

REPRESENTACIONES DE GÉNERO EN EL CINE ARGENTINO

Un análisis de los personajes femeninos
en las películas argentinas más vistas

Investigadoras: Bárbara Duhau y Mg. Taluana Wenceslau
Un Pastiche - Género y Comunicación www.unpastiche.org
Apoyo: GROW – Consultoría de Género y Trabajo www.generoytrabajo.com



Antecedentes

En septiembre de 2014¹ se publicó una investigación del Instituto Geena Davis (“Gender Bias Without Borders”) sobre Género en los Medios cuyo propósito fue explorar la visibilidad y las características de las representaciones femeninas en el cine de todo el mundo. Para lograr este objetivo se analizaron las diez películas más vistas de los once mercados más rentables a nivel internacional (Alemania, Australia, Brasil, Estados Unidos, China, Corea del Sur, Francia, India, Japón, Reino Unido y Rusia), que fueran aptas para menores de 13 años y hubiesen sido emitidas en el cine entre el primero de enero de 2010 y el primero de mayo de 2013.

Los resultados mostraron que pese a que las mujeres representan cerca del 50% de la población mundial, en las películas evaluadas conformaban sólo el 30,9% de los personajes con líneas de diálogo, con una variación en los 11 países de un mínimo de 23,6% a un máximo de 37,9%. Solamente el 23% de las películas evaluadas tenían personajes femeninos como protagonistas. Además, en la composición de sus personajes, las mujeres estaban subrepresentadas en el mercado laboral y estigmatizadas en varios aspectos.

Objetivo

Teniendo en cuenta que Argentina ocupa el 15to puesto de mercado más rentable en cine a nivel mundial,² quisimos averiguar qué sucedía con las representaciones femeninas en el cine argentino más visto. ¿Las mujeres estarían tan invisibilizadas y mal representadas como en el resto del mundo? ¿Dónde podría ubicarse el país en comparación con otros territorios?

Con el foco puesto en diagnosticar y promover la discusión sobre los estereotipos que los medios de comunicación construyen y reproducen sobre las mujeres, este estudio se propuso analizar y sistematizar cómo y de qué diversas maneras el cine de consumo masivo construyó esas representaciones femeninas y en qué lugar se ubicó en relación con los otros 11 mercados internacionales.

Metodología de análisis

El presente estudio desarrolló una investigación cuantitativa, estadística y analítica. Fue aplicado el mismo esquema de codificación de contenidos audiovisuales que empleó la investigación internacional “Gender Bias Without Borders”, con el fin de comparar al cine argentino con los 11 países con mercados más rentables en cine a nivel internacional.

Fueron evaluadas, en sistema de doble chequeo (relevadas por dos analistas distintas), las 10 películas nacionales aptas para menores de 13 años más vistas en Argentina estrenadas entre enero de 2010 hasta mayo de 2013.³ Cada personaje femenino hablante (es decir, que pronuncia una o más palabras distinguibles en la pantalla) o nombrado (que pudiera identificarse con un nombre) fue considerado en esta investigación.

A continuación se exponen los resultados clave obtenidos de la investigación:



#1 Las mujeres están subrepresentadas en la pantalla argentina

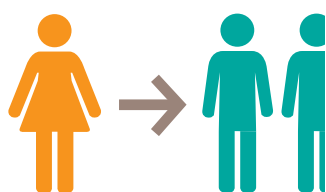
Del total de 294 personajes que hablan o tienen nombre en las películas analizadas, el 37,4% son femeninos y el 62,6% masculinos. Es decir, una proporción de 1 personaje femenino por cada 1,7 masculinos. De los personajes protagónicos o co-protagónicos, sólo el 30,7% está compuesto por mujeres.

En Argentina, la población femenina es mayoritaria, con 51% de mujeres y 49% de varones.⁴ Con estos números, se esperaría ver muchas más mujeres y niñas en escena. Sin embargo, esta realidad no se ve reflejada en las pantallas de cine. Solamente el 37,4% de los personajes en las películas evaluadas son femeninos. A su vez, sólo el 20% de las películas tiene un reparto equilibrado en términos de género, es decir, uno que asigna a las niñas y mujeres entre el 45% y el 54,9% de todos los papeles con diálogo.

