



GUAPIS



Proposta didàctica de Ramon Breu

SINOPSI-COMENTARI

La pel·lícula francesa *Mignonnes* (2020), *Cuties* en anglès i batejada amb mala traça en castellà com a *Guapis*, és el primer llargmetratge de la cineasta d'origen senegalès Maïmouna Doucouré, on ressegueix l'experiència de l'Amy (Fathia Youssouf), una preadolescent africana recentment instal·lada a França que intenta escapar-se de la repressió patriarcal de casa seva, tot abraçant els suposats aires de llibertat d'un grup d'amigues que ballen *twerking*, un estil habitual en videoclips de *reggaeton* o en les cançons de Miley Cyrus.

Guapis va guanyar el premi World Cinema Directing del festival de Sundance 2020 i fou premiada també al Festival Internacional de Cinema de Berlín del darrer any. No obstant, d'aquesta pel·lícula se n'ha parlat i massa abans de que fos vista pel gran públic a causa de la irreflexiva campanya de màrqueting

que va dur a terme Netflix en el moment de incloure-la en la seva plataforma, i que va provocar que s'acusés la cinta d'allò mateix que el film vol denunciar, la hipersexualització de les nenes.

Amy, la nena protagonista, apareix com a alter ego de la directora i guionista, ja que Doucouré va créixer entre dues cultures: la francesa del seu país natal i la senegalesa del país d'origen dels seus pares. A l'escola, Amy es desvia per poder ajuntar-se al grup de ball de la seva veïna Angélica, les *Guapis*, quatre nenes que després de classe es vesteixen amb roba provocativa per assajar en paratges suburbials les seves danses i poder guanyar un concurs que creuen que els portarà fama i èxit. Quan l'Amy s'ha assabentat que el seu pare tornarà a París acompanyat per la seva nova esposa, se sent atrapada entre la tristesa de la seva mare i els preceptes tradicionals de la seva tieta que la vol educar per ser una noia submissa i complaent. El ball es convertirà, llavors, en la seva vàlvula d'escapament, que practicarà de manera obsessiva, i a través del qual canalitzarà tota la seva energia i frustració.

Per a l'Amy i les seves companyes, el passaport cap al món adult passa per imitar els cossos i els gestos que veuen constantment reproduïts en els contenidors de porqueria de determinats mitjans de comunicació i a les xarxes socials. Desemparades per les famílies i per l'escola, ningú les ha ensenyat a discriminar en les seves relacions amb l'univers mediàtic, ningú les ha acompanyat a construir el seu sentit crític.

El film constata la ingènua immaduresa d'unes nenes que juguen a ser *lolites* de suburbi com a forma d'autoafirmació en una edat i en un escenari de confusió i incertesa. *Guapis* ens presenta un retrat naturalista d'aquestes nenes i les seves peripècies amb la motxilla de la seva alienació i desorientació sexual.

Des d'una perspectiva serena i gens apocalíptica, la pel·lícula col·loca sobre la taula no només la cosificació femenina des de la preadolescència, sinó que planteja també les tensions personals que suposa el descobriment del propi cos, la tirania dels *likes* i el patró de comportament d'una societat patriarcal, ja sigui tradicional o falsament moderna. I tot això ens ho deixa als espectadors, a les famílies i a les escoles perquè ho debatem, perquè ho reflexionem des de la nostra pròpia realitat més immediata.

FITXA DE LA PEL·LÍCULA

Títol original: *Mignonnes*

Direcció i guió: Maïmouna Doucouré

Producció: Zangro

Nacionalitat: França

Any: 2020

Durada: 96 minuts

Música: Nicolas Nocchi

Muntatge: Stéphane Mazalaigue i Mathilde Van de Moortel

Fotografia: Yann Maritaud

Intèrprets: Fahia Youssouf (Amy); Médina El Aodo-Azouni (Angélica); Esther Gohourou (Coumba); Ilanah Cami-Goursolas (Jess); Myriam Hamma (Yasmine); Maïmouna Gueye (Mariam); Mbissine Thérèse Diop (Tia); Demba Diaw (Ismaël); Mamadou Samaké (Samba); Bilel Chegrani (Walid C.).

PANTALLA D'ACTIVITATS

1. Escriviu la sinopsi de la pel·lícula.
2. Expliqueu l'evolució dels tres personatges principals: l'Amy; la seva amiga Angélica; i Miriam, la mare de la protagonista.
3. Com és el pis on viu l'Amy i la seva família? Com és el seu barri? A quina classe social creieu que pertany?
4. En la primera de les reunions-cerimònies de les dones musulmanes, sentim afirmacions com ara que a l'infern hi haurà més dones que homes; i que en el cos descobert de la dona hi ha l'esperit del mal. Com creieu que rep aquestes idees l'Amy? I vosaltres, què en penseu?
5. Què n'opineu de la manera com van vestides l'Angélica, la Yasmine i les altres amigues per anar a l'escola? Esteu d'acord en que la nostra indumentària s'ha de relacionar amb el que anem a fer, és a dir treballar, estudiar, divertir-se...; o no?
6. Com influeix en la família la notícia que el pare es casa amb una segona dona? Com se sent la Mariam? I l'Amy?
7. Què en penseu que la noia li prengui en telèfon mòbil al seu cosí Samba o li robi diners a la seva mare?
8. Debateu a classe sobre les lletres del *reggaeton* i sobre els passos de ball d'aquest estil.
9. Què denota que les amigues ballin fent postures eròtiques però, per exemple la Coumba ignori què és un preservatiu o que a l'Amy li vingui tant de nou la menstruació?
10. Per què l'Amy està tan obsessionada amb els *likes*? Coneixeu casos semblants?
11. És justificable que la protagonista agredeixi un company de classe o empenyi la Yasmine dins del canal?
12. Per què el santó que fa venir la família per visitar l'Amy diu que dins de la noia no hi ha cap mal esperit? Què és el que li passa realment?
13. Què us sembla l'organització de concursos de ball, com el de la pel·lícula, protagonitzats per preadolescents?
14. Per què l'Amy no pot acabar el ball, en ple concurs?
15. Com interpreteu, a les darreres imatges de la pel·lícula, que apareguin sobre el llit de la protagonista, el vestit tradicional senegalès i el vestit de ball, i que l'Amy s'hagi canviat de roba i baixí al carrer a jugar a saltar a corda?

