

CAMBIEMOS EL GUIÓN

Cómo los estereotipos cinematográficos y mediáticos afectan las vidas y las ambiciones de liderazgo de las niñas


SYNTHÈSE DE LA RECHERCHE

RESUMEN DE LA INVESTIGACIÓN

Las películas más populares a nivel mundial todavía muestran un mundo dirigido por hombres, para hombres. *Cambiamos el guión* (*Rewrite Her Story*) encuentra que las películas están perpetuando estereotipos dañinos que impiden que las niñas y las jóvenes alcancen su potencial. Las mujeres y las niñas rara vez se presentan como líderes, e incluso cuando están en posiciones de liderazgo, son mucho más propensas que los hombres a ser representadas como objetos sexuales.

Este nuevo informe es la segunda fase de un proyecto de investigación que analiza el liderazgo femenino. Se centra en el papel específico de los medios de comunicación en la formación de las ambiciones y aspiraciones de las niñas para ejercer roles de liderazgo, e incluye un análisis de las 56 películas de mayor recaudación en 20 países.

“Creo que los medios tienen mucho poder sobre nuestros pensamientos y cómo vemos el mundo. Creo que juega un papel importante en mi vida”.

MUJER JOVEN, 18 AÑOS, CANADÁ

Sobre la investigación: Los datos fueron recopilados en alianza con el Geena Davis Institute on Gender in Media de la Universidad Mount Saint Mary's y Plan International. El análisis del contenido de la película fue realizado por el Instituto Geena Davis en 20 países utilizando una nueva herramienta audiovisual automática, la **GD-IQ**. La investigación también incluye entrevistas con informantes clave y discusiones de grupos focales con niñas y mujeres jóvenes en varios de los países donde trabaja Plan International.

LAS HISTORIAS QUE NOS CUENTAN

La representación de las mujeres en la pantalla, donde generalmente se muestran como secundarias con respecto a los hombres, a menudo sexualizadas y confinadas a la esfera doméstica, ha sido un problema que se ha venido desafiando durante décadas, pero se ha avanzado poco en cuanto a un posible cambio. Como lo demuestra esta investigación, los medios de comunicación, las historias que nos cuentan y las imágenes que nos rodean, todavía juegan un papel fundamental en la formación de las aspiraciones de las niñas y las mujeres jóvenes. Puede ser una herramienta en términos positivos, pero también puede perpetuar estereotipos de género dañinos: la investigación nos dice claramente que las niñas y las mujeres, como ciudadanas y ciertamente como líderes, todavía no se ven en la pantalla como iguales a los niños y los hombres.

“Porque generalmente cuando hablamos de un líder todavía encuentro un hombre. Todavía pienso en un hombre. [Esta idea] Es realmente popular... la gente piensa que los hombres son más poderosos”.

MUJER JOVEN, 21 AÑOS, VIETNAM

A lo largo de la investigación, las niñas y las jóvenes nos dijeron que no podían verse reflejadas en la pantalla; buscan modelos a seguir, que no existen, en gran medida. El análisis objetivo del contenido de la película rastreó el tiempo en pantalla, el género de los personajes y la representación del liderazgo, y sus hallazgos respaldan las percepciones de las niñas: el tiempo en pantalla lo ocupan en gran parte los protagonistas blancos y masculinos. Los cineastas también son predominantemente hombres blancos. Ninguna de las 56 películas más taquilleras fue dirigida por una mujer.

“Cuando vemos que las mujeres desempeñan papeles secundarios, las mujeres jóvenes pueden pensar que en la vida es normal desempeñar un papel secundario y perder la ambición”.

MUJER JOVEN, 23 AÑOS, SENEGAL

HALLAZGOS DE LA INVESTIGACIÓN

LAS MUJERES LÍDERES SON SEXUALIZADAS Y DEFINIDAS COMO OBJETOS DE UNA MANERA QUE LOS HOMBRES NUNCA LO SON.

- Las líderes femeninas son cuatro veces más propensas que los líderes masculinos a vestir ropa que muestra el cuerpo : 30% en comparación con 7%.
- Las mujeres líderes tienen casi el doble de probabilidades de ser mostradas parcialmente desnudas que los hombres líderes: 15% en comparación con 8%.
- Los personajes que son mujeres líderes tienen cuatro veces más probabilidades de exhibirse completamente desnudas en algún momento de la película que los hombres líderes: 2% en comparación con 0.5%.
- Las mujeres líderes son más propensas a ser objeto sexual que los hombres: 15% en comparación con 4%.
- Las mujeres líderes son más propensas a ser acosadas sexualmente que los hombres: 5% en comparación con 1%.

TENER HOMBRES LÍDERES ES LA NORMA.

En general, el 42% de los hombres, en comparación con el 27% de los personajes femeninos, se presentan en la pantalla como líderes.

- Tanto en las películas como en la publicidad, las mujeres son representadas en el hogar y no en el trabajo; son valoradas por su apariencia: una persona entrevistada comentó que un mensaje clave para las niñas y mujeres jóvenes era que *“tenemos que ser bonitas”*.

LAS NIÑAS Y MUJERES JÓVENES NECESITAN UN MODELO A SEGUIR.

- En todos los países participantes, las niñas y las jóvenes creían firmemente que cuando no pueden ver a las mujeres como líderes en las pantallas o no pueden identificar modelos positivos, pierden confianza y ambiciones. Esto es aún más grave para las mujeres de color.

“Creo que especialmente para las mujeres y las niñas de color, si no tienes un buen ejemplo o un ejemplo fuerte [de mujeres en el liderazgo]... probablemente tendrías interrogantes sobre si puedes llegar a la cima”.

MUJER JOVEN, 23 AÑOS, PAÍSES BAJOS

- Las niñas y las mujeres jóvenes también querían más diversidad en la pantalla: ver sus propias vidas reflejadas en las películas y en los programas que ven.

“Como minoría visible, puedo decir que nunca vi a nadie en la pantalla que se pareciera a mí. Creo que es una narrativa dañina, que las niñas jóvenes están creciendo y nunca se ven a sí mismas en la televisión”.

NIÑA, 17 AÑOS, CANADÁ

“Las mujeres y las niñas en general se ocupan del hogar y “lucen bien” y cosas así... simplemente haciendo las cosas básicas que la gente espera que haga una mujer. Realmente no veo mujeres haciendo nada fuera del estereotipo”.

MUJER JOVEN, 18 AÑOS, CANADÁ

“Podríamos cambiar estos estereotipos sobre el rol de liderazgo y cómo se debería ver... las mujeres pueden defenderse solas y asumir el liderazgo, y yo creo que eso podría ser muy inspirador para las mujeres jóvenes”. MUJER JOVEN, 24 AÑOS, PAÍSES BAJOS

RECOMENDACIONES



Para serlo, deben verlo.

Hacer que las historias sobre el liderazgo femenino sean visibles y normalizadas. Las historias deben fomentar las aspiraciones y ambiciones de las mujeres jóvenes, no socavarlas.



Detener la sexualización y la objetivación de las mujeres y niñas en la pantalla y garantizar que el contenido no discrimine o refuerce los estereotipos y los comportamientos negativos.



Financiar a las cineastas, a las mujeres que crean programas y a las productoras de contenido. Invertir más tiempo y presupuesto en las mujeres y niñas como narradoras, al mismo tiempo que se aborda el acoso y la discriminación en el lugar de trabajo, para alentar a las niñas y mujeres a ocupar puestos clave en la industria de los medios.