En comparación con los demás países, el cine argentino se ubica como el 2º con mayor cantidad de personajes femeninos (el primer puesto lo ocupa Inglaterra con 37,9%). Pero en lo que se refiere a la cantidad de protagonistas o co-protagonistas femeninas, se encuentra en una posición global media, en el 5º puesto, con un 30,7%. Estos resultados revelan que la desigualdad de género es muy elevada en las películas de todo el mundo; y, si bien el cine argentino está en una posición mejor o media en comparación con otros mercados, el cine de ningún país está siquiera cerca de representar la realidad. Las mujeres y las niñas conforman la mitad de la población mundial, no un tercio, no un cuarto.

Tabla 1. Representación femenina en los personajes por país

País	% de Personajes Femeninos	% de Protagonistas o Co-Protagonistas Femeninas	% con Reparto Equilibrado	Total de Personajes
Reino Unido	37,9%	30%	20%	454
Argentina	37,4%	30,7%	20%	294
Brasil	37,1%	20%	20%	423
Corea	35,9%	50%	20%	409
Alemania	35,2%	20%	20%	443
China	35 %	40%	30%	514
Rusia	30,3%	10%	10%	522
Australia	29,8%	40%	0	386
EEUU	29,3%	30%	0	502
Francia	28,7%	0	0	526
Japón	26,6%	40%	0	575
India	24,9%	0	0	493
EEUU/R.U.	23,6%	0	0	552



1 personaje femenino
por cada 1,7 masculinos
(Argentina)

Observación: A excepción de Argentina, los datos estadísticos de todos los países presentados en esta y en las siguientes tablas fueron recolectados por el "Geena Davis Institute on Gender and Media" (2014).



#2 Hay muy pocas mujeres detrás de cámara en el cine argentino

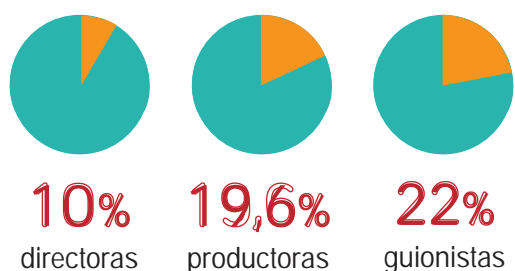
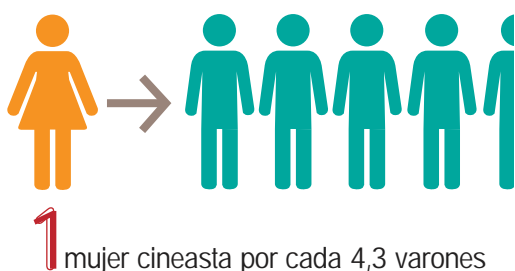
Sólo el 10% de directorxs, el 22% de guionistas y el 19,6% de productorxs de las películas argentinas evaluadas son mujeres. Hay 4,3 varones por cada mujer que está detrás de cámara.

Aunque a partir de 2001 las películas realizadas por mujeres en Argentina se duplicaron, los datos numéricos demuestran que el cine es un espacio aún dominado casi íntegramente por varones, en especial en las películas de público masivo.⁵

En comparación con el cine más masivo de los demás mercados durante el mismo período evaluado, Argentina ocupa una posición media en la proporción de género detrás de cámara, siendo la 3° en cantidad de directoras (detrás del Reino Unido y China), la 6° en porcentaje de guionistas mujeres y la 9° en cantidad de productoras (el 1° puesto lo ocupa Brasil, el único país de América Latina incluido en la investigación global).

A nivel global, se identificó que cuando hay directoras involucradas en la película, hay un 6,8% más de personajes femeninos. El aumento es de 7,5% si hay guionistas mujeres. En el cine argentino no fue posible corroborar esta conclusión dada la pequeña muestra evaluada, en la que solamente un 10% de las películas analizadas fueron dirigidas por mujeres.