16. Creieu que casos com els de la pel·lícula passen al nostre país? En coneixeu algun?
17. Què ens volien transmetre la directora i guionista de *Guapis* amb aquesta història?

Llenguatge i tècniques audiovisuals

1. Pràcticament en la primera escena de *Guapis* veiem com la càmera ens mostra el pis de la família, tot seguint l'Amy, l'Ismaël, el bebè i la mare. Quina classe de moviment de càmera ens ho mostra? Per cert, es tracta del mateix moviment que, més tard, es torna a produir entre els passadissos del supermercat on ha anat a comprar la noia protagonista acompanyada del seus germans.
2. En una curiosa escena en què l'Amy està amagada a sota el llit, observem un diàleg entre la mare i la tieta, però on només veiem els peus de les dues dones. Quin tipus de pla s'ha fet servir?
3. Aproximadament al minut 59, les noies ballen sobre les escales d'un pont de ferro. Les imatges es prenen amb un tipus d'angulació anomenada contrapicat. En què consisteix?
4. Minuts més tard, les quatre noies i el germà de l'Amy, apareixen al mig d'un carrer després de comprar roba per a la seva actuació. Les imatges les veiem en càmera lenta. Per què creieu que es va escollir aquesta fórmula per presentar aquest fet de l'argument?
5. Al minut 79 veiem fugaçment com diverses persones s'estan preparant per al casament del pare. La imatge es pren des de la finestra on hi ha l'Amy. Quin nom rep aquesta mena d'angulació?
6. Amb molta freqüència, durant la pel·lícula, la noia protagonista apareix en primers plans. Quina funcionalitat té el primer pla?

Consulteu aquest blog si teniu algun dubte:

<http://llenguatgecinematografic.wordpress.com/>

TRÀVELING DE LECTURES

ESCLAVES DE LA IMATGE ALS 12 ANYS

Tenen entre 12 i 15 anys. Comencen a utilitzar maquillatge i a decantar-se per sabates amb una mica de taló. La roba que escullen potencia una sensualitat que no els pertoca per la seva edat. Són les princeses del segle XXI, que, pressionades pels cànons de bellesa que bombardegen les noves tecnologies, s'han convertit en *esclaves* de la seva imatge. Els experts asseguren que aquest fenomen de les *sexinenes* no és nou, però sí que ha esclatat en els últims dos anys i ha arrossegat les edats més joves –sobretot entre el sexe femení– per culpa de la proliferació de les xarxes socials i dels dispositius

mòbils. “Faciliten uns estereotips molt sexualitzats i, en el cas de les nenes, hipersexualitzats”, denuncia la presidenta de l’Institut Català de les Dones, Montserrat Gatell. Aquesta esclavitud té conseqüències. “Com a societat ens preocupem excessivament per la imatge i això implica que pesi massa el que els altres pensen”, alerta Milagros Sáinz, la directora del grup d’investigació de gènere i tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) de la UOC. Aquest fet, segons argumenta, provoca que les nenes no tinguin un “desenvolupament maduratiu” adequat a la seva edat i, de retruc, els pugui generar una “falta d’acceptació d’elles mateixes”. Encara és més preocupant que el còctel d’hipersexualització i de falta de maduresa es materialitzi en les noves princeses en una falta d’“anàlisi crítica” que s’acaba traduint en actituds submises, sobretot cap al sexe masculí. “Són uns estereotips de gènere que perpetuen de manera flagrant les indústries cinematogràfica, musical i literària”, lamenta la presidenta de l’Institut Català de les Dones. D’exemples n’hi ha molts: la novel·la i pel·lícula *Crepuscle* –en què la protagonista vol renunciar a ser humana per poder estar amb el noi que li agrada–; les cançons de *reggaeton*, en què es tracta la dona com una “esclava”, i l’èxit editorial i, ara cinematogràfic, *Cinquanta ombres d’en Grey*. La investigadora Meritxell Esquirol, de la UOC, i Cristina Pujol, de la UAB, han analitzat l’imaginari sexual femení que ven la trilogia protagonitzada per Anastasia i Christian Grey i la conclusió és rotunda: “Tot i que sembla que democratitza la representació de la dona, en realitat fa referència a un ideal femení que consumeix sexe com qui compra un objecte glamurós o sofisticat. L’alliberament sexual de la dona que ven, doncs, és mentida”. És difícil trobar estudis que xifrin com l’esclat de les noves tecnologies i les xarxes socials ha influït en la hipersexualització de les nenes.

