

## Guanyar de manera femenina: «Les de l'hoquei» i el canvi de paradigma a l'esport femení

*Les creadores tenen la intenció de visibilitzar les dones a l'esport: sense cosificació, sense estereotips, sense esports suposadament femenins, tal com ha succeït fins fa poc de manera homogènia en la majoria de ficcions audiovisuals*



«Les de l'hoquei», celebrant la victòria durant l'últim capítol de la primera temporada. | CCMA

L'any 2019 es va estrenar una sèrie catalana en *prime-time* sobre hoquei femení que ha arribat a emetre's a Netflix. Com ha succeït? Quines són les circumstàncies socials que han acompanyat aquesta producció?

A Catalunya, com a molts països occidentals, ens trobem en un **moment de revolució pel que fa al tractament de la dona a l'esport**. Els avenços socials de la representació del gènere femení en diversos àmbits es manifesta en la visibilització de la dona a l'esport. És la derrota d'un dels últims bastions de la suposada superioritat masculina, tal com va anunciar Miller (2001). Els camps s'omplen de gom a gom en els partits de futbol femení, els equips apareixen als telenotícies i les institucions inverteixen en campanyes per a conscienciar-nos de la importància de la dona a l'esport.

*Aquest article és una adaptació de: Tous-Rovirosa, A.; Prat, M.; Dergacheva, D. (2022) The Hockey Girls. The creation of a new collective subject: sisterhood and the empowerment of women, Feminist Media*

La reivindicació de l'esport femení a un nivell internacional i la seva visibilització als mitjans es troben darrere del punt de partida de la sèrie *Les de l'hoquei* (TV3, 2019-2020), estrenada a TV3, emesa en *prime-time* i amb bons resultats d'audiència. Després va ser emesa a Netflix (*The hockey girls*, 2019), en anglès. La sèrie prové d'un treball de fi de grau de la UPF, que gràcies a un *crowdfunding* va obtenir finançament per a rodar l'episodi pilot. Va captar l'interès de diverses productores al Pitching Audiovisual Universitat Indústria el 2016, i allà va ser adquirida per la productora Brutal Media. Teresa Guitart, cap de vendes internacionals de TV3, explica que l'interès de Netflix per la sèrie ve de la **combinació de *targets*, la frescor de la producció i la joventut de les protagonistes, la temàtica LGTBQ i la superació dels reptes plantejats en la pràctica de l'esport femení**. Tenim un producte rodó.

El punt de partida argumental és senzill, però efectiu. La sèrie narra la lluita per sobreviure d'un equip d'hoquei amateur català, abandonat pel seu entrenador (*Germán*, Marc Clotet) i amb l'amenaça de desaparèixer per part de la direcció del club. La nova entrenadora (*Anna*, Iríia del Río), amb l'ajuda de l'entrenadora de l'equip masculí (*Terrats*, Nora Navas), juntament amb les jugadores, aconseguiran la supervivència de l'equip, i podran continuar practicant el seu esport.

**La sèrie respon a aquesta necessitat de visibilitzar la dona esportista, també en l'àmbit de la ficció.** Tal com ha succeït amb la sèrie noruega *Heimebane* (*Homeground*, NRK, 2018-19), l'estatunidenca *Glow* (Netflix, 2017-19) o les pel·lícules *Bendit like Beckham* (GurinderChadha, 2002) i *Whip it!* (Drew Barrymore, 2009), les joves creadores de la sèrie catalana (Ona Anglada, Marta Vivet, Laura Azemar i Natàlia Boadas) fan una proposta que deixa enrere els habituals estereotips de gènere a la ficció televisiva (i també esportiva). Com ho fan? Fent servir la *interseccionalitat*, és a dir: la descripció de les seves condicions no només com a dones, sinó pel que fa a la seva classe social, ètnia, edat... Reflecteixen també la *sororitat*, entesa com la solidaritat femenina vinculada a la interseccionalitat i a l'empoderament femení. ***Les de l'hoquei* proposa nous models de relacions entre els gèneres**, en una producció adreçada al públic familiar, jove i adolescent.



**Ara pots ajudar a la transferència de coneixement en català**

**col·labora i uneix-te a la comunitat**

Un projecte de: **Fundació Congrés de Cultura Catalana**

**Pensem**

Mitjançant una investigació quantitativa i qualitativa (Tous, Prat, Dergacheva, 2022) de la primera temporada de la sèrie hem descobert algunes qüestions creiem que interessants. **La producció promociona la igualtat entre gèneres a través de la creació d'un "subjecte col·lectiu" que uneix homes i dones.** Aquest subjecte col·lectiu està encarnat per una representació de la dona empoderada, a la qual se suma l'ajuda incondicional dels seus companys masculins. És un model interessant a seguir per a la societat, especialment pel que fa a la proposta de noves relacions entre gèneres. La investigació demostra que en aquesta producció les creadores tenen la intenció de visibilitzar les dones a l'esport: sense cosificació, sense estereotips, sense esports suposadament femenins, tal com ha succeït fins fa poc, de manera homogènia en la majoria de produccions de ficció audiovisual. A més, se'ls ofereix un protagonisme destacat a la sèrie. L'empoderament i la sororitat formen part preeminent de la caracterització dels personatges femenins que, a més, tal com demostren els resultats de la investigació, tenen un conjunt d'atributs positius, com ara la reivindicació, l'autonomia, la independència, l'emprenedoria, la iniciativa, la lluita feminista i la solidaritat. La caracterització predominant dels personatges femenins a la sèrie és més positiva que la dels personatges masculins. Els homes estan, a *Les de l'hoquei*, marcadament infrarrepresentats.

