

ESCALETA

DETALLES TÉCNICOS DEL REPORTAJE RADIOFÓNICO: *LA SOMBRA DEL MACHISMO EN LA INFANCIA.*

Emisora: RadiUS

Nombre del programa: ¿IGUAL-DA?

Género de programa: Reportaje Radiofónico.

Duración: 50'.

Equipo de redacción/locución: Elena Carballo Pacheco, Lourdes Morillo Moyar y Marta Sánchez Contioso.

O R D E N	BLOQUE	PARLAMENTO	TIEMPO	MÚSICA
1		Rafa Jiménez Cano	15''	Indicativo
2	Apertura	Lourdes Morillo Moyar Marta Sánchez Contioso Elena Carballo Pacheco Carolina Cárcamo Vergara	16''- 7'45''	Corte Ahora o Nunca
	Desarrollo	Marta Sánchez Contioso Entrevistada: Rosalba Mancinas Chávez Lourdes Morillo Moyar Entrevistada: Maria Jesús Ortiz Gómez Elena Carballo Pacheco Entrevistada: Ana González Herrera	7'46''- 39'22''	Cortes sobre cine y audiovisual Cortes sobre publicidad Cortes sobre educación
7	Conclusión	Carolina Cárcamo Vergara Lourdes Morillo Moyar Marta Sánchez Contioso Elena Carballo Pacheco Ciudadanía	39'28'' -	Corte de población sevillana
12	Despedida	Lourdes Morillo Moyar Marta Sánchez Contioso Elena Carballo Pacheco	1'	

GUIÓN REPORTAJE RADIOFÓNICO

1. Indicativo

ENTRA INDICATIVO GENERAL (7")

ENTRA INDICATIVO ESPECÍFICO (8"- 16")

ENTRA CORTE AHORA O NUNCA (17"- 30")

2. Apertura

ENTRAN PERIODISTAS (46"- 3' 35")

Seguro que la mayoría de las expresiones que acabas de escuchar te suenan de algo. Posiblemente, si tienes entre veinte y treinta años las habrás oído incluso día a día. Generalmente, las jóvenes de hoy hemos crecido con ellas, aunque nuestra generación no es una excepción. Informes publicados por La Vanguardia nos recuerdan que las nuevas generaciones no siempre van ligadas a una erradicación del machismo. De hecho, el 56% de los jóvenes, sobre todo varones, defienden posiciones machistas.

Especialmente preocupante es la educación de las que ahora son niñas, y que más tarde serán mujeres. Pero también de los niños que serán hombres. Es urgente comenzar a educar desde temprano en puntos básicos de respeto, empezando por reconfigurar nuestro lenguaje y acabar con actitudes que pueden ser dañinas para las niñas y adolescentes y acciones que retroalimentan el machismo en una sociedad a la que, sin duda, le queda mucho por avanzar.

El lenguaje tiene más poder del que le otorgamos. Utilizarlo para luchar contra la violencia de género está en nuestras manos, comenzando por sacar de nuestras conversaciones cotidianas expresiones que coartan a la mujer y promueven la desigualdad entre ambos géneros. Sacarlo de la educación y de la dieta cultural también nos compete a las nuevas generaciones. De hecho, **por eso estamos aquí.**

El rosa es de niña, cocinar es de niña, las niñas serán enfermeras, las niñas serán madres, las niñas son sensibles, las niñas son débiles. Hacerse agujeros en las orejas es de niña, bailar es de niña... las niñas no pegan, los niños no lloran. La artista visual Yolanda Domínguez apunta algo relacionado con esto y dice que "la sociedad obliga muy pronto a los niños y a las niñas a distinguir a qué grupo pertenecen y a cuál no, o eres de un bando o eres de otro". ¿Tu qué opinas Elena?

Si, Lourdes. La reflexión que acabas de apuntar de Yolanda Domínguez me recuerda a la definición de Unicef que recoge que la infancia es la época en la que los niños y niñas tienen

que estar en la escuela y en los lugares de recreo, crecer fuertes y seguras de sí mismas y recibir el amor y el estímulo de sus familias y de una comunidad amplia de adultos. **Proteger** es la función que tienen los adultos en esta etapa cuando son los niños y niñas seres vulnerables. Pero la protección no solo es física, también es psicológica, audiovisual, sonora, educativa.

Esta protección la hemos podido ver en el espacio público en los últimos meses. El Congreso aprobó en abril el proyecto pionero de ley orgánica de protección de la infancia y la adolescencia contra la violencia. Esta ley sitúa a España en la vanguardia de la protección de los derechos de los niños y niñas. Justo un mes antes de la aprobación de este proyecto, en Andalucía se inició también la tramitación parlamentaria de la Ley de la Infancia y la Adolescencia.