Tabla 2. Representación femenina detrás de cámara por país



País	Directoras	Guionistas	Productoras	Proporción por Género
Reino Unido	27,3%	58,8%	21,8%	2,7 a 1
China	16,7%	21,4%	25,3%	3,1 a 1
Argentina	10%	22%	19,6%	4,3 a 1
Brasil	9,1%	30,8%	47,2%	1,7 a 1
India	9,1%	12,1%	15,2%	6,2 a 1
EEUU./R.U.	9,1%	9,1%	21,6%	4,7 a 1
Australia	8,3%	33,3%	29,4%	2,5 a 1
Alemania	7,1%	22,2%	23,8%	3,7 a 1
Francia	0	6,7%	13,6%	9,6 a 1
Japón	0	22,7%	7,5%	9,5 a 1
Corea	0	15,4%	20%	5,2 a 1
Rusia	0	13,6%	17,7%	6,3 a 1
EEUU	0	11,8%	30,2%	3,4 a 1
Total	7%	19,7%	22,7%	3,9 a 1



#3 Los personajes femeninos están mucho más objetivados sexualmente que los masculinos

En la muestra del cine argentino evaluado, las mujeres aparecen 15 veces más que los varones en atuendos sexualmente atractivos y 3 veces más en desnudos parciales o totales. A su vez, el 14% de los personajes femeninos recibe comentarios sobre su aspecto en la pantalla mientras que sólo al 2% de los personajes masculinos.⁶

La objetivación sexual es una regla general global para los personajes femeninos. En Argentina, los personajes femeninos aparecen menos representados en atuendos sexualmente atractivos y en desnudos que en el promedio global. Sin embargo, en comparación, el cine argentino es el que más presenta a mujeres delgadas. Además, mientras la mayoría de los personajes femeninos son delgados, casi todos los personajes masculinos aparecen con un peso promedio.

Sobre esto, varias investigaciones realizadas alrededor del mundo revelaron que la exposición a contenidos que presentan mujeres delgadas y objetivadas sexualmente, contribuye o refuerza en algunas mujeres la vergüenza por el propio cuerpo, la ansiedad por su apariencia y la internalización de un ideal femenino delgado.⁷

Es importante resaltar que, según datos de la OMS⁸, el 64,2% de la población argentina no es delgada (el 66,3% de los hombres y el 62,2% de las mujeres tiene sobrepeso, y el 27,1% de los hombres y 32% de las mujeres presenta obesidad), por lo que la representación en el cine está muy lejos de parecerse a la realidad.

Tabla 3. Objetivación sexual de las mujeres por país



Cada 200 varones, 1 recibe un comentario sobre su aspecto

Cada 200 mujeres, 33 reciben un comentario sobre su aspecto

País	% de mujeres en atuendo sexy	% de mujeres total o parcialmente desnudas	% de mujeres que reciben comentario por su apariencia	% de mujeres delgadas
Alemania	39,9%	39,2%	15,4%	44,7%
Australia	37,1%	37,1%	17,4%	23,2%
India	34,1%	35%	25,2%	18,6%
Francia	30,6%	31,3%	16,6%	31,5%
Brasil	28,7%	28,7%	10,8%	42%
EEUU/R.U.	22,5%	23,3%	10%	49%
Japón	21,1%	19,7%	7,2%	52,5%
Reino Unido	19,5%	19,5%	8,7%	38%
Rusia	17,4%	19,4%	9,5%	30,4%
China	15,6%	13,9%	11,7%	42,7%
Argentina	15%	6%	13%	55%
Corea	11,6%	10,2%	13,6%	34,9%

