

# Treball de fi de grau

## Títol

La dona animada: Anàlisi de la representació dels personatges femenins en els dibuixos animats infantils

## Autor/a

Laura Serrano Bazaga i Marina Piqué Martínez-Quintanilla

## Tutor/a

Matilde Delgado

## Grau

Comunicació Audiovisual

## Data

23/5/18

## Full Resum del TFG

**Títol del Treball Fi de Grau:** La dona animada: Anàlisi de la representació dels personatges femenins en els dibuixos animats infantils

**Autor/a:** Marina Piqué Martínez-Quintanilla i Laura Serrano Bazaga

**Tutor/a:** Matilde Delgado

**Any:** 2018

**Titulació:** Grau de Comunicació Audiovisual

### Paraules clau (mínim 3)

**Català:** Gènere, nens, TV, estereotips, Espanya, dibuixos animats

**Castellà:** Género, niños, TV, estereotipos, España, dibujos animados

**Anglès:** Gender, children, TV, stereotypes, Spain, cartoons

### Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

**Català:** Aquest projecte conjunt en forma d'assaig visual busca reflexionar sobre el tractament que es fa de les qüestions de gènere en els dibuixos animats infantils. Recolzant-nos en la força del llenguatge visual, volem realitzar aquest treball de reflexió i investigació, de manera que el resultat final esdevingui un banc de proves sobre la situació actual dels estereotips de gènere vinculats a la TV dirigida a infants.

**Castellà:** Este proyecto conjunto en forma de ensayo visual busca reflexionar sobre el tratamiento que se le da a las cuestiones de género en los dibujos animados infantiles. Apoyándonos en la potencia del lenguaje visual, queremos realizar este trabajo de reflexión e investigación, de manera que el resultado final se convierta en un banco de pruebas sobre la situación actual de los estereotipos de género vinculados a la TV dirigida a los más pequeños.

**Anglès:** The present project is a visual essay that intends to shed light on the treatment of the gender issues on the cartoon, specifically about the representation of woman characters. Taking the visual language as our main power, we developed this research work with the intention to collect a wide range of proofs which reflects the current situation of gender stereotypes on TV contents for children.

# ÍNDEX

1. Introducció .....	2
1.1 Presentació i objectiu general .....	3
1.2 Justificació .....	4
1.3 Estructura .....	6
2. Marc teòric .....	7
2.1 Estudis de gènere i televisió .....	7
2.2 Estudis de gènere i televisió infantil .....	9
2.3 La dona definida .....	13
3. Aspectes metodològics .....	18
3.1 Objecte d'estudi .....	18
3.2 Objectius .....	18
3.2.1 Preguntes d'investigació .....	19
3.3 Investigació documental .....	19
3.4 Anàlisi de contingut .....	19
3.4.1 Mostra .....	20
3.4.2 Unitat d'anàlisi .....	22
3.4.3 Fitxa d'anàlisi .....	23
4. Resultats .....	29
4.1 Atribució de rols .....	29
4.2 Expectatives de comportament .....	30
4.3 Comunicació .....	32
4.4 Estètica .....	33
4.5 Territori social i professional .....	35
4.6 Responsabilitats .....	36
5. Producció de l'assaig visual .....	37
5.1 Tractament i estructura .....	37
5.2 Assaig visual: La dona definida .....	39
6. Conclusions .....	40
7. Referències bibliogràfiques .....	45

# 1. INTRODUCCIÓ

La socialització és el procés mitjançant el qual els membres d'una comunitat incorporen a la seva personalitat els valors i les normes de conducta de la cultura que els hi és pròpia (J. Andréu Abela, 2003). És precisament la interacció de l'individu amb agents externs la que permet aprendre i assimilar aquests elements socioculturals. Si bé el procés de socialització es desenvolupa en el transcurs de tota una vida, la infància té una importància cabdal en la introducció de l'individu a la societat. En aquest aspecte, la influència dels mitjans de comunicació en general, i de la televisió en particular, s'han disparat convertint-se en importants agents socialitzadors.

En un món globalitzat i en constant canvi on els mètodes tradicionals d'aprenentatge social han quedat desfasats, els mitjans de comunicació han modificat la nostra experiència d'espai i temps, mostrant-nos en qualsevol moment fins a l'últim indret del planeta. Són moltes les persones que entenen la televisió com un testimoni, un mirall on contemplar la realitat social. Tanmateix i tal com exposa Núñez Domínguez (2008:140), els continguts d'entreteniment són el resultat d'una cadena de decisions que converteixen a l'espectador en un observador passiu d'una determinada representació de la realitat: d'una aproximació o d'un punt de vista. En aquest context, apareix l'estereotip com una eina de simplificació i de categorització que reproduïx un conjunt de creences sobre els membres d'un grup social. El gènere ha estat un dels elements més simplificats. De tal manera que s'han fomentat els estereotips que conformen expectatives entre homes i dones (Trinidad Núñez, 2008:141).

Com s'ha comentat anteriorment, els infants troben en la televisió models i patrons de conducta que l'introdueixen en l'imaginari social. És imperatiu, doncs, que ens preguntem quins són els valors que se'ls transmet i quins estereotips de gènere es perpetuen des d'aquest agent socialitzador de manera implícita o a través del comportament i/o representació de certs personatges.

## 1.1 PRESENTACIÓ I OBJECTIU GENERAL

Des de fa dècades, investigadors de tot el món han insistit en la problemàtica social que suposa la infrarepresentació de la dona als mitjans de comunicació. No descobrirem res de nou si afirmem que es tracta d'un problema que ve de lluny i que cal resoldre amb urgència; tan sols es tracta d'una reafirmació. Moltes coses han passat des que aquests primers estudis posaven la qüestió en el punt de mira i assentaven les bases per al canvi. Tanmateix, nosaltres ens preguntem si realment hem estat capaços de transformar els mitjans i de deixar enrere la desigualtat de gènere. A primera vista ens podria semblar que, en l'àmbit televisiu, han augmentat el nombre de personatges femenins en escena, fet que ja suposa un avenç en relació amb el plantejament d'anys anteriors. Ara, però, sembla que el problema ja no és tant quantes dones apareixen sinó de quina manera ho fan.

En aquest sentit, hem de pensar en els més menuts. És una realitat que els infants construeixen les seves creences a partir de les seves experiències vitals, però també a partir de l'observació d'agents externs que influeixen en la seva manera de veure el món (Dawn, E.E. & Descartes, L. & Collier-Meek, M.A., 2011). Això es fa evident, si en la nostra vida diària tractem amb nens i nenes. En el nostre entorn trobem exemplificador el cas de la Júlia, que el passat Nadal va descobrir el gran secret familiar, que els reis són els pares. Quan va assabentar-se, el primer que va fer va ser compartir amb una companya de l'escola la notícia però, a l'hora de sopar, va veure que per la televisió uns senyors parlaven dels reis i que donaven per fet que eren personatges reals. La seva conclusió va ser que, si per la televisió deien que sí que existien, ella s'equivocava perquè per "a la tele ningú diu mentides". En aquest cas, doncs, podem dir que la Júlia va donar més credibilitat a la televisió que a la seva experiència personal.

Aquestes dues idees conformen el punt de partida del nostre treball. Tenint en compte la influència que els continguts televisius tenen en els infants, hem decidit analitzar, des d'una òptica de gènere, els dibuixos animats de més èxit. D'aquesta manera, plantejem una proposta d'anàlisi de contingut en el qual el

resultat s'exposarà en forma d'assaig visual. Ens recolzem en la força del muntatge com a eina per treure a la llum els missatges estereotipats i inadequats que els canals de televisió infantil transmeten sobre les dones. Es tracta d'un mètode que requereix d'una àmplia tasca de recopilació i d'un gran esforç d'estructuració, ja que l'objectiu final del muntatge és fer evidents certs missatges que en el transcurs d'un episodi poden passar per desapercebuts.

## **1.2 JUSTIFICACIÓ**

Actualment, la igualtat de gènere s'ha convertit en una lluita indefugible de la nostra societat que ocupa els carrers i les portades dels diaris. Encara que s'ha avançat molt en la reivindicació per aconseguir el canvi, ens queda un llarg camí per recórrer fins assolir la veritable transformació.

Així doncs, sempre que ens plantejem les vies d'acció més importants per assolir aquest objectiu, les noves generacions esdevenen un punt d'inflexió de gran rellevància. Aquestes es poden entendre com la llavor a partir de la qual creix la planta. Una metàfora que exemplifica la llavor com un inici des del qual es pot començar de zero i reeducar socialment, per tal de tallar el problema d'arrel en favor de la comunitat. Les noves generacions són una assegurança de manteniment. Hem d'assegurar-nos que els més menuts reben una millor educació en qüestió de gènere que s'adeqüi als nous temps i que deixi enrere missatges i estímuls impropis que han de quedar en el passat. Les generacions adultes, que hem rebut una altra educació, hem de realitzar ara un gran esforç conscient i deliberat per tal d'acabar amb les creences que tenim més aferrades, posant constantment en dubte les pressuposicions que tenim sobre els homes i les dones. Per nosaltres, lluitar contra aquelles creences que tenim implantades des de ben petits és tan difícil com necessari. Tanmateix, encara som a temps d'aconseguir una nova generació capacitada per defugir els estereotips de gènere i dotada d'una mirada crítica, fet que significaria una evolució molt gran. Es tracta d'una qüestió d'interès general, perquè no haurà servit de res l'esforç si les noves generacions creixen rebent a través del televisor els mateixos estímuls socioculturals que nosaltres estem combatent.

En aquest sentit i com ja apuntàvem, per a realitzar aquest exercici hem de tenir en compte els estímuls més directes que reben els infants i diferenciar, d'entre tots, quins són els que tenen més influència sobre la construcció de la seva visió de la realitat social. Encara que s'ha de tenir present que existeixen diversos agents socialitzadors potents, en aquest treball ens centrem en la televisió per formar part del nostre camp d'especialitat i/o d'actuació, el del món audiovisual.

A més a més, la potència de la televisió com agent sociocultural és fàcilment perceptible, de la mateixa manera que ho és la seva capacitat per influenciar en l'educació dels nens i nenes.

És destacable, en aquest sentit, com els canvis en l'estructura televisiva han afectat al contingut infantil. Les cadenes generalistes espanyoles, que han abandonat l'opció d'emetre programació infantil, han relegat aquests continguts a cadenes temàtiques i en aquests nous canals, trobem que la graella ha apostat fortament pels dibuixos animats d'entreteniment, de tal manera que ha minvat la quantitat de programes nítidament educatius (Prado E., Delgado M. 2010:52), quedant alguns casos excepcionals com l'InfoK. Es fa evident, doncs, la necessitat de les cadenes d'aconseguir audiència. I probablement, la quasi desaparició del contingut educatiu en vers al creixement dels programes d'entreteniment són la conseqüència d'aquesta obsessió pels números elevats de *share*.

Creiem que aquest fenomen s'ha de tenir present quan parlem de l'educació dels més petits. La tasca educativa dels continguts d'entreteniment és més difícil de valorar, ja que és menys evident i es limita a determinades accions d'alguns dels seus personatges, fet que també és més difícil de discernir per als nens i nenes. Ells miren la pantalla i gaudeixen, no qüestionen. Si veuen una noia que s'aprofita dels altres per aconseguir els seus objectius, no es plantegen si allò que els hi estan explicant és bo o dolent. Simplement, ho assumeixen; de manera que la constant exposició a aquest tipus de missatges, pot afectar a la seva expectativa de la dona.

