

Reflexiones en torno a los roles de género: *Fêmina Domus*

“Es el rol social institucionalizado el que establece los límites entre lo aceptado, lo prohibido, lo condenable y reprobable en torno a un rol. Al desempeñarlos, los individuos participan en el mundo social”¹.

Este texto surge a raíz del análisis de un cortometraje colgado en la red, titulado *Fêmina domus*, dirigido por Jim Box (Jaime Fernández Miranda) y realizado el año 2009, año en que además fue ganador de la VII edición del Festival Notodofilmfest (España). Aunque conocía este material desde hace algunos años, hace poco me encontré con algunos apuntes que había tomado en su momento, que no había publicado y decidí compartirlos en esta columna, por lo interesante que resulta contrastar y analizar la construcción y reforzamiento de los arquetipos y/o roles de género. Lo comparto también porque, aunque hayan pasado algunos años desde su creación, el tema que aborda me parece pertinente y necesario.

Como sabemos, el cine permite reflexionar sobre cualquier tema y realizar múltiples lecturas a partir de las imágenes que presenta, las cuales son un potente elemento discursivo. Aquí es cuando debo confesar que mi interés inicial ha sido analizar y proponer cómo se retratan los roles de género y se abordan ante la cámara. Me interesa especialmente como, a través de la imagen en movimiento, se pueden cuestionar ampliamente nociones como género y cómo también se pueden permear estos roles o ser reproducidos sin hacerse mayores cuestionamientos.

En *Fêmina domus*, se cuenta una historia que engloba a tres generaciones de mujeres, de las cuales dos de ellas dejan ver su incertidumbre ante la vida. El

¹ LOPEZ, P. (ed.) *Manual de información en Género*. Madrid. Instituto Oficial de Radio y Televisión, RTVE. 2004.

eje central de la historia gira en torno a unas golosinas que al comerlas, uno de los efectos que provoca es que las mujeres sienten el deseo irreprímible de realizar constantemente labores del hogar. Es decir, se trata de un compuesto que hace que las mujeres regresen al espacio doméstico y ejerzan el rol que se espera. Pero para que ello ocurra, deben ser persuadidas en la infancia con agentes infantiles como el niño llamado "Pelayo", compañero de la ludoteca de Carla (el personaje principal), quien es agente de gobierno y tiene la misión de repartir las golosinas para que se mantenga el mandato de género.

A lo largo de *Fêmina domus*, vemos también cómo se trata de imponer un entorno adecuado para las mujeres, de acuerdo al supuesto instinto femenino y se queden dentro del hogar. Pero ojo, este entorno se muestra como un lugar donde además deben sentirse cómodas en la soledad, tal como puede verse en las secuencias. En la historia, también se ve fuertemente reforzada la idea de la pareja (heterosexual) a través del mito de la media naranja o el príncipe azul, junto a la idea de la maternidad: se trata entonces de mostrar que las mujeres deben responder favorablemente a las necesidades consideradas (por otros) como partes de la plenitud femenina, centradas en el afecto, el cuidado (de otros) y por supuesto, de la maternidad.

Fêmina domus es un excelente cortometraje que permite profundizar acerca de la discriminación por sexos y las relaciones, pero también acerca de la dependencia afectiva. De paso, nos plantea además que la socialización, aquella que comienza en la infancia donde las diferencias biológicas son el punto de partida, son finalmente las que establecen la diferenciación futura. Lo cual desemboca en consecuencias sociales como la desigualdad de derechos, lo que la mayoría de las veces condiciona el desarrollo de las personas.

En este punto, creo conveniente recordar que M. Martín Serrano realizó una importante investigación entre 1992-1993 en la cual indagó sobre el contenido de doscientos veinticinco anuncios publicitarios y en ochenta programas transmitidos en la televisión. La conclusión a la que llega es que las historias de televisión describen dos mundos, diferenciados por supuesto, por el género: la esfera

sociopolítica es dominada por varones y el campo de lo cotidiano (ideado en base a patrones de los varones) se identifica con las mujeres. En esta reflexión, un poco más reciente resulta pensar en el trabajo realizado por Felicidad Loscertales entre 1997 y 1999, en el cual se centra en los informativos no diarios de televisión para estudiar el tratamiento que estos medios hacen de la imagen de las mujeres y conocer cómo se transmiten los estereotipos de género a través de la comunicación².