#4 En el cine argentino las mujeres están subrepresentadas como fuerza laboral

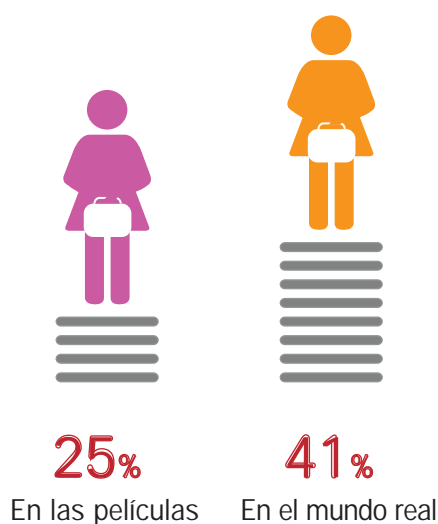
Menos de una cuarta parte de la fuerza laboral que aparece en pantalla son mujeres (25%). Pero en Argentina, las mujeres constituyen aproximadamente el 41% de todas las personas ocupadas.⁹

Los medios de comunicación contribuyen y refuerzan el conocimiento sobre las diferentes carreras o las creencias y actitudes sobre el trabajo -incluidos los estereotipos laborales de género-, por lo que también se evaluó en esta investigación si los personajes con diálogos eran presentados trabajando o se hacía referencia a sus empleos.

A partir de ese análisis se identificó que las mujeres están insuficientemente representadas como fuerza de trabajo en las películas argentinas, con un porcentaje que está muy por debajo de su participación en la vida laboral del país (25% en las películas versus 41% en el mundo real del trabajo). Si consideramos específicamente a las mujeres de entre 25 y 59 años -la franja etaria que más se identificó en los personajes femeninos del cine argentino-, la tasa de participación económica femenina es aún más elevada, dado que el 65% de las mujeres en esa franja desempeñan actividades laborales.¹⁰

Si bien en Argentina esta diferencia¹¹ entre "ficción" y "realidad" es menor que en el promedio global, en el cine de todos los países evaluados las mujeres comprenden menos de una cuarta parte de la fuerza de trabajo en la pantalla. Teniendo en cuenta que las películas pueden influenciar la agenda para la próxima generación, la falta de mujeres en el mercado laboral en el cine masivo es verdaderamente preocupante.

Tabla 4. Participación laboral femenina: películas vs mundo real



País	% de mujeres trabajadoras en las películas	% de mujeres trabajadoras en el mundo real	Diferencia
Reino Unido	27,9%	45,9%	18
China	27,8%	43,6%	15,8
Corea	26,3%	41,6%	15,3
Brasil	25,4%	43,7%	18,3
Argentina	24,3%	40,4%	15,1
Alemania	24,2%	45,9%	21,7
Japón	23,7%	42,2%	18,5
EEUU	23,2%	46,3%	23,1
Australia	22,8%	45,5%	22,7
Rusia	20,8%	49,2%	28,4
Francia	18,8%	47,4%	28,6
EEUU/ R.U.	17,6%	n/a	n/a
India	15,6%	25,3%	9,7
Total	22,5%	n/a	n/a

Observación: Los porcentajes del mundo real se basan en cifras del Banco Mundial (2012). Los porcentajes se redondean a un decimal.

Estereotipos laborales de género

Para la investigación del Instituto Geena Davis, uno de los tópicos más problemáticos fue el marcado estereotipo en la distribución de los roles de trabajo en los que aparecen representados los personajes femeninos y los masculinos.

En Argentina, esta tendencia prevalece. Las mujeres no representan ningún papel como políticas o como empleadas de seguridad. Hay una mujer en alguna rama del arte por cada 3 hombres y una mujer empresaria por cada 12 hombres. En áreas como la salud (como médico/a o enfermera/o), donde las mujeres representan en la vida real el 70% del total de los empleos, en la pantalla forman parte sólo del 30%. Tampoco representan papeles como profesoras, deportistas o remiseras, pero sí como cocineras, prostitutas, empleadas domésticas o peluqueras.



