

Género y Comunicación

Año 2021

A stylized illustration of a woman with long, straight pink hair. She has large, expressive eyes and is wearing a white shirt with a pattern of small, stylized eyes. The background is a teal color with white geometric lines and starburst effects. The text "LA FORMACIÓN DE GÉNERO COMO GARANTÍA DE CALIDAD INFORMATIVA" is written in white, bold, sans-serif capital letters on a yellow, textured banner at the bottom.

LA FORMACIÓN DE GÉNERO COMO
GARANTÍA DE CALIDAD INFORMATIVA

La **Formación** **de género** como garantía de **calidad** **informativa**

Varias especialistas tratan los distintos aspectos de la comunicación de género y sus enfoques, en diversas disciplinas

Editora:
Cristina P. Fraga

Consejo de Redacción:
Gloria López López, Marta Ortiz Díaz, Cristina P. Fraga.

Artículos:
Asunción Bernárdez Rodal, Juana Gallego Ayala, Angustias Bertomeu Martínez,
Elena Tarifa Herrero, Ana Gaitero Alonso, Cruz Morcillo, María Pazos Morán, Sara
Lovera López

Edita:
AMECO, Asociación Española de Mujeres Profesionales
de los Medios de Comunicación.
Plaza de Juan Zorrilla, 2
28003 -Madrid

Telf. y fax: 913 19 08 52
E-mail: ameco@nodo50.org

Año: 2021
Maqueta: Coral Cano Domínguez
Ilustración: Vera Yin Yang

Depósito Legal: M-32776-2021
Imprime: Estugraf Impresores

Índice

- 5 • Prólogo**
- 17 • Digitalización y redes sociales: bondades y maldades para las mujeres y los movimientos feministas**
Asunción Bernárdez Rodal
- 59 • Humildad y soberbia ante los retos comunicativos**
La formación en perspectiva de género, herramienta para una información de calidad
Juana Gallego Ayala
- 93 • Cultura digital y comunicación en el movimiento asociativo**
Angustias Bertomeu Martínez
- 125 • El papel de las mujeres periodistas en las organizaciones profesionales de periodistas y su incidencia en la comunicación con visión de género: una perspectiva estatal y europea**
Elena Tarifa Herrero
- 163 • El periodismo con perspectiva de género desde las periferias**
Ana Gaitero Alonso
- 207 • Las víctimas: ni nota roja ni crónica rosa**
Cruz Morcillo
- 243 • Notas para desenmascarar las estrategias de dominación y comunicación patriarcal**
María Pazos Morán
- 285 • La voz de las mujeres más fuerte que nunca en los medios de comunicación en México**
Sara Lovera López

Prólogo

“El periodismo de género o feminista como garantía de calidad informativa, requiere un enfoque transversal y constituye una herramienta de transformación para construir una sociedad no discriminatoria que lucha contra el sistema patriarcal”

Los medios y la información a través de las redes sociales, son hoy por hoy y lo van a seguir siendo en el futuro, los grandes foros estratégicos donde se dirimen la mayor parte de los asuntos de interés social.

Los mass media son un elemento fundamental en la formación de la opinión pública; sugieren formas de comportamiento al tiempo que sancionan valores y actitudes. El lenguaje conforma el pensamiento y el pensamiento el comportamiento. Por tanto, el discurso informativo no es inocente. Al ofrecer una supuesta realidad, los medios proponen formas de entender el mundo que necesariamente transmiten una ideología.

La representación informativa es una herramienta que sirve para construir una imagen del mundo nuestro y de los demás. Los medios proponen una lectura de la realidad, pero la realidad nunca es simple, sino compleja. Es necesario profundizar con rigor y pluralidad en este esquema de representación. Por ello es tan importante, lo que se publica, qué se dice, cómo se dice, a través de que soporte y medios se transmite, porque, además, son las fuentes nutricias de nuestro imaginario colectivo.

Sin una formación específica sobre género es imposible modificar los contenidos de los medios de comunicación, y sin un

cambio en la representación de las mujeres en los mismos es imposible cambiar las mentalidades.

Así mismo, proyecta que sean capaces de incorporar estrategias de eliminación de usos sexistas en el discurso mediático, lo que favorecerá la igualdad entre hombres y mujeres y, por último, auspicia la presencia y posición de las mujeres en la empresa informativa.

Hay que trabajar en varios frentes simultáneamente para incidir en el cambio de nuestro imaginario colectivo, ya que la representación mediática de las mujeres continúa siendo estereotipada en la mayor parte de los productos comunicativos, ya sean informativos, publicitarios, videoclips y otros formatos audiovisuales.

Y uno de los ejes de formación imprescindible tiene que incidir en el dominio y conocimiento del funcionamiento de las nuevas tecnologías a través de las Redes Sociales como formación de nuevas realidades informativas en el periodismo con enfoque de género inclusivo e interseccional.

Todos los Planes de Igualdad elaborados en España, sea cual sea su ámbito (estatal, autonómico, local) recogen la necesidad de desarrollar iniciativas que permitan modificar la imagen de las mujeres en los medios de comunicación.

El tipo de periodismo defendido por AMECO se construye como un eje dinamizador para el cambio social, razón por la que está en contacto con el tejido asociativo y con las entidades e instituciones comprometidas con la igualdad. Este contacto permanente supone para las estudiantes un gran aprendizaje sobre distintas materias. El enfoque de género por tanto, ha de ser transversal e interseccional.

No es posible construir una información con perspectiva de género sin contar con las expertas de diferentes áreas –economía, ciencia, política, etc.- y con las organizaciones de mujeres como fuentes.

En la presente edición diversas autoras, desde diferentes enfoques y disciplinas, analizan y proponen estrategias que positivizan la situación de las mujeres desde el tratamiento transversal de su compleja realidad.

Este volumen está compuesto por artículos en donde docentes, especialistas, investigadoras y periodistas en activo, hacen aportaciones precisas y globalizadoras, definiendo y aclarando algunos términos muy utilizados cuando se habla de mujeres y comunicación que pueden aparecer confusas, tales como la objetividad, la libertad de expresión, la perspectiva de género en las periferias, las diferencias conceptuales entre sexo y género, las mujeres estereotipadas, mujeres invisibles, violencia de género y cual debería de ser su correcto tratamiento informativo, proponiendo estrategias que positivizan la situación de las mujeres, desde un tratamiento transversal de su compleja realidad.

Asunción Bernárdez Rodal Catedrática en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Sus principales líneas de investigación son los Estudios de Género y los medios de masas, la Semiótica y Estudios Visuales. Ha publicado más de cien artículos académicos. Ha sido directora del Instituto de Investigaciones Feministas y coordinadora del Programa de Doctorado en Estudios Feministas y de Género.

En su artículo “Digitalización y redes sociales: bondades y maldades para las mujeres y los movimientos feministas” aborda

como para los movimientos sociales en general y el feminismo en particular, la expansión de Internet y las redes sociales ha permitido la aparición y un enorme crecimiento de estructuras organizativas de mujeres a nivel mundial, que ha tenido su punto de visibilidad máxima en el Huelga General del 8 de marzo de 2018, y en lo que se denomina ya una Cuarta Ola Feminista al incorporarse mujeres muy jóvenes al movimiento.

Las redes no son buenas ni malas, pero sí imponen una forma específica de comunicación basada en la emocionalidad, el entretenimiento y la inmediatez.

No todo está siendo positivo, y en todas las academias del mundo se estudian los posibles efectos perniciosos que está teniendo este sistema de conversación pública sin fin, amparada en el anonimato. Los problemas son muchos: la violencia contra las mujeres en las palabras y en la representaciones icónicas que circulan por las redes es enorme; la creación de “burbujas comunicativas” que hace que recibamos sólo la información que refuerza nuestras ideas; la devaluación de los sistemas políticos parlamentarios; la “gamificación” que hace que sólo nos enfrentemos a contenidos si cumplen con la condición de divertirnos; la espectacularidad de los debates en los que ganan los y las que más insultan, son algunos de los efectos negativos de las redes en nuestra vida en común.

Juana Gallego Ayala, profesora titular de la Universidad Autónoma de Barcelona desde 1989. Directora del Observatorio para la Igualdad de la UAB de 2016 a 2018. Imparte la asignatura Comunicación y Estudios de Género en la Facultad de Comunicación de la UAB, con una atención especial al análisis de la representación de género en el discurso informativo, publicitario y audiovisual.

Con su aportación “Humildad y soberbia ante los retos comunicativos - La formación en perspectiva de género, herramienta para una información de calidad”, expone que mientras que se declara la importancia de atajar la desigualdad entre hombres y mujeres en todos los ámbitos de la sociedad, así mismo asistimos actualmente a un potente movimiento internacional que interpreta la noción de género como identidad en lugar de como construcción social. Esto está produciendo un desplazamiento del interés informativo hacia territorios relacionados con las identidades, las sexualidades y la diversidad y menos con la noción de desigualdad.

En pocos años hemos sido testigos de la aparición de nuevos fenómenos que están opacando, cuando no deslegitimando, la necesaria atención comunicativa a la persistente desigualdad que, como hemos visto, continúa existiendo entre los sexos. Es necesario seguir insistiendo en la formación en perspectiva de género para una comunicación de calidad.

Angustias Bertomeu Martínez es Licenciada en Historia, docente, fundadora de la empresa Artefinal Studio desde 1.999 especializada desarrollo de productos de internet, contenidos, asesoría y formación digital con enfoque de género y fundadora del portal feminista www.e-mujeres.net 1998. Vinculada al movimiento feminista desde los años 70.

En el tema que aborda, “Cultura digital y comunicación en el movimiento asociativo”, nos plantea como el activismo digital de las mujeres tiene muchas caras. Grupos y asociaciones de mujeres de todo el mundo han comprendido la importancia del nuevo espacio y dedican parte de su esfuerzo a producir y mantener vivas redes digitales de intercambio, información o solidaridad. Se ha generalizado en el movimiento asociativo la necesidad de tener presencia en Internet, pues se ha visto su

potencialidad para la difusión y el intercambio y se ha consolidado otra forma de conversación digital, que ha crecido gracias a las nuevas narrativas creadas por los lenguajes digitales.

Las redes sociales se han configurado como entornos de conocimiento colectivo que están marcando nuevas formas de relación, son espacios de conversación multimedia ricos en formatos y en posibilidades que crean nuevos lenguajes y formas de presentarse en el espacio público.

El primer paso para cambiar la tecnofobia por el tecnointerés es una formación TIC significativa, arraigada en la historia y el saber de las mujeres, rescatando la genealogía de las mujeres en la ciencia y la tecnología. Las primeras programadoras del ENIAC decían que con su trabajo estaban empujando las fronteras.

Nosotras somos las herederas de las que jugaron antes con los bits. Ahora somos las responsables de reconocernos, nombrarnos y hacer didáctica de cómo usar la tecnología para ensanchar las libertades, mejorar la vida, hacer palanca sobre la felicidad de las mujeres y dejar un legado de mayor libertad a las que vendrán.

Elena Tarifa Herrero, periodista, feminista, activista social y experta en Comunicación y Género, está ligada a organizaciones de periodistas y a redes de mujeres en el ámbito de la comunicación y el género, empezando por su implicación en la Asociación de Mujeres Periodistas de Catalunya-ADPC, en el proyecto europeo Mujeres Periodistas en Internet (1996-97), entre otros, pasando a su vinculación con el Sindicato de Periodistas de Catalunya-SPC, donde fue responsable de la Secretaría de la Mujer (luego de Igualdad) del 2000 al 2013.

En su artículo “El papel de las mujeres periodistas en las organizaciones profesionales y su incidencia en la comunicación con visión de género: una perspectiva estatal y europea” expone como el periodismo con perspectiva de género es un elemento clave para un periodismo libre, una garantía de democracia y equidad.

Visibiliza y poner en valor de manera cuantitativa y sobre todo cualitativa, el papel de las diferentes organizaciones profesionales del sector y específicamente el de las mujeres que participan en estas, a nivel estatal y europeo en la lucha por conseguir un periodismo con perspectiva de género donde se visibilice, libre de estereotipos, el papel real de las mujeres en la sociedad y donde las profesionales puedan ejercer su profesión sin discriminación ninguna y en igualdad de condiciones.

Ana Gaitero Alonso, viene desarrollando su labor periodística en el Diario de León, en el noroeste ibérico, actualmente en la sección de Sociedad y desde sus inicios intentando aplicar la perspectiva de género, primero por intuición y luego con formación (Experta en Género y Comunicación). Entiende el periodismo como una herramienta de transformación social, garantía democrática y defensa de los derechos humanos, desde lo local y con visión global.

En “El periodismo con perspectiva de género desde las periferias” detalla cómo se desarrolla el periodismo de género en las periferias. Las define con dos acepciones: La primera, Región que está en los alrededores de un cierto centro y la segunda como, en el sistema solar, aquel lugar donde la atracción del Sol destaca por ser bastante débil.

En las periferias también se ejerce un periodismo en el que las gafas moradas son una herramienta cotidiana y el feminismo su

hoja de ruta. Un periodismo que, en definitiva, ha refrescado la agenda mediática y abierto los ojos a realidades invisibles en la jerarquía tradicional.

Manifiesta como desde las periferias se abordan también las resistencias, a veces feroces, a cambiar la mirada en la construcción de la noticia, a dar nuevos enfoques ante nuevas realidades y avances legislativos.

Los medios locales forman parte de esas periferias territoriales. Introducir en ellos las periferias de la agenda mediática es fundamental para desmontar los hábitos periodísticos que se enrocan en los estereotipos sexistas, la invisibilización de la agencia femenina o el discurso machista recurrente y que vuelve periódicamente en torno a la violencia de género.

Cruz Morcillo es una reconocida periodista especializada desde 1997 en, como ella manifiesta, contar sucesos, información policial, violencia de género, inmigración y menores.

Ha recibido el premio del Consejo General del Poder Judicial por el tratamiento de la violencia de género, el Premio Ameco Prensa Mujer, el Premio de la Fundación QSD a la mejor labor informativa nacional en las desapariciones de personas, el Premio de la Perfilación Criminal y el Premio “Pedro Malo García” al Compromiso Social. Tiene en su poder la Cruz al mérito policial con distintivo blanco, entre otras muchas consideraciones.