Per tots aquests motius, trobem interessant i important analitzar aquests dibuixos animats per saber com representen el gènere i descobrir si estem

preparats per fer créixer aquestes noves generacions que constituïran una nova societat igualitària en matèria de gènere. O per contra, preocupar-nos per transformar els continguts amb l'objectiu d'aconseguir que s'adaptin a les demandes del món actual.

### **1.3 ESTRUCTURA**

L'estructuració del present treball està dividida en tres apartats diferenciats. En primer lloc, tenim el marc teòric que s'ha realitzat a partir d'una investigació documental a través de la qual hem recuperat alguns conceptes relacionats amb les qüestions de gènere que sovint indueixen a error i investigacions acadèmiques anteriors. A més a més, a partir de la tasca de documentació i abans de realitzar l'anàlisi, ens ha semblat interessant afegir un petit recull de com, des de la producció dels mateixos dibuixos animats, l'enfocament és erroni. Hem comprovat com la definició teòrica dels personatges femenins que trobem en les pàgines web d'alguns canals de televisió, ja apunten a una representació de la dona estereotipada.

A continuació i després de l'exposició dels aspectes metodològics del present treball, s'ha escollit l'anàlisi de contingut com a mètode de recollida d'informació. És a dir, realitzem una lectura visual de la mostra escollida dels quatre canals de televisió a partir d'una fitxa d'anàlisi de creació pròpia. L'apartat de *Resultats* és on s'exposen les dades més rellevants i/o sorprenents que s'han extret de l'estudi de les sèries en qüestió.

A partir d'aquestes dades, realitzarem una tasca de recopilació i d'estructuració de fragments de vídeo que té l'objectiu d'exposar els resultats obtinguts en forma d'assaig visual. És en aquest punt quan ens trobem amb el tercer i últim apartat del treball escrit on explicarem breument la producció de l'assaig, desenvolupant el tractament i l'estructuració que li hem donat la nostra peça audiovisual.



## 2. MARC TEÒRIC

### 2.1 ESTUDIS DE GÈNERE I TELEVISIÓ

És important tenir en compte que el concepte de gènere es refereix a la construcció sociocultural que defineix els rols propis d'homes i de dones. És a dir, es tracta d'un concepte definit únicament per la societat i sense significació biològica. Encara que comunament es consideri una classificació de sexes, es tracta d'una significació que va molt més enllà. Existeix doncs, una problemàtica que relaciona la condició biològica amb una sèrie de pautes de comportament. A partir d'aquestes pautes es determina quines són les tasques i el paper social que pertocuen a cada gènere. És en aquest punt quan apareixen els estereotips de gènere que podríem considerar imatges generalitzades i preconcebudes sobre la conducta d'homes i de dones. Segons els estereotips de gènere, l'home acostuma a ser independent, mancat de sensibilitat, experimentat, lògic, agressiu, dominant i segur d'ell mateix. Mentre, la dona tendeix a ser dependent, sensible, emocional, delicada, dèbil, insegura i submissa. "Este proceso de estereotipia conduce, en muchas ocasiones, a prejuicios sociales" (Loscertales i Núñez, 2005:32).

Aplicades a la vida quotidiana, aquestes conductes altament diferenciades adjudiquen a cada gènere posicions diferents. És el cas del territori social, liderat històricament pel gènere masculí que es posiciona en l'escenari públic i exterior al cercle íntim i familiar de la llar. El femení, en canvi, limita el seu protagonisme als espais tancats i privats. Aquesta casuística es dona també en el món laboral, en el qual existeix una dicotomia evident on els alts càrrecs encaixen més en l'actitud estereotipada del gènere masculí, i els càrrecs més baixos, amb la conducta estereotipada del gènere femení.

En aquest context, la televisió, que forma part de l'anomenada indústria cultural, es converteix en un veritable agent socialitzador que coopera en la construcció de la identitat sociocultural dels seus espectadors. La televisió es presenta com un aparell de creació i representació de la realitat i dia rere dia, duu a terme una tasca de normalització i naturalització. En l'actualitat no és possible desvincular la nostra cultura dels mitjans de comunicació de masses.

Així doncs, hem de considerar el televisor com un transmissor de la societat, un portaveu de tots els seus símbols culturals. “Pero *la tele* también tiene una parte oscura. Está tan presente en nuestra vida que ha llegado a modificar hábitos de comportamiento” (Loscertales i Núñez, 2005:33) i els estereotips de gènere, que l’espectador rep com a part del missatge global, són un clar exemple. És cert que com a espectadors podem qüestionar i elaborar una resposta crítica al contingut que arriba a les nostres cases, però tant sols es tracta d’una resposta individual. El missatge televisiu, però, no només arriba a la nostra llar sinó a milers d’elles i, per tant, mai hi haurà un equilibri de poder entre la força del missatge mediàtic i la resposta personal del televident. En paraules de Loscertales i Núñez (2005), sovint “la audiencia parece que no sabe comportarse selectivamente frente al medio y se deja arrastrar por una especie de adicción más emocional que cognitiva”. A diferència d’altres mitjans de comunicació, la televisió es nodreix principalment del poder de la *imatge fascinadora* (Loscertales, 2007:98) i forma part de l’anomenada cultura audiovisual. “Y así, junto a las culturas que se basan en la palabra, en el discurso lógico y reflexivo, más difíciles de adquirir, aparecen, vivas y pujantes, las basadas en la imagen, cuyos contenidos son de adquisición rápida e intuitiva porque van directamente a los sentidos”.

Cal destacar que la força de la televisió recau en l’estreta relació que té amb els seus espectadors. Es tracta d’un vincle quotidià i molt íntim, no només per la seva representació de la realitat social i cultural, sinó per la seva presència en la privacitat de la llar. Segons estadístiques oficials (2018), la mitjana de temps diari que els espanyols van passar davant del televisor l’any 2017 és de 240 minuts per persona, el que equival a un total de 4 hores diàries. Molt sovint i en la majoria de les unitats familiars, el televisor es configura com un element més amb opinió pròpia i té una potència rellevant en les converses que s’esdevenen durant els àpats, quan la família tendeix a reunir-se. D’aquesta manera, es converteix en una eina de socialització dins la llar i és, en gran part, aquesta intimitat la que propicia l’acceptació dels estereotips de gènere d’una manera tan natural i senzilla.

Virginia García Beaudoux (2014), consultora i investigadora en Comunicació, explica en el seu article algunes de les representacions estereotipades de gènere que es transmeten a través de la televisió. L'autora apunta que, encara que demogràficament hi ha més dones que homes, en els programes de *prime time* apareix un percentatge de tres protagonistes masculins per cada personatge femení. A més a més, recalca que aquesta tendència arriba fins i tot als dibuixos animats, incloent-hi els personatges de naturalesa animal. Segons les seves investigacions, les dones en televisió tenen fils narratius i personalitats convencionals i es fa més èmfasi en la seva vida privada i sentimental que no pas en la seva carrera professional. García Beaudoux desenvolupa el cas de l'estat civil, conclouent que es desconeix la vida sentimental d'una tercera part dels homes que apareixen en el mitjà televisiu, mentre que és d'ordre públic si estan casades o no més del 50% de les dones. Pel que respecte al matrimoni, també mostra una dada molt interessant: la televisió presenta l'enllaç matrimonial com a quelcom negatiu pels homes i positiu per les dones.

A més a més, apunta que apareixen característiques negatives al voltant d'aquells personatges femenins que se surten del rol estereotipat, ja que se les mostra amb escletxes ètiques i/o morals i se les dibuixa com a figures calculadores i sense escrúpols. Pel que respecte a l'edat, explica que la majoria de dones que apareixen en televisió tendeixen a formar part dels grups més joves d'edat, encara que finalment acaben envellint més de pressa que els homes.

Així doncs, és evident la potència socialitzadora i transmissora de la televisió i com el seu missatge està impregnat d'estereotips de gènere que s'arrelen en l'imaginari social de cadascun dels televidents, amb molta naturalitat i poca oportunitat de resposta.

## **2.2 ESTUDIS DE GÈNERE I TELEVISIÓ INFANTIL**

Tot i que a *Estudis de gènere i televisió* ja hem remarcat la potència socialitzadora d'aquest mitjà de comunicació de masses, volem tornar a

emfatitzar la seva rellevància en la creació de valors i creences. Són molts els autors que han albirat aquest poder. El mateix Rocher va afirmar que mitjans de comunicació com la televisió “suggereixen, proposen i transcriuen models, valors i ideals susceptibles d’imposar-se amb major força i persuasió si són presentats en un context dramàtic o emotiu que contribueixi a inhibir el judici crític” (1989:158). Bandura també exposava que el contingut televisiu ofereix models a imitar, intrínsecs en el seu missatge; i Gerbner assegurava que la nostra percepció de la realitat social està clarament influenciada per les imatges que configuren aquest mateix contingut. Així doncs, cal recordar que els mitjans de comunicació sempre duen a terme una tasca educativa, no només en aquella programació formativa sinó també en la d’entreteniment. Com sosté Margarita Rivière, els mitjans de comunicació ofereixen una educació permanent i omnipresent.

És particularment important el cas de l’audiència infantil. Un estudi publicat a la revista *Science* (2017) en el que van participar fins a 400 nens i nenes, demostra que els estereotips de gènere penetren en l’imaginari dels infants des de ben petits. “These findings suggest that gendered notions of brilliance are acquired early and have an immediate effect on children’s interests”. Específicament, l’estudi es basa en la percepció que els mateixos nens tenen de la genialitat i la intel·ligència com a habilitats pròpies d’un o altre gènere. D’aquesta manera, explica “the study reported here show that, by the age of 6, girls are less likely than boys to believe that members of their gender are “really, really smart”—a child-friendly way of referring to brilliance” que en les primeres etapes vitals, els infants construeixen la seva identitat de gènere bastant-se no només en les seves experiències personals sinó també a través d’altres agents de socialització com és el cas dels mitjans.

Actualment hi ha molts estudis fonamentats en les pel·lícules *Disney* i les princeses que les protagonitzen. “Gender Role Portrayal and the Disney Princesses” és un dels molts anàlisis que s’han realitzat sobre el contingut infantil d’aquesta important productora. En l’article, les autores England, Descartes i Collier-Mekk, expliquen que les imatges dels estereotips de gènere acostumen a ser interpretades com a “normals” per part dels infants, que

acaben associant aquestes creences amb els conceptes de comportament i moral. Posen un exemple molt evident: quan un nen o nena veu un antagonista il·lustrat a través d'una transgressió del que s'entén com a gènere tradicional (un antagonista masculí afeminat), l'infant acaba desenvolupant connexions negatives entre la maldat i l'actitud afeminada.

Altres estudis conclouen que es produeix una clara estereotípia dels gèneres en les pel·lícules *Disney*, en les quals la dona sempre juga el rol de princesa delicada i emocional i queda relegada a un segon pla quan l'home es converteix en l'heroi fort i valent que les salva de la "mala vida".

Si a aquesta informació hi incorporem als resultats d'altres estudis en els quals queda palès que el nombre d'hores que els infants d'edat escolar passen davant de la televisió és major que el temps que inverteixen als centres escolars (Bermejo i Cabrero, 1998), s'evidencia que els infants esdevenen víctimes potencials per l'adquisició de tals missatges. Conflueixen tres factors determinants: es tracta d'un espectador que es troba en la principal etapa d'aprenentatge, que inverteix una gran quantitat de minuts davant del televisor i que no disposa de les eines necessàries per discernir entre allò que és apropiat i allò que no ho és.