Película: Revolución - 2011

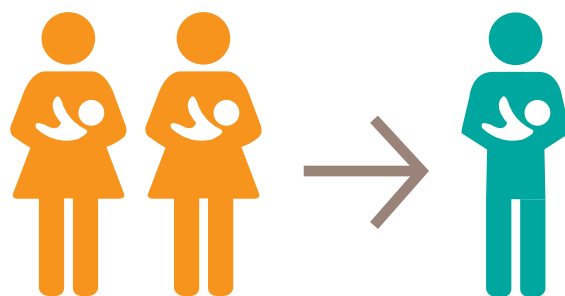
#5 Las mujeres interpretan el doble de personajes en el rol de cuidado que los varones

En las películas argentinas es dos veces más probable que los personajes femeninos sean representados como madres que los masculinos como padres.

Aunque es difícil evidenciar el estado de parentalidad de los personajes en las películas, pudimos identificar que, de los personajes con diálogo, el 23,6% de las mujeres eran representadas como madres contra el 11,4% de los varones. Es decir que es dos veces más probable que un personaje femenino sea representado como madre que un personaje masculino como padre.

Según el Monitoreo Global de Medios de 2015,¹² es tres veces más probable que en los medios de comunicación se describa a las mujeres en sus roles de esposas, madres o hermanas, en comparación con los hombres, es decir, asociadas a una identidad que se conforma primordialmente en el ámbito privado. Por eso, no asombra que esto se replique en las películas.

Los personajes femeninos aparecen como madres el doble de veces que los masculinos como padres





#6 Las personas con orientaciones sexuales o identidades de género diversas están subrepresentadas en el cine argentino

Solamente 1% de los personajes femeninos y 2,35% de los masculinos aparecen como expresamente homosexuales, y ninguno es representado como bisexual, tomando en consideración que la orientación sexual de la mayoría de los personajes no es declarada o expresa. En cuanto a la identidad de género, solamente aparece una mujer transgénero, interpretada por un actor varón (en la película "Viudas").

Si bien el estudio del Instituto Geena Davis no evaluó estos criterios, resolvimos extender el examen de la diversidad del cine argentino a la representación de personajes homosexuales, bisexuales, travestis y transgéneros, por género femenino y masculino.

La población LGBTTI de Argentina, según la estimación de Out Now, representa alrededor del 6% de la población adulta y, en la generación millennial (entre 18-35 años), se supone que ese número sea aún más grande. Por lo que el cine argentino masivo falla en la inclusión proporcional de la comunidad LGBTTI.





Conclusiones

El objetivo de esta investigación fue analizar y diagnosticar los modelos hegemónicos de representación del género -en especial de los personajes femeninos-, en el cine argentino y comparar los resultados con los datos de los 11 países que componen los mercados más grandes de cine del mundo.

Una conclusión quedó en evidencia: las mujeres están insuficientemente representadas en el cine, y Argentina no es la excepción. Esto puede ilustrarse mediante los siguientes datos:

- I.** En la pantalla argentina solamente el 37% de todos los personajes que hablan son femeninos. Argentina es uno de los pocos países que se encuentra mejor que el promedio global de 30,9%, junto a Gran Bretaña (37.9%), Brasil (37.1%) y Corea (35.9%). De igual manera, todos estos porcentajes están por debajo del promedio real de la población femenina que es de más del 50%.
- II.** Sólo el 31,2% de los personajes protagónicos o coprotagónicos son mujeres. El 90% de las películas argentinas tienen protagonistas masculinos, mientras que sólo el 30% posee protagonistas femeninas.
- III.** Hay muy pocas mujeres detrás de cámara en el cine argentino: de un total de 110 profesionales del cine argentino con género identificable, sólo el 18,8% son mujeres. Es decir que hay 4,3 varones por cada mujer que está detrás de cámara. A nivel global, Argentina se encuentra en cuarto lugar en relación a la cantidad de mujeres trabajadoras en la industria, detrás de Brasil, Australia, Inglaterra y China.
- IV.** La objetivación sexual es una regla general global para los personajes femeninos. En la muestra de cine argentino evaluado, las mujeres aparecen 15 veces más que los hombres en vestimenta "sexy" y 3 veces más en desnudos parciales o totales.
- V.** En el cine argentino las mujeres están subrepresentadas como fuerza laboral: los personajes femeninos corresponden al 24,5% de la fuerza de trabajo en el cine argentino. Pero en Argentina, las mujeres constituyen el 40,4% del total de las personas ocupadas.
- VI.** En las películas argentinas los personajes femeninos aparecen dos veces más representados como madres que los masculinos como padres. Se corresponde con la tendencia global de los medios a describir tres veces más a las mujeres en sus roles de esposas, madres o hermanas, en comparación con los hombres.
- VII.** Las personas con orientaciones sexuales o identidades de género diversas están subrepresentadas en el cine argentino: solamente 1% de los personajes femeninos y 2,3% de los masculinos aparece como expresamente homosexual, y se muestra a una sola mujer transgénero, interpretada por un actor varón.