En su artículo “Ni crónica roja ni crónica rosa” expone como la violencia contra las mujeres no se puede encerrar en esas etiquetas periodísticas. Parece fácil, y en televisión aún más. Las imágenes hipnotizan, narcotizan; te golpean, te agarran el estómago, te remueven cimientos. No hace falta más. Una buena imagen, una buena puesta en escena barre con cualquier ensayo sesudo.

Se adentra en el tratamiento informativo del complejo mundo de la violencia de género, la trata, prostitución infantil...y aborda y denuncia con valentía, la politización e interesada mediación de estas temáticas, en pos de las audiencias, en muchos casos millonarias y ajenas a resolver y aclarar estas problemáticas o en intereses políticos partidistas, tratadas como sucesos.

María Pazos Morán, es licenciada en Matemáticas por la UCM y Máster en Estadística por la U. de Harvard (EEUU). Desde 2004 hasta 2019 he dirigido la línea de investigación sobre Políticas Públicas e Igualdad de Género en el Instituto de Estudios Fiscales (Ministerio de Hacienda). Se declara ante todo feminista, con una dilatada militancia desde los años 70. Actualmente concentra su voluntariado feminista en la PPIINA y en ATTAC, donde es miembro del Consejo Científico.

En su artículo “Notas para desenmascarar las estrategias de dominación y comunicación patriarcal”, plantea que hay que comprender que la paridad en el cuidado es la gran asignatura pendiente del siglo XXI, y el patriarcado se resiste. En la fase actual ya no se resiste frontalmente, sino que ha aprendido a darnos la razón con una mano y a engañarnos con la otra. Los mecanismos de dominación son cada vez más sofisticados y están más escondidos en una redacción engorrosa de las leyes. Los medios de comunicación, atendiendo a las señales del poder, vuelven la vista hacia otro lado.

Expone como esta reforma torticera potencia (¡una vez más!) la interpretación de que si las mujeres se quedan más tiempo a cargo de sus bebés, y los hombres nada en solitario, es porque ellas y ellos (la familia) así lo elige. Y así vemos avecinarse otros 50 años de desigualdad en los permisos en virtud de tan malas artes por parte del poder patriarcal.

Sara Lovera López, es una reputada y multipremiada periodista y feminista mexicana, (Premio Nacional de Periodismo 2015 por su trayectoria y en 2005 fue nominada al Premio Nobel de la Paz, entre otros) se distingue por su tarea profesional y militante a favor de los derechos humanos de las mujeres. Fue la precursora allá por los 70 de la creación de Agencias de Comunicación de género. Comenzó como corresponsal del Servicio Especial de Noticias (SEM) desde 1978, socia fundadora del diario La Jornada, donde puso e marcha el suplemento Doble Jornada, que perduró 11 años. En 1988 fundó CIMAC, y en 1995 la agencia multimedia de Cimacnoticias. Impulsó con otras colegas la creación de las Redes de periodistas con visión de género, en México y en el mundo.

Con su artículo “La voz de las mujeres más fuerte que nunca en los medios de comunicación en México” propone innovar las metodologías y el discurso, trabajar más con la realidad, que permita a las y los comunicadores darse cuenta de que otra es la realidad y otra la oferta informativa.

En el caso de México, cree que la gran tarea es armar una estrategia para dialogar, discutir, capacitar a las mujeres y a los hombres en la toma de decisiones en los medios. Manifiesta que las periodistas feministas no lo han conseguido todavía. Son los editores y dueños de los medios los que marcan el camino editorial.

Las redes sociales no son la solución mágica, a ellas tiene acceso grupos de interés. Ha cambiado el mecanismo, que es mucho más grande, pero llega a quienes están interesados o interesadas en un tema.

Propone pasar el testigo y entrenar a las nuevas generaciones en cómo trabajar en los llamados medios industriales -ahora to-

dos multimedia con las mejores herramientas profesionales de la comunicación y la perspectiva feminista. Enseñar a las periodistas a usarlas con efectividad, podría mantener el camino a la diferencia y el asalto a los medios.

No son suficientes las enseñanzas de la teoría de género, sino de las ciencias sociales, los nuevos escenarios de discriminación, como las migraciones y explicar, profundizar y analizar las ominosas cifras de la violencia contra las mujeres. Los medios son coadyuvantes indispensables. No bajar los brazos, pero ampliar los horizontes.

Todas las autoras -a quienes en verdad agradecemos su participación en este número- aportan un sólido discurso que trasciende no sólo de la esfera profesional sino del estricto ámbito del género, para llegar con solvencia a reclamar el interés general. Las páginas siguientes están rociadas de metodología, de análisis crítico, de propuestas teóricas y experiencias reales que estimulan la lectura e invitan a la reflexión.

Y por último, quiero agradecer a las compañeras de la Junta Directiva, trabajadoras de Ameco, socias y compañeras periodistas, que con su empeño, esfuerzo y apoyo han conseguido que nuestra Asociación se haya mantenido en la brecha y siga adelante manteniendo sus objetivos y abordando nuevos proyectos.

Madrid, noviembre 2021

Cristina P. Fraga
Editora

Digitalización y redes sociales: bondades y maldades para las mujeres y los movimientos feministas

Asunción Bernárdez Rodal

Universidad Complutense de Madrid

1. EL IMPACTO DE LA CULTURA DIGITAL ¿UNA NUEVA CULTURA?

- 1.1. Mediación
- 1.2. Las industrias culturales están siendo radicalmente transformadas, no sólo por la tecnología digital, sino por los cambios socio-culturales
- 1.3. La digitalización de la cultura
- 1.4. La tecnología digital borra las fronteras entre ocio y trabajo
- 1.5. La cara amable de la digitalización oculta que el trabajo físico agotador, mal pagado y a veces degradante, sigue existiendo y alimentando al sistema digital
- 1.6. El proceso de amateurismo

2. LAS MUJERES Y EL FEMINISMO

- 2.1. Internet
- 2.2. El activismo feminista
- 2.3. Las redes son continuadoras de las rutinas audiovisuales de los grandes medios del siglo XX y ahondan en la generación de desigualdades no sólo en la representación, sino también en el acceso a los recursos económicos
- 2.4. Las redes sociales continúan con la misma práctica de pagar más a los hombres que a las mujeres como las industrias audiovisuales clásicas
- 2.5. Las redes sociales siguen explotando el cuerpo de las mujeres, ahora en claves de auto-representación
- 2.6. Dentro del proceso de ludificación, los videojuegos son los productos más rentables. Para las mujeres es un terreno prácticamente vetado
- 2.7. Antifeminismo en red y acoso virtual

Este verano concerté una cita con un amigo en una de las cafeterías más grandes de mi pueblo, a la que acudíamos diariamente cuando éramos muy jóvenes. Me senté en la parte interior del local, asombrada de que siguieran existiendo el mismo tipo de clientela, como si no hubieran pasado varias décadas. Sin embargo, nada más sentarme, comencé a observar algunas diferencias con mis tiempos adolescentes: había sobre todo grupos de varones de trece o catorce años sentados en torno a mesas bajas, todos con un móvil en la mano, jugando a un mismo juego online. Uno comentó:

- “Anda, vente con nosotros que tenemos que entrar por la fuerza”.
- “No puedo, estoy follando con una prostituta”. - Contestó el aludido.

Tuve un momento de estupefacción, porque la normalidad con la que hablé, me pareció brutal. Al momento pensé que tal vez estaba siendo injusta en mis pensamientos porque, al fin y al cabo, se trataba de un juego, que poco tenía que ver con los actos reales que emprenderían cada uno de esos chicos en sus vidas cotidianas. Volví a plantearme la eterna pregunta imposible de responder: ¿hasta qué punto la dominación masculina se mantiene en el mundo real porque existe en la virtual?, ¿o tal vez esté ocurriendo al contrario y la violencia que existe en los juegos y las redes sociales son un espejo del mundo real?

Este pequeño diálogo es una muestra de la ideología latente en nuestras sociedades respecto a los roles sexuales, que determina que los hombres tienen derecho al acceso a los cuerpos de las mujeres. El comentario de estos jóvenes tiene sentido porque la leemos dentro de la ideología que actúa como una pantalla de fondo que legitima los actos en la vida real. Podemos imaginar que el juego al que están jugando esos chicos es

una de tantas ficciones que colman la fantasía de auto-realización masculina, realizando en el medio virtual acciones que serían delitos en la vida real: no es sólo que en muchos de estos juegos matar o violar les salga gratis al jugador, sino que incluso reciben recompensas por ello. Mientras juegan, estos chicos interpretan de forma colectiva unos valores culturales conflictivos y dañinos para las mujeres, pero lo hacen en un ámbito aparentemente inofensivo, que es el espacio online. Pero las claves del juego cumplen una función en la realidad social: reforzar una ideología basada en la competitividad y el dominio del entorno. Esta ficción de la dominación como algo positivo que engrandece el ego heroico masculino, es consustancial a nuestra cultura. Y da igual que el juego sea digital, porque es evidente que las redes sociales sólo han cambiado la forma en la que se materializa la ideología. El sexismo, la explotación de las mujeres, la desigualdad, el racismo, la xenofobia o la homofobia no se han inventado en los últimos tiempos. Las nuevas tecnologías de la información, la cultura *mainstream*, e incluso a veces la “alta cultura”, las siguen reinterpretando.

1- EL IMPACTO DE LA CULTURA DIGITAL ¿UNA NUEVA CULTURA?

La “cultura digital” es un fenómeno complejo que no se interpreta de forma simplista afirmando que nos convierte en “drogados culturales” porque, de hecho, durante las últimas décadas los receptores somos más activos que nunca. Desde las universidades se especula mucho sobre cómo están impactando las tecnologías de la información en la vida contemporánea, en aspectos como el mundo laboral, el consumo, etcétera. Para nosotros, el desafío concreto es más limitado y está en entender cómo la digitalización incide en las industrias culturales en general, y en las redes sociales en concreto, y qué conse-

cuencias tiene para las relaciones de género. Esto es una tarea compleja que requiere una contextualización, que anclaremos brevemente en algunos puntos.

1.1 “Mediación”

En el siglo XX la comunicación social estaba “mediada” por los medios de comunicación tradicionales: prensa, cine, radio y televisión. **Esa “mediación” se ha visto radicalmente alterada: emisores, mensajes y receptores ya no son elementos claramente identificables, ya que las fronteras entre producción y consumo, se han difuminado.** Hemos adoptado el anglicismo “Produsage cultural” para definir un momento en el que la información circula al margen de los grandes medios de comunicación tradicionales, y cualquier individuo o institución puede hoy producir textos e intercambiarlos de forma directa con otras personas utilizando la tecnología digital. El término fue popularizado por el profesor australiano Axel Bruns (2008) como acrónimo construido con los términos ‘producción’ y ‘usuarios’. Se trata de una visión optimista del medio digital, que afirma que lo que caracteriza el ambiente cultural actual, es que los textos se crean de forma cooperativa y anónima, se comparten de forma gratuita, el éxito se consigue de acuerdo a las leyes de la meritocracia, y los individuos obtienen recompensas personales de acuerdo a ellas.

Esta es una visión acertada de lo que ocurre en Internet, pero no está completa, ya que ignora las formas de poder que siguen existiendo en los entornos virtuales, en los que ganar visibilidad y obtener recursos, no es tarea fácil ni igualitaria. La positividad de Bruns sobre el intercambio igualitario de información está basada en su análisis de la Wikipedia, que es uno de los pocos proyectos en los que las leyes del procomún se cumplen. De hecho, esta plataforma es el ejemplo que se toma siempre

para mostrar cómo la digitalización puede ayudar al desarrollo de democracias y la apertura de los conocimientos como ha argumentado Carpentier et al. (2014) afirmando que las redes sociales son elementos altamente positivos, ya que animan el debate público, e incluso pueden organizar protestas y movilizaciones contra los malos gobiernos. Sin embargo, sabemos que no todo el mundo accede de forma igualitaria al manejo de esta tecnología. Por ejemplo, si pensamos en temas políticos sabemos que las redes están siendo positivas para organizar movimientos críticos con el capitalismo salvaje, pero también que han favorecido, como veremos, la proliferación de la ultraderecha, contribuyendo al ruido social que no ayuda a la convivencia.

1.2 Las industrias culturales están siendo radicalmente transformadas, no sólo por la tecnología digital, sino por los cambios socio-culturales

El éxito del feminismo (al menos en una parte del mundo), es un claro ejemplo de cómo las políticas de igualdad desarrolladas en distintos estados han conseguido que las mujeres estén presentes de un modo mucho más activo que hace veinte años en la producción y consumo de cultura en general, y de cultura *mainstream* en particular. También otros grupos marginalizados han ido consiguiendo una mayor visibilidad pública y agencia en la vida social: la lucha por los derechos de lesbianas y gais, las reivindicaciones por razones étnicas, por discapacidad, por edad, etcétera, han entrado a formar parte de la representación en la cultura digital. Un ejemplo: las series en grandes plataformas ya no están sólo protagonizadas por las mujeres, sino también dirigidas o producidas por ellas¹, como *Olive Kit-*

1 - Bernárdez-Rodal, A.; Menéndez-Menéndez, I. [2021]. "Ageing and the Creative Spirit of Women in the Audiovisual Market: The Case of Olive Kitteridge. International Journal of Communication, 15: 563- 580

teridge (2014) o *Big Little Lies* (2017) que han llevado a afirmar a la crítica que se está produciendo una mirada feminista en el *mainstream*. Ocurre algo parecido con la introducción de discursos alternativos sobre las identidades sexuales como la serie *Sense8* (2015) de las Hermanas Wachowski, o *Pose* (2018). La incursión de las identidades alternativas o los colectivos más desfavorecidos en la ficción nos genera la fantasía de vivir en un mundo donde la igualdad es una realidad.

1.3 La digitalización de la cultura

La digitalización de la cultura se está llevando a cabo en un período ultraliberal del capitalismo en occidente, y la denominada “*gig economy*” requiere que los individuos actúen de acuerdo a la asimilación auto-mandatos personales como “hazte tú misma”, “móntate una empresa”, “sé flexible”, “sé creativa”, “sé libre”, al mismo tiempo que oculta la cara amarga del proceso que somete a los y las trabajadoras a la precariedad y a la necesidad continua de la auto-promoción en un mundo laboral desestructurado y a-normativo. ¿Qué ocurre con las personas que por circunstancias adversas no puede mantener el ritmo exigido de competitividad extrema que exige la economía-red? Que las diferencias de clase se hacen evidentes. Por ejemplo: un *youtuber* que se “ha hecho a sí mismo” puede desaparecer del panorama, mientras que un *youtuber* hijo o hija de famosos, puede mantenerse a flote porque dispone de un capital (tanto económico como simbólico) que se puede invertir en pagar empresas especializadas que cuiden de su imagen y su “marca personal”. En todo caso, es evidente que lo que eran las fórmulas de apoyo laboral entre personas de un mismo sector organizadas en sindicatos, ha desaparecido en la también llamada “economía de plataformas” (Netflix, HBO, Amazon Prime Video, Movistar, Filmin, Spotify, Apple Music, etcétera).