Si entendemos que los roles de género son instancias que evolucionan con el tiempo, y se adaptan a momentos históricos, de todas maneras siempre suponen “un corsé” para la individualidad que se ve constreñida por comportamientos, imágenes y representaciones dadas. Ejemplo de ello son algunos de los estereotipos cargados al cuerpo de las mujeres, como la dama de hierro, la viuda negra, la mujer fatal, etc. En este caso, considero importante destacar que al tratarse de un cortometraje colgado en la red, ello permite ser visto por una mayor cantidad de personas y por lo mismo, sus reflexiones permean también con un mayor alcance. Tal como señala J. Sánchez Noriega:

Quando hablamos de este poder de los medios ordinariamente estamos bajo supuestos prácticamente obsoletos en un doble sentido: en primer lugar porque entendemos el poder como influencia o capacidad del editorial de un periódico para que un concejal sea destituido o para proporcionar buena imagen pública a un ministro, cuando, en la actual situación, parece evidente que el principal poder radica en la capacidad para modelar las conciencias ciudadanas o para marcar determinadas políticas cualquiera que sea el gestor de las mismas, es decir, es un poder más remoto pero más fuerte; en segundo lugar, porque pensamos en los medios tradicionales concretos, cuando los verdaderamente poderosos a escala nacional y supranacional son los grandes grupos que, además de esos medios, poseen editoriales, librerías, productoras cinematográficas, agencias publicitarias, imprentas e intereses en la industria electrónica de consumo³.

² ALTES RUFÍAS, E.: “Los modelos arquetípicos que se construyen sobre hombres y mujeres. Resultado de la investigación” en LOPEZ, P. (ed.) *Manual de información en Género*. Madrid. Instituto Oficial de Radio y Televisión, RTVE. 2004.

³ SÁNCHEZ NORIEGA, J.: “El verdadero poder de los medios de masa”. *Revista Latina de Comunicación Social*. Año 2º. 1999.

En este sentido, *Fêmina domus* trabaja el tema de los roles de género a través de la ficción, con una historia que permite visibilizar y proponer reflexiones importantes. En el corto, se da una gran importancia a la historia más que a otros factores o distractores: no hay efectos especiales que alteren el espacio en el cual transcurre la narración. Ya para acabar, solo me queda decir que *Fêmina domus* es un material perfecto para ser trabajado con estudiantes y reflexionar acerca de los roles de género impuestos en nuestra sociedad.

Ficha técnica:

Cortometraje: "Fêmina domus"

Dirección: Jim Box

Duración: 3': 20''

País: España

Año: 2009

[En línea] disponible en:

<<http://www.youtube.com/watch?v=pw9Vfn8B1T4&feature=related>>

Bibliografía:

- CAMÍ-VELA, M.: *Mujeres detrás de la cámara. Entrevistas con mujeres cineastas españolas de la década de los 90*. Madrid: Editorial Ocho y Medio Libros de Cine, 2001.

- FERNANDEZ, M.; MENÉNDEZ, M. y SUÁREZ A.: *Seré Breve. Guía didáctica para el análisis y explotación de cortometrajes desde la perspectiva de género*. . Oviedo: Coleтиву Mujeres y Moces, 2008.

- INSTITUTO ASTURIANO DE LA MUJER: *Con ojos de Mujer. Arquetipos de género clásicos y su evolución*. Oviedo, Gobierno del Principado de Asturias: Conserjería de la Presidencia, Instituto Asturiano de la mujer, 2006.

- JORGE, A.: *Mujeres en los medios, mujeres de los medios". Imagen y presencia femenina en las televisiones públicas: canal Sur Tv*, Barcelona: Icaria y CEDMA, 2004.

- LOSCERTALES, F., NÚÑEZ T. (coord.) *Los medios de comunicación con mirada de género*, Andalucía: Instituto Andaluz de la mujer, 2008.

- SÁNCHEZ, J.: "El verdadero poder de los medios de masa". *Revista Latina de Comunicación Social*, Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social, 1999.

Bio-cv:

Marla Freire-Smith: Dra. en Historia y Teoría del Arte por la U. Autónoma de Madrid; Experta en Docencia Universitaria (U. Autónoma de Madrid); Máster en Historia del Arte Contemporáneo y Cultura Visual (U. Autónoma de Madrid y Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía); Máster en Escenografía (U. Complutense de Madrid) y Lic. en Arte (U. de Playa Ancha, Chile). Líneas de investigación: arte contemporáneo y política, memoria, poder, estudios de género en el arte, feminismos y arte de acción. Su trabajo visual ha sido expuesto en diversos contextos y países. Más en: www.marlafreire.blogspot.com