Contar otra(s) historia(s)

Dados estos resultados, creemos necesaria hacer una llamada de atención al cambio. Las mujeres y niñas conforman el 50% de la población; sin embargo, no son representadas en esa proporción en las pantallas de cine. Necesitamos que los y las cineastas se comprometan a crear más papeles para las mujeres y las niñas, y que colaboren en retratar mundos de ficción que se parezcan mucho más al mundo que habitamos y estimulen la construcción de realidades más plurales y libres.

Este análisis, aunque acotado, nos permite vislumbrar un camino que podemos tomar. Tenemos la oportunidad de empezar a producir contenidos cinematográficos conscientes de las desigualdades de género: menos representaciones estereotipadas de las mujeres, menos objetivación sexual, papeles femeninos más poderosos y relevantes, más y mejor diversidad de personajes.

Asimismo, necesitamos que se multipliquen los roles de liderazgo de las mujeres en la industria del cine. Las mujeres suman voces, perspectivas, sensibilidades y experiencias que amplían nuestras miradas en tanto espectadore/as y habilitan otras representaciones de lo femenino.

La creación de un cine que muestre una multiplicidad de identidades femeninas no sólo podrá nutrirnos de mayores temáticas, narrativas, percepciones y miradas sino que también podría tener consecuencias importantes y duraderas para la próxima generación. Estamos a tiempo de cambiar el rumbo.





Películas analizadas¹³

Película	Cantidad de espectadores	Año	Director/a	Gulonista	Género
Un Cuento Chino	910.000	2011	Sebastián Boreztein	Sebastián Boreztein	Drama
Igualita A Mí	835.000	2010	Diego Kaplan	Juan Vera & Daniel Cúparo	Comedia
Atraco	555.208	2012	Eduardo Cortés	Marcelo Figueras, Piti Español & E. Cortés	Policial
Dos Hermanos	460.383	2010	Daniel Burmán	Daniel Burman & Sergio Dubcovsky	Drama
Gaturro, la película	410.896	2010	Gustavo Cova	Nik, Laura Losoviz, Adriana Lorenzón Esteban Garrido, Mariano Podestá y Belén Wedeltoft	Animación
Viudas	390.120	2011	Marcos Carnevale	Bernarda Pagés	Drama
Mi primera boda	300.000	2011	Ariel Winograd	Patricio Vega	Comedia
Revolución: El cruce de los Andes	280.000	2011	Leandro Ipiña	Andrés Maino & Leandro Ipiña	Drama
Peter Capusotto	273.668	2012	Pedro Saborido	Pedro Saborido & Diego Capusotto	Comedia
Los Marziano	220.000	2011	Ana Katz	Ana Katz & Daniel Katz	Drama