1.4 La tecnología digital borra las fronteras entre ocio y trabajo

Este fenómeno es positivo para aquellos que consiguen vender su “marca personal” en una fórmula para obtener dinero, mientras puede ser considerada una forma de distracción para la inmensa mayoría que entregan su tiempo sin recibir más recompensa que el mero entretenimiento. Plataformas como Twitter, Instagram, YouTube o TikTok, Facebook resultan ser un territorio deseable para muchos jóvenes que ven una salida económica para una forma de vivir amenazada por la precariedad, abocándolos a la explotación de su “creatividad”². El éxito de los “triunfadores” en la red ha sido total respecto a la gente joven, de tal forma que Youtube, por ejemplo, ha desbancado a la televisión como principal elemento de ocio. El trabajo de los y las youtubers en Internet consiste en crear una falsa intimidad con sus audiencias, prometiendo siempre algo más en la siguiente intervención, siguiendo un modelo de *soap opera*. Los likes y los suscriptores generan recompensas económicas, hasta el punto de que pasa a ser un modelo de enriquecimiento y popularidad. Algunos *youtubers* o *gamers* son tratados como auténticos ídolos sociales. Sin embargo, este proceso tiene una cara amarga, que puede ser las adicciones o el fomento a la violencia en contra de las mujeres, las personas racializadas, las clases más pobres o las sexualidades heteronormativas.

2 - Malin, B. J. & Chandler, C. (2017). “Free to Work Anxiously: Splintering Precarity Among Drivers for Uber and Lyft”. *Communications, Culture and Critique*, 10(1), pp. 382-400

1.5. La cara amable de la digitalización oculta que el trabajo físico agotador, mal pagado y a veces degradante sigue existiendo y alimentando el sistema digital

El “trabajo creativo” que requiere el sistema-red es sólo lo que las empresas y algunas instituciones (incluso algunas universitarias) venden como futuro para los jóvenes, cuando en la actualidad los trabajos feminizados como repartidores de mercancías (Amazon, Glovo, etcétera), *sex-workers* y limpiadores de la red, son la realidad para muchos jóvenes. Morgan, George and Nelligan, Pariece, (2018), por ejemplo, analizan el nuevo “trabajo lumpen” que se ha creado para que el sistema funcione. Los “cleaners” o limpiadores digitales, son el ejemplo de una mano de obra objeto de explotación que ha salido a la luz recientemente tras la exhibición del documental *The Cleaners*, estrenado por la BBC en 2018, elaborado por los alemanes Hans Block y Moritz Riesewieck en el que cuentan como miles de jóvenes en zonas empobrecidas del mundo como pueden ser los suburbios en Manila, trabajan horas y horas diariamente delante de una pantalla, borrando aquellos contenidos que cada una de las redes sociales considera inadecuados en su política ética (básicamente YouTube, Facebook y Twitter). Un limpiador puede ver 25 mil imágenes cada día y decidir si son publicables o no, y muchos de ellos son mujeres. No existen derechos sociales, no existen organizaciones sindicales ni posibilidades de interacción entre trabajadores y trabajadoras del sector. Las jornadas de trabajo pueden ser extenuantes, y los y las jóvenes que trabajan en el sector no consiguen más que “ser precariado”³ que trabaja en pésimas condiciones.

Esa precariedad afecta no sólo a los trabajos que supuestamente requieren poca especialización (como pueden ser los clasificado-

3-Vid. Standing, G. [2013]

res de Amazon, o los repartidores de Glovo, por ejemplo), sino a aquellos que requieren una alta cualificación como el desarrollado por arquitectos, actores, escritores, fotógrafos, músicos, diseñadores gráficos, etcétera. También estos especialistas de la cultura han ido sufriendo una devaluación y una precarización desde los años 70, ya que sobreviven en muchos casos dando servicio de forma externa a las grandes plataformas o empresas creativas, en las condiciones que éstas estén dispuestas a marcar.

1.6. El proceso de amateurismo

La degradación de las profesiones relacionadas con la producción cultural tiene que ver también con **el proceso de amateurismo** que ha desencadenado la cultura digital. Hasta finales del siglo XX, los textos mediáticos y culturales eran generados o distribuidos en empresas de comunicación profesionalizadas en las que participaban periodistas, cámaras, directores de imagen, guionistas, montadores, etcétera, pero en la era digital cualquiera puede ser creativo a través de la generación de blogs o páginas web específicas. Podemos interpretar este fenómeno como positivo, porque ha conseguido desestabilizar, al menos aparentemente, el poder de las grandes corporaciones mediáticas; ahora cualquier persona puede generar contenidos, sobre todo aquellos grupos o actores sociales que se veían excluidos en épocas pasadas: personas calificadas de “poca cultura”, niños y niñas, artistas al margen de los circuitos oficiales, escritoras y escritores que ya no necesitan el respaldo de una editorial. El humor y el juego continuo con las imágenes auto-producidas o re-elaboradas, son la base de muchos youtubers o instagramers que consiguen construir una especie de eco-sistema personal que los hace famosos en el mundo entero. Joan Fontcuberta⁴ habló de una nueva función de la foto-

4 - Fontcuberta, J. [2016] La furia de las imágenes. Notas sobre postfotografía, Barcelona, Galaxia Gutenberg

grafía, en las redes sociales, que ya no se hace para generar un testimonio, sino para formar parte de una conversación a base de fotografías o vídeos.

Parece que cualquiera en este ambiente, podría convertirse incluso en un activista social con fuerza suficiente para intervenir en el sistema. Sin embargo, sabemos que esto no es así. La paradoja es que los “señores de las redes” no han parado de aumentar sus ganancias, convirtiéndose casi en estados paralelos capaces de incidir en la conversación pública. El discurso de las oportunidades en las redes ignora una cosa que dijo Jenkins ya en el año 2008: el acceso a la tecnología sigue siendo desigual porque el proceso de la convergencia cultural está gobernado desde arriba por las grandes corporaciones, mientras que los consumidores siguen ocupando el nivel inferior del sistema.

2- LAS REDES, LAS MUJERES Y EL FEMINISMO

Veinte años después de que las redes sociales comenzaran a colarse en nuestras vidas, su éxito es palpable. En pocos años, han conseguido hacerse con lo que desean de nosotros: nuestra atención y nuestro tiempo, en millones de horas consumidas en una conversación sin fin. En las redes actúan dos tipos de usuarios: los anónimos por un lado y, por otro, los *influencers*, *youtubers*, *gamers*, etcétera. Sólo ellos y ellas consiguen ganar dinero, mientras que los demás pagamos entregando nuestro tiempo y dinero a cambio de información o diversión. Por encima de la red de usuarios, existe también todo un entramado de empresas tecnológicas como son, Facebook, Google, etcétera, cuyos dueños amasan inmensas fortunas anualmente, en una actividad empresarial que se caracteriza por repartir muy poco de sus beneficios, porque contratan a muy pocos trabajadores de forma directa.

En 2020, el 45% de la población mundial era usuaria de redes sociales. Tras la epidemia global de la COVID-19, el número de usuarios de las redes sociales no deja de crecer en todo el mundo: Facebook (2.450 millones de usuarios), YouTube (2.000 millones), WhatsApp (1.600 millones), Facebook Messenger (1.300 millones), WeChat (1.150 millones), Instagram (1.000 millones), TikTok (800 millones), QQ (730 millones), QZone (517 millones), Weibo (497 millones). La red social china TikTok, antes Musical.ly, ha resultado ser la red social más beneficiada por el confinamiento socio-sanitario, doblando sus usuarios en el primer semestre de 2020. Y mujeres y hombres son usuarios prácticamente al mismo tanto por ciento. Este éxito se produce en un mundo plagado de incertidumbres sobre el futuro, una sensación general que afecta también a la teoría feminista y a las luchas organizadas de las mujeres⁵. Hemos iniciado el 2021 en plena pandemia COVID-19, con gran parte de la intelectualidad del mundo lanzada a teorizar de forma compulsiva (y sin duda apresurada) sobre sus efectos, vaticinando que esta enfermedad tendrá grandes consecuencias que irán mucho más allá de los aspectos sanitarios.

Nuestros miedos son muchos: a la crisis energética, a la crisis ecológica, a la crisis demográfica, a la familiar, a que la población deje de creer en la democracia o que las industrias depredadoras de los recursos del planeta no sepan parar a tiempo su saqueo. Además, ahora vivimos con un terror nuevo que no había existido en otras épocas de la historia: a que la revolución informática y de la comunicación se conviertan en nuestra pesadilla. Nos hemos vuelto adictos y adictas a ellas, al mismo tiempo que surge el miedo de que nos vigilen, de que las máquinas hagan el trabajo por nosotros haciendo a los humanos

5 - Baer, H. (2016). "Redoing feminism: digital activism, body politics, and neoliberalism". *Feminist Media Studies*, 16(1): 17-32 / Eschle, C. (2018). *Global Democracy, Social Movements, and Feminism*. Oxfordshire, UK, Routledge

prescindibles, o que lo individual se pierda en un colectivo deshumanizado y profundamente insano. ¿Cómo están situadas las mujeres en este contexto? ¿Qué factores resultan positivos y qué factores están siendo negativos en este crecimiento sin límite de las redes y la digitalización? Es evidente que han mejorado nuestras comunicaciones, pero también sabemos que estén contribuyendo a reforzar el sistema patriarcal, explotador y clasista propio del colonialismo. Veamos algunos puntos positivos y otros negativos para el desarrollo de la igualdad de las mujeres y los hombres.

2.1. Internet

En la creación y expansión de Internet han trabajado y trabajan sobre todo hombres blancos jóvenes, tanto en el desarrollo del hardware como del software. Las mujeres somos sobre todo **usuarias, pero no programadoras: es lo que se denomina el gap de las profesiones STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas)**. Es evidente que para las niñas y jóvenes las ingenierías y los estudios técnicos siguen siendo carreras poco apetecibles.

Para los y las usuarias Internet es un lugar casi mágico, que funciona las veinticuatro horas del día. Tendemos a olvidar que es una tecnología desarrollada por grandes corporaciones que poseen complejas infraestructuras: cableados de fibra óptica, líneas telefónicas, ordenadores y teléfonos, satélites, y cientos de ingenieros trabajando para hacer los productos de Internet cada vez más atractivos y fáciles para los usuarios que entregamos nuestro tiempo frente a las pantallas para hacer actividades, que hasta hace poco realizábamos en la vida real: trabajar, ir al cine, a un gimnasio, a una biblioteca, a relacionarnos con los demás, a buscar pareja, etcétera. ¿Quién controla todo este bazar de oportunidades? Básicamente toda la conectividad del

mundo está manejada por empresas estadounidenses surgidas en Silicon Valley denominadas GAFA: Google (en 2009 compró YouTube), Apple, Facebook y Amazon, en la que trabajan sobre todo hombres.

Cuando escuchamos que el futuro de la humanidad pasa por las tecnologías de la información, quiere decir que las futuras formas de trabajo especializado estarán en el manejo de habilidades técnicas, que permitan a las personas ser más que simples “usuarias”, y sabemos que las niñas en el mundo están excluidas de ese “pastel” tecnológico. Un estudio de la UNESCO⁶ muestra las diferencias entre hombres y mujeres inscritos en la educación superior en el mundo⁷. Sólo el 16% de mujeres estudian carreras relacionadas con las Tecnologías de la Información (3%), en Ciencias Naturales, Matemáticas y Estadística (5%) y en Ingenierías (8%), ya que sus preferencias están en los estudios de las denominadas Ciencias de la Vida (Educación, Salud, Arte y Humanidades, Ciencias Sociales, Comercio, etcétera.) Si pensamos que las formas de producir riqueza en el mundo contemporáneo están relacionadas con la capacidad de controlar técnicamente la información, la brecha de género que existe en este sentido, puede que contribuya a ahondar las diferencias de poder entre hombres y mujeres⁸. Las políticas de los estados contemporáneos y los planes educativos de todo el mundo deben mirar esta diferencia entre los sexos como un elemento peligroso a erradicar para un futuro en el que se va a necesitar mucho talento y mucha imaginación para afrontar el

6 - UNESCO (2019). Descifrar el código: La educación de las niñas y las mujeres en ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas (STEM). Disponible en <https://seejane.org/research-informs-empowers/portray-her/>

7 - ONTSI (2020A). Dossier de indicadores sobre uso de TIC por menores en España. Madrid, España: Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital / ONTSI (2020B). Indicadores de la Sociedad Digital por género. Madrid, España: Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital

8 - J. Arret, K. (2015). *Feminism, Labor and Digital Media: The Digital Housewife*. London, UK: Routledge

cambio climático y las crisis de población mundial que se están produciendo ya en todo el planeta.

2.2. El activismo feminista

El aspecto positivo es que las redes sociales e Internet en general, ha favorecido el **activismo feminista** gracias a las generaciones de mujeres nacidas en torno al final del siglo XX. El éxito de la huelga del 8 de marzo del 2018 y de otras manifestaciones feministas en muchos países del mundo, debe interpretarse como el resultado de la movilización de mujeres jóvenes en las redes sociales. A través de ellas, el feminismo ha redefinido sus estrategias de visibilidad y lucha política, convirtiéndolas en su principal instrumento de comunicación, tanto para dar a conocer la propia historia del movimiento y sus teorías, como para denunciar situaciones de violencia y dominación patriarcal que exceden las fronteras políticas y territoriales. Los ejemplos son muchos. Desde el año 2012, en India se repiten las protestas multitudinarias contra la violencia sexual que sufren las mujeres. En Argentina se desarrolló el movimiento “Ni una menos”, que, a través de las redes sociales y *hashtags* como #Nosotras-Paramos, #NiUnaMenos y #VivasNosQueremos, movilizó, entre 2015 y 2016, a miles de personas dentro y fuera del continente latinoamericano⁹. En Polonia, miles de mujeres, inspiradas en el primer paro feminista de la historia, convocado en Islandia, en 1975, por la equidad salarial entre hombres y mujeres, paralizaron el país en una huelga que resultó determinante contra la intención del Gobierno de prohibir el aborto en 2016 en la jornada llamada “lunes negro” difundiendo lemas como “My body, my choice” (“Mi cuerpo, mi elección”). También en EE UU, la indignación femenina inundó las calles de Washington en la “Mar-

9 - “Informes de Femicidios en Argentina”. Recuperado de <http://www.lacasadelencuentro.org/femicidios.html>

cha de las Mujeres” el 21 de enero de 2017 contra la actitud misógina y el programa político ultraconservador del entonces recién investido 45º presidente, Donald Trump¹⁰.