Este problema no solo afecta a los niños y niñas sino que se va desarrollando de forma personal también en la adolescencia y se asienta en la etapa adulta. Por eso mismo, insistimos en la importancia de la coeducación desde la infancia.

Por suerte, contamos con la presencia necesaria de la psicóloga Carolina Cárcamo Vergara. Buenas Carolina:

ENTRA CAROLINA (3'36"- 7'45")

3. Desarrollo

ENTRA CORTE FRAGMENTO PELÍCULA (7'46" - 8'08")

ENTRA MARTA (8'09" - 10'59")

Las películas y los dibujos animados han sido y son parte del entretenimiento de los niños y niñas. Por ello, los pequeños consumen mucha televisión y canales como Disney Channel, Clan, Neox, Boing, entre otros. Nuestra generación ha sido una gran consumidora de ellos. Cuando tenemos esa edad no poseemos un criterio para seleccionar qué ver o qué no, aunque este ejercicio debería de ser imprescindible para descartar aquellas que sean machistas y realizar una dieta audiovisual. Los padres y madres alejan a sus hijos de la telebasura sin darse cuenta que las cadenas infantiles también son dañinas en gran medida.

Si las niñas o los niños ven tranquilamente escenas como la que hemos escuchado anteriormente, interiorizan estas palabras y acciones y la incorporan a la normalidad, por eso se necesita aclarar y analizar cómo las películas y series tratan los diferentes roles de género.

Las historias que nos cuentan las películas de Disney siempre desarrollan la misma trama: la princesa se enamora, solventa algún que otro bache, y por último, el príncipe y la princesa son felices y comen perdices. Los clásicos del siglo XX, como Blancanieves o La Cenicienta son el claro ejemplo.

Si la cenicienta completa el estereotipo de una joven ama de casa que si se calla, limpia bien y centra sus preocupaciones en estar siempre mona, las posibilidades de encontrar a su amado son más que factibles, Blancanieves cuando conoce a los 7 enanitos, para intentar convencerlos de que los puede ayudar apunta que “sabe lavar, planchar y cocinar”, un argumento cuanto menos retrógrado.

Así se generan los roles desde temprana edad, los niños son como los príncipes valientes, aventureros y encantadores y las niñas son bonitas, risueñas y unas princesitas.

Las películas de Disney influyen desde nuestra más tierna infancia para que desarrollemos la idea de que tenemos que encontrar un amor ideal. Creencias influyen en la adolescencia en cómo se desarrollan las relaciones de pareja.

Y no solo en las películas, en las series o dibujos animados también podemos aplicar la misma lupa. Dibujos como Doraemon, Shin-Chan o los Simpsons con los que han evolucionado la mayoría de jóvenes de hoy en día, contienen discursos machistas.

- "No tenemos dinero, no puede ser"

- "Sí que tenemos dinero. El que estás ahorrando para gastarte con tu golfa"

Este diálogo pertenece a Shin Chan y se desarrolla en una comida familiar. La primera frase pertenece al padre, aleccionando a su esposa sobre el dinero. La segunda, al hijo, que le echa en cara que está ahorrando a escondidas. El dinero lo quiere para jugar al golf, pero el lenguaje empleado es sexista.

Además, los personajes de mujeres son escasos, tienen poco interés, no hablan mucho o son simples. Un ejemplo, sin salir de los mismos dibujos animados, es el de Misae Nohara, madre de Shin- Chan, expuesta como una ama de casa caprichosa a la que le encantan las compras, la ropa, las joyas, tanto como a su hija pequeña Himawari. Además se presenta como una mujer violenta al regañar a su hijo o marido.

Sobre alguna de estas series analiza la profesora de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, Rosalba Mancinas.

ENTRA ROSALBA MANCINAS (11' - 16'11")

ENTRA CORTE LOS SIMPSONS (16'12" - 16'35")

ENTRA LOURDES (16'59" - 23'15")

“Solo es un anuncio”, decimos cambiando rápidamente el canal de televisión cada vez que nuestro programa, película o serie preferida se interrumpe por el batiburrillo de músicas y colores que, a pesar de estar poco tiempo delante de nuestros ojos, calan en nuestra mente.

Nadie nos advierte que la publicidad no solo presenta un producto, sino que es el reflejo de la sociedad presente y la futura. En concreto, los anuncios de juguetes transmiten valores y una división entre lo que debe ser una niña y un niño, incluyendo sus deseos y aspiraciones. Así, gran parte de la publicidad infantil sigue difundiendo sesgos sexistas y afianzando estereotipos.