Sí que n’hi ha de les conseqüències. A finals de gener el ministeri de Sanitat, Serveis Socials i Igualtat va publicar l’enquesta *Percepció social de la violència de gènere en l’adolescència i la joventut*, feta a 2.500 joves de tot l’Estat d’entre 15 i 29 anys, que mostrava que una de cada tres noies considera inevitable o acceptable controlar els horaris de la parella, impedir-li que vegi amics o familiars, i fins i tot no permetre que treballi o estudiï. L’estudi també assenyala que la població jove és més tolerant que la població en general cap a les conductes de control. La secretària d’estat de Serveis Socials i Igualtat, Susana Camarero, va expressar durant la presentació que estan “especialment preocupats pels joves i la seva percepció de la violència de gènere”, perquè veuen que les seves relacions afectives i socials tenen comportaments “discriminatoris i inadmissibles, veritables senyals incipients de violència”.

Els pares, els referents

Un altre estudi del Centre d’Investigacions del Reina Sofia xifra en un 28% les adolescents espanyoles que han patit un control de la seva parella, un 14% les que han tingut por, un 22% les que pateixen situacions d’aïllament i un 23% les que asseguren que han sigut insultades per les xarxes socials. A nivell català, l’Institut Català de les Dones té previst fer aquest any una segona enquesta sobre la violència masclista (la primera es va fer fa cinc anys), en què incorporarà el ciberassetjament. “Ens donarà una fotografia de com estem”, concreta la presidenta de l’organisme. De moment, per minimitzar aquest

impacte, la institució té en marxa un programa de sensibilització i prevenció de relacions abusives entre adolescents i joves a partir dels 10 anys. Té tres línies de treball: els adolescents, els docents i les famílies a través de les associacions de pares i mares d'alumnes. "Aquest és el sector al qual ens costa més arribar", reconeix la presidenta. Però quin és el paper que han de fer els pares per evitar la hipersexualització de les seves filles? "Continuen sent el pilar principal tant pel que expliquen com també pel que callen", puntualitza Elena Crespi, sexòloga i autora del llibre *Parlem de sexe a casa*. La clau, segons matisa, és ensenyar tant als nens com a les nenes que el cos és seu i, alhora, posar les bases perquè en el moment que vulguin compartir-lo amb algú sàpiguen amb qui ho han de fer. "El problema és que ara se'ls dóna informació amb 15 i 16 anys quan, en molts casos, ja l'estan compartint, però potser no amb qui realment volen", denuncia. En la mateixa sintonia, el pedagog Jaume Funes alerta que la "falta de formació" és la responsable de l'actitud de submissió de moltes de les adolescents. "S'ha d'ajudar a fer que tinguin idees pròpies, que es qüestionin aspectes de la seva vida", insisteix. El camí dels pares comença, segons els experts, per trencar els "micromasclismes" que encara s'imposen i per ajudar els seus fills a gestionar la pluja d'informació que reben de les xarxes socials i les noves tecnologies. "Com més eduquem els adolescents en habilitats i naturalitzem a nivell educatiu la sexualitat, més bé els anirà. S'ha de tenir en compte, però, que res és garantia d'èxit", conclou Crespi.

N.Martínez; E. Escriche "Esclaves de la imatge als 12 anys" Ara 8-3-2015.

Activitats

1. De quina manera creieu que les xarxes socials i l'ús del mòbil potencien la hipersexualització especialment de les nenes?
2. A l'article es parla del *reggaeton*, una expressió musical molt present en la pel·lícula *Guapis*. Us agrada el *reggaeton*? Esteu d'acord en que perpetua un estereotip de gènere de submissió de les dones?
3. Veuríeu raonable que la vostra parella controlés els vostres horaris i relacions? Per què?
4. Investigueu què són els micromasclismes.

NO SÓN SEXIS, SÓN NENES

"Ets guapa?", li pregunta una reportera a una de les petites participants en el programa televisiu nord-americà *Toddlers and tiaras*. La nena té uns 5 anys. Rossa, porta els cabells recollits en un monyo excepte dos flocs que li cauen per davant de la diadema. És de perles i pedreria, en tons roses i verds, a joc amb el vestit i el maquillatge. Tanca els llavis, perfectament delimitats per un perfilador. No li agrada la pregunta. Li diu a la reportera que sent que l'hi fa perquè creu que no ho és. Al final, la nena se'n va plorant cap a la seva mare.

Aquesta escena s'emmarca dins del *reality* sobre concursos de bellesa en què menors molt petites competeixen amb els seus vestits, maquillatge i perruqueria per veure qui és la més guapa de totes. Va ser un programa que – entre l'any 2009 i el 2016– va exemplificar perfectament en què consisteix la hipersexualització de la infància, menors que apareixen com si fossin més grans del que realment són, mentre mostren atributs que, en el món adult, serien sexualment atractius per a altres persones. Però els exemples, a pesar del debat permanent al voltant del tema, se succeeixen. L'últim cas polèmic sobre hipersexualització infantil l'ha protagonitzat la revista *W*, que fa uns dies va incloure l'actriu de la sèrie *Stranger things* Millie Bobby Brown en una llista entre els personatges més sexis de la televisió. La intèrpret només té 13 anys.