A partir d'aquesta informació vinculada al contingut televisiu i als infants, ens hem centrat en la investigació de Trinidad Núñez i Felicidad Loscertales (2009). En una anàlisi extensa sobre els mitjans de comunicació i la seva perspectiva de gènere, les autores identifiquen i defineixen els estereotips més recurrents en els mitjans i que tenen prioritat en l'argument, el tractament i el disseny dels personatges que hi apareixen.

- *Atribució de rols*: la definició de rols en funció de determinants biològics.
- *Expectatives de comportament*: s'atribueixen característiques psicofísiques diferents als homes i a les dones. S'espera que el sexe determini la forma de ser i la forma d'actuar.
- *Característiques físiques*: l'aspecte físic és l'estereotip visualment més evident. Reprodueix el prototip de dona jove, bella i esprimatxada.

- *Territori social i professional*: defensa la pertinença al món públic o al món privat en funció del sexe. És a dir, el món públic pels homes i el món privat per les dones.
- *Responsabilitats*: relacionat amb l'estereotip anterior, trobem les responsabilitats assignades a la dona que giren al voltant de la llar i de la criança i cura dels joves de la família i, més recentment, dels ancians.

Loscertales i Núñez (2009) analitzen dibuixos animats com *Los Simpson* o *Shin Chan*. En termes generals i encara que es tracta de produccions de països i cultures diferents, ambdues sèries posicionen la dona dins de la llar i l'home egoista, alcohòlic i lliure de responsabilitats com a cap de família. De l'anàlisi extreuen que "aquí no hay nuevos modelos de mujer y nuevos modelos de hombres sino figuras caducadas, potencialmente perjudiciales para la salud psicosocial de cualquier persona, y en concreto de un grupo de personas claramente vulnerable; la infancia y la adolescencia".

Altres autors han aproximat aquesta preocupació manifesta al cas de l'audiència infantil. Eva Espinar Ruiz realitzava ja l'any 2007 una anàlisi de contingut més acurat sobre la programació televisiva per a nens. Escull el mètode quantitatiu i exposa a través de taules l'evolució de la representació de sexes en les darreres dècades i les diferències entre els països de producció. En aquest sentit, l'estudi explora els clàssics estereotips que representen a la dona més jove i més emotiva que no pas l'home. L'emotivitat és clarament una condició de la dona que expressa obertament els seus sentiments, en alguns casos de manera arbitrària i/o desmesurada. És cert que apareixen en escena personatges masculins sensibles però el tractament que se'n fa acostuma a presentar aquesta característica com un fet del qual cal avergonyir-se'n.

D'altra banda, el seu article realitza una sèrie de noves aportacions a destacar. "Es más probable que las protagonistas femeninas cuenten con poderes sobrenaturales o mágicos y menos probable que se caractericen por la inteligencia o la posesión de amplios conocimientos sobre alguna materia concreta". Espinar Ruiz interpreta d'aquesta manera la primera variable que incorpora a la discussió de gènere. En els dibuixos animats on trobem històries

imaginatives i poc convencionals, als personatges femenins se'ls atorga aquelles habilitats relacionades amb la màgia, una habilitat innata que no prové ni de l'esforç ni de l'experiència. A l'hora d'afrontar un conflicte, aquestes dones recorren als seus poders sobrenaturals en contraposició als homes que, segons l'estudi, disposen d'un major grau d'intel·ligència i d'amplis coneixements.

En aquesta primera taula no es fa referència sobre si aquestes destreses s'utilitzen per a fer el bé o per a fer el mal. Tanmateix, més endavant s'especifica que en el cas dels antagonistes és destacable "cómo aumenta la probabilidad de que, siendo mujer, la justificación de la antagonista sea simplista: 'es mala y ya está'". En canvi, quan aquest rol l'ocupa un personatge masculí es fa patent una preocupació per legitimar el seu comportament o, si més no, per generar cert grau d'empatia amb l'espectador.

### **2.3. LA DONA DEFINIDA**

El llenguatge verbal es converteix en el protagonista d'anàlisi a l'estudi de *Arrinconando estereotipos en la televisión. Un análisis transnacional* (2005). Núñez i Loscertales exposen la idea que el llenguatge que s'utilitza en els mitjans de comunicació per referir-se a la dona modifica també la imatge que es manifesta del gènere. Les autores observen que els atributs que s'atorguen a la figura femenina amb un valor positiu són, per exemple, el fet de ser amable, bona, solidària, profunda, justa o femenina, mentre que també es considera depressiva, seria, solitària, malhumorada, orgullosa o freda. A més a més, també parlen de la importància que se li dóna a l'aspecte físic i l'estètica femenina. Segons l'anàlisi, es valoren positivament aquelles dones joves, belles i esveltes. Per contra, els personatges femenins considerats envellits, lletjos i grassos són menyspreats pels mitjans. D'aquesta manera, conclouen que la dona té una vida curta i/o fugaç en la televisió, perquè arriba una edat en la que es torna invisible pels mitjans de comunicació.

Explorant sobre material potencial per a l'anàlisi, hem descobert les pàgines web de *Boing*, *Super3*, *Disney XD* i *Clan TV*. Posseeixen una estructura molt

senzilla i interactiva, amb apartats lúdics i d'altres més aviat descriptius i referits a informar sobre la programació. L'estètica colorida i la usabilitat conviden clarament al públic infantil.

Tot i que no totes les web tenen una secció extensa sobre l'argument de cada sèrie animada i els personatges que la protagonitzen, hem pogut observar que les que descriuen els seus personatges enfoquen erròniament la representació de la dona des de les primeres fases de producció, ja que la pròpia definició del personatge ja manifesta estereotips de gènere. En aquest sentit, és exemplificador el cas de la pàgina web de Boing i respectivament de les dues sèries de la cadena que hem escollit per la mostra: *Doraemon* i *El mundo de Gumball*.

Encara que existeixen altres protagonistes femenins com la Tamako, més coneguda com la "mare d'en Nobita" perquè gairebé mai es pronuncia el seu nom, només es descriuen la Shizuka i la Dorami. Sobre la Shizuka diu:

"Shizuka es inteligente, dulce y amable. Dicho así puede parecer sosa, pero si no fuera por ella la pandilla sería más desastre aún. Si le preguntas a Nobita quién es la chica de sus sueños, ¡seguro que dice que es ella!"

Es tracta d'una definició clarament estereotipada i tradicional. La noia, que forma part d'un grup de nois, és la persona "intel·ligent, dolça i amable" que ells necessiten i, per si fos poc, afegeix que ser d'aquesta manera la podria fer insubstancial i entenem que avorrida.

A continuació, matisa el seu rol de responsabilitat dins de la colla, que tractant-se d'un grup de nens de la mateixa edat tant sols es justifica per la seva condició diferenciada, ser la noia del grup. I, per acabar, finalitza la construcció del personatge destacant que en Nobita, el protagonista, la considera la noia dels seus somnis de tal manera que l'idealitza. Mentrestant, la resta dels personatges es descriuen a través de les seves qualitats, que poden ser positives o negatives, però que són seves. En el cas de la Shizuka, en canvi, es dóna prioritat a com en Nobita la veu.



Pel que respecte a la Dorami, trobem de nou la simpatia com a qualificació destacable però, a diferència de la Shizuka, ella és divertida i no pesadament responsable.

A *El mundo de Gumball*, apareixen més personatges descrits, concretament 8 dones definides que encara s'endinsen més profundament en l'estereotipació de gènere. Reproduïrem alguns dels exemples i la primera d'elles és l'Anaís:

“A pesar de ser una encantadora conejilla rosa de 4 años tiene un cerebro privilegiado. La hermana de Gumball es muy inteligente, aunque a veces pase desapercibida porque... ¿quién va a escuchar a una pequeña coneja rosa?”

La utilització d'aquestes paraules denota una clara intenció de relacionar l'estètica amb les capacitats intel·lectuals. De la definició podem extreure que la caracterització física del personatge fa que no sigui pres seriosament quan es parla d'enginy i d'intel·ligència.

“Carrie es una fantasma depresiva y lánguida, pero en realidad no tiene ningún motivo para estar depre todo el tiempo”.

En aquest personatge conflueixen dues de les tesis que defensa l'autora Espinar Ruiz (2007). Per una banda, trobem que la Carrie és la personificació de l'estereotip de dona emotiva, incapaç de controlar els seus sentiments, ja que no hi ha cap característica d'ella a destacar més enllà de la seva “depressió”. I, d'altra banda, el fet que no es justifiqui el seu estat d'ànim sinó, tot el contrari, hi ha un afany per il·legitimar el seu comportament.

Podríem dir, en canvi, que en el cas de la Masami, el seus actes sí que estan justificats en la mateixa definició de la pàgina, encara que l'explicació no deixa a la noia en bon lloc.

Masami la nube es la hija de un rico propietario de una fábrica de arcoiris. Tiene muchas rabietas y amenaza para que despidan al padre de alguien a menos que se salga con la suya. Pero en el fondo es una chica solitaria enamorada de Alan, aunque no correspondida.

D'aquesta definició entenem que la Masami és una noia rica però ressentida, ja que allò que realment vol a la vida és inabastable: el seu estimat. Per aquest motiu, dedica el seu temps a aconseguir tot allò que sí que està a les seves mans, refugiant-se a l'ombra del seu poderós pare milionari.

La madre de Gumball es la única persona responsable en la familia, es la que trae el pan a casa, la que lleva los pantalones y la que lo arregla todo. Es tan amante de la diversión como estricta y no soporta que nadie se meta con su familia.

És interessant el cas de la Nicole que difon un nou model de dona moderna i empoderada que, ja avisaven Loscertales i Núñez (2009), s'estava convertint en un nou estereotip. Les autores afirmen que "tiene, además, la falacia de ser una muestra de apoyo a la liberación de la mujer". Nicole encaixa a la perfecció en aquest prototip que presenta una dona treballadora que ocupa llocs públics, històricament associats a l'home, però que en cap cas pot renunciar a la seves responsabilitats de criança i de cura de la llar. "Se percibe que se entiende la liberación de las mujeres [...] como el hecho de que se le presten las ayudas y asistencias necesarias para que pueda tener una profesión y compatibilizarla con esas funciones a las que no puede renunciar (parece que "por imperativo biológico")".

A més a més, en el cas de *El asombroso mundo de Gumball*, hem d'afegir la incapacitat del pare per a fer res de profit. Encara que no es tracta d'una dona, creiem que la definició del pare serveix com a comparativa. Així doncs, d'en Richard sabem que:

"No está hecho para trabajar, así que se queda en casa "cuidando de los niños" (pasa la mayor parte del día jugando a los videojuegos y viendo la tele). Esto no significa que no sea un buen padre. Quiere a sus hijos más que a nada en el mundo. Es bien intencionado y comprensivo, es sólo que no está preparado para trabajar".

A banda del fet que la seva conducta està clarament justificada, també cal remarcar que degut a la situació familiar la mare està "obligada" a treballar. El rol mandrós i immadur del pare el converteix en una càrrega més per la mare que no només ha de cuidar dels seus fills i de la casa sinó també del seu marit.

La Srta. Simian es una profesora listilla con cara de pocos amigos que lleva dando clases de secundaria unos 300.000 años. Es egoísta, injusta y está cubierta de pelo. Odia a Gumball y aprovecha cualquier oportunidad para frustrar sus planes, humillarle en clase y hacerle la vida imposible.

La Srta. Simian és l'únic personatge femení que està vinculat a una professió, ja que encara que sabem que la Nicole treballa, no es fa cap menció ni de l'ofici ni del seu àmbit laboral. Absolutament, tots els adjectius que s'utilitzen per a definir a la professora són negatius, fins i tot el pèl del cos encara que es tracti d'un mico.