La **sororitat**, a la producció, es vincula a l'empoderament femení. Mostra com de positiva i transformadora pot ser la unió de les dones (allunyada de la competitivitat i respectant les diferències individuals), especialment si compta amb l'ajuda dels homes en la creació del nou subjecte col·lectiu.

Com queden retratats els homes? **La nova masculinitat, tal com apareix a la sèrie, es caracteritza per una menor assertivitat i una major emotivitat, sensibilitat i tendresa que els personatges femenins, que són més decidits,** valents, lliures, més ambiciosos i apassionats que els masculins. Els personatges masculins joves mostren un suport incondicional a les seves companyes, oferint innovadores imatges en l'imaginari col·lectiu. Animen les seves companyes des de les grades, no a la inversa, com ha succeït tradicionalment. Els personatges masculins de més edat, a la direcció del club Minerva, en canvi, encarnen l'heteropatriarcat i estan a les antípodes de la proposta axiològica de la sèrie, totalment oposats als valors i interessos de les protagonistes.

**La sèrie se situa lluny del post-feminisme, i és més propera als postulats de la quarta onada del feminisme, més reivindicatiu.** Aquest fet és interessant, perquè diferencia la producció d'aquell *Sports Feminism* present a tota mena de manifestacions mediàtiques, incloses les xarxes socials. Està vinculat al post-feminisme, en què es considera que els objectius del moviment ja s'han aconseguit i per tant promou la percepció de que el moviment feminista és obsolet, mentre que en la resta d'onades es manté la pervivència de la reivindicació feminista i la lluita per la igualtat. Específicament a la tercera onada podem situar la ruptura del binomi esports/masculinitat (Bruce, 2016), i la quarta es caracteritza per l'activisme i les xarxes socials (moviment #MeToo, per exemple), la igualtat i la interseccionalitat, entre d'altres.

Pel que fa als models representats, la sèrie rendeix homenatge al feminisme de la generació anterior amb la figura de l'entrenadora Terrats. Es tracta d'un feminisme que s'assimila a l'hegemonia masculina, tradicionalment equiparada a guanyar a qualsevol preu, al sacrifici, la competitivitat i la duresa, exercici de l'autoritat i el càstig si és necessari. Tot això resulta en una masculinització que es considera superada pel feminisme de les noves generacions. La jove entrenadora Anna encarna aquest nou model, a mig camí entre les protagonistes de sèries contemporànies dubitatives, imperfectes, antiheroiques, com les de *Fleabag* (BBC, 2016-), *Spinning Out* (Netflix, 2020), o *La peor persona del mundo* (*Verdensverstemenneske*, Joachim Trier, 2021) i un final exitós per a l'entrenadora, que té com a conseqüència del triomf la permanència de l'equip a la Lliga. La caracterització de les joves que ho aconsegueixen (entrenadora i jugadores) és un tribut a la feina realitzada fins ara per la lluita feminista, que es considera necessària i vigent actualment. A la sèrie, igual que en alguns casos reals com el futbol femení, **una de les fites més importants és que les protagonistes aconsegueixen guanyar de manera femenina, a partir de l'ajuda mútua, la superació dels obstacles i la construcció**

**d'una comunitat afectiva.** Guanyar sense oblidar passar-s'ho bé, els vincles personals i socials, l'empatia i el treball en equip.

La sèrie també promou la diversitat sexual, mitjançant l'**acceptació i la normalització de les relacions homosexuals**. Es critica la mala educació sexual d'un personatge masculí i s'introdueix la gelosia en una relació lèsbica. La interseccionalitat dels personatges fomenta el nou subjecte col·lectiu que es proposa a la sèrie, a través de l'acceptació de les diferències entre els personatges, de la seva diversitat, que no impedeix en absolut la lluita conjunta per la igualtat, sinó que la fomenta.

En conclusió, es tracta d'una sèrie de producció catalana, emesa internacionalment, que té cura de respectar les diferències entre dones (interseccionalitat), alhora que promou el seu empoderament, gràcies a l'ajuda mútua (sororitat), sense oblidar el paper dels seus companys masculins (proposta d'un nou subjecte col·lectiu). Adreçada a públic familiar i adolescent, **destaca la necessitat, encara, de la reivindicació feminista, que s'actualitza i perdura al s. XXI.** En l'àmbit de l'esport femení, es visibilitza, tant a la ficció com a la realitat, que és possible guanyar de manera femenina.



La sèrie té en compte tant la interseccionalitat, l'empoderament, la sororitat i la proposta d'un nou subjecte col·lectiu. Foto: CCMA.

## Bibliografia:

- Alsop, E. (2019). "Sorority Flow: The Rhetoric of Sisterhood in Post-network Television." *Feminist Media Studies*, 19 (7): 1026-1042. doi:10.1080/14680777.2019.1667066.
- Bruce, T. (2016). "New Rules for New Times: Sportswomen and Media Representation in the Third Wave." *Sex Roles*, 74:361-376. doi:10.1007/s11199-015-0497-6.
- Hargreaves, J. (2004). "Querying Sport Feminism: Personal or Political?" *Sport and Modern Social Theorists*, editat per Richard Giulianotti, 187-205. London: Palgrave Macmillan.
- Miller, T. (2001). *Sportsex*. Philadelphia: Temple University Press
- Tous-Rovirosa, A., Aran-Ramspott, S. (2017). "Mujeres en las series políticas contemporáneas. ¿una geografía común de su presencia en la esfera pública?" *El Profesional de La*