La representació estereotipada de les dones fa dècades que s'estén a nenes. En el món del cine i l'espectacle hem vist menors interpretant prostitutes, com Brooke Shields a *La pequeña* o Jodie Foster a *Taxi driver*; models adolescents retratades de forma eròtica, com el top-less de Kate Moss a *The Face* en la seva primera sessió de fotos; o nenes com les participants en concursos o en l'esmentat *Toddlers and tiaras* exposades a un jurat que els mesuri la seva bellesa.

Posat de 'femme fatale'

Tot i que les crítiques siguin cada vegada més grans, moltes publicacions continuen retratant nenes després d'haver passat per maquillatge, amb talons i posant en actituds pròpies d'una *femme fatale*. Imatges que es repeteixen en anuncis de televisió i que cada vegada són més comunes en xarxes socials com Instagram, on hi ha pares que porten comptes amb el nom de les seves filles o que utilitzen els seus per retratar les menors amb roba idèntica a la seva.

«De totes les imatges que per ara anem estudiant, les més fortes les trobem a les xarxes socials», assegura Mónica Díaz-Bustamante, doctora en Ciències Econòmiques i Empresarials per la Universitat Complutense de Madrid. Ella, juntament amb Carmen Llovet-Rodríguez, professora associada del College of Arts and Sciences en el campus de Pequín del New York Institute of Technology, fa temps que analitzen tot tipus d'imatges. Díaz-Bustamante té una carpeta amb algunes d'aquestes fotografies tretes de comptes d'Instagram que, en la majoria dels casos, especialment de les nenes més petites, porten les seves mares. No semblen superar els 8 anys i la seva roba i els seus gestos estan lluny de ser considerats infantils.

El Parlament Europeu defineix la sexualització de les nenes com un enfocament instrumental de la persona mitjançant la seva percepció com a objecte d'ús sexual al marge de la seva dignitat, i en què la seva qualitat personal és valorada en funció del seu atractiu. Afegeix que s'imposa una sexualitat adulta a les nenes, que no estan ni emocionalment, ni psicològicament ni físicament preparades per a ella.

Els experts continuen assenyalant la moda i la publicitat com dos dels grans culpables del problema. La moda *mini-me*, vestir igual la mare que la nena, hi ajuda. Les grans cadenes de roba i marques de moda de luxe van començar a

treure línies infantils en els últims anys amb roba d'estil i de tendència per a dones adultes, en comptes d'estar pensades perquè les nenes se sentissin còmodes i poguessin jugar lliurement a casa, al pati de l'escola o al parc.

Patriarcat i capitalisme

Díaz-Bustamante i Llovet-Rodríguez, juntament amb la professora de la Universitat Complutense Beatriz Patiño-Alves, van analitzar 19 catàlegs disponibles a internet d'algunes d'aquestes marques de roba. En aquest treball, publicat a la Revista Mediterrànea, hi havia un total de 605 imatges de nens. Gairebé la meitat mostraven atributs que els sexualitzaven –el 49% de les nenes davant el 38% dels nens–. Per saber identificar quines imatges estaven erotitzades i quines no, van utilitzar una escala internacional que recull característiques de la indumentària, el calçat, els cabells i el pentinat de les nenes.

Aquest sexisme ha sigut denunciat per plataformes de consumidors i usuaris. Perquè, de moment, és la societat civil la que està tombant aquest tipus de campanyes i la que ha aconseguit que cadenes com Primark retiressin la seva línia de sostenidors per a nenes de 7 a 13 anys –el representant de la cadena a Anglaterra, en comptes de defensar el producte, va fer declaracions al *Daily Mail* disculpant-se i assegurant que els beneficis de la seva venda anirien a organitzacions per a la protecció del menor–.

«La societat patriarcal en què vivim i el capitalisme van de la mà. Es tracta de vendre, vendre i vendre. I a la nena se l'educa perquè compri: no estàs a gust amb tu mateixa i has de gastar per embellir-te. És el consumisme salvatge. La denúncia és que, cada vegada més, aquest missatge es fa amb nenes més petites», explica Pilar Pascual, coordinadora de l'Associació de Dones per a la Salut (AMS).

«Nosaltres, el primer que veiem quan ens enfrontem amb això és que no hi ha una regulació que prohibeixi aquest tema o que el moderi. La llei de la publicitat il·lícita diu que tot el que denigri la persona és il·lícit, sobretot en nens i dones. El problema és que la regulació i la legislació són massa generals. No poden regular cada cas específic», afirma Díaz-Bustamante.

Salut pública

Totes aquestes imatges calen en les més petites. Els experts destaquen els problemes físics i psicològics que comporta la sexualització de la infància, com els trastorns de la conducta alimentària, la disminució de les habilitats cognitives, la violència sexual i la falta d'autoestima.

«Són missatges que fan emmalaltir les nenes. La relació que existeix entre totes aquestes pressions que patim les dones amb el nostre cos i els trastorns d'alimentació és altíssim. És un problema de salut pública i, com a tal, l'hauria de solucionar el Govern. Hauria de prohibir aquest tipus d'anuncis», assenyala Pascual. «Per a nosaltres –diu en nom de l'AMS–, la hipersexualització de les nenes és una forma de violència contra elles».

Instagram: la combinació mortífera

Provem a veure un d'aquests canals de televisió on emeten videoclip. ¿Quina imatge projecten les dones? ¿Com són les protagonistes dels videojocs? ¿Com són els personatges de les sèries que els agraden a les nenes? Tornant a Instagram, veurem que moltes adolescents –en edats en què les seves mares ja no porten els seus comptes a les xarxes socials– penjen fotografies imitant tots aquests referents.