Altres personatges com la Penny reproduïxen el mateix estereotip que la Shizuka amb una definició gairebé idèntica que fa especial menció al fet de ser encantadora i la nineta dels ulls del protagonista. La Teri, en canvi, recupera dos estereotips tradicionals com són aquells que connecten la debilitat i el narcicisme al gènere femení.

Després d'aquesta breu aproximació al llenguatge que defineix els diferents tipus de dona, es fa evident l'enfocament estereotipat des del qual es construeixen els personatges femenins de les sèries d'animació.

### **3. ASPECTES METODOLÒGICS**

#### **3.1 OBJECTE D'ESTUDI**

L'objecte d'estudi del present treball és la representació de la dona en els dibuixos animats dels canals temàtics infantils. Aquesta investigació recull la preocupació manifesta de la nostra societat per les qüestions de gènere i trasllada el debat a l'educació que els infants reben a través de l'entreteniment televisiu. En un context en el qual s'intueix el canvi imminent en els carrers, és important pel benefici de la comunitat centrar un nou focus d'atenció en les generacions venidores i en la televisió, com a potencial agent socialitzador dels més menuts.

#### **3.2 OBJECTIUS**

El present treball d'investigació és un projecte conjunt que vol reflexionar sobre el tractament que es fa de les qüestions de gènere en el contingut adreçat al públic infantil, de la mateixa manera que desenes d'investigacions anteriors han posat en el punt de mira el tractament de la violència en els videojocs. L'estudi consta de dues parts. Plantegem un anàlisi de contingut (1) en el qual el resultat s'exposarà en forma d'assaig visual (2). Recolzant-nos en la força del llenguatge audiovisual realitzem aquest treball de reflexió i recerca. De manera que el resultat final esdevé un banc de proves del missatge estereotipat que transmeten els dibuixos animats i que coopera en una construcció social negativa de les identitats de gènere.

Així doncs, el principal propòsit d'aquest estudi és identificar els estereotips de dona que es reproduïxen en quatre dels principals canals de televisió infantil que poden veure's en obert a Catalunya, agafant com a referència els estudis de Felicidad Loscertales i Trinidad Nuñez (2009) i Espinar Ruiz (2006 & 2007).

##### **3.2.1 PREGUNTES D'INVESTIGACIÓ**

- Quina presència de personatges femenins trobem en la mostra analitzada?

- Quins estereotips de dona es transmeten a partir d'aquests continguts?
- Segons la mostra escollida, quines característiques són les més recurrents a l'hora de construir un personatge femení de dibuixos animats?
- Existeixen diferències destacables en la representació de les dones segons la data de producció de la sèrie?

### 3.3 INVESTIGACIÓ DOCUMENTAL

Ha estat imprescindible per aquest estudi la realització d'una investigació documental que ens ha introduït progressivament en la temàtica i ens ha permès seleccionar els criteris que a continuació configuraran el mètode d'anàlisi de contingut. En el redactat definitiu, la investigació documental ha esdevingut el marc teòric del nostre treball.

A través dels apartats *Estudis de gènere i televisió*, *Estudis de gènere i televisió infantil* i *La dona definida*, hem recopilat diverses investigacions acadèmiques i professionals que ens han permès contextualitzar el nostre treball i definir quin és l'estat de la qüestió. Les principals fonts d'informació consultades han estat articles de referència de revistes de comunicació, estudis professionals de fundacions i d'institucions com l'*Instituto de la Mujer* i informes del sector, tan d'audiència com de contingut. A partir d'aquesta primera fase del treball, hem fixat la unitat d'anàlisi i hem elaborat la fitxa d'anàlisi que s'ha convertit en l'eina indispensable per identificar els estereotips de dona que reproduïxen les sèries de dibuixos animats.

### 3.4 ANÀLISI DE CONTINGUT

L'anàlisi de contingut ha estat el mètode escollit per a desenvolupar l'etapa més extensa del treball. Per a la interpretació de la mostra, hem elaborat una fitxa d'anàlisi pròpia prenent com a referència al classificació d'estereotips de Felicidad Loscertales i Trinidad Núñez. A grans trets, es vol observar la caracterització psicofísica dels personatges femenins, les actituds i conductes que es relacionen amb la dona, les responsabilitats que se li adjudiquen i els rols que acostumen a representar.

Com hem comentat amb anterioritat, és important destacar que el treball que ens ocupa estudia únicament la representació que es fa de la dona en les sèries de dibuixos animats. No es tracta d'un anàlisi d'audiències i, per tant, no s'observaran els efectes i les conseqüències individuals que aquests estereotips tenen en els més menuts com ja s'ha fet en altres investigacions i tampoc es tindrà en compte la intencionalitat comunicativa que s'amaga darrere les decisions de producció i guionització. En cap cas hem d'oblidar que el focus d'atenció del present treball rau en l'infant com a espectador i en què, precisament, es tracta d'un públic que no disposa de les eines necessàries per sotmetre els continguts visionats a un judici crític. És responsabilitat dels adults, doncs, filtrar i valorar l'adequació d'aquest tipus de missatges susceptibles d'influenciar als seus espectadors més joves.

### 3.4.1 MOSTRA

La mostra escollida per a la realització de l'anàlisi són els **productes de major èxit dels canals de temàtica infantil** que poden veure's **en obert a Catalunya**. S'exclouen de l'estudi aquells que es corresponen a la televisió de pagament i que, per tant, no són accessibles a tot el públic i també *Neox*, ja que està principalment dirigit al públic juvenil i adolescent. Així doncs, els canals que han estat objecte d'estudi són ***Super3, ClanTV, Boing i Disney XD***, essent les dues primeres públiques i les darreres privades.

La graella televisiva d'aquests canals consisteix en una combinació de dibuixos animats de producció recent i d'altres menys actuals. El fet que segueixin emetent-se sèries com *Doraemon* o *Shin Chan*, que van iniciar la seva producció els anys 1973 i 1992 respectivament, s'interpreta com una decisió d'adequació del seu missatge al context actual. Donat que tots segueixen el mateix esquema de programació, s'ha decidit escollir com a mostra de cada canal de televisió, **una sèrie de producció recent** (posterior al 2010) i **una sèrie de producció anterior a l'any 2010**.

Seguint les pautes citades, s'ha escollit la setmana del 19 al 25 de març com a període d'enregistrament per considerar-se una etapa de temporada alta en la televisió tradicional. Es tracta d'una setmana model que es caracteritza per la regularitat de continguts; no coincideix amb cap jornada festiva o vacacional que pugui fer variar la seva programació. Només d'aquesta manera - amb aquesta mostra - aconseguirem resultats fiables que reflecteixin la realitat televisiva del moment.

S'analitzen, doncs, tots els episodis que s'emeten al llarg de la setmana escollida encara que el número variï en funció del cas, ja que dibuixos animats com *Bob Esponja* tenen una presència en antena molt més elevada que no pas *La Patrulla Canina*. D'aquesta manera, s'analitzen un total de 250 capítols.

Per dur a terme la selecció dels dibuixos animats s'ha agafat com a referència la setmana anterior a la setmana d'enregistrament i s'ha arribat a la conclusió que, la mitjana de *share* diari per sèries de la graella, ronda el 2,3%. Per consegüent, hem seleccionat els dibuixos animats de **programació setmanal que tenen una audiència diària superior al 2,5% de *share***. En funció d'aquests criteris, les sèries escollides són:

SÈRIE	ANY	CANAL	DESCRIPCIÓ	DURACIÓ
<b>BOB ESPONJA</b>	1999 -	CLAN TV	Sèrie de dibuixos animats americana qualificada de comèdia. Explica la història d'una esponja de mar que viu en una ciutat submarina a l'Oceà Pacífic.	12 min
<b>LA PATRULLA CANINA</b>	2013 -	CLAN TV	Sèrie de televisió de dibuixos animats originària del Canadà. És la narració d'un noi i vuit cadells i les aventures que viuen junts.	25 min
<b>DORAEMON</b>	1973 -	BOING	Sèrie d' <i>anime</i> japonesa que explica la vida d'un noi sapastre i del seu gat-robot del futur, propietari de grans invents que fan de la vida del Nobita una aventura.	11 min
<b>EL ASOMBROSO MUNDO DE GUMBALL</b>	2011 -	BOING	Sèrie de dibuixos animats nord-americana. En Gumball és una gat de 12 anys que viu en una ciutat fictícia anomenada Elmore. Es passa el dia fent malifetes amb els seus amics peculiar.	10 min

<b>SHIN CHAN</b>	1992 -	SUPER3	Sèrie d' <i>anime</i> japonesa dirigida a un públic juvenil-adult, basada en els còmics <i>manga</i> de Yoshito Usui. Explica la infància d'una nen de 5 anys molt entremaliat que treu de polleguera als seus pares imitant la conducta dels adults.	7 min
<b>PRODIGIOSA: LES AVENTURES DE LADYBUG I GAT NOIR</b>	2015 -	SUPER3	Sèrie animada de coproducció francesa-japonesa-coreana. Marinette viu una doble vida: el seu dia a dia és el d'una adolescent normal, a l'institut. Tanmateix, quan la seva comunitat la necessita es transforma en una superheroïna per salvar la gent que l'envolta.	20 min
<b>PHINEAS Y FERB</b>	2007 - 2015	DISNEY XD	Comèdia de dibuixos animats original de Disney Television Animation. Dos germanastres busquen les aventures més apassionants que el seu dia a dia els pot oferir.	10 min
<b>STAR CONTRA LAS FUERZAS DEL MAL</b>	2015 -	DISNEY XD	Sèrie de dibuixos animats americana original de Disney Television Animation. Star és una princesa d'un regne màgic situat en una dimensió paral·lela. Tanmateix, tot i el títol, sempre acaba relacionada en problemes aliens. Amb el seu catorzé aniversari li arribarà un nou poder en forma de vareta màgica que canviarà el seu dia a dia.	20 min

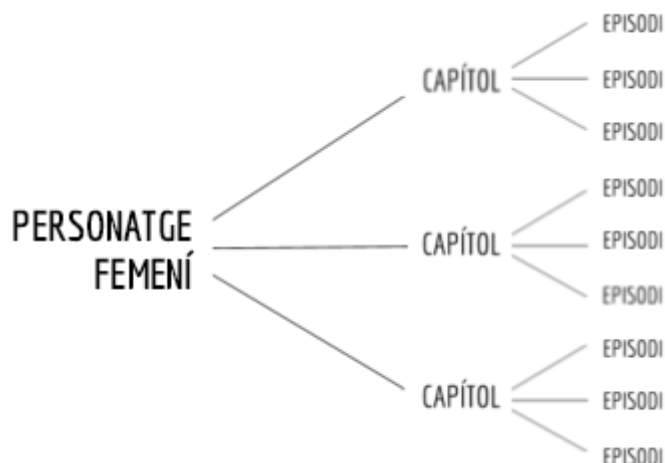
Els dibuixos animats que s'emeten amb més freqüència al llarg de la setmana i/o aquells que tenen episodis de major duració seran proporcionalment més rellevants en la mostra final que aquells que proporcionen un volum d'anàlisi inferior. Tanmateix, no s'aplica cap diferenciació entre les sèries escollides, es tracta només d'una qüestió de programació i de pes dins de la graella televisiva.