Desde entonces, las protestas no han dejado de sucederse y de crecer en todo el mundo, como en un efecto bola de nieve, que encontró en 2017 un antes y un después. Bautizado por los medios como el “año de las mujeres”¹¹, 2017 visibilizó la militancia feminista. Mujeres de todas las edades salieron a la calle, convocadas a través de las redes sociales, para reivindicar derechos y denunciar desigualdades, violencias de todo tipo, machismos y micromachismos. A nivel internacional, los reportajes de *The New York Times* y *The New Yorker*¹² destaparon, en el mes de octubre de 2017, el acoso y los abusos sexuales a actrices que se escondían bajo la alfombra roja de Hollywood, pero lo que le dio un alcance mundial fue la denuncia que prendió en las redes bajo el hashtag #MeToo. A esto hay que añadir un clima de opinión favorable al feminismo alimentado, en los últimos años, por estrellas de la industria del cine, como Emma Watson,

10 - Ayuso, S. [2017, Enero 22]. “Una inmensa multitud clama contra Trump en Estados Unidos”. *El País*. Recuperado de

https://elpais.com/internacional/2017/01/21/estados_unidos/1485009994_849896.html

11 - Cañal, Á. [2017, Diciembre 27]. “El año de las mujeres”. *eldiario.es*.

Recuperado de

https://www.eldiario.es/andalucia/desdeelsur/ano-mujeres_6_723087711.html;

García-Zarza, I. [2018, Enero 2]. “Por qué 2017 ha sido el año de las mujeres”. *El Mundo*. Suplemento Yo Dona. Recuperado de <http://www.elmundo.es/yodona/lifestyle/2018/01/02/5a3ce27eca474f25d8b4588.html> ; “2017: el año que fue de las mujeres” [2017, Diciembre 25]. *Vogue*. Recuperado de <http://www.vogue.es/living/articulos/movimiento-feminista-2017-denucias-acoso-hollywood-diversidad/32366>

12 - Kantor, J. y Twohey, M. [2017, Octubre 5]. “Harvey Weinstein Paid Off Sexual Harassment Accusers for Decades”. *The New York Times*. Recuperado de <https://www.nytimes.com/2017/10/05/us/harvey-weinstein-harassment-allegations.html> ; Farrow, R. [2017, Octubre 23]. “From Aggressive Overtures to Sexual Assault: Harvey Weinstein’s Accusers Tell Their Stories”. *The New Yorker*. Recuperado de <https://www.newyorker.com/news/news-desk/from-aggressive-overtures-to-sexual-assault-harvey-weinsteins-accusers-tell-their-stories>

Scarlett Johansson o Jessica Chastain; cantantes, como Beyoncé, o figuras de la industria de la moda, como Karl Lagerfeld. Por su notoriedad mediática, sus discursos llegan a millones de mujeres en todo el mundo.

También en el territorio español, la huelga del 8M de 2018 se desarrolló bajo el lema “Si nosotras paramos, se para el mundo” fue el resultado del compromiso, la lucha por la igualdad y el trabajo constante que mantienen las asociaciones y colectivos de mujeres repartidas a lo largo y ancho del país, a las que se sumó el respaldo legal de los sindicatos Confederación General del Trabajo (CGT), la Confederación Nacional del Trabajo (CNT) y la Confederación Intersindical. De acuerdo con las crónicas de la web hacialahuelgafeminista.org, “cientos de mujeres de todo el Estado”, coordinadas por una Comisión Feminista de Huelga 8M, trabajaron para trasladar a nivel local y regional una convocatoria que había nacido, primero, a nivel nacional e internacional. El apoyo de muchas periodistas en sus respectivos medios de comunicación fue muy importante.

Aunque las coberturas informativas fueron dispares¹³, desde el 21 de febrero, la convocatoria de la primera huelga de mujeres de 24 horas tuvo una repercusión notable tanto en la prensa como por parte de grupos audiovisuales privados, como A3Media y Mediaset. También fue importante el hecho de que más de cinco mil mujeres periodistas decidieran secundar el paro y suscribir el manifiesto *#LasPeriodistasParamos*¹⁴, que, además, fue *trending topic* en Twitter durante varios días seguidos, previos al 8M, fueron relevantes¹⁵ en una jornada que no tiene

13 - “8M. Cobertura de la huelga feminista en los telediaros de TVE”. Consejo de Informativos de TVE. Recuperado de http://extra.rtve.es/cinfte/COBERTURA_TVE_8M.pdf

14-Íbidem.

15 - Larrañeta, A. (2018, Marzo 9). “España se subió el 8M a la cresta de la cuarta ola feminista: la que reivindica la igualdad de oportunidades”. 20 Minutos. Recuperado de <https://www.20minutos.es/noticia/3283551/0/espana-cresta-ola-feminista-igualdad-oportunidades-mujeres/>

parangón en la historia de los movimientos sociales y del sindicalismo¹⁶.

Parte de la lucha feministas en los últimos años, se ha desarrollado a través de un activismo particular: *el artivismo*, que mezcla las reivindicaciones con acciones vinculadas a la creación cultural. Esta táctica insurrección a través de los signos propia de principios del siglo XXI, ha hecho que el arte y la creatividad se hayan convertido en uno de los instrumentos más destacados al servicio de la expansión de las ideas políticas, entre ellas las surgidas en las teorías y prácticas feministas. Un ejemplo lo ofrece la ilustración que Shepard Fairey realizó para la Women's March (Marcha de las Mujeres) del 21 de enero de 2017, en Washington, utilizando el rostro de la fotógrafa freelance estadounidense de origen bangladesí Munar Ahmed enmarcado por un hijab, estampado con la bandera norteamericana. La ilustración se convirtió en el símbolo de la resistencia contra el Gobierno de Donald Trump¹⁷ y su actitud misógina hacia las mujeres. El trabajo de Fairey se encuadraba en un proyecto colectivo, orquestado por la Amplifier Foundation bajo el título "We the People"¹⁸, en el que se invitó a artistas de otras las disciplinas a crear imágenes de rechazo a la agenda política ultraconservadora del 45 presidente de los Estados Unidos. El objetivo era crear símbolos en la lucha feminista como lo había hecho la revista *Red Rag* desde el año 1975 hasta que se cerró en 1990. La propuesta de utilizar la creación gráfica como arma de difusión de las ideas políticas, no cuajó únicamente en EE UU. En España,

16 - Vid. También por ejemplo Bernárdez-Rodal, A.; López-Priego, N.; Padilla-Castillo, G. (2021), texto en el que se analiza el gran poder de convocatoria que tiene el feminismo en España.

17 - Helmore, E. (23-01-2017). "Munira Ahmed: the woman who became the face of the Trump resistance". The Guardian. Recuperado de <https://www.theguardian.com/us-news/2017/jan/23/womens-march-poster-munira-ahmed-shepard-fairey-interview>

18 - "We the People". Amplifier Foundation. Recuperado de <https://amplifier.org/wethepeople/>

en el marco del 8 de marzo de 2017, por ejemplo, la Asociación de Autoras de Cómic promovió la iniciativa “Artivismo Feminista”: una “guerrilla gráfica” en la que participaron más de una decena de reconocidas ilustradoras españolas que, utilizando el lema “Nosotras paramos”, pusieron su creatividad y su talento al servicio de la huelga internacional de mujeres.

Estos son ejemplos de cómo las redes sociales permiten a la ciudadanía activar procesos de “automediación”, tal como las definen Cammaerts, Mattoni, McCurdy¹⁹ para poner en circulación las cuestiones que le preocupan o interesan, e incluso para elaborar y divulgar sus propios marcos de interpretación (*frames*), al construir una narrativa propia que puede ser contrahegemónica y crítica. En teoría las redes sociales dan voz a los “sin-voz” en el mundo, ofreciéndoles la oportunidad de expresar sus ideas e intereses y ejercer un rol oposicional frente a las elites dominantes²⁰ activando, incluso, nuevas dinámicas de formación de la agenda pública. De esta fiscalización del poder nace, según Keane²¹, una “democracia monitorizada” en la que los y las activistas se sirven de las nuevas tecnologías para “desafiar o alterar los modos dominantes, esperados o aceptados de hacer sociedad, cultura y política”²². No obstante, a pesar de las ventajas, no se puede obviar la amenaza que suponen las informaciones sin contrastar o las *fake news* y que las conversaciones que se producen en estas esferas virtuales están, como en el mundo real, dirigidas por un grupo de usuarios²³ que en-

19 - Cammaerts, B.; Mattoni, A.; McCurdy, Mc. [Ed.] [2013]. *Mediation and Protest Movements*, Bristol, Intellect Ltd

20 - Fuchs, Ch. [2014]. *Medios sociales y esfera pública*, en *Telos*, 98: 10-17

21 - Keane, J. [2009] *The life and death of democracy*, London, Simon & Schuster.

22 - Lievrouw, L. A. [2011]. *Alternative and Activist New Media*, Cambridge Polity Press.

23 - Bernal, A. I. & M. Congosto [2014]: *Campaña electoral de las elecciones europeas: medios de comunicación vs. viralidad de la Red*. [en línea], disponible en <http://www.alice-comunicacionpolitica.com/abrir-ponencia.php?f=508-F5422a58d5081411556749-ponencia-1.pdf>

cabezan las corrientes de opinión que apuntalan las estructuras más duras de poder.

2.3. Las redes son continuadoras de las rutinas audiovisuales de los grandes medios del siglo XX, y ahondan en la generación de desigualdades no sólo en la representación, sino también en el acceso a los recursos económicos

Podría parecer que las mujeres, las identidades alternativas, o los colectivos más desfavorecidos se han beneficiado del cambio cultural, sin embargo, si analizamos los datos estadísticos de cómo operan las diferencias de género en el mercado audiovisual el resultado es demoledor. Por ejemplo, según un informe realizado por la Annenberg Foundation sobre cine popular con datos recogidos desde el año 2007 al 2018 y publicado en el año 2019²⁴, la presencia de las mujeres en el sector audiovisual sigue siendo muy limitada. Ellas dirigen sólo el 4,5% en los filmes; intervienen en el 14,4% de los guiones, y en el 21,1% en la producción. Además, respecto a la representación, las mujeres siguen estando sexualizadas, ellas intervienen con menos texto y menos papeles en las películas. Por otra parte, la infrarepresentación, la invisibilidad o la cosificación que afecta a las mujeres, también incide en aquellas personas de sexualidad no normativa, que tienen una discapacidad, o pertenecen a otras etnias. Si nos fijamos en la variable de la edad, los datos son también negativos: sólo hay un 25% de papeles femeninos para mujeres que tienen más de cuarenta años.

También el Women's Media Center, elaboró un informe: *The Status of Women in the U.S Media 2019* que analiza las 1200 mejores películas entre el año 2007 y el 2018, y sus resultados son elocuentes: en ese período los hombres (la mayoría de raza blanca)

24 - Smith, S. L., Choueiti, M., Pieper, K., Yao, K., Case, A., & Choi, A. (2019). Inequality in 1,200 popular films. Los Angeles, CA: Annenberg Foundation

dirigieron el 93,4 % de los filmes, y recibieron la mayor parte del dinero empleado en la producción audiovisual (654 directores, frente a 46 directoras). De ellas había solo cinco mujeres negras, tres asiáticas y una latina²⁵. Los datos que ofrece el informe relativos a la edad y tiempo en activo de directores y directoras también hablan por sí mismos, en línea con lo descrito en otros textos (Jennings, 2017). La carrera de ellos puede durar desde los veinte hasta los 70 u 80 años, mientras que la de las mujeres comienza a los treinta años y termina a los 70. El estudio concluye que los directores son hombres y blancos, sólo un 4% de mujeres dirigen películas de cine comercial en Estados Unidos. Las mujeres dirigen más películas en la producción alternativa que el *mainstream*, y cuando lo hacen contratan a más mujeres para trabajar detrás de la cámara. Y estas cifras son bastante extrapolables al mercado mundial de cine y otras actividades culturales²⁶.

Podemos describir de forma reduccionista lo que está ocurriendo en las redes respecto al género: ellos juegan, ellas se exhiben y consumen belleza. Los juegos por internet es un mundo masculinizado, mientras que las de *influencers* en Instagram es feminizado. La plataforma más completa en el mundo para medir la influencia es *Influency*, que interviene en el proceso de inversión de capitales en publicidad, y los datos que ofrece son significativos. Por ejemplo, en esta plataforma se indica que los

25 - Chancellor, C. W, Gray, K., Hill, D., & Wolfe, F. [2019]. The status of women in the U.S. media 2019. Retrieved from <https://womensmediacenter.com/reports/the-status-of-women-in-u-s-media2019>

26 - Bernárdez-Rodal, A.; Menéndez-Menéndez, I. [2021]. "Ageing and the Creative Spirit of Women in the Audiovisual Market: The Case of Olive Kitteridge. International Journal of Communication, 15: 563- 580/ Bernárdez Rodal, A. (2020) "Feminismos Contemporáneos", Anuario Internacional CIDOB 2020. Barcelona, Ediciones CIDOB: 56-67 / Bernárdez-Rodal, A.; Padilla-Castillo, G. (2018). "Mujeres cineastas y mujeres representadas en el cine comercial español (2001-2016)". Revista Latina de Comunicación Social, 73: 1247-1266 / Bernárdez Rodal, A. (2014) "Industrias culturales en España: estrategias de supervivencia de las mujeres profesionales de las artes escénicas en un período de crisis". Anales de la Literatura Española Contemporánea. 2: 371 - 395

países que tienen más inversión digital, pero que más invierten también en ropa y productos de belleza, son los que tienen los mayores *influencers*. Europa está liderada por Rusia, Italia, Reino Unido, España y Alemania. Curiosamente hay más *influencers* mujeres en Instagram (58,1 %), salvo en Grecia y Suiza. Esto se debe al tipo de contenido y los productos que se comercializan. El problema es que todo esto contribuye a reforzar estereotipos²⁷: las mujeres siguen a otras mujeres que comercializan productos hechos para ellas.