«És important reflexionar sobre per què hi ha nenes que es volen mostrar sexualitzades a Instagram o en altres xarxes socials. Estan imitant la manera de vestir, de comportar-se i els posats que persones adultes, en aquest cas a Instagram, utilitzen per atraure sexualment. Realment, les nenes només busquen agradar, complir les regles i expectatives que es creen en una xarxa social que premia per sobre de qualsevol cosa l'aparença física –explica Urko Fernández, director de projectes de PantallasAmigas–.

No obstant, en la infància, aquestes nenes no solen ser conscients d'això, ni tampoc de com les afectarà en el futur. Elles volen anar a la moda i Instagram premia (a través de *likes*, comentaris i la seva capacitat de viralitzar i recompensar continguts) el compliment d'aquestes modes». I prossegueix: «Si la societat ensenya a les nenes que estar guapes és vestir com ho fan les influencers d'Instagram, i si la xarxa social és capaç d'activar els nostres mecanismes de recompensa cada vegada que rebem *likes* (amb la corresponent dosi de dopamina, responsable del nostre plaer i satisfacció), tenim una combinació mortífera que exerceix una pressió excessiva sobre les nenes i, en menor grau, sobre els nens».

Díaz-Bustamante comenta que un altre dels estudis que va realitzar l'equip d'investigadores, publicat a la revista *Prisma Social*, deixava clar que aquesta sexualització fa que els adults tinguin unes percepcions negatives sobre les capacitats intel·lectuals, socials i morals de les nenes: «La nena sexualitzada es percep no només significativament menys competent, intel·ligent, sociable i decorosa que la no sexualitzada, sinó que la seva roba es considera molt inadequada per a la seva edat i el seu *look* disgusta bastant».

En un dels tants debats sobre la influència de les xarxes socials en els joves, les declaracions del jutge de menors Emilio Calatayud durant una entrevista en el programa *La mañana de La 1* van fer saltar l'alarma. «Les nenes actualment es fan fotos com si fossin putes», va dir. «Està generalitzant quan parla dels adolescents, i al mateix temps utilitza una paraula amb una connotació masculista. Si el jutge, sent una persona instruïda, diu això, ¿què esperem de la resta de la població?», es pregunta Kepa Paul Larrañaga, president del Grup de Sociologia de l'Adolescència i de la Infància (GSAI).

«El debat de fons és per què es perpetuen els estereotips de gènere», recalca Larrañaga, que considera que també caldria escoltar els adolescents, com a subjectes socials que són, per conèixer la seva opinió. Pel president de la GSAI, des dels anys 90 existeix un màrqueting que tendeix a erotitzar la representació del cos femení.

Model i càstig

Així que, mentre que, per un costat, les menors veuen per tots els mitjans aquesta projecció de dones estereotipades, per l'altre se les castiga quan es mostren així. «Se'ls demana, per una part, que imitin això constantment, perquè l'únic referent de dona que hi ha als mitjans és la de cos sexual, no hi ha altres dimensions del que és una dona. Però si, com a únic referent, el copien, se les castiga. És absurd. És la societat la que està primant que les nenes només es desenvolupin en aquesta faceta», afirma Yolanda Domínguez, artista visual i experta en comunicació i gènere.

«No té res de dolent en si mateix ser un cos sexual –matisa Domínguez–. El que és greu és que no es desenvolupin altres dimensions del que és ser una dona. Si tota la teva seguretat es basa a ser un cos sexual, malament t'anirà. Em sembla preocupant que el nostre cos femení es construeixi per ser desitjable, per seduir els homes, però no desitjant. Hem de seduir, però el sexe, quan és agradable per a nosaltres, està mal vist. I això és un gran conflicte. Hi ha una sexualitat molt contradictòria».

Segons tots els experts, acabar amb els estereotips de gènere als mitjans i regular la publicitat i la moda ajudaria a acabar amb aquesta hipersexualització. Perquè les nenes no han de ser ni sexis ni miniadultes, sinó senzillament nenes.

El Periódico de Catalunya 13-3-2018.

Activitats

1. Com podíem definir la hipersexualització de les nenes?
2. Quins problemes comporta imposar una sexualitat adulta a les nenes?
3. Per què el capitalisme promou la sexualització prematura dels nens i nenes?
4. Relacioneu el que es diu d'Instagram a l'article amb el comportament de l'Amy a la pel·lícula *Guapis*.

CAL DONAR ALS JOVES EINES PER ENTENDRE MISSATGES MEDIÀTICS

Shirley R. Steinberg, professora d'estudis juvenils a la Universitat de Calgary, està especialitzada en pedagogia crítica. És cofundadora i directora de The Paulo and Nita Freire International Project for Critical Pedagogy, i ha publicat uns quants llibres sobre la matèria. El mes passat va visitar Catalunya, convidada pel Centre Especial de Recerca en Teories i Pràctiques Superadores de Desigualtats de la Universitat de Barcelona. Després de l'entrevista, va oferir

una conferència al CCCB amb el títol *L'aprenentatge de l'amor. Una pedagogia crítica contra la violència de gènere*.

Quina tesi defensa en aquesta conferència?