### 3.4.2 UNITAT D'ANÀLISI

Les unitats d'anàlisi del present treball són els personatges femenins - de rellevància narrativa o sense - que desenvolupen una acció o interactuen amb un o diversos personatges tant femenins com masculins. Tanmateix, no es tindran en compte escenes únicament masculines en què es citi o comentis



quelcom sobre un personatge femení sense la seva presència, ja que l'objectiu d'aquest treball és l'observació de com es representa la dona i no pas de com l'home veu la dona o com parla d'ella.



### 3.4.3 FITXA D'ANÀLISI

Com ja hem comentat, per l'anàlisi de contingut de les sèries de dibuixos animats hem optat per la fitxa com a eina de recollida d'informació. S'agafa com a referència el personatge femení i s'analitza de cadascun d'ells, totes les escenes en les quals apareix. El resultat són una sèrie de fitxes d'anàlisi del personatge que, analitzades conjuntament, donen com a resultat la representació que es fa del personatge en qüestió.

Finalment, doncs, a cadascun dels personatges femenins li correspon una fitxa-resum pròpia que, aglutina les seves diverses aparicions en la sèrie i a partir de la qual hem pogut identificar i/o diferenciar els diferents tipus de representacions que es fa de les dones.

La construcció de les variables s'erigeix sobre dos eixos principals. En primer lloc trobem els textos d'Espinar Ruiz (2006 & 2007) on l'autora realitza una anàlisi quantitativa sobre els estereotips de gènere en la programació i en la publicitat infantil. De les seves conclusions hem extret variables interessants que desenvoluparem més endavant en l'apartat d'investigació documental. I en

segon lloc, però no per aquest motiu menys important, l'estudi realitzat per les autores Felicidad Loscertales i Trinidad Núñez (2009) on, a grans trets, s'identifiquen els rols i els estereotips més utilitzats en el discurs mediàtic. Per tal d'estructurar la fitxa d'anàlisi, hem convertit les seves observacions en els següents subgrups definitoris:

1. *Atribució de rols.* S'inclouen les variables relacionades amb el tipus de rols i valors que representen els personatges femenins.
2. *Expectatives de comportament.* S'inclouen les variables relacionades amb la personalitat i la conducta.
3. *Comunicació (recurs propi).* S'inclouen les variables relacionades amb les característiques comunicatives i amb l'expressió oral.
4. *Característiques físiques.* S'inclouen les variables relacionades amb la presència i l'aparença externa.
5. *Territori social i professional.* S'inclouen les variables relacionades amb el món laboral i amb la pertinença de la dona al món públic i/o privat.
6. *Responsabilitats.* S'inclouen les variables relacionades amb la criança i la cura de llar i s'afegeixen el temps de lleure i les aficions pròpies del personatge.

D'aquesta manera, s'investigaran 47 variables que en alguns casos estaran basades en els estudis de les autores anteriorment citades.

Nº	VARIABLE	DEFINICIÓ	PROCEDÈNCIA
<b>GENERAL</b>			
1	<b>Número d'unitat</b>	Número d'identificació de la unitat d'anàlisi. Es codifica com a personatge femení i amb el número (PF1, PF2, PF3)	Recurs propi
2	<b>Any inicial de producció</b>	S'especifica la data d'inici i de finalització, si s'escau, de les emissions de la sèrie en qüestió	Recurs propi
3	<b>Número d'escena</b>	Número d'identificació de la unitat d'anàlisi. Es codifica com a personatge femení i amb el número (ESC1, ESC2, ESC3)	Recurs propi
4	<b>Duració d'escena</b>	S'especifica la durada de l'escena en minuts	Recurs propi

<b>ATRIBUCIÓ DE ROLS</b>			
5	<b>Tipologia de personatge</b>	Es codifica amb els valors: protagonista (1), antagonista (2) o personatge secundari (3)	Espinar Ruiz, 2006 & 2007
6	<b>Rol del personatge</b>	Es codifica amb els valors: mare (1), àvia (2), germana/filla (3), parella estable (4), parella no estable (5), amiga (6), membre d'un grup mixt (7) o altres rols (8)	Thompson, T.L. & Zerbinios, E., 1995
7	<b>Nivell de poder</b>	Es codifica amb els valors: rol passiu i actitud de dependència (1), rol actiu i actitud de lideratge (2) o no es pot valorar perquè apareix molt breument (3)	Thompson, T.L. & Zerbinios, E., 1995
8	<b>Destreses</b>	Es codifica amb els valors: té poders màgics (1) o no disposa d'habilitats sobrenaturals (2)	Espinar Ruiz, 2006 & 2007
9	<b>Mentalitat</b>	Es codifica de la següent manera: liberal (1), conservadora (2) o no reconeixible (3)	Recurs propi
10	<b>Justificació del mal comportament</b>	Es codifica amb els valors: comportament justificat (1), comportament injustificat (2) o no es comporta malament (3)	Espinar Ruiz, 2006 & 2007
<b>EXPECTATIVES DE COMPORAMENT</b>			
11	<b>Capacitat intel·lectual</b>	Es codifica de la següent manera: es caracteritza per la seva intel·ligència i per tenir amplis coneixements (1), es caracteritza per la seva nul·la capacitat intel·lectual (2) o cap de les dues (2)	Espinar Ruiz, 2006 & 2007
12	<b>Tafaneria</b>	Es codifica de la següent manera: és una dona tafanera (1), a vegades té actituds tafaneres (2) o no demostra interès per tot allò que no l'incumbeix (3)	Recurs propi
13	<b>Enveja</b>	Es codifica de la següent manera: acostuma a demostrar enveja envers els altres (1) o no és una persona envejosa (2)	Baker K.& A. Raney A., 2007
14	<b>Sedució</b>	Es codifica amb els valors: es caracteritza per ser una dona seductora i encisadora (1), es caracteritza per ser tot el contrari (2) o cap de les dues (3)	Baker K.& A. Raney A., 2007
15	<b>Misteri</b>	Es codifica amb els valors: es caracteritza per ser una dona misteriosa i enigmàtica (1) o en cap cas (2)	Recurs propi
16	<b>Tendresa</b>	Es codifica amb els valors següents: es caracteritza per ser tendra i dolça (1), per la seva insensibilitat (2) o per cap de les dues (3)	Thompson, T.L. & Zerbinios, E.,

17	<b>Mal humor</b>	Es codifica amb els valors següents: es caracteritza ser malhumorada (1) o no (2)	Loscertales, F. & Núñez, T., 2005
18	<b>Histerisme</b>	Es codifica de la següent manera: es caracteritza per reaccionar de manera nerviosa i molt intensa (1), es caracteritza per ser una persona molt calmada (2) o cap de les dues (3)	Recurs propi
19	<b>Manipulació</b>	Es codifica amb els valors: es pot definir com una persona manipuladora que intenta que els altres facin el que vol (1) o no (2)	Recurs propi
20	<b>Expressió transparent dels sentiments</b>	Es codifica amb els valors: expressa emotivitat (1) o no expressa emotivitat (2)	Espinar Ruiz, 2006 & 2007
21	<b>Control de les emocions</b>	En el cas que la variable número 10 sigui contestada amb el número 1. Es codifica de la següent manera: demostra capacitat per gestionar les seves emocions (1) o demostra inestabilitat emocional (2)	Baker K.& A. Raney A., 2007
22	<b>Espai d'expressió emocional</b>	En el cas que la variable número 10 sigui contestada amb el número 1. Es codifica amb els següents valors: expressa emotivitat en públic (1) o en privat (2)	Espinar Ruiz, 2006 & 2007
23	<b>Reacció davant les adversitats</b>	Es codifica amb els valors: davant de les adversitats es mostra temerosa (1), valenta (2) o no es troba en aquestes situacions (3)	Thompson, T.L. & Zerbinos, E., 1995
<b>COMUNICACIÓ</b>			
24	<b>To</b>	Es codifica amb els valors: to de veu agut (1) o to de veu greu (2)	Loscertales, F. & Núñez, T., 2005
25	<b>Volum</b>	Es codifica amb els valors: volum de veu alt (1), volum de veu baix (2) o normal (3)	Loscertales, F. & Núñez, T., 2005
<b>CARACTERÍSTIQUES FÍSQUES</b>			
26	<b>Edat</b>	Es codifica de la següent manera: preescolar (1), primària (2), adolescència (3), edat adulta (4), maduresa (5) o no se sap (6)	Espinar Ruiz, 2006 & 2007; Loscertales, F. & Núñez, T., 2008
27	<b>Classe social</b>	Es codifica amb els valors: classe mitjana-alta (1), classe baixa (2) o no se sap (3)	Loscertales, F. & Núñez, T., 2008

28	<b>Constitució física</b>	Es codifica amb els valors: esprimatxada (1), grossa (2) o intermèdia (3)	Loscertales, F. & Núñez, T., 2008
29	<b>Atractiu</b>	Es codifica de la següent manera: es considerada atractiva (1) o no és considerada una dona atractiva (2)	Thompson, T.L. & Zerbinos, E., 1995
30	<b>Vestuari</b>	Es codifica amb els valors: roba estreta (1), roba ampla (2) o no porta roba (3)	Baker K.& A. Raney A., 2007
31	<b>Peces de roba</b>	Es codifica de la següent manera: vesteix roba històricament associada amb les dones com faldilles o vestits (1) o vesteix peces històricament associades amb l'home com pantalons (2) o altres (3)	Baker K.& A. Raney A., 2007
32	<b>Tonalitats</b>	Es codifica de la següent manera: utilitza colors històricament associats a la dona com el rosa o el lila (1), utilitza colors històricament associats a l'home com el blau (2) o neutres com el groc (3)	Recurs propi
33	<b>Ús de maquillatge</b>	Es codifica amb els valors següents: utilitza maquillatge diàriament (1), l'utilitza esporàdicament (2) o no utilitza cap tipus de maquillatge (3)	Recurs propi
<b>TERRITORI SOCIAL I PROFESSIONAL</b>			
34	<b>Estat civil</b>	Es codifica amb els valors: soltera (1), divorciada (2), vídua (3), casada (4) o cap referència (5)	García Beaudoux, 2014
35	<b>Nivell d'estudis</b>	Es codifica de la següent manera: primaris (1), universitaris (2), sense estudis (3), estudiant (4) o cap referència (5)	Recurs propi
36	<b>Tipus de feina</b>	Es codifica de la següent manera: qualificada (1), no qualificada (2), sense feina (3), estudiant (4) o no es dona informació (5)	García Beaudoux, 2014
37	<b>Professió</b>	En el cas que la variable número 21 sigui contestada amb els números 1 o 2. Es correspon amb llocs de treball històricament associats a la dona com infermeria o docència (1), llocs de treball associats a l'home com medicina, enginyeria o feines de risc com policia (2) o cap de les dues (3)	Recurs propi
38	<b>Lloc laboral de responsabilitat</b>	En el cas que la variable número 21 sigui contestada amb els números 1 o 2. El personatge ocupa un lloc laboral de responsabilitat (1) o de poca rellevància (2)	Recurs propi