ENTRA CORTE PUBLICIDAD (17'34" - 20'33")

Bebés acunados por niñas de apenas 8 años, cocinitas realistas rosas, muñecas que rozan la perfección con armarios repletos de ropa, cajas de maquillaje

Los arquetipos sexistas perduran en la publicidad juguetera. El 38% de los anuncios de juguetes muestran a las niñas en arquetipos femeninos como la belleza y los cuidados y en el papel de madre o esposa.

Los sesgos sexistas se encuentran en todo tipo de medios: desde televisión, a catálogos, tiendas y comercio electrónico. La publicidad cargada de asignaciones sexistas comienza a calar a una edad muy temprana: entre los 4 y los 6 años y a partir de los 8, los estereotipos y roles ya están asentados, fomentando la pasividad entre las niñas y la independencia y acción entre los niños.

Una de las características de la publicidad infantil sexista es el uso de los colores para distinguir entre “juguete de niña y juguete de niño”. El color rosa y los tonos pastel son elementos que la publicidad juguetera utiliza para identificar a las niñas colores claros y rosas asociados a princesas, belleza y estética. Es una convención creada en los años 80 por el marketing de género y que muchas veces se traduce además en un precio mayor, la llamada “tasa rosa”.

El IAM ha realizado un estudio-comparativo de estos 25 años coeducando a través del juego y del juguete y los datos del informe revelan que **las niñas principalmente son protagonistas en juegos relacionados con profesiones como la peluquería y la estética (34,1%)**, frente al 16% de los niños representando a policías. Además, los roles más representados en los anuncios protagonizados por niñas fueron los vinculados con la belleza personal y el ámbito doméstico. En cambio, los roles de connotaciones más violentas son los que tienen mayor presencia en los anuncios protagonizados por niños.

En cuanto a la voz en off, los anuncios de muñecas y accesorios siempre cuentan con voces femeninas, principalmente niñas. También habla una voz femenina cuando se anuncian representaciones de animales y mascotas, como perros y gatos de plástico o de peluche (94,1%), muñecos, figuras y accesorios (78%) y juegos de manualidades (75%). Por otro lado, **voz en off es masculina** en la mayoría de anuncios de juegos de mesa (92%) y de habilidad y puntería (66,7%)

Otro dato preocupante es la sexualización de niñas a través de anuncios de juguetes. Hasta un 11% de los anuncios de juguetes sexualizan a niñas. “Esta sexualización se manifiesta a través de posturas, gestos o miradas a la cámara”. Mayoritariamente aparecen niñas solas, y en algunos casos en escenarios mixtos. Sin embargo, no se han detectado casos de sexualización de los niños.

La tecnología es otra brecha que marcha esta publicidad. Por lo general, en los anuncios, aparecen más niños que niñas con juegos y juguetes mecánicos, electrónicos y más tecnológicos, lo que refuerza la exclusión de las niñas de la ciencia y las áreas técnicas.

¿Se queda todo esto en un simple juguete? ¿Hasta qué punto tiene trascendencia no verse representado/a por los juguetes con los que juegas?

María Jesús Ortiz Gómez, Jefa de Comunicación del Instituto de la Mujer, periodista, especialista en comunicación y género nos ayuda profundizar más:

ENTRA MARÍA JESÚS (23'16" - 29'05")

ENTRA CORTE CANCIONES MACHISTAS DE LA INFANCIA (29'18" - 30'45")

ENTRA ELENA (30'46" - 34'53")

Seguramente todos conocéis las canciones infantiles que acabamos de escuchar. Es preocupante Marta y Lourdes con la normalidad que hemos cantado a lo largo de nuestra infancia estas canciones sin darnos cuenta. Me llama la atención sobre todo la canción de Don Federico que cantábamos y chocábamos las palmas alegremente y en la canción se hablaba fríamente de un feminicidio. Por eso, como habéis comentado compañeras, es importante el rol que está teniendo recientemente la coeducación implantada en los centros educativos. De forma inconsciente durante años se ha enseñado sin una perspectiva de género. Bueno y otras veces, se ha sido consciente y se ha dado por hecho que es inofensivo. Esto no es del todo así, creemos que no influye pero en realidad si.. Desde temprana edad es necesario una educación en igualdad de género para construir una sociedad más igualitaria.

Todas las personas que hemos superado la etapa de educación primaria y secundaria somos conscientes de las carencias de nuestro sistema educativo en materia de igualdad. Algo que va cambiando con el paso del tiempo.

Seguramente muchas de nosotras hemos visto cómo se nos divide a las niñas y a los niños para juegos o incluso para vestir con los uniformes escolares, ellas con falda y ellos con pantalones. Este último caso es muy llamativo, se busca la comodidad de ellos para practicar por ejemplo deporte y la elegancia de ellas con las faldas. Ya desde este momento podemos escuchar comentarios despectivos sobre las faldas cortas acompañadas de adjetivos como guarra o puta. O acciones en las que son los mismos educadores los que les quitan la importancia levantarle la falda a una niña jugando.