2.4. Las redes sociales continúan con la misma práctica de pagar más a los hombres que a las mujeres como las industrias audiovisuales clásicas

Daremos sólo algunos datos para constatar estas diferencias: la actriz mejor pagada del año 2020 fue Sofía Vergara con más de 43 millones de dólares, el actor mejor pagado fue Dwayne Johnson, que duplica esa cantidad con 87, 5 millones. Si vemos el ranking conjunto de actores y actrices, las mujeres no entrarían hasta el puesto noveno²⁸. Podemos seguir con otras actividades relacionadas con el mundo del espectáculo y el deporte, y las diferencias siguen siendo abismales. Según la revista Forbes, en el año 2019 el deportista con más ingresos fue Conor McGregor (artes marciales) que ingresó 180 millones de dólares. La deportista con más ingresos fue Serena Williams, con 29,2 millones; en este caso la diferencia se multiplica por seis. En el caso de *youtubers*, según la misma fuente, en el año 2020 Ryan Kaji, un niño, ganó 32,5 millones de dólares, mientras que la

27- Feltman, Ch. E. & Szymanski, D. [2018]. "Instagram Use and Self-Objectification: The Roles of Internalization, Compassion, Appearance Commentary, and Feminism". *Sex Roles*, 78, pp. 311-324 / Retallack, H.; Ringrose, J. & Lawrence E. [2016]. "Fuck Your Body Image: Teen Girls' Twitter and Instagram Feminism in and Around School". En Coffey, J., Budgeon, S. & Cahill, H. (Eds), *Learning Bodies. Perspectives on Children and Young People*, vol 2. Singapore: Springer. DOI: https://doi.org/10.1007/978-981-10-0306-6_6

28-Datos en Statista.com. Consultados el 10/08/2021

youtuber Lilly Singh ingresó 8 millones de dólares. En este caso, la diferencia se cuadruplica. En el mundo de los *gamers* las diferencias son enormes: Tayler “Ninja” Blevins gana 17 millones de dólares año, mientras que la *gamer* que más gana es Sasha Hostyn, 300 mil dólares al año²⁹. Una de las pocas áreas del ocio en la que ganan más dinero las mujeres es la música pop: Taylor Swift ganó en el año 2019, 168 millones de euros, y el rapero Kanye West 134 millones en el mismo período. En todo caso, la diferencia entre ellos es poco significativa.

La precarización del trabajo y la desregulación de las normas salariales ha tenido como consecuencia que los y las empleadas de las empresas tecnológicas, que son mano de obra muy especializada, con altas cualificaciones, están bien pagados, viven también vidas precarias³⁰. Además, estas empresas cuentan con muy poco personal contratado de forma directa, y la mayoría del trabajo se cubre con empresas intermediarias o trabajadores que se declaran autónomos. Paralelamente, los empleadores permanecen ocultos para los estados. Los trabajadores deben sobrevivir en un mundo altamente estresante y competitivo, en el que se ha roto la diferencia entre el tiempo de trabajo y el tiempo para la vida personal³¹. Los datos que proporciona la Comisión Europea y Asuntos Sociales del Parlamento Europeo (2017) titulado “The Social Protection of Workers in the Platform Economy” argumentan que en torno al 60 % de los trabajadores no tiene ninguna protección social. En este contexto las mujeres se ven sometidas al mismo estrés,

29-<https://www.sdnoticias.com/geek/gana-mujer-gamer-comparacion-hombre-esports-earnings.html>

30-Moore, Ph. V. [2018]. *The Quantified Self in Precarity. Work, Technology and What Counts*. New York, USA: Routledge

31 - McCluskey, M. T. [2017]. “Are We Economic Engines Too: Precarity, Productivity and Gender”, *Gender, Equality Symposium*, 49 U. Tol. L. Rev. 632. Disponible en: https://digitalcommons.law.buffalo.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1928&context=journal_articles

y en muchos casos a tener que elegir entre tener una familia o una vida laboral. El tiempo para el trabajo asalariado está en conflicto en nuestras sociedades con el tiempo necesario para los cuidados y la reproducción de la vida.

El “capitalismo de plataformas” ha impuesto su imperialismo tecnológico en un mundo desregulado de empresas cada vez más grandes. En los inicios de Internet había miles de compañías relacionadas con la nueva tecnología, en el año 2014 eran sólo 35, y en la actualidad son sólo cinco grandes empresas que dominan el mundo a base de los “me gusta” que los y las usuarios vamos introduciendo en la red. Y estas empresas tienen género, ya que todas ellas han sido creadas y desarrolladas por hombres jóvenes blancos americanos que en poco tiempo han conseguido ser los más ricos del mundo, al mismo tiempo que ha crecido la desigualdad entre ricos y pobres en todo el planeta. Ocho grandes millonarios concentran la misma riqueza que la mitad de la población del mundo. Los cinco primeros son los dueños de las empresas tecnológicas, y los únicos que han aumentado su negocio en tiempos de pandemia: Jeff Bezos (Amazon), Bill Gates (Microsoft), Mark Zuckerberg (Facebook), Larry Ellison (Oracle) y Larry Page (Google). La única mujer que entra en esa lista es Laurene Powell, la viuda de Steve Jobs y heredera de Apple³². Son datos que pudieran parecer anecdóticos, pero no lo son ya que indican hasta qué punto esta nueva forma de generación de riqueza mantiene e incluso profundiza las diferencias sociales, territoriales, raciales y por razones de sexo del antiguo sistema colonial.

Que las mujeres tengan acceso a la riqueza que generan las empresas tecnológicas y se integren al mercado de trabajo de forma más igualitaria sería algo positivo para toda la humanidad

32-Según datos de [howmuch.net](https://howmuch.net/articles/top-30-richest-men-in-the-world-2020). Disponible en: <https://howmuch.net/articles/top-30-richest-men-in-the-world-2020>

en general. En el estudio McKinsey Global Institute³³ señalan que si se consiguiera la igualdad de género en el ámbito laboral en todo el mundo en el año 2025, supondría al menos un aumento de la riqueza global en todo el planeta de un 11%.

2.5. Las redes sociales siguen explotando el cuerpo de las mujeres, ahora en claves de auto-representación

Las industrias audiovisuales *mainstream*, en general, han reforzado los estereotipos sexistas, a pesar de que en ocasiones aportan y dan visibilidad al empoderamiento femenino ¿Están cambiando y alterando el orden generizado de lo visual? Durante el siglo XX eran los medios especializados los que creaban los estereotipos que el público consumía, pero en estos momentos que cualquiera puede incluir contenidos en la red ¿cómo se está representando la gente a sí misma respecto al género, en un contexto en el que la identidad se presenta como una “marca personal” que tiene un valor económico concreto?

Una mirada impresionista a las redes sociales nos hace pensar que las claves de representación de género siguen siendo conservadoras. La expresión de la feminidad más valorada sigue siendo la belleza corporal y la exhibición sexualizada del cuerpo. Durante la infancia y la adolescencia aprendemos los ideales corporales mirando pantallas más que a nuestros semejantes³⁴. Niños y niñas van creando una “media antropológica” sobre cómo son los cuerpos ideales totalmente alejada de la realidad. Los medios de masas ya habían alterado esa percepción, pero lo que es novedoso es que ahora pueden ser las propias mujeres las que se muestran

33 - Disponible en:

<https://www.mckinsey.com/featured-insights/employment-and-growth/how-advancing-womens-equality-can-add-12-trillion-to-global-growth#>

34 - Retallack, H.; Ringrose, J. & Lawrence E. (2016). “Fuck Your Body Image: Teen Girls’ Twitter and Instagram Feminism in and Around School”. En Coffey, J., Budgeon, S. &

a sí mismas como objetos bellos y sexualizadas, al mismo tiempo que ha aumentado la percepción juvenil de que poder hacer esto es un elemento de empoderamiento y libertad personal. Rosalind Gill analizó en el año 2008 las posturas “postfeministas” de muchas mujeres que seguían el espíritu de las *Spice Girls*, que se presentaban a sí mismas como libres, autónomas, mostrando emociones de realización personal a través del consumo, mientras declaraban que ya no necesitan el feminismo porque sentían que ya habían conseguido la igualdad entre hombres y mujeres, y las reivindicaciones feministas eran agua pasada, ideas que sus abuelas y madres necesitaron, pero ellas no. Sin embargo, como indica Gill, esta actitud estaba basada en un pensamiento tramposo, ya que, en el fondo, apuntala la ideología neoliberal que convence a las mujeres jóvenes de que tienen agencia femenina, siempre y cuando se sometan a la sexualización clásica de los medios de comunicación. “Me gusta ser sexy”, “Me visto como quiero” y fórmulas por el estilo son la manifestación del triunfo de la ideología patriarcal disfrazada de libertad individual.

Son interesantes en este sentido los trabajos de McRobbie³⁵ y Dobson³⁶ que señalaron como significativo un rasgo que se mantiene en la auto-presentación de las mujeres en las redes sociales en el período neoliberal: el aparecer siempre exhibiendo situaciones de felicidad. Es muy común mostrarse de vacaciones, en celebraciones o en fiestas. Y si bien es verdad que esta presión puede existir también para los varones, lo que llama la atención es cómo afirma MacRobbie, que a menudo aparece una “dimensión melancólica” evidente en el caso de las mujeres, que se dejan también ver en situaciones difíciles, de peli-

35 - McRobbie, A. (2020). *Feminism and the Politics of 'Resilience': Essays on Gender, Media and the end of welfare*. Cambridge, UK: Polity Press / McRobbie, A. (2008). *The Aftermath of Feminism*, London: Sage

36 - Dobson, A. S. (2014) 'Performative shamelessness on young women's social network sites: shielding the self and resisting gender melancholia', *Feminism and Psychology*, 24 (1): 87-114

gro, o inquietantes mostrando falta de control del entorno, por ejemplo, por haber bebido de más, o manteniendo poses en las que aparecen ausentes de la situación que las rodea. Todo esto es el resultado de la presión que sigue existiendo sobre las mujeres, si bien muchos estereotipos y modelos de representación han cambiado. Por ejemplo, la pasividad requerida a la feminidad tradicional, pueden ahora combinarse con mostrar un lado “salvaje” de las mujeres que son libres de no atenerse a las normas; pero claro, todo esto ocurre sin alterar lo más mínimo el mandato inicial: la feminidad requiere sexualización en la vida pública³⁷.

Es evidente que las posturas postfeministas han ganado popularidad entre las mujeres más jóvenes, que algunas veces reclaman su “derecho” a exhibirse en las redes para ganar dinero. Pero realizar prácticas sexuales y exhibirlas en lo público, genera un estigma social. Los y las jóvenes que se exponen de esa manera en las redes, cargarán toda su vida con marca de haber estado vinculados al mundo de la prostitución, que es una de las prácticas sociales en las que vemos funcionar todo el patriarcado con cínica contundencia sobre las mujeres. En las redes no hay forma de borrar el pasado.

Precisamente por todo esto, es curioso cómo ha ganado terreno en los últimos años el discurso de la “auto-explotación” como una forma de explotación lícita o deseable para las mujeres a las que se les dice que “eres libre de hacer con tu cuerpo lo que quieras”. Las llamadas *sex-workers* online son descritas como mujeres aventajadas en este tipo de mercado, porque saben sacar dinero de manera más “cómoda” que las que tienen sexo presencial con los clientes, y ganan seguridad personal. Al

37 - Dobson, A. S. (2014) Performative shamelessness on young women's social network sites: shielding the self and resisting gender melancholia', *Feminism and Psychology*, 24 (1): 87-114

mismo tiempo, se da un reconocimiento de que estas prácticas se hacen por dinero, en las mismas claves que la prostitución convencional.

En el año 2016 se creó en Inglaterra la red OnlyFans con el objetivo de ser un punto de encuentro directo entre *influencers* de moda y sus seguidores. Para acceder a ella hay que suscribirse y pagar una cuota mensual que fijan los y las creadoras de contenido, y pagar después directamente el contacto con la persona deseada. Su éxito ha sido enorme en el año de pandemia, ya que sus usuarios han pasado a ser de 20 a los 120 millones. ¿Y cómo lo ha hecho? Permitiendo que se generalizase la venta de sexo virtual de forma masiva. El problema es que tenemos a gente muy joven (sobre todo niñas y adolescentes) exhibiéndose en la red con la promesa de ganar dinero que pueda solventar situaciones de vida precaria. La realidad es que son más las mujeres que los hombres los que ofrecen exhibirse en la red, y la mayoría lo hacen para conseguir los recursos económicos que necesitan para vivir, tal como ocurre en el sistema de la prostitución convencional.

Los problemas para las mujeres en esta y otras redes sociales es que no podrán borrar nunca sus intervenciones en ellas, quedando siempre expuestas a la violencia digital, ya que estas actividades siguen estando estigmatizadas. Un estudio de la BBC de 2021 ha puesto en evidencia como muchas jóvenes confiesan sentirse víctimas de extorsiones después de haber pasado por la plataforma, lo que las ha hecho objeto de investigación incluso por parte del FBI, ya que están circulando imágenes sexuales de pornografía infantil. Estas niñas y niños expuestos en la red, podrán sufrir sexting, grooming o ciberextorsión. El problema más grave es que este tipo de negocios en red es que normalizan y erotizan la violencia sexual. En agosto del 2021 la propia plataforma anunció que prohibirá el contenido sexual-

mente explícito, tal vez porque los propios inversores han temido el alto precio que tendrían que pagar si la plataforma no se atiene a su propio código ético. Pero este ejemplo no es el único ni el más grave tal como detalla el trabajo de Mabel Lozano y Pablo J. Cornellie en *PornoXplotación*, la pornografía en la red sigue siendo pornografía.

