality.

ABSTRACT

The socializing power of the media is undoubtedly. Mass media contribute to construct social and personal identity and influence people's values and behaviours. The field of gender violence is not an exception to this influence. In this line, the media can contribute to both promoting inequality and violence, or just the opposite, serving to promote equality and fair behaviours. In this work we analyze different ways in which gender violence is presented at the movies and how it can influence the socializing process. We also aim at presenting movies as a useful tool to raise awareness about gender violence and as a tool that we can use it for social intervention on this field.

Fecha de recepción: 10/06/2012 Fecha de aceptación: 29/06/2012