39	<b>Aspiracions de futur</b>	Es codifica amb els valors: existents (1) o inexsistents (2)	Recurs propi
40	<b>Relacions socials</b>	Es codifica de la següent manera: existents (1), inexsistents (2) o esporàdiques (3)	García Beaudoux, 2014
41	<b>Tipus de relacions socials</b>	Es codifica amb els valors: es relaciona principalment amb personatges masculins (1), es relaciona principalment amb personatges femenins (2) o relacions mixtes (3)	Recurs propi
42	<b>Territori social</b>	Es codifica de la següent manera: presència majoritària en espais públics (1) o en espais privats (2)	Loscertales, F. & Núñez, T., 2008
<b>RESPONSABILITATS</b>			
43	<b>Responsabilitat de nens i joves</b>	Es codifica de la següent manera: càrrega que es correspon únicament a ella (1), càrrega compartida amb altres personatges (2) o no li correspon aquesta responsabilitat (3)	Loscertales, F. & Núñez, T., 2008
44	<b>Responsabilitat dels ancians</b>	Es codifica de la següent manera: càrrega que es correspon únicament a ella (1), càrrega compartida amb altres personatges (2) o no li correspon aquesta responsabilitat (3)	Loscertales, F. & Núñez, T., 2008
45	<b>Responsabilitat de la llar</b>	Es codifica de la següent manera: càrrega que es correspon únicament a ella (1), càrrega compartida amb altres personatges (2) o no li correspon aquesta responsabilitat (3)	Loscertales, F. & Núñez, T., 2008
46	<b>Combinació de l'activitat laboral i la vida familiar</b>	En el cas que la variable número 21 sigui contestada amb els números 1 o 2. Es codifica amb els valors: combina la seva activitat laboral amb la responsabilitat familiar (1), ho combina però comparteix la responsabilitat amb altres personatges (2) o es dedica únicament a la seva feina (3)	Loscertales, F. & Núñez, T., 2008
47	<b>Temps dedicat a ella mateixa</b>	Es codifica de la següent manera: es fa menció a les seves aficions (1), veiem que fa en el seu temps lliure (2) o no es fa cap menció a les seves aficions (3)	Recurs propi

## 4. RESULTATS

Després del visionat de la mostra, s'han emplenat les fitxes d'anàlisi de cadascun dels personatges femenins que han aparegut en els 250 capítols. En total, s'han analitzat 76 unitats d'anàlisi o personatges femenins, nombre que es correspon amb gairebé 800 escenes diferents amb duracions que oscil·len entre els 5 segons i els 3 minuts.

A continuació, s'exposen els resultats més destacats i/o alarmants extrets de l'anàlisi exhaustiva de continguts i que completen el present treball.

### 4.1 ATRIBUCIÓ DE ROLS

El primer apartat de la fitxa d'anàlisi, anomenat *Atribució de rols*, ha permès identificar els diferents rols que s'atribueixen a les dones i la tipologia de personatges femenins que s'ofereix. Partint de la premissa que un ampli ventall de personatges enriqueix el relat i, per sobre de tot, el missatge, ja que es podria considerar fidedigne i més representatiu de la realitat social en la qual conviuen personalitats molt diverses.

S'han tingut en compte variables que qüestionen la citada construcció del perfil femení com el posicionament narratiu, el grau de dependència i el poder que les figures femenines posseeixen sobre elles mateixes i sobre la resta.

Cal destacar les dades referents a la tipologia de personatges. Segons els resultats obtinguts, s'observa una gran diferència entre la quantitat de personatges femenins protagonistes i antagonistes, en comparació amb el nombre de dones que es limiten a representar personatges secundaris. En termes generals, un 82% dels personatges femenins tenen papers secundaris, seguit d'un 11% d'antagonistes i per un escàs 7% de protagonistes, que es correspon amb els dibuixos animats de producció posterior a l'any 2010. S'evidencia que en la majoria de les sèries que configuren la mostra no hi ha espai per al protagonisme del gènere femení. A més a més, es dona un fenomen de coprotagonisme, on 2 de cada 3 de les dones que sí que

assumeixen aquest rol, comparteixen el paper i la importància narrativa amb homes, com és el cas de *Star contra las fuerzas del mal* o *La patrulla canina*.

D'altra banda, també són rellevants els resultats extrets a partir de la variable de rol, en la qual s'analitza quin és el paper que assumeixen com a personatges secundaris. Més d'un 40% de les figures femenines són amigues dels protagonistes, que recordem que en un 93% són homes. En segon lloc, destaca la presència de germanes de protagonistes amb un 20%, així com la presència de mares i professores, que esdevenen un tipus de rol força recurrent en les sèries analitzades.

Pel que respecte als personatges antagònics i secundaris, s'ha analitzat com es configura i justifica la malícia tal com defensa l'autora Espinar Ruiz. El resultat mostra que un 85% dels mals comportaments dels personatges femenins són injustificats. És a dir, gran part de les dones que tenen un mal comportament reiterat o esporàdic, ho fan sense cap mena de justificació racional que pugui legitimar o crear empatia amb la seva situació.

D'altra banda, es manifesta una accentuada mentalitat conservadora en les dones adultes que pot relacionar-se amb els països de producció, ja que és recurrent en totes les sèries japoneses analitzades. En aquest sentit, les produccions europees i nord-americanes presenten una major variació entre conservadorisme i liberalisme.

És alarmant i inesperada la presència de dos estereotips de gènere concrets: la dona objecte i la donzella en perill. Es tracta d'estereotips de llarga aplicació en la narrativa que, es demostra, segueixen manifestant-se fins i tot en els continguts dirigits als nens i nenes.

## **4.2 EXPECTATIVES DE COMPORTAMENT**

A través de les variables que conformen l'apartat *Expectatives de comportament*, s'han analitzat les accions i conductes dels personatges femenins. D'aquesta manera, s'han pogut extreure quines són les característiques més recurrents en la construcció de les figures femenines dels



dibuixos animats i que, com a conseqüència, configuren l'estereotip de dona. S'han mesurat variables molt diverses que van des de la tafaneria fins a l'emotivitat, passant per la seducció i el mal humor. A continuació, s'exposen els resultats predominants que per la seva reiterada presència, s'entenen com a trets típics de la dona.

- El mal humor: un 56% de les dones són malhumorades. Es tracta d'una característica força utilitzada en els personatges femenins i, de la mateixa manera que amb el mal comportament, en la major part dels casos es tracta d'un comportament injustificat que no crea cap tipus d'empatia per a l'espectador.
- L'histerisme: un 40% de les dones que apareixen en els dibuixos animats analitzats mostren un gran nerviosisme que combinat amb la variable de mal humor, es resumeix en escenes de crits. Els casos més exagerats són el de Candance de *Phineas y Ferb* i el de Nene de *Shin Chan*.
- L'emotivitat: es tracta d'un dels estereotips més utilitzats. Un 64% de les dones no dubten en expressar les seves emocions i manifesten una clara incapacitat per a gestionar allò que senten, convertint-se en personatges inestables. Cal destacar, que en la majoria dels casos també opten per expressar la seva emotivitat en públic i que, fins i tot, incomoden a la resta de personatges amb els quals comparteixen escena.
- La manipulació: el 29% de les dones analitzades es poden definir com a manipuladores. Aquests personatges utilitzen les armes que tenen al seu abast, com poden ser els diners, la fama o el seu físic, per aconseguir que els altres facin allò que volen. El personatge de Candance, de fet, manifesta explícitament en diverses ocasions que la seva aspiració és aconseguir manipular als altres. Ja ho aconsegueix, en canvi, la Chloe de *Prodigiosa*, filla de l'alcalde de París, que fruit de la seva capacitat per manejar al seu pare i aprofitant la seva posició, pot arribar a amenaçar impunement al director de la seva escola perquè

castigui a les seves companyes de classe. És destacable la relació entre la manipulació i els personatges femenins antagonistes.

### 4.3 COMUNICACIÓ

La comunicació és una qüestió complexa, però no per aquest motiu menys transcendental. En l'àmbit de la comunicació i el llenguatge existeixen diferents estereotips relacionats amb les qüestions de gènere. És habitual la creença que adjudica a les dones una veu aguda i més aviat feble que contrasta amb la veu greu i autoritària dels homes. Precisament, la importància d'aquesta característica rau en el fet que s'associa el to de veu amb certs trets de la personalitat i, com a conseqüència, s'utilitza com a element definitori dels personatges. En alguns casos, fins i tot, emprant-se en to burlesc en el cas que la veu aguda esdevingui una particularitat de l'home i no pas de la dona.

La mostra analitzada confirma l'ús del citat estereotip que es perpetua en un 77% de les dones dels dibuixos animats. A més a més, la comparativa d'aquests resultats amb les dades extretes en l'apartat d'*Expectatives de comportament* denota una estreta connexió entre el volum de veu alt, que es relaciona amb l'histerisme o la rudesia, i el volum de veu baix, que es manifesta en els casos en els quals trobem personatges dèbils o ensopits.

D'altra banda, cal destacar la poca importància que s'atorga a la paraula de la dona en tots els seus àmbits. Són nombroses les situacions en les quals s'evidencia que allò que diu està buit de significat, arribant fins al punt de personatges com la veïna de *El asombroso mundo de Gumball* que no s'expressa amb paraules sinó amb sons que només entén el seu marit.

La contundència dels resultats subratlla el fet que, a la pràctica, se segueix perpetuant l'estereotip de dona que fa referència a la comunicació.

## 4.4 ESTÈTICA

L'estètica que envolta la dona sempre ha estat una qüestió controvertida, que es fonamenta en les construccions socials que posseeix cada comunitat. És també un estereotip clàssic en publicitat i en el setè art, on freqüentment s'utilitzen, per exemple, peces de roba i colors que estan històricament lligats només al gènere femení com els vestits i el color rosa. També forma part de l'estereotip l'ús de maquillatge, que es relaciona directament amb un desig únicament femení de mostrar un físic més jove. L'obsessió pel físic i la joventut és una realitat en els mitjans de comunicació i en els continguts d'entreteniment, com defensen les autores citades en el marc teòric del present treball. És comú que gran part dels personatges mediàtics o de ficció siguin dones joves i/o belles.

Segons les dades recollides, l'etapa vital menys representada en les sèries de dibuixos animats és la maduresa. Malgrat el paper familiar de transcendència que els avis tenen en les primeres etapes vitals de tot ésser humà, els ancians i les ancianes són personatges anecdòtics en els continguts infantils. Es ratifiquen les dades dels estudis anteriors, ja que en els 250 capítols que conformen la mostra, només apareixen puntualment dues àvies.

El món de la moda i dels mitjans de comunicació han creat un cànon de bellesa molt idealitzat però difícil d'assolir. Les dones que es dediquen a aquests sectors laborals esdevenen les figures més visibles del gènere femení i, en molts casos, promouen una constitució física estilitzada i esprimatxada. Des d'aquests agents, es perpetua la creença socialcultural de què un cos és més bonic com més prim i delicat sigui. Segons la mostra del treball, les sèries de dibuixos animats insisteixen en la reiteració d'aquest estereotip. Les dones grosses només apareixen en un 9% de la mostra i es relaciona directament amb les variables d'edat i d'agressivitat. Les dones que no compleixen les característiques pròpies de l'estereotip físic, són grans i/o representen un paper negatiu en el context de la sèrie, com pot ser la bibliotecària de *El asombroso mundo de Gumball*, que es dedica a castigar als nens i és tractada per aquests com una enemiga.

Les tres variables relacionades amb la roba han aportat les dades més preocupants del present apartat de l'anàlisi. En els dibuixos animats, la seva importància rau en el fet que la forma de vestir s'utilitza com a eina expressiva i representativa del personatge. Dit d'una altra manera, es fa servir la vestimenta com una font d'informació que defineix els personatges més enllà de les seves accions. A més a més, cal tenir en compte que la roba dels personatges sempre és la mateixa, tret d'alguns casos excepcionals com és el cas dels musicals de *Phineas y Ferb*.

El vestuari de la mostra es basa en roba estreta en un 61%, realçant d'aquesta manera la fisonomia femenina, enfront d'un 32% ampla i un 7% de personatges no humans que no porten cap tipus de roba.