Referencias

- 1- Geena Davis Institute on Gender in Media (2014). "Gender Bias Without Borders - An Investigation of Female Characters in Popular Films Across 11 Countries". Disponible en: <http://seejane.org/wp-content/uploads/gender-bias-without-borders-executive-summary.pdf> (último acceso el 12 de octubre de 2016).
- 2- Revista Haciendo Cine (julio 2014). "Los principales 15 mercados del mundo en 2013", n. 149, año 19, p. 6/7.
- 3- Ordenadas por cantidad de espectador/as: Un cuento chino (2011), Igualita a mí (2010), Atraco (2012), Dos Hermanos (2010), Gaturro, la película (2010), Viudas (2011), Mi primera boda (2011), Revolución: el cruce de los Andes (2011), Peter Capusotto y sus 3 dimensiones (2012), Los Marziano (2011).
- 4- Datos macro (2014). Argentina - Población. Disponible en: <http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/argentina> (último acceso el 12 de octubre de 2016).
- 5- Betendorff, Paulina y Pérez Rial, Agustina (2014) "Cartografiando miradas. Mujeres que hacen cine en Argentina" en Tránsitos de la mirada. Mujeres que hacen cine. Buenos Aires, Librería. Pág. 15.
- 6- Cuatro indicadores identificaron la apariencia y/o la objetivación sexual de acuerdo a los criterios empleados por el Instituto Geena Davis (2014): vestuario "sexy" (es decir, ropa ajustada, reveladora), desnudez (es decir, exposición parcial o total desde la mitad del pecho a la región alta del muslo), delgadez (es decir, la mínima cantidad de grasa corporal y/o muscular), y atracción (es decir, expresiones verbales y no verbales que comunican el deseo físico hacia otro personaje).
- 7- Tomado de "Gender Bias Without Borders" (2014).
- 8- Organización Mundial de la Salud (2011). ENT Perfiles de países, Argentina. Disponible en: http://www.who.int/nmh/countries/2011/arg_es.pdf?ua=1 (último acceso el 12 de octubre de 2016).
- 9- Conforme datos del Banco Mundial, que fue la fuente de referencia de la Institución Geena Davis. El dato coincide con los reportados por el Ministerio de Trabajo en el 2012 Disponible en: <http://www.trabajo.gov.ar/left/estadisticas/genero/estadisticas.asp> (último acceso el 12 de octubre de 2016).
- 10- Banco Mundial, INDEC y Ministerio de Trabajo. Esta diferencia ocurre por la disminución de la participación económica de las mujeres entre los 15 y los 24 años, que se debe a la mayor permanencia de las mujeres en el sistema educativo.
- 11- Se calcularon las puntuaciones de discrepancia para determinar el grado en que las representaciones de ocupaciones en la pantalla difieren de los valores del mundo real (véase el cuadro 6). Las puntuaciones se agruparon en tres categorías en función del tamaño de la discrepancia: pequeña (5-9.9), moderada (10-19.9) y grande (más de 20). India fue el único país en el que la fuerza de trabajo femenina en el cine reveló sólo una pequeña diferencia con el mundo real. Argentina se ubica junto a los cinco países que mostraron diferencias moderadas entre película y porcentajes reales de mano de obra (Japón, Brasil, Reino Unido, China y Corea).
- 12- Proyecto Monitoreo Global de Medios (2015), GMMP, por sus siglas en inglés. Disponible en: <http://whomakesthenews.org/gmmp/gmmp-reports/gmmp-2015-reports> (último acceso el 12 de octubre de 2016).
- 13- Cinco de las películas argentinas más exitosas en el país durante este período no fueron analizadas debido a su restricción de edad. Se pretende evaluarlas más adelante para comparar si hay considerables diferencias en las representaciones de los personajes femeninos. Las películas son: Tesis sobre un Homicidio, Dos más Dos, Séptimo, Elefante Blanco y Carancho



Un Pastiche: Organización no gubernamental cuya misión es ampliar y mejorar las imágenes y la participación de las mujeres y las niñas en los medios de comunicación, la tecnología y el entretenimiento.

Esta investigación y su respectivo informe fueron realizados por Bárbara Duhau y Taluana Wenceslau de Un Pastiche - Género y Comunicación con el apoyo y la colaboración de Georgina Sticco y Carolina Villanueva de GROW – Género y Trabajo.



Diseño y diagramación: María José García Fernández

Octubre 2016

PARA MAS INFORMACIÓN VISITÁ

www.unpastiche.org - www.generoytrabajo.com