2.6. Dentro del proceso de ludificación, los videojuegos son los productos más rentables. Para las mujeres, es un terreno prácticamente vetado

Una de las claves del éxito de las redes es que apelan a nuestras pasiones, a nuestra imaginación y a nuestros deseos³⁸. Nos devuelven contenidos divertidos, que no requieren mucho esfuerzo cognitivo para ser interpretados. Su influencia está siendo tan grande que sus formas de hacer están incidiendo en los formatos mediáticos clásicos que van desde la información televisiva a los libros de texto. A este proceso se lo ha denominado “ludificación” y ha llegado incluso a determinar también los sistemas educativos³⁹. En la actualidad el pecado capital de cualquier contenido mediático o cultural es que sea aburrido, y hasta las universidades se han visto metidas en una carrera por la “divulgación” entretenida (cuando su cometido principal es la investigación y la docencia), y distintas empresas hacen su agosto vendiendo aplicaciones informáticas para hacer más divertido el aprendizaje, como si fuera imprescindible crear artefactos tecnológicos que medien entre el profesorado y el alumnado. También los grandes santuarios del arte en el mundo se han plegado ante el fenómeno de la ludificación, transformado

38 - Rodríguez San Julián, E. y Ballesteros Guerra, J.C. (2019). Jóvenes, ocio y Tic. Una mirada a la estructura vital de la juventud desde los referentes del tiempo libre y las tecnologías. Madrid, España: Centro Reina Sofía de adolescencia y juventud.

39 - Flores, P.; Gómez, N. R.; Roa, A. F. & Whitson, R. (2020). “Reviving feminism through social media: from the classroom to online and offline public spaces”. *Gender and Education*, 32(6): 751-766.

las formas de exhibir contenidos, o incluso reconociendo como arte la producción de videojuegos. Por ejemplo, el MOMA de Nueva York en 2013 comenzó a incorporar videojuegos en su colección y en 2018 el Victoria and Albert Museum de Londres inauguró la exhibición Videogames: Desing/Play/Disrupt.

Hasta prácticamente el año 2000, los juegos electrónicos eran cosa de los hombres, pero los nuevos dispositivos, y sobre todo el teléfono móvil, han introducido a las mujeres en el mercado. Hasta ese momento eran masculinos porque se entendía que requerían cualidades asociadas a la masculinidad como la acción, la competición y la fascinación por el heroísmo. Se presuponía que las mujeres no los disfrutaban por la violencia que desarrollaban, y además porque ellas aparecían sólo como objetos sexuales⁴⁰. Sin embargo, las mujeres son la mitad de los usuarios del mundo, y convertirlas también en jugadoras ha sido el objetivo de muchas empresas creativas, que no están dispuestas a perder el cincuenta por ciento de usuarios en el mundo. Una de las estrategias para conseguir ese objetivo fue la introducción personajes femeninos, mujeres guerreras como Lara Croft, Zelda o Samus Aran. Esta estrategia ha sido la misma que ha utilizado también el cine con personajes similares, las llamadas “mujeres fálicas”⁴¹ que sobre todo a partir del cine de los años 80, cuando comenzamos a ver⁴² protagonistas con cualidades estereotipadas de la masculinidad como la violencia, la competitividad o el uso de las armas, al mismo tiempo que seguían siendo sexualizadas. Esa tendencia del cine *mainstream*, se ha combinado con los videojuegos y, de hecho, per-

40 - Cassell, J and Jenkins, H. (2000). From Barbie to Mortal Kombat: Gender and Computer Games, Massachusetts, MIT Press

41 - Bernárdez Rodal, Asunción (2012) Modelos de mujeres fálicas del postfeminismo mediático: una aproximación a “Millenium 1”, “Avatar” y “Los juegos del hambre”. Anàlisi. Quaderna de comunicació, 47: 91-112

42 - Bernárdez Rodal, A. (2018) Softpower: heroínas y muñecas en la cultura mediática, Madrid, Editorial Fundamentos

sonajes como Lara Croft han salido de los videojuegos y se han popularizado en la gran pantalla.

Los videojuegos son el mayor sector de la industria cultural en el mundo, ya que generan 135 mil millones de euros anuales, frente a los 84 mil millones del sector cinematográfico (según datos de la Motion Picture Association, 2020). Dentro de este conjunto, la plataforma de juegos Twitch de Amazon, ha conseguido 120,4 millones de usuarios mensuales durante todo el 2020, desbancando a Netflix en número de personas que las siguen. Se trata de una plataforma en la que algunos de sus usuarios juegan en directo, participando en grandes competiciones. En ella las mujeres son casi una rareza. De los diez *streamers* con más seguidores en esa plataforma, sólo hay una mujer: Pokimane (7,1M) y sus ganancias son de medio millón de dólares mensuales sin contar los contratos con la plataforma. Las diferencias con los *streamers* más populares, son sustanciales. Los mejores pagados: xQcOW, canadiense, ingresa dos millones de dólares; Nickmercs, estadounidense, 1,8 millones; en tercer lugar, el español Ibai Llanos ingresa 1,4 millones de dólares. Se trata de un mundo profundamente masculinizado y el prototipo de jugador es un varón de 34 años, casado y con hijos.

Las competiciones en los llamados *e-sports* son hoy en día uno de los grandes espectáculos seguidos por millones de personas en todo el mundo. La final de la Mundial de *League of Legends* rebasó los cien millones de espectadores el año pasado. Los *streamers* son ídolos de masas multimillonarios. Según el estudio publicado en 2020 por eSportsWatch, solo hay una mujer entre los 500 jugadores mejor pagados del mundo. Como explicaba hace un par de años Aidy García, jugadora profesional de CS:GO, en un campeonato que disputó en París, había 4 mil euros de premio para ellas, mientras que para sus compañeros la cifra ascendía a los 20 mil. Sin embargo, hay un lado amargo

de todo esto, porque hay también millones de jóvenes adictos, capaces de pasar el mayor tiempo del día jugando y haciendo micropagos a las grandes empresas que no paran de aumentar sus beneficios. La Organización Mundial de la Salud publicó un informe en el año 2019 en el que se cataloga el abuso de los videojuegos como un trastorno que afecta entre el 1 y el 10% de los jugadores y jugadoras en los países occidentales.

Según la asociación AEVI, el 42% de los jugadores en 2019 eran mujeres, pero sólo representan un 28% como trabajadores en el sector en el año 2020. Según la Asociación Española de Empresas Productoras y Desarrolladoras de Videojuego y Software de entretenimiento (DEV). Además, dentro de la industria existe una clara segregación: ellas trabajan sobre todo en los departamentos de comercialización y recursos humanos, mientras que ellos son ejecutivos, están en el departamento de arte o son productores.

¿Por qué están tan poco presentes las mujeres en este sector empresarial? Se habla de cuatro factores fundamentales. El primero se refiere al hecho de que los roles y los estereotipos están muy generizados. Las jugadoras se identifican difícilmente con los personajes porque están hipersexualizadas o son instrumentalizadas por los hombres, y no encuentran nada interesante en la identificación de pautas y comportamiento que son hipermasculinistas (tipos duros y fuertes, competitivos y violentos). En segundo lugar, la crítica especializada ha señalado otro grave problema del que ya hemos hablado: la diferencia en la formación de niños y niñas respecto a las asignaturas STEM y por lo tanto de actividades que relacionadas con el mundo de la tecnología. En tercer lugar, las prácticas machistas las padecen tanto las jugadoras como las empleadas de las empresas de videojuegos. “Putá”, “bollera”, “deja los videojuegos y ponte a fregar”, son algunos de los insultos que habitualmente reciben mientras juegan. Existe una gran violencia verbal y represen-

tativa en todo el sector⁴³. Y no se trata de situaciones aisladas, sino que estas prácticas sirven para normalizar la violencia en contra de las mujeres o difundir incluso la cultura de la violación.

Llama la atención que en un sector empresarial que se nutre de personal muy joven, sea tan poco igualitario. Este hecho se ha ido poniendo en evidencia durante los últimos años, en los que trabajadoras del sector se han lanzado a denunciar públicamente el ambiente de acoso, las represalias o las humillaciones que viven en sus contextos laborales. Por ejemplo, la empresa francesa Ubisoft saltó a la prensa tras varias denuncias de las trabajadoras en sus sedes en distintos puntos del mundo, lo que le costó la dimisión a su presidente en el año 2020. En el año 2021 ha surgido otro caso importante de denuncias a la empresa Activision Blizzard, que es una de las mayores del mundo con sede en California. Estas situaciones de acoso, suponen una continuidad con las prácticas discriminatorias en el ámbito del videojuego. Las mujeres están maltratadas como trabajadoras, como representaciones simbólicas y como consumidoras. En este mundo, la discriminación es tanta, que incluso se han llegado a organizar acosos virtuales de miles de usuarios contra una mujer. Por ejemplo, en el año 2014 se organizó lo que un periodista denominó el #GamerGate, un movimiento aparentemente espontáneo en redes que intenta que las mujeres no entren en la industria del videojuego. Miles de internautas se movilizaron en contra de Anita Sarkeesian, una popular crítica cultural con un famoso canal en youtube *Feminist Frequency* en el que analiza los estereotipos en la producción cultural en cine, publicidad y los videojuegos. Ha sido duramente acusada y perseguida, y en una ocasión tuvo que anular una conferencia en la universidad de Utha al sufrir amenazas de muerte.

En los últimos tiempos, las mujeres han comenzado a organi-

43-Martínez-Oña, M. M.; Muñoz-Muño, A. M. (2021). Agresiones a mujeres a través de los videojuegos. *South Florida Journal of Development*, 2(1): 236-248)

zarse para combatir el sexismo a través de las denuncias de acoso en el ámbito profesional. Algunas empresas se están dando cuenta que no les conviene esta imagen negativa si quieren atraer al público femenino y han comenzado incluso a realizar programas de becas y ayudas, o a plantear competiciones exclusivas de mujeres como DreamHack's all-female, y se están llevando a cabo programas de monitorización como Broadcaster Academy. En España se fundó en 2017 la organización WIGES (Women in Games España) cuya finalidad es ayudar, promover y dar visibilidad a las desarrolladoras y jugadoras en el sector. En el año 2018 elaboraron un 'Libro Blanco' con el fin de hacer un mapeo de cómo se encuentra el sector en nuestro país.

2.7. Antifeminismo en red y acoso virtual

La fabricación y difusión de noticias falsas es un proceso continuo durante las veinticuatro horas del día. La red no es hoy el espacio de la libertad, sino el de la manipulación, las *fakes news* y el ciberacoso. Hoy somos objetos de vigilancia⁴⁴ y manipulación⁴⁵. Activistas y teóricos como Snowden⁴⁶, insisten en la necesidad de que la ciudadanía se organice en un movimiento de protesta global ante el sistema de vigilancia y uso de nuestros datos a nivel mundial. Una iniciativa interesante en este sentido está siendo el plan global impulsado por Tim Berners-Lee y más de 80 organizaciones para intentar implicar a gobiernos, sociedad civil y empresa para establecer compromisos que guíen las agendas políticas digitales⁴⁷. La realidad es que hoy

44 - AA.VV. [2020]. El Atlas de la revolución digital. Del sueño libertario al capitalismo de vigilancia. Madrid, España: Clave Intelectual

Amnistía Internacional [2018]. #ToxicTwitter. Violencia y abuso contra las mujeres en Internet. Disponible en https://amnistia.org.ar/wp-content/uploads/delightful-downloads/2018/05/TOXICTWITTER-report_SP.pdf

45 - Zuboff, S. [2019]. The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. New York, USA, Public Affairs.

46 - Snowden, E. [2019]. Vigilancia Permanente. Buenos Aires, Argentina: Planeta.

47 - <https://contractfortheweb.org/es/>

día, la red dispone ya de una especie de avatar informático de cada uno de nosotros compuesto por los datos biométricos (reconocimiento de voz o facial), sociales (relaciones personales y profesionales), económicos (cuánto dinero ganamos y dónde lo gastamos), nuestra historia personal (dónde hemos nacido, a qué colegio hemos ido), nuestra salud (datos sanitarios, si hacemos ejercicio o no) y por supuesto nuestras ideas políticas o religiosas. La pregunta es si las mujeres están más expuestas a estos efectos negativos de las redes.

Este fenómeno está relacionado con el llamado “efecto burbuja”⁴⁸ que hace que vivamos en sistemas de comunicación que refuerzan nuestras propias creencias. Por ejemplo, si *googleamos* “feminismo”, la información que nos devuelve la red será más positiva sobre el tema si navegamos por lugares positivos sobre el tema, y será totalmente negativa al respecto si el buscador ha aprendido que somos personas con actitudes antifeministas o misóginas. Este efecto se explica por los algoritmos usados en la red que generan una predicción de quienes somos y qué actitudes tenemos respecto a un determinado tema, y nos devuelve una información “adaptada” a lo que estamos más predispuestos a creer. Aunque no se haya comprobado científicamente hasta qué punto este efecto puede condicionar nuestras ideas políticas, es evidente que la información que buscamos y aceptamos como relevante, suele ser además la que aceptamos acríticamente como cierta, o la que procede de fuentes que consideramos fiables.

Este tipo de efectos habían sido estudiados ya en los años cuarenta y cincuenta respecto a la prensa tradicional (exposición selectiva, percepción selectiva, etc.), con las redes sociales podemos añadir un efecto claro: la polarización en las ideas po-

48 - Pariser, E. (2017). El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos, Madrid, Taurus

líticas (Bernárdez- Rodal, Requeijo-Rey y G. Franco, 2020), tal como hemos podido comprobar en la llegada al poder de figuras como Donald Trump o Jair Bolsonaro. Es fácil que, en el mundo de las redes sociales, las personas acaben relacionándose con los que considera sus iguales ignorando, por ejemplo, hasta qué punto muchas de las informaciones se diseminan desde una forma fuertemente jerarquizada, fomentando así los discursos del odio, a los que tanto les gusta, por cierto, tomar como objeto de escarnio a los movimientos feministas de todos los países del mundo⁴⁹. Este efecto resulta especialmente perjudicial para las mujeres con cargos políticos. Es sólo uno de los ejemplos de acoso, el sufrido por la expresidenta de Brasil Dilma Rousseff⁵⁰, cuando la ultraderecha del país orquestó un ataque mediático sin precedentes en su contra, basado en el sexismo más demoledor.