Inicialment pensava parlar de la feina de Jesús Gómez, que va publicar un llibre sobre amor radical que jo vaig traduir a l'anglès, però llavors es va estrenar aquesta pel·lícula, *Cincuenta sombras de Grey*, i em va fer canviar d'opinió. Que s'estrenés el dia de Sant Valentí i que els dos primers dies fos la pel·lícula més taquillera de la història a Espanya, després d'haver llegit els llibres, em va horroritzar. Vaig refer el que havia preparat i vaig decidir fer una anàlisi del film des del punt de vista dels estudis culturals.

¿Hi ha relació entre aquesta pel·lícula i la violència de gènere?

La meva anàlisi comença amb el capitalisme. Si una cosa pot donar diners, es fa, no importa què sigui. Hem estat veient gent que explota, mort, violacions... Tot això no ens sorprèn. Però és el primer cop que veiem aquesta promoció del sadomasoquisme i de la dominació. Hem trencat una altra barrera. Jo no condemnaré els hàbits sexuals de la gent, però planteja la pregunta de quin sentit té ser dominat en una relació igualitària. ¿És realment igualitària, o algú és una víctima?

¿El que es veu al cinema després es trasllada a la vida real?

Tot això es reflecteix tremendament en la societat. ¿Com sabem si s'hi trasllada directament? Quan als EUA els nens miren un film o juguen a un videojoc, i l'endemà maten 20 o 30 persones a l'escola, ¿podem dir que el film o el videojoc els ha afectat? No ho podem afirmar, però podem fer una aproximació. Molta gent ha demostrat que la cultura ens canvia. Si no, no aniríem a l'escola. Que la societat accepti una cosa fa que passi en la vida real? No ho sé.

La seva recerca es concentra en la pedagogia crítica. ¿A l'escola es pot fer prevenció?

No, a l'escola eduques, però no pots prevenir res. Tenim tots aquests adolescents fent cua per veure aquesta pel·lícula. Si estan en una relació violenta, valida la violència. Què hi podem fer? La meva pedagogia és sobre l'alfabetització mediàtica. A aquesta edat l'única manera que t'escoltin és parlar-los de pel·lícules i videojocs, i donar-los eines per entendre els missatges mediàtics. No és fàcil. ¿Com li expliques a algú apassionat per una cosa que els missatges són poc saludables?

Parla de pel·lícules i videojocs. ¿I les xarxes socials o certes aplicacions?

Això encara és pitjor. El *sexting* és extraordinari. He de dir, tot i que no ho vull defensar, que això s'ho han inventat els mateixos adolescents. No ha sigut una gran empresa qui els hi ha dit. Les aplicacions no es van crear per al *sexting*, al principi. Va ser la gent qui les va començar a utilitzar per a això. No crec que

sigui fantàstic, però tampoc crec que sigui perillós per si sol. El que és perillós és quedar en el món real sense saber qui et trobaràs.

Ha publicat llibres d'alfabetització mediàtica en multiculturalisme i altres qüestions, a part del gènere.

Sí, la islamofòbia és l'àrea principal dels meus estudis, juntament amb la joventut. Veiem, especialment al nord d'Europa, que hi ha països que volen expulsar una determinada nacionalitat. ¿Com podem educar sobre el racisme a les escoles, si el mateix país ho impulsa? I el mateix a l'hora de parlar del poder de les grans empreses. ¿Com parles de la dominació de Microsoft o Apple, si estan finançant les escoles i regalant productes als professors?

Hi ha motius per a l'optimisme? Estem millorant?

Odio aquesta pregunta. Sempre me la fan, i jo no sóc una persona optimista. Abans de *Cinquanta ombres d'en Grey* era una mica més optimista, però ara ho sóc una mica menys. No crec que estiguem millorant. Hem d'obrir un debat, i això és difícil. Als pares els costa parlar amb els fills sobre sexe. És una conversa molt difícil. Però ho haurem d'intentar, perquè no hi ha alternativa. No estem parlant de la violència contra la parella a les escoles i ho hem de fer. És important

Auri García Morera "Cal donar als joves eines per entendre missatges mediàtics" entrevista amb Shirley R. Steinberg. Ara 8-3-2015.

Activitat

1. Creieu que debatre a classe una pel·lícula pot ajudar a prevenir conductes sexistes de risc o les conseqüències de la sexualització dels infants? Vosaltres ho feu?

NENES SEXIS, INFANTESA FRÀGIL

Sona a hipocresia que la societat alci el crit al cel quan es planteja el debat de la sexualització cada vegada més primerenca de la infantesa, sobretot de les nenes. Una societat que diu que observa astorada les fotos que les adolescents i preadolescents penjen a les xarxes socials, la roba que vesteixen, el maquillatge que apareix cada vegada més d'hora. Només d'observar al voltant queda clar que els més joves beuen d'un món en què s'ha produït una hipersexualització generalitzada, on la sexualitat s'ha posat al centre amb unes connotacions molt concretes.

En els vídeos musicals, la publicitat, les sèries o la moda apareix en moltíssimes ocasions aquest teló de fons de la hipersexualització (sobretot de la dona), els cossos com a reclam i com a mercaderia. A aquest context, en una cultura també molt visual, assenyala Begonya Enguix, antropòloga i

professora de la UOC, s'hi afegeixen les xarxes socials i l'ús que en fan els nois i noies cada vegada més joves. Unes xarxes socials mediatitzades, indica, per la imatge, ja que és la imatge que s'hi projecta la que estructura les relacions i la converteix en una mesura de l'èxit.