Además, a día de hoy, siguen existiendo colegios donde solo estudian niñas y colegios donde solo estudian niños. Deberíamos pararnos a pensar en ¿Cuál es la finalidad de esto? ¿Educar de forma diferente según el género del alumno o alumna?

Otro ejemplo claro de estas diferenciaciones es la forma de educar a través de referentes. Existe una falta de personajes femeninos en los libros de texto muy pronunciada. Si estudias arte conoces a Van Gogh, Picasso o Velázquez, si estudias matemáticas conoces a Einstein, Newton o Pitágoras. Si estudias literatura conoces Cervantes, Julio Verne o Benito Pérez Galdós. Sin duda, los niños están ampliamente representados en el mundo del conocimiento pero ¿qué pasa con las niñas? Ellas no pueden verse reflejadas en los diferentes ámbitos que hemos mencionado anteriormente por la ocultación o el gran vacío de figuras femeninas en el proceso de aprendizaje.

Marie Curie, Frida Kahlo, Gloria Fuertes, Clara Campoamor, María Zambrano, Simone de Beauvoir. ¿dónde están ellas? ¿Por qué han sido ocultadas a lo largo de la historia en la educación? ¿Por qué estas mujeres no tienen el mismo derecho de ser reconocidas como ellos? ¿Es la enseñanza que queremos para las niñas de hoy? Es el momento de cambiar.

Con la llegada de la coeducación a los centros educativos estas grietas están cerrándose. Sobre esto mismo nos habla Ana González Herrera, maestra de infantil del centro Maestro Eduardo Lobillo de Rota:

ENTRA ANA GONZÁLEZ (34'54" - 39'22")

4. Conclusiones

ENTRA CAROLINA (39'23" - 41'54")

ENTRA LOURDES (41'55" - 42'30")

Después de todo, construir una sociedad igualitaria es igual que hacer un puzzle. Cada una de las piezas es imprescindible para darle sentido. Si falta una, faltan todas. Sin embargo, si todas se unen de la forma correcta, todo parece encajar a la perfección.

Cada una de las piezas de las que hablamos tiene que tener la atención de la sociedad, tiene que estar cuidada, tiene que ser importante en sí misma. Así, la publicidad infantil, el cine y

series para niños y niñas y la educación de las nuevas generaciones son herramientas claves a través de las cuales se comenzará a construir una sociedad feminista e igualitaria.

Así, todos y cada uno de nosotros y nosotras somos responsables de la sociedad que vamos cimentando..

ENTRA MARTA (42'31" - 43'03")

Por otro lado, es fundamental hacer hincapié en educar en una serie de valores igualitarios desde el ámbito familiar. No basta con que algunos padres y madres se impliquen y esfuercen, deben hacerlo todos. No basta con que algunos profesores y profesoras creen referentes femeninos, ni con que algunos medios de comunicación visibilicen referentes de mujeres. Debe ser un compromiso de todas las ramas de la sociedad.

Una vez mostrada la teoría, pasemos a la práctica. ¿Es el machismo en la infancia una excepción o, sin embargo, está en todos lados? Escuchamos los testimonios de las sevillanas y sevillanos:

ENTRA CORTE DE LA POBLACIÓN SEVILLANA (42'04" - 46'41")

5. Despedida

ENTRAN ELENA, LOURDES Y MARTA (46' 42"- 47'24")

Nosotras tres hemos experimentado una infancia machista. Esa es una de las razones por las que nos dimos cuenta que nuestra carrera, Periodismo, nos empujaba a contar historias, a locutar verdades de mujeres a través de las ondas. Por eso, nace ¿Igual-Da?, para subrayar una vez más, que vivir en una sociedad machista NO DA IGUAL.

Porque es importante educar en igualdad. Porque las publicidades dirigidas a un público menor de edad deben cuidar su enfoque, erradicar estereotipos e incluir más diversidad. Porque la industria del cine y audiovisual tiene que dar ejemplos de personajes femeninos completos donde se reflejan las niñas de hoy. O porque una infancia repleta de simbología machista alrededor de una niña puede marcar su camino.

ENTRA ELENA (47'25" - 47'42")

Agradecemos haber hecho posible la realización de este proyecto a RadiUS, la radio de la Universidad de Sevilla bajo la dirección de José Luis Rojas Torrijos, a las entrevistadas, a la tutora de nuestro Trabajo de Fin de Grado, Trinidad Núñez Domínguez y al técnico de RadiUS, Rafa Jiménez Cano.