Hemos planteado lo positivo que ha resultado la red para las organizaciones de mujeres, pero es evidente que el ciberespacio es también el lugar de los ataques más furibundos al movimiento feminista, a las sexualidades alternativas o a las reivindicaciones de género. Esos ataques se producen de forma organizada a través de distintas plataformas. A este fenómeno se le denomina *gendertrolling*. Estos ataques suelen basarse en la ridiculización y la burla o el insulto, usando herramientas sofisticadas tanto formales como técnicas. Su objetivo es hacer que las personas atacadas pierdan los nervios, al mismo tiempo que se sienten in-

49 - Bernárdez-Rodal, A. (2020). "Discursos sobre política y desigualdad: nuevas directoras en tiempos de crisis". Cuadernos Hispanoamericanos, 834: 72-84 / McRobbie, A. (2020). Feminism and the Politics of 'Resilience': Essays on Gender, Media and the end of welfare. Cambridge, UK: Polity Press / Meiering, D.; Dziri, A. M. & Foroutan, N. (2020). "Connecting Structures: Resistance, Heroic Masculinity and Anti-Feminism as Bridging Narratives within Group Radicalization". International Journal of Conflict and Violence, 14(2). DOI: 10.4119/ijcv-3805

50 - Vid. Por ejemplo Malini, F.; Ciarelli, P.; Medeiros (2017). O sentimento político em redes sociais: big data, algoritmos e as emoções nos tweets sobre o impeachment de Dilma Rousseff, Linc Em Revista, 13(2): 323-342

defensas ante el hecho de que esos ataques son siempre realizados de forma anónima. Un ejemplo muy generalizado, es atacar a las mujeres que plantean algún tipo de reivindicación aplicándoles el calificativo de 'feminazi', con el fin de desactivar toda la agencia política que pueda tener cualquier mujer o colectivo que emprenda una acción en favor de la igualdad. Los círculos en red dedicados a atacar a las mujeres han crecido muchísimo en los últimos años, como una reacción al éxito del feminismo. Los llamados también 'machitroles' abundan en todas las redes sociales. Es curioso que algunas de ellas sean de mujeres *revolucionanti-feminista.org* creada en el año 2009, *ladiesagainstfeminism.com* o *womenagainstpaternityfraud.org*, perfiles de Facebook o YouTube como *Women against Feminism*, *Soy mujer y soy antifeminista* o *Mulheres contra o feminismo*, algunas promocionadas por la plataforma Hazte Oír en España en las que describen el feminismo como "sociopatía causada por un severo trastorno narcisista". Pero el activismo más exitoso está en los grupos masculinos que se resisten a perder los privilegios que les otorgaba la cultura patriarcal sobre las mujeres: *Men's Rights Movement*, *Pickup Artists*, *Incels*, *Men Going Their Own Way*, algunas de ellas albergadas en plataformas como *Reddit*, *4Chan* o *Forocoches* en España.

Algunas de estas organizaciones que abundan en nuestro país, funcionan en torno al grupo ultraconservador Hazte Oír. Todas ellas se basan en la lógica de los *fake news*, un modo de generar noticias en las que no existe ninguna garantía profesional de las opiniones vertidas, utilizan imágenes de gran impacto emocional, insultan, mienten o difaman a las mujeres o a las políticas de género. Ana Bernal-Triviño⁵¹ ha hecho una de las pocas cosas que puede hacerse frente al poder de las redes: analizar cómo se manipulan la información con un objetivo que es siempre político. En el informe presentado en el Congreso

51 - Bernal-Triviño, Ana. [2019] No manipuléis el feminismo. Una defensa contra los bulos machistas, Madrid, Espasa

en 2018 *Las violencias de género en línea*, se puso en evidencia que los “ataques masivos y en muchas ocasiones organizados y son particularmente graves porque suponen la expulsión de las voces de las mujeres de Internet”. Precisamente, acallar a las mujeres y eliminarlas de la esfera pública a través de amenazas e insultos es el objetivo de estos internautas, que desean es eliminar a las mujeres con conciencia política que actúan de forma activa en la conversación social digital. Al fin y al cabo, callar a las mujeres en la vida pública, ha sido una de las estrategias fundamentales del patriarcado a lo largo de la historia.

El acoso a las mujeres y al movimiento feminista es un ejemplo de cómo pueden incidir las noticias falsas en el clima social y en la gestión de lo público, como parte de un fenómeno que no ha parado de aumentar. Lyons⁵² acuñó el término *manosphera* para referirse a esa especie de subcultura hipermasculinizada que afirma que los hombres blancos son las víctimas y los oprimidos, ya que son ellos los discriminados en el mundo actual, y la culpa de ellos la tienen las feministas. El resultado de estas actitudes es que las redes sociales están llenas de mensajes agresivos en contra de las mujeres que muestran actitudes feministas, y también de aquellas personas con sexualidades alternativas.

El antifeminismo no lo han creado las redes. Como sabemos, las manifestaciones misóginas aumentan en proporción directa en la medida en que las mujeres han ido consiguiendo derechos políticos, laborales o sociales desde los inicios de las reivindicaciones feministas en el siglo XIX. Las redes lo que hacen es amplificar y dar visibilidad a un sistema de discriminación patriarcal persistente, que está lejos de desaparecer en los inicios del siglo

52 - Lyons, M. N. (2017). “Ctrl-Alt-Delete: An Antifascist Report On The Alternative Rights”. En Ctrl-Alt-Delete: The origins and ideology of the Alternative Right. Disponible en: <https://www.politicalresearch.org/2017/01/20/ctrl-alt-delete-report-on-the-alternative-right>

XXI. De hecho, las agresiones en la red son una de las formas más importantes de violencia de género en nuestras sociedades⁵³.

Una perspectiva interesante en el tema del acoso la aporta el trabajo de Marwick⁵⁴ que analiza cómo tendemos a pensar que los acosos se ejercen de forma individual, porque son el resultado de personas con un comportamiento aborrecible, cuando en realidad los acosos a feministas o a mujeres relevantes se producen de forma organizada en el contexto de la red, porque los realizan hombres que participan en un determinado número de blogs, podcast o sitios online con posturas claramente activistas que mantienen un lenguaje común y una forma de agredir muy parecida entre ellos. Sus rasgos comunes son el lenguaje misógino agresivo contra las mujeres, mientras que se utilizan términos victimizadores para hablar de sí mismos. Esto ha hecho que también algunos grupos feministas y de mujeres se movilicen utilizando estrategias para librarse de la presión y la agresividad de estos grupos, como es la creación de “espacios seguros” en la red⁵⁵ englobando grupos no sólo feministas sino también anti-racistas y queer.

Como ocurre fuera de la red, muchas mujeres son acosadas, sobre todo si se atreven a contradecir los modelos de feminidad hegemónica. Si además estas mujeres pertenecen a minorías étnicas, son lesbianas, bisexuales, transgénero, intersex o tienen alguna discapacidad, el tono violento de los mensajes in-

53 - Díaz-Aguado Jalón, M. J.; Martínez-Arias, R. y Martín-Babarro, J. (2020). Menores y violencia de género. Madrid, España: Ministerio de Igualdad / Ging, D. & Siapera, E. (2019) Gender Hate Online. Understanding the New Anti-Feminism. London, UK: Palgrave Macmillan/Sanjuán, C. (2019). Violencia Viral: Análisis de la violencia contra la infancia y la adolescencia en el entorno digital. Madrid, España: Save the Children

54 - Marwick, A. E. (2018). “Drinking male tears: language, the manosphere, and networked harassment”. *Feminist Media Studies*, 18(4), pp. 543-559

55 - Clark-Parsons, R. (2017) “Building a digital Girl Army: The cultivation of feminist safe spaces online”. *New Media & Society*, 20(6): 2125-2144. DOI:

cluidos en la red puede llegar a ser muy intimidante. En el texto de Amnistía Internacional⁵⁶, el *Informe #ToxicTwitter*, señalan que la misoginia se concreta sobre todo en acoso, hostigamiento, extorsiones, amenazas, robo de identidad, *doxing* (revelar datos personales como teléfono o domicilio) y en la alteración y publicación de fotos o videos sin consentimiento. Estas actividades delictivas tienen como consecuencia, que sean ellas que dejan de usar Internet, prefiriendo a la fuerza el aislamiento social o la limitación de las actividades en la vida pública.

3- CONCLUSIONES

Para los movimientos sociales en general y el feminismo en particular, la expansión de Internet y las redes sociales ha permitido la organización y un enorme crecimiento de estructuras organizativas de mujeres a nivel mundial, que ha tenido su punto de visibilidad máxima en la Huelga General del 8 de marzo de 2018, y en lo que se denomina ya una Cuarta Ola Feminista al incorporarse mujeres muy jóvenes al movimiento. Sin embargo, no todo está siendo positivo, y en todas las academias del mundo se estudian los posibles efectos perniciosos que está teniendo este sistema de conversación pública sin fin, amparada en el anonimato. Los problemas son muchos: la violencia contra las mujeres en las palabras y en la representaciones icónicas que circulan por las redes es enorme; la creación de “burbujas comunicativas” que hace que recibamos sólo la información que refuerza nuestras ideas; la devaluación de los sistemas políticos parlamentarios; la “gamificación” que hace que sólo nos enfrentemos a contenidos si cumplen con la condición de divertirse; la espectacularidad de los debates en los que ganan los

56 - Amnistía Internacional (2018). *#Toxictwitter. Violencia y abuso contra las mujeres en Internet*. Disponible en https://amnistia.org.ar/wp-content/uploads/delightful-downloads/2018/05/TOXICTWITTER-report_SP.pdf

y las que más insultan, son algunos de los efectos negativos de las redes en nuestra vida en común.

Las redes no son buenas ni malas, pero sí imponen una forma específica de comunicación basada en la emocionalidad, el entretenimiento y la inmediatez. El mundo necesita de la igualdad social para superar estos momentos de incertidumbre, porque sólo así se podrá aprovechar todo el talento humano que se necesita para superar esta crisis de forma pacífica. El feminismo ha hecho muchas aportaciones a los ideales de libertad e igualdad, y puede aportar ahora soluciones para equilibrar las desigualdades⁵⁷, que no han parado de hacerse más profundas desde la crisis económica del año 2008.

57 - Bayfield, H; Colebrooke, L. & Pitt, H. (2019). "Awesome women and bad feminist: the role of online social networks and peer support for feminist practice in academia". *Cultural Geographies*, 27(3): 415-435 / Fotopoulou, A. (2016). "Digital and networked by default? Women's organisations and the social imaginary of networked feminism". *New Media & Society*, 18(6): 989-1005

BIODATA

Asunción Bernárdez Rodal, es Catedrática en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Sus principales líneas de investigación son los Estudios de Género y los medios de masas, la Semiótica y Estudios Visuales. Ha publicado más de cien artículos académicos. Ha sido directora del Instituto de Investigaciones Feministas y coordinadora del Programa de Doctorado en Estudios Feministas y de Género. En la actualidad preside el Comité Editorial de la Colección "Pensamiento y Acción Feminista" de la Editorial Tirant lo Blach. Entre sus publicaciones destacamos *Mujeres en medio(s): propuestas para analizar la comunicación con perspectiva de género* (2015), y *Softpower: heroínas y muñecas en la cultura mediática* (2018), ambos libros editados en la Editorial Fundamentos. Recientemente ha editado *Desafíos feministas: temas y tramas para entender un mundo en crisis* (2020), y *Deshaciendo nudos en Social Media: Redes, feminismos y política de la identidad* (2021).

Es investigadora principal del Proyecto de la convocatoria de Excelencia I+D+i del Ministerio de Economía y Competitividad titulado: *Produsage cultural en redes sociales: Industria, consumo popular y alfabetización audiovisual de la juventud española con perspectiva de género* (2018-2022).

<https://www.ucm.es/produsagecultural/>

Ha desarrollado también una faceta de escritora y autora teatral con textos como *Lola, filla de Cangas* (2020) editado por la Asociación Cultural de Memoria Histórica 28 de agosto en Cangas, Pontevedra; o la obra *Rosario de Acuña: ráfagas de Huracán*, Editado por el Centro Dramático Nacional el año 2019. La obra fue estrenada en el año 2018 en el teatro Fernando Fernán Gómez de Madrid.

Humildad y soberbia ante los retos comunicativos

La formación en perspectiva de género, herramienta para una
información de calidad

Juana Gallego Ayala

Universidad Autónoma de Barcelona

1. INTRODUCCIÓN

2. GÉNERO Y FEMINISMO: CAMBIOS Y PERMANENCIAS

3. PERSPECTIVA DE GÉNERO

4. FORMACIÓN EN PERSPECTIVA DE GÉNERO Y FEMINISMO

4.1. Ámbitos fundamentales en comunicación

1- INTRODUCCIÓN

Desde que escribí el capítulo *Retos académicos y profesionales para una comunicación con perspectiva de género*⁵⁸ la comunicación en general, y el periodismo en particular, ha experimentado cambios sustanciales y no precisamente para mejor. Enterado ya definitivamente el concepto de objetividad que había legitimado durante años la labor informativa⁵⁹ los medios navegan sin brújula en un proceloso mar que se ha ensanchado hasta el infinito con la aparición de nuevos formatos comunicativos (webs, blogs, redes sociales, plataformas, etc.). Todos estos medios, viejos y nuevos, conforman un complejo entramado de voces que compiten entre sí por el interés de una población cada vez más abrumada y a la vez más descreída ante el alud de estímulos que recibe.

Sin embargo, y precisamente por este maremágnum informativo, nunca como ahora había sido tan importante que la comunicación, ampliamente entendida, incorporara unos principios éticos claros y definidos que la diferenciara de la mera propaganda. Si la ciudadanía puede expresarse –y está bien que lo haga– a través de las redes sociales mezclando y compartiendo opiniones e ideas pero también bulos y distorsiones de la realidad, es más necesario que nunca que los medios que pretendan ser considerados serios se distancien y opongan a todo este bullicio explicaciones razonadas, reflexiones ponderadas, datos contrastados, hechos verificables, visiones del mundo ajustadas a la realidad, y no fantasías o ficciones, por muy creativas que sean.

58 - Gallego Ayala, Juana [2018]: "Retos académicos y profesionales para una comunicación con perspectiva de género", en *Género y Comunicación*, AMECO, Madrid
 59 - Sierra Caballero, Francisco y Moreno Gálvez, Fco. Javier (eds.) [2011]: *Fundamentos de teoría del periodismo*, Facultad de comunicación, Universidad de Sevilla

Sin embargo, no parece que sea este el camino que los medios están adoptando: más bien se produce el efecto contrario, unas apuestas descabelladas y defensas numantinas de visiones de la realidad que no parece que puedan ser cuestionadas. Más que nunca parece que los medios tengan como único fin conseguir la fidelidad de sus seguidores en una labor de persuasión constante, lejos de los viejos principios de formación crítica de la opinión pública que los medios reclamaban con insistencia.