En aquest sentit, també s'ha analitzat el nombre de dones que es representen amb peces de roba històricament associades al gènere femení com les faldilles i els vestits que, des d'un punt de vista estereotipat, accentuen la feminitat. Així doncs, com hem comentat abans, només un 18% de les dones de les sèries analitzades porten pantalons, en contraposició a un 61% llueixen faldilles i vestits. La resta de les figures femenines porten indumentàries intersexe com uniformes o disfresses de superherois, o no porten roba.

Al llarg de la història, ha estat socialment acceptada la creença que existeixen colors estretament lligats al gènere. El rosa es vinculava a la dona i el blau, a l'home. Segons els resultats obtinguts, quasi la meitat de les dones vesteixen amb tonalitats roses o liles, de manera que aquest estereotip manifesta un clar retrocés en la seva aplicació. Tanmateix, encara que la roba de les dones introdueix una nova paleta de colors, l'entorn privat d'elles continua essent essencialment rosa, ja que en les habitacions dels personatges femenins encara predomina aquesta tonalitat.

Pel que fa a la variable de maquillatge, és destacable que un 18% dels personatges en edat escolar utilitzin ombra d'ulls, pintallavis i/o màscara de pestanyes, així com un 29% de les adolescents. En els resultats es manifesta

una tendència a l'alça a mesura que augmenta l'edat i que finalitza en un 36% de les dones adultes que utilitzen cosmètics diàriament.

#### **4.5 TERRITORI SOCIAL I PROFESSIONAL**

En l'anàlisi de *Territori social i professional* els resultats demostren una casuística diferent segons els grups d'edat. És important tenir en compte que la situació social i professional passa per diverses etapes al llarg de la vida i no s'extraurien resultats fiables de la suma de resultats de personatges de diferents edats. Per aquest motiu, s'exposen les dades agrupant els personatges en etapa preescolar, escolar o adolescent i els personatges adults.

Si tenim en compte només els personatges femenins més joves, els resultats són poc rellevants. La major part són solters, encara que algunes noies comencen a tenir relacions sentimentals primerenques i el 100% dels personatges estan cursant els estudis pertinents. Les expectatives de futur entre les més joves és elevada en les adolescents i en les noies en edat escolar es relaciona amb imaginar un futur en família amb casa, marit i fills. Les relacions socials són recurrents i acostumen a formar part de grups mixtes, és a dir, de nois i noies.

Les dones adultes acostumen a estar casades i en cap cas es fa referència als seus estudis de manera que es fa impossible saber si són existents o inexistents. És destacable el fet que només un 21% dels personatges femenins en edat laboral treballen. A aquesta dada, s'afegeix que només vuit d'aquests personatges tenen una feina qualificada, cinc dels quals exerceixen una professió vinculada històricament a la dona com són la docència, la infermeria o el secretariat. Les relacions socials són en 1 de cada 4 casos inexistents, mentre que en la resta de casos són esporàdiques i acostumen a tractar amb altres personatges femenins. El 93% de les dones adultes no tenen expectatives de futur i en un 87% s'associa la seva figura als espais privats, fet que està estretament relacionat i es desenvolupa més extensament en l'apartat *Responsabilitats*.

Els resultats manifesten un canvi de paradigma generacional. És a dir, segons les dades obtingudes, a mesura que les dones de les sèries de dibuixos animats es fan grans, perden la capacitat de relacionar-se amb personatges externs a l'entorn familiar, deixen de formar part de l'espai públic i abandonen les seves expectatives de futur.

#### **4.6 RESPONSABILITATS**

Les responsabilitats que s'adjudiquen a la dona per motius merament biològics, representen una de les dades més alarmants de l'estudi. Els resultats no deixen cap dubte. Un 98% de les dones adultes amb nens es fan càrrec dels seus fills i tenen la responsabilitat de la llar. El 2% restant es correspon amb el personatge de la Reina Moon de *Star contra las fuerzas del mal*, que cedeix la tasca als seus servents.

La comparativa amb les dades de *Territori social i professional* corroboren l'estereotipació que reproduïx la impossibilitat de combinar l'activitat laboral i familiar. Només dues de les dones amb fills treballen, mentre que no tenen criatures la resta de dones que formen part del món laboral, com és el cas de les professores que apareixen en 4 de les 8 sèries analitzades.

Pel que respecte al temps de lleure i al temps que les dones dediquen a elles mateixes, existeix una pronunciada diferència entre els personatges més joves i els adults. Les noies en edat escolar i les adolescents acostumen a ocupar les hores que no són a l'escola, jugant amb els amics. Tanmateix, l'escenari canvia radicalment quan es tracta de dones adultes. Elles passen la major part del seu temps dedicant-se a la família i a la llar i només esporàdicament i en 1 de cada 4 casos, dediquen temps a les seves aficions o simplement a descansar de les seves "obligacions".

No ha estat possible, en canvi, analitzar si la cura dels ancians es tracta com una responsabilitat afegida dels personatges femenins tal com defensen les autores Loscertales i Núñez, a causa de l'escassa presència d'avis i àvies en les sèries analitzades.

## 5. PRODUCCIÓ DE L'ASSAIG VISUAL

### 5.1 TRACTAMENT I ESTRUCTURA

La gran finalitat de la peça audiovisual que es presenta a continuació és la d'esdevenir una mirada actualitzada que representi la cabuda que els estereotips de gènere tenen en els dibuixos animats que s'emeten actualment en els canals temàtics infantils. Així doncs, és important tenir en compte que els resultats de l'anàlisi de contingut es presenten utilitzant l'assaig visual com a eina d'expressió i que no s'exposaran per escrit en les gràfiques i les taules pròpies d'una anàlisi quantitativa. Els objectius són aconseguir construir un vídeo que resumeixi els resultats obtinguts en l'etapa d'anàlisi del projecte, i recolzar la força del missatge en la potència de les imatges i de la paraula que esdevenen les dues veritables protagonistes de la peça audiovisual. D'aquesta manera, es vol donar resposta a la pregunta d'investigació del present treball que fa referència a *quines característiques són les més recurrents a l'hora de construir un personatge femení de dibuixos animats?*

*La dona animada* s'enfoca com un vídeo integrat per diferents fragments de la mostra analitzada de manera que el principal obstacle de la producció de l'assaig visual ha estat la descontextualització d'aquestes escenes. Els capítols de les sèries de dibuixos animats funcionen com un conte infantil, on trobem una o dues trames estretament relacionades, que es desenvolupen paral·lelament fins a trobar-se en els minuts finals. És a dir, el missatge es concep com un tot i es construeix a partir de les diferents escenes del capítol. Per aquest motiu, s'ha decidit utilitzar no només les escenes on apareixen personatges femenins, que són aquelles que s'han tingut en compte en la fitxa d'anàlisi, sinó també les escenes masculines que han servit com a material-recurs per aconseguir connectar correctament els fragments.

Per aconseguir conjugar els diferents fragments, doncs, s'ha realitzat una exhaustiva tasca de selecció i d'edició. En aquest sentit, també s'han pres una sèrie de decisions a nivell de tractament i d'estructuració per assegurar l'assoliment dels objectius citats anteriorment.

En primer lloc, s'ha optat per un vídeo on el protagonisme és pels fragments més representatius de la mostra, que són la veritable prova de la perpetuació d'estereotips de gènere en els dibuixos animats. S'ha realitzat una peça estructurada en 6 apartats, que es corresponen amb els del treball, i que s'introdueixen a través de breus il·lustracions i infografies de producció pròpia. L'estil d'aquestes composicions és senzill, ja que són tractades com a simples introduccions i precisament volen evitar destacar i robar protagonisme als fragments. L'elecció de les il·lustracions com a eina narrativa també es deu a aquesta mateixa premissa, no trencar amb l'estil del contingut general de l'assaig. Així doncs, s'ha pres la decisió de no fer servir una veu *en off* com a fil conductor, apostant per una bona edició en la qual els fragments esdevenen els mateixos conductors de la peça audiovisual.

Encara que el present assaig visual fa ressò dels errors en la construcció de gènere, s'ha decidit incorporar un últim apartat de tancament. Després d'aquestes sis primeres parts, que esdevenen un banc de proves que recopila escenes on trobem estereotipació de la figura femenina, s'introdueixen alguns fragments que demostren que també es poden produir continguts igualitaris que funcionen a nivell d'audiències i que donen una mica d'aire al vídeo fent palès que no tot es fa malament.

La intenció final de l'assaig visual és fer reflexionar a l'espectador a partir d'aquest exercici de recopilació que evidencia el fet que encara hi ha moltes coses per canviar en l'imaginari social, però, per sobre de tot, en allò que incumbeix als més menuts.



## 5.2 ASSAIG VISUAL: LA DONA ANIMADA

<https://www.dropbox.com/s/lnjc2e52ll4jyf5/LA%20DONA%20ANIMADA.mov?dl=0>

REPRODUIR PREFERENTMENT AMB VLC O QUICKTIME PLAYER

## 6. CONCLUSIONS

A l'inici del present treball ens vam proposar respondre diverses preguntes que, consideràvem, necessitaven resposta per identificar quines eren les circumstàncies actuals de les qüestions de gènere en els dibuixos animats i la seva evolució al llarg dels anys.

### **Quina presència de personatges femenins trobem en la mostra analitzada?**

Es reconeix l'esforç per assolir una presència més igualitària de personatges femenins i masculins. El nombre de dones ha augmentat en relació amb les dades que exposen estudis anteriors. Durant el procés de visualització i anàlisi de la mostra, hem mesurat el temps en pantalla en el que apareixen personatges femenins. Sèries animades com *Star contra las fuerzas del mal* o *Prodigiosa* mostren un percentatge més elevat mentre altres com *Phineas y Ferb* o *Bob Esponja*, encara són predominantment masculines. Tanmateix, el valor mitjà obtingut mostra un equitatiu 47,6% de dones.

SÈRIE	% PRESENCIA
BOB ESPONJA	20%
LA PATRULLA CANINA	38%
DORAEMON	32%
EL ASOMBROSO MUNDO DE GUMBALL	38%
SHIN CHAN	74%
PRODIGIOSA: LES AVENTURES DE LADYBUG I GAT NOIR	89%
PHINEAS Y FERB	27%
STAR CONTRA LAS FUERZAS DEL MAL	63%

Malgrat això, s'ha de tenir en compte que no només es tracta d'augmentar el nombre de personatges femenins, sinó que també cal corregir la pràctica d'estereotipació. Com ja hem comentat anteriorment, no es tracta només de quantes dones apareixen sinó de com apareixen.

### **Segons la mostra escollida, quines característiques són les més recurrents a l'hora de construir un personatge femení de dibuixos animats?**

L'assaig visual presentat s'ha enfocat de manera que donés resposta a aquesta pregunta d'investigació. Així doncs, la suma de les variables en ell exposades, constitueixen la nostra resposta a aquesta qüestió.

Segons les dades extretes, la figura femenina s'associa a una llarga llista de característiques negatives. Algunes d'elles són: actitud capritxosa i altament emotiva, reaccions desproporcionades, voluntat de manipulació d'altres personatges, debilitat, cura de la llar i responsabilitat dels infants exclusivament femenina, cànon de bellesa associat a la constitució, la joventut i la forma de vestir, etc. Així doncs es valora positivament la dona delicada, amable, educada, enfocada en la cura de tots aquells que l'envolten i negativament aquella figura femenina que ni està casada ni té fills, i que se centra en la seva vida laboral.