Des d'edats molt primerenques (que pot començar fins i tot abans dels deu anys) s'entreveu el perill de créixer sota la falsa creença que l'èxit social està vinculat a la imatge, explica Amàlia Gordóvil, professora de Psicologia i Ciències de l' Educació (UOC), i es corre el risc en aquestes edats de perdre una sèrie de valors fonamentals com l'espontaneïtat, el gaudi o la creativitat. En els nens es percep menys perquè en aquest món de la infantesa es traslladen també els rols de gènere dels adults, però les nenes sí que poden acabar a la llarga actuant com a objectes sexuals. És a dir, indica Begonya Enguix, assumir un sistema de relacions de gènere en el qual elles estan per agradar al noi, a l'home.

La translació al món dels més joves d'aquesta societat hipersexualitzada afecta al desenvolupament natural de les etapes de la vida, altera el creixement durant la infantesa, indiquen els experts. Les nenes sobretot apareixen situades en una falsa maduresa que no entenen, envoltades de missatges de contingut sexi que pot desembocar en una falta de seguretat, en la construcció de joves fràgils que se sentiran obligades a entaular una batalla amb el seu cos a la recerca d'un ideal inexistent. La vida centrada en la mirada de l'altre resta autonomia personal i cremar etapes vitals per a nens i nenes, recorda Gordóvil, psicòloga al centre GRAT, afecta l'autoestima. I la separació entre la conducta sexual i l'afectiva pot plantejar en el futur problemes relacionals.

Parlar d'una societat hipersexualitzada no és fer-ho des de la beateria. S'entén que la sexualitat és llibertat i és necessària també una informació sexual adequada per als més joves. Així mateix, l'adolescència té un pols reivindicatiu que s'expressa també en les maneres de vestir, un moment en què es produeixen canvis físics, la pròpia imatge cobra importància i és lògic voler agradar. Però això no és sexualització.

La sexualització consisteix, segons un informe del Parlament Europeu, en un enfocament instrumental de la persona mitjançant la percepció de la mateixa com a objecte sexual al marge de la seva dignitat i els seus aspectes personals. "La sexualització suposa també la imposició d'una sexualitat adulta a les nenes i els nens, que no estan ni emocionalment, ni psicològicament, ni físicament preparats per això", s'indica.

Precisament el Parlament Europeu va abordar aquest debat fa quatre anys quan va constatar amb alarma l'augment del nombre d'imatges de criatures amb enfocament sexual. Els punts treballats en la comissió de Drets de la Dona i Igualtat plantejaven algunes reflexions sobre les conseqüències d'aquesta erotització, en un treball que incloïa dels sis fins als tretze anys. La influència negativa de la sexualització en l'autoestima, s'assenyalava, pot portar a trastorns d'alimentació de base psíquica. I s'alertava, sobretot, que aquest perill d'autoobjectualització "incrementa la possibilitat de conductes agressives cap a les nenes". Degradar el valor de la dona, se subratllava, contribueix a un

increment de la violència contra les dones i al reforç d'actituds i opinions sexistes que a la llarga acaben derivant en discriminació laboral, assetjament sexual i infravaloració dels seus èxits.

Així mateix, es posava l'accent en el nombre creixent de nens i nenes que accedeixen a internet a edats cada vegada més primerenques, la qual cosa suposa també avançar el primer contacte amb la pornografia.

Al llibre *American girls* (2016), l'autora Nancy Jo Sales explica a través del testimoni de desenes de noies dels Estats Units una societat en la qual totes (petites, joves, grans) volen semblar *hot*. I on els *sexting rings* –en els quals fotografies d'adolescents nus es comparteixen en amplis grups– hi ha en la majoria d'instituts del país. Entre altres qüestions, l'autora indica que els nens nord-americans comencen a veure pornografia a internet als sis anys, i que la gran majoria ho han fet abans de fer els divuit.

La hipersexualització de la societat és un fet, assenyala la professora Begonya Enguix, però també s'ha de remarcar que alhora creix la consciència crítica i la denúncia. Van tenir repercussió internacional les crítiques a Vogue quan va utilitzar el 2011 una model de deu anys amb roba i postures de dona adulta. Des d'aleshores, la publicació es va comprometre a no utilitzar models menors de setze. En una escala molt diferent, fa uns dies les xarxes reaccionaven contra una disfressa infantil d'infermera sexi que es va vendre l'any passat a San Blas (Madrid).

És evident que no tota la societat compra aquesta hipersexualització, però també és obvi que els missatges es troben per tot arreu i, per tant, es filtren per totes les edats. En el seu estudi *El cuerpo de las mujeres y la sobrecarga de sexualidad*, la professora de Sociologia del Gènere (Universitat de A Coruña), Rosa Cobo Bedia, indica que el context en el qual es produeix aquesta hipersexualització és un “mercat lliure i sense límits que ha entès que els cossos de les dones són una mercaderia de la qual s'extreuen plusvàlues necessàries per a la reproducció social dels patriarcats i el capitalisme neoliberal”.