Sin embargo, no nos podemos dar por vencidas, y aunque a veces una tenga la sensación de predicar en el desierto, no podemos sino seguir reclamando que los medios recuperen la iniciativa a la hora de ofrecer información de calidad⁶⁰. Creemos que es imprescindible que la ciudadanía reciba versiones contrastadas de los hechos, datos verificables, pluralidad de fuentes, puntos de vista contrapuestos, reflexiones diversas. Pero pese a lo fácil que parece que estos principios puedan llevarse a la práctica, la realidad es que hay mecanismos sofisticados que, con una apariencia de pluralidad⁶¹ presentan realidades sesgadas que responden a intereses que quedan opacos para la ciudadanía. Pese a ello, seguiremos apostando por un periodismo de calidad que facilite a la población herramientas que ayuden a interpretar el mundo que nos ha tocado habitar.

60 - Cavaller, Víctor (2019) "¿Qué es el periodismo de calidad?" en COMeIN, Revista de Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación (en línea) núm. 86. DOI: <https://doi.org/10.7238/c.n86.1917>

61 - Ramírez de la Piscina, T., Gz Gorosarri, M. Aiestaran A., Zabalondo, B. y Agirre, A. (2014): "Periodismo de calidad en tiempos de crisis: Un análisis de la evolución de la prensa europea de referencia (2001-2012)" en Revista Latina de comunicación Social, 69, pp. 248 a 274
http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1011_UPV/14t.html DOI: 10.4185/RLCS-2014-1011.20

2 - GÉNERO Y FEMINISMO: CAMBIOS Y PERMANENCIAS

Uno de los aspectos en los que hace falta insistir, sobre todo ahora que los conceptos están sufriendo mutaciones importantes, es qué entendemos por género, qué por feminismo y qué por perspectiva de género. A partir de aquí, nos centraremos en explicar a qué nos referimos cuando decimos que hay que formar en género y por qué es importante esta formación, para acabar definiendo qué herramienta sería la adecuada para realizar una comunicación de calidad.

El concepto de género entró en nuestro vocabulario cotidiano a primeros del siglo XXI⁶². Ciertamente ya en la Academia se había introducido antes, cuando autoras como Joan Scott⁶³, Judith Butler⁶⁴, Marta Nausbaum⁶⁵ o entre nosotros María Jesús Izquierdo⁶⁶ empezaron a teorizar sobre los defectos y excesos de este concepto que acabaría por revolucionar el mapa de los estudios culturales. En *Un Diccionario Ideológico Feminista* de Victoria Sau⁶⁷ ni siquiera aparece esta entrada, con todo y ser el texto que mejor define los conceptos relacionados con el feminismo. En Beijing-95 el concepto de Género se utiliza en los Acuerdos de la Plataforma de Acción⁶⁸ (en página 3), Igualdad

62 - Gallego, Juana y Silveirinha, Maria Joao [2020] "Género y comunicación: Avances y retrocesos en una Península Ibérica en crisis" en Tradiciones de investigación en diálogo. Estudios sobre comunicación en América Latina y Europa, ALAIC, Editorial Media XXI

63 - Scott, Joan [1990] "El género, una categoría útil para el análisis histórico" en Nash y Amelang (eds.) Historia y género: las mujeres en la Europa moderna y contemporánea, Valencia, Alfons el Magnánim.

64 - Butler, Judith [1997] El género en disputa, Barcelona, Paidós

65 - Nussbaum, Martha [1999] "The professor of Parody" in TheNewRepublic.com <https://newrepublic.com/article/150687/professor-parody>

66 - Izquierdo, María Jesús [1998] El malestar en la desigualdad, Cátedra, Madrid

67 - Sau, Victoria [1981] Un diccionario Ideológico Feminista, Barcelona, Icaria

68 - Plataforma de Acción de Beijing [1995] Declaración de la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer. Informe final

de género (en página 4) y Perspectiva de género (en página 5) así como con profusión en las 143 páginas siguientes que conforman la Plataforma de Acción. En ningún momento se define exactamente qué significan tales conceptos, pero podemos deducir que se está refiriendo en todo momento a que se insta a los gobiernos miembros de la ONU a atajar la desigualdad entre hombres y mujeres.

En los primeros años 2000 algunas autoras ya alertaron del desplazamiento que el concepto de sexo estaba experimentando en beneficio del género⁶⁹ a la vez que la muy audaz Judith Butler⁷⁰ arremetía de nuevo con el que sería algo así como la *biblia* de la teoría *queer*, pensamiento que hoy domina ampliamente tanto en la Academia como en la sociedad, aunque en este caso más en apariencia que en realidad.

Creo que en general las estudiosas recibimos con alborozo esta conceptualización porque permitía separar lo que diferenciaba la realidad biológica (el sexo) de la dimensión social que representaba el género, y que Gerda Lerner definió, no sin cierta ironía, en su imprescindible *La creación del patriarcado* (1986): “El sexo es lo que determina que las mujeres tengan niños, pero es el sistema de sexo/género lo que asegura que ellas serán las que los cuiden” (2017:350). Aparte de esta definición también afirmó que:

Género es la definición cultural del comportamiento que se define como apropiado a cada sexo dentro de una sociedad determinada y en un momento determinado. El género es un conjunto de papeles sociales. Es un disfraz, una máscara, una camisa de fuerza dentro de la cual hombres y mujeres practican una danza desigual (2017:349)

69 - Tubert, Silvia (ed. 2003) Del sexo al género. Los equívocos de un concepto, Madrid, Cátedra

70 - Butler, Judith (2004) Deshacer el género, Barcelona, Paidós

A este respecto, también hay que citar la primera definición de lo que a partir de entonces se conoce como sistema sexo/género, y que había sido descrito por Gayle Rubin ya en 1975:

Un sistema de sexo/género es el conjunto de disposiciones por el cual una sociedad transforma la sexualidad biológica en producto de la actividad humana, y en el cual se satisfacen esas necesidades humanas transformadas (1986: 97).

Aunque esta autora siguió más tarde otros derroteros teóricos, no cabe duda de que estas primeras conceptualizaciones marcaron la interpretación de *género* que se haría en las siguientes décadas. *Los Estudios de Género* se consolidaron como un campo disciplinar prolífico en el que siempre se entendió por *género* el conjunto de rasgos contruidos socialmente y atribuidos a las personas desde su nacimiento, y que implicaba una jerarquización entre lo masculino y lo femenino. Por tanto, las feministas entendimos que el *género* era una imposición social, un corsé, un molde en el que había que encajar y que lastimaba profundamente a todas las personas⁷¹ (Jeffreys, 2014), pero especialmente a las mujeres, cuya subordinación se basa en la materialidad del sexo biológico, siendo el género el que perpetúa la desigualdad ya que el sexo en sí mismo, sin el género que lo domesticase, no tendría ninguna relevancia. Esta ha sido la postura del feminismo y de las pensadoras feministas y es la que se defiende en este capítulo, por lo que no voy a entrar a contemplar otra noción de género que no sea la de un constructo social que se impone a los cuerpos sexuados. Creo que las feministas no tenemos que entrar en el tema del *género como identidad* pues como bien dice Luisa Posada Kubissa⁷²

71 - AÑADIR

72 - Posada Kubissa, Luisa [2020] "Las mujeres existen" eldiario.es https://www.eldiario.es/opinion/tribuna-abierta/mujeres-existen_129_6513540.html

Entrar en esa dinámica es dejarse atrapar por un juego de sofística de la mala. Desviar la comprensión de la construcción socio cultural y de poder que es el género al terreno de un debate ontológico sobre realidades genéricas identitarias y su multiplicidad es querer desmontar el feminismo como discurso y praxis emancipatoria de las mujeres, negando la mayor: que haya mujeres.

Es decir, abordar *el género como identidad* es renunciar al propio paradigma en el que se sustenta el feminismo para entrar en otro que contradice y se opone al primero. No iremos por ese camino. Por tanto, en este capítulo se apuesta por recuperar el término de *feminismo y mujeres* y abandonar el concepto de *género* en la línea que también propone Rosa María Rodríguez Magda en algunas de sus últimas intervenciones públicas⁷³. Para este texto *género* es por tanto el “constructo social” que se impone a los cuerpos sexuados.

De la misma manera, retomamos el término de *Feminismo* tal y como lo definió Victoria Sau⁷⁴:

El feminismo es un movimiento social y político que se inicia formalmente a finales del siglo XVIII –aunque sin adoptar todavía esa denominación – y que supone la toma de conciencia de las mujeres como grupo o colectivo humano de la opresión, dominación, subordinación y explotación de que han sido y son objeto por parte del colectivo de varones en el seno del patriarcado bajo sus distintas fases históricas de

73 - Rodríguez M., Rosa M. (2019) La mujer molesta, Ménades, Madrid / Rodríguez M., Rosa M. (2020) “La filósofa Rodríguez Magda insta a evitar el término género en el feminismo”

<http://andra.eus/la-filosofa-rodriguez-magda-insta-a-evitar-el-termino-genero-en-el-feminismo/>

74 - Sau, V. (1981) Un diccionario Ideológico Feminista, Barcelona, Icaria

modelo de producción, lo cual las mueve a la acción para la liberación de su sexo con las transformaciones de la sociedad que aquella requiera (1981:107).

De la misma manera que no nos sumamos al concepto de *identidad de género*, tampoco asumimos la transformación del feminismo en *feminismos*, es decir, en un plural que permite definir este movimiento de formas diversas e incluso a veces contradictorias⁷⁵. Según las últimas tendencias, el feminismo ya no es el movimiento social y político que definiera Victoria Sau y todas las autoras clásicas antes que ella, sino una multitud de aproximaciones que incluso pudiera prescindir del sujeto político "*mujeres*"; es decir, según algunas propuestas podría existir el feminismo sin mujeres, puesto que el feminismo podría tener un sujeto político diferente. Según algunas aportaciones⁷⁶ el sujeto político del nuevo movimiento feminista (o feminismos) estaría formado por los sectores marginales y supuestamente más vulnerables de la sociedad (*trans*, prostitutas, migrantes, mujeres *racializadas* –término del que discrepo por entender que todas las personas pertenecemos a la misma raza humana– lesbianas, locas, etc.) es decir, lo que Virginia Despentes denomina *el proletariado del feminismo* que no incluye solo a las mujeres ya que al diluir la diferencia sexual también conformarían el sujeto político del feminismo las denominadas *identidades no normativas*. Las demás, blancas y heterosexuales (y no digo europeas porque también hay blancas heterosexuales en otros continentes), se habrían convertido en privilegiadas y ya no tendrían legitimidad para reivindicar ni reclamar *igualdad*, concepto que también ha transmutado y ha sido sustituido por

75 - Aranguez, Tasia (2018) "Feminismo o feminismos?" Tribuna Feminista (<https://tribunafeminista.elplural.com/2018/12/feminismo-o-feminismos/>) (consultado el 24 de junio de 2021)

76 - Preciado, Paul B. (2007) "Mujeres en los márgenes" aparecido en Babelia, El país 18 de enero 2007

el de *diversidad*. Otras voces consideran que el feminismo tiene que ocuparse de todos los movimientos, sectores o grupos discriminados, pero también del ecologismo, del racismo, del *especismo*, del edadismo, del *capacitismo* etc. Ramificaciones que se han empezado a incorporar sin que nadie con un mínimo de solvencia teórica las haya definido. El feminismo debería convertirse en un paraguas que guareciera cualquier problema social, lo que en la práctica significa cobijar todas las causas sociales menos las de las mujeres. No transitaremos tampoco por este camino que no nos lleva a ninguna parte y con el que discrepamos radicalmente.

El feminismo necesita una base teórica común, porque si todo es feminismo, al final nada lo es. No puede ser que cada persona defina su *feminismo* a conveniencia y que haya tantas definiciones como personas. Esto no redundará sino en una miríada de grupúsculos desconectados sin capacidad para incidir en la transformación social. Luisa Posada Kubissa, Rosa María Rodríguez Magda y otras ya lo han puesto de relieve: la segregación del feminismo y la disolución del sujeto político “mujeres” solo puede beneficiar al sistema patriarcal. Por tanto, proponemos separar la perspectiva *queer* o el *transgenerismo* del feminismo por entender que no solo no defienden lo mismo, sino que se oponen e incluso los primeros perjudican al segundo. Una pionera que ya alertó de esta deriva fue precisamente Sheila Jeffreys en su obra *La herejía lesbiana*⁷⁷ y que insiste en ello en su obra más reciente titulada *El género daña*⁷⁸.

Nos centraremos por tanto en la necesidad de formación que los y las profesionales de la comunicación necesitan para poder cumplir con lo que hemos considerado *periodismo de calidad*, y

77 - Jeffreys, Sheyla (1996) *La herejía lesbiana*. Una perspectiva feminista de la revolución sexual lesbiana, Cátedra, Madrid

78 - Jeffreys, Sheyla (2021) *El género daña*, Labrys Editorial

partimos de que esta formación debería contemplar dos conceptos: la perspectiva de género y el feminismo, tal y como los entendemos en este texto.

Igual que para ejercer el periodismo económico, político, internacional o deportivo hace falta una formación específica, para abordar con rigor la información que hace referencia a la desigualdad estructural que sufren las mujeres en la sociedad hace falta adentrarse en los textos de referencia que han conformado el feminismo.

Cualquier persona que quiera tener formación sobre feminismo debería leer los clásicos, claro está, desde *Vindicación de los derechos de la mujer* de Mary Wollstonegraf, pasando por *La esclavitud de la mujer* de Stuart Mill, siguiendo por el *Segundo Sexo* de Simone de Beauvoir o *La Mística de la Femenidad* de Betty Friedan y acabando con *Política Sexual* de Kate Millet. Pero si no hay tiempo para zambullirse en todas estas lecturas que ya han pasado a la historia del pensamiento al menos habría que leer *La gran diferencia y sus pequeñas consecuencias...para la lucha de las mujeres* de Celia Amorós y los tres tomos de *Teoría Feminista*⁷⁹ coordinados por Celia Amorós y Ana de Miguel; más recientes y que recogen las polémicas más actuales *Ahora feminismo*⁸⁰ de Amelia Valcárcel o *La mujer molesta*⁸¹ de Rosa María Rodríguez Magda que ofrecen un panorama completo de los diferentes aspectos que conforman