### **Existeixen diferències destacables en la representació de les dones segons la data de producció de la sèrie?**

Aquesta pregunta és, des del nostra punt de vista, una de les més transcendents, per dues raons diferents. Primer perquè ens obliga a identificar les diferències segons l'any de producció; i després perquè ens proporciona la possibilitat de fer un judici més enllà del contingut general, també sobre les sèries més antigues i el motiu pel qual encara segueixen en emissió, en el cas que transmetin unes imatges socials més conservadores.

Així doncs, i després de visualitzar i analitzar els episodis de la mostra, i de construir l'assaig visual, hem arribat a la conclusió que sí que existeix una escletxa entre les sèries de producció prèvies al 2010 de les altres.

Els dibuixos animats més antics són *Doraemon* (1973), *Shin-Chan* (1992), *Bob Esponja* (1999) i *Phineas y Ferb* (2007). És important tenir en compte que algunes d'aquestes encara continuen en producció, com és el cas de les tres primeres. I que, això significa que no només es continuen emetent capítols antics, sinó també de nous.

En aquestes sèries podem observar que es representa la dona adulta reclosa a l'espai privat, dedicada a la cura de la llar i de la família, sense la confiança pròpia ni social d'introduir-se al món laboral. Són escasses les situacions en les quals veiem que una dona s'encoratja i decideix trobar feina, però en quasi el 100% dels casos la decisió ve donada per finalitats completament estereotipades. La mare del *Shin Chan* comença a treballar perquè es vol comprar un vestit. Sense la valentia suficient per dir-li la veritat al seu marit, menteix afirmant que destinarà el seu sou als seus plaers d'home, com la cervesa després d'un dia a l'oficina. Un altre cas impactant apareix a *Bob Esponja*. La Perlita pren la decisió de buscar feina al centre comercial, perquè sospita que és el lloc on el noi dels seus somnis passa el seu temps d'oci. A més a més, s'emeten missatges molt tradicionals sobre el matrimoni i s'objectivitza molt el cos de la dona.

Els personatges mostren una mentalitat majoritàriament conservadora i no hi ha cap personatge principal femení, i el que té més rellevància (la Shizuka a *Doraemon*) forma part d'un grup mixt en el qual és l'única noia integrant. Pel que respecte a la presència en pantalla dels personatges femenins, *Bob Esponja* és la sèrie animada amb menys aparicions femenines. La indumentària també és tradicionalment femenina. Els personatges porten indumentària com faldilles o vestits, i els colors que utilitzen són aquells vinculats històricament a les dones. Tanmateix, no fan ús rutinari de maquillatge.

Pel que respecte als dibuixos animats estrenats després de l'any 2010, tenim *Star contra las fuerzas del mal* (2015), *El asombroso mundo de Gumball* (2011), *Prodigiosa* (2015) i *La patrulla canina* (2013).

Aquestes sèries animades s'enfoquen molt en la vida social de personatges joves (nens i adolescents) i posicionen la dona en un espai més públic. Ja es comença a fer referència a la dona treballadora, encara que sovint aquest fet es relaciona amb connotacions negatives que representen personatges malhumorats, com és el cas de les professores que apareixen a *Star contra las fuerzas del mal* i a *El asombroso mundo de Gumball*. A més a més, quan introdueixen a la dona en el món laboral, ho fan majoritàriament en llocs de treball estigmatitzats (professora, infermera, secretària, etc). Pel que fa a la tipologia de personatges, comencen a aparèixer protagonistes femenins (a *Star contra las fuerzas del mal* i a *Prodigiosa*), tot i que comparteixen pantalla amb un co-protagonista masculí, però aquest factor ja propicia un augment del temps femení en pantalla. Encara que es presenti una dona introduïda en el món públic, continua fent-se càrrec de la cura familiar i de la llar. I aquells personatges femenins que treballen però no tenen fills, sinó que es dediquen plenament a la seva vida laboral, es presenten com a personatges negatius i amb mals comportaments injustificats. Aquest seria el cas de la *Señorita Simian* (a *El asombroso mundo de Gumball*) i de la professora trol (a *Star contra las fuerzas del mal*). Totes dues exerceixen un ofici estigmatitzat: la docència.

També hem pogut observar que la mentalitat de gran part dels personatges és més liberal, tot i que encara hi ha personatges adults que mostren creences més conservadores que xoquen amb les més modernes dels més joves.

Un cas interessant que hem observat detingudament ha estat la dualitat que presenta la protagonista de *Prodigiosa*. Quan la veiem com a Marinette, l'adolescent casual que va a classe cada dia i està enamorada de l'Adrien, sembla una noia més aviat tímida i covarda, incapaç de prendre cap decisió o fer un pas endavant per aconseguir que l'amor platònic que sent pel seu company d'institut passi a ser real. Tanmateix, quan es mostra com a Ladybug, l'heroïna, és valenta i es juga la vida dia a dia per salvar la seva ciutat. Davant tantes contradiccions de comportament en un mateix personatge vam haver de considerar-lo dos personatges diferents, perquè era impossible que l'estudi donés resultats congruents.

L'estètica de les dones segueix sent femenina, però no d'una manera tan exagerada. Hi ha diversos personatges que llueixen pantalons i colors vinculats històricament a l'home, sense que deixin de ser atractius als ulls dels altres, com és el cas de la Jackie a *Star contra las fuerzas del mal*, la noia de la que està enamorat en Marcus, el co-protagonista de la sèrie *El maquillatge* segueix tenint la mateixa rellevància que en les sèries d'origen anterior al 2010.

Així doncs, després d'exposar aquesta justificació informativa, entenem que si existeix una evolució en la representació de la dona al llarg dels anys. Les sèries de producció més actuals mostren una figura femenina més liberal i independent, oberta al món laboral. Se segueixen donant molta importància a l'estètica i l'aspecte físic de la dona, però no està tan lligat a la feminitat. A més a més, es deixa més espai als personatges femenins perquè siguin protagonistes. Considerem que aquesta transformació és positiva.

Tanmateix, després d'aquesta reflexió, ens preguntem perquè continuen en emissió dibuixos animats amb un missatge tan conservador sobre la dona si hi ha opcions més positives en qüestió de gènere. Probablement perquè no s'ha analitzat detingudament les creences socials que transmeten i només es dóna importància a gran l'audiència que aconsegueixen.

## 8. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

RED2RED CONSULTORES (2007) *Tratamiento y representación de las Mujeres en las teleseries emitidas por las cadenas de televisión de ámbito nacional*. Instituto de la Mujer, Madrid

RED2RED CONSULTORES (2005) *La situación actual de la educación para la igualdad en España*. Instituto de la Mujer, Madrid

ANDRÉU ABELA, J. (2003) Infancia socialización familiar y nuevas tecnologías de la comunicación. [en línea] Disponible:  
<http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/156/b15148312.pdf?Sequen> [Consulta: 18 de març de 2018].

ESPINAR RUIZ, E. (2007) *Estereotipos de género en los contenidos audiovisuales infantiles*. Comunicar XV [en línea] Disponible:  
<http://2011.redalyc.org/articulo.oa?id=15802922> [Consulta: 18 de març de 2018].

NÚÑEZ PUENTE, S. (2005) *Género y televisión. Estereotipos y mecanismos de poder en el medio televisivo*. Comunicar [en línea] Disponible:  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15825092> [Consulta: 24 de març de 2018].

GALÁN FAJARDO, E. (2007) *Construcción de género y ficción televisiva en España*. Comunicar [en línea] Disponible:  
<http://sociales.redalyc.org/articulo.oa?id=15802831> [Consulta: 24 de març de 2018].

GARCÍA BEAUDOUX, V. (2014) *Influencia de la televisión en la creación de estereotipos de género y en la percepción social del liderazgo femenino. La importancia de la táctica de reencuadre para el cambio social. Feminismos y prácticas políticas en América Latina* [en línea] Disponible:

[≤https://search.proquest.com/openview/357e3da9c4be803d39d48b00eee3d6f0/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2035740](https://search.proquest.com/openview/357e3da9c4be803d39d48b00eee3d6f0/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2035740) ≥ [Consulta: 25 de març de 2018].

CALDEVILLA, D. (2010) *Estereotipos femeninos en series de TV*. Revista Latinoamericana de Comunicación [en línia] Disponible: [≤http://67.192.84.248:8080/handle/10469/5598#.WuGhGy8rxTZ](http://67.192.84.248:8080/handle/10469/5598#.WuGhGy8rxTZ) ≥ [Consulta: 25 de març de 2018].

ESPINAR RUIZ, EVA (2006) *Imágenes y estereotipos de género en la programación y en la publicidad infantil. Análisis cuantitativo*. Revista Latina de Comunicación Social [en línia] Disponible: [≤http://2011.redalyc.org/articulo.oa?id=81996114](http://2011.redalyc.org/articulo.oa?id=81996114) > [Consulta: 25 de març de 2018].

ENGLAND, D.E., DESCARTES L. & COLLIER-MEEK, M.A. (2011) *Gender Role Portayal and the Disney Princesses*. Sex roles

MANCINAS CHÁVEZ, R (X) *Mujeres animadas. Análisis de los estereotipos de género en las series de dibujos animados*. Universidad de Sevilla [en línia] Disponible: [≤https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/30830](https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/30830) ≥ [Consulta: 15 de març de 2018].

PRADO, E. & DELGADO, M. (2010) *La televisión generalista en la era digital. Tendencias internacionales de programación*

NÚÑEZ DOMINGUEZ, T. (2008) *La mujer dibujada: El sexismo en películas y series de animación*. Universidad de Sevilla [en línia] Disponible: [≤https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/28010](https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/28010) ≥ [Consulta: 15 de març de 2018].

LOSCERTALES, F. & NÚÑEZ, T. (2009) *La imagen de las mujeres en la era de la comunicación*. Revista Científica de Información y Comunicación. Universidad de Sevilla. [en línia] Disponible: [≤http://institucional.us.es/revistas/comunicacion/6/4.2%20Loscertales.pdf](http://institucional.us.es/revistas/comunicacion/6/4.2%20Loscertales.pdf) ≥ [Consulta: 15 de març de 2018].



LOSCERTALES, F. (2007) *Los medios de comunicación: imágenes y palabras*. Universidad de Sevilla, Instituto Andaluz de la Mujer [en línea] Disponible: <http://www.juntadeandalucia.es/iam/catalogo/doc/iam/2008/14125583.pdf> [Consulta: 15 de març de 2018].

LOSCERTALES, F. & NÚÑEZ T. (2005) *Arrinconando estereotipos en la televisión. Un análisis transnacional*. Universidad de Sevilla, Revista Iberoamericana de Sistemas, Cibernética e Informática. Disponible: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/23743> [Consulta: 20 de març de 2018].

THOMPSON, T.L. & ZERBINIOS, E. (1995) *Gender roles in animated cartoons: Has the picture changed in 20 years? Sex roles* Disponible: <https://pdfs.semanticscholar.org/0e9f/52adce6bd840ae6a1d0e2eb25ae79cd5dee4.pdf> [Consulta: 6 de maig de 2018].

CAMPBELL LEAPER, LISA BREED, LAURIE HOFFMAN & CARLY ANN PERLMAN (2006) *Variations in the Gender-Stereotyped Content of Children's Television Cartoons Across Genres*. Disponible: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1559-1816.2002.tb02767.x> [Consulta: 20 d'abril de 2018]

*Gender stereotypes about intellectual ability emerge early and influence children's interests* (2017) *Revista Science*. Disponible: <http://science.sciencemag.org/content/355/6323/389> [Consulta: 24 de març de 2018].