Entre altres qüestions, Cobo indica que després de l'èxit del feminisme radical als Estats Units va arribar una dura campanya antifeminista que va arrelar als anys noranta amb una aliança entre la reacció patriarcal i el neoliberalisme que va tenir “greus conseqüències per a les dones” en termes de subordinació i explotació econòmica. Però aquest discurs patriarcal, explica, no només reclama el retorn de les dones a la vida domèstica i l'exaltació de la maternitat, sinó que apel·la també a la sexualitat femenina. S'apropia de la llibertat sexual dels anys seixanta i setanta, però vista com un “dret natural” dels homes. I es redissenya així l'ideal de feminitat incorporant elements explícits de sexualitat. Sota el paradigma de la llibertat sexual, el que es produeix és una ampliació del “marc de drets masculí”, indica l'estudi publicat a *Investigaciones Feministas*.

Rosa Cobo considera que l'atractiu sexual s'ha convertit en part fonamental del nou model que s'exigeix a adolescents i dones adultes, imatges sexualitzades que eclipsen altres tipus de representació femenina. Aquesta pressió perquè

les dones facin del seu cos i de la seva sexualitat el centre de la seva existència es manifesta en una cultura de l'exaltació de la sexualitat, en la pornografia i en la prostitució, assenyala la professora. La dona, novament, despersonalitzada sota el discurs que la sexualització forma part de la naturalesa femenina.

Però això ja no és suficient, s'ha volgut anar més lluny. El domini masculí i el neoliberalisme, indiquen les expertes, han posat al mercat els cossos de les nenes. El camí, per tant, és la reacció crítica.

Cristina Sen "Nenes sexis, infantesa fràgil". La Vanguardia 19-2-2017.

Activitats

1. Penseu que entre els vostres companys hi ha qui pensa que l'èxit social està vinculat a la imatge? I que la finalitat de les noies és agradar els nois?
2. A què es refereix l'article quan parla de la fragilitat dels infants sexualitzats prematurament?
3. Què proposaríeu per educar els escolars en una sexualitat raonable i equilibrada?

LES PREGUNTES DE PABLO MOTOS

Quan era petita, al bloc on vivia amb els meus pares hi havia un veí que es dedicava a esperar al portal fins que alguna nena de l'edifici entrava. Aleshores pujava amb tu a l'ascensor i et preguntava coses com, per exemple, si tenies nòvio. Amb la meva germana li dèiem el "veí sexual" i gràcies a ell vam haver d'acabar pujant sempre per les escales a tota pastilla per evitar-lo. I té mèrit, perquè vivíem a l'àtic.

El dimecres vaig pensar en aquest veí veient *El Hormiguero*, quan Pablo Motos parlava amb aquesta nena de NOU anys.

Senyors llefiscosos que sexualitzen les converses amb les criatures: "Nena, tens nòvio, *nyam, nyam...* i a tu qui t'agrada, explica'm-ho vinga...".

I el que és terrible és que, quan li pregunta si li agrada algun noi, li proposa ANTONIO BANDERAS, un senyor que n'acaba de fer 60. Això li sembla "normal", però quan la nena, que ni ha entès la pregunta, li diu que Blanca Suárez, s'escandalitza perquè li està dient una noia. Masclisme, homofòbia i imbecil·litat van plegats. I en el cas de Pablo Motos, això, no és nou. L'avalua una llarga trajectòria de disbarats sexistes.

1- Deixeu les criatures en pau.

2- Advertiu als vostres fills i filles d'individus amb aquests interessos libidinosos perquè n'hi ha a tot arreu.

3- En general, allunyeu les criatures d'*El Hormiguero*. No n'aprendran res de bo.

Mònica Planas "Les preguntes de Pablo Motos" RAC 1 11-9-2020.

<https://www.rac1.cat/programes/el-mon/20200911/483400686673/comentari-monica-planas-video-pablo-motos.html>

CONTRACAMP: ASPECTES DIDÀCTICS PER AL PROFESSORAT

Elements de debat i relacions que es poden establir

- La hipersexualització de les nenes.
- La influència dels mitjans de comunicació en la construcció de les imatges de la sexualitat.
- Les opinions sobre una obra sense haver-la vist o llegit.
- El poder dels *likes* i les xarxes socials.
- Tradicions religioses i llibertats individuals.
- El paper del món educatiu en l'anàlisi dels missatges mediàtics.
- La cultura dels suburbis de les grans ciutats.
- Les tensions culturals entre cultura d'origen i societat receptora.
- El cinema com a element de sensibilització.

Objectius formatius

- Entendre el concepte d'hipersexualització i els seus riscos en el desenvolupament dels infants i joves.
- Analitzar pràctiques dels mitjans de comunicació i de les xarxes socials que atempten contra la dignitat i la llibertat sexual de les persones.
- Debatre sobre estereotips de gènere que perpetuen de manera flagrant determinades indústries cinematogràfiques, musicals i literàries.
- Conscienciar-se sobre la necessitat d'una educació mediàtica.
- Conèixer ambients d'immigració de les grans ciutats i analitzar els seus elements d'influència.
- Valorar la necessitat d'una educació sexual connectada amb l'anàlisi crítica del model dominant de percepció de la sexualitat.

Criteris d'avaluació

- Visionar el film de manera atenta, correcta i respectuosa.
- Respondre les qüestions de comprensió i del llenguatge audiovisual de forma reflexiva i interessada.
- Demostrar capacitat per relacionar i entendre les diferents problemàtiques plantejades en el film

- Identificar els temes i subtemes de la pel·lícula.
- Llegir els textos de la proposta didàctica i realitzar adequadament les activitats.
- Participar de forma activa en els debats que es puguin suscitar.
- Demostrar una correcta expressió escrita i oral en les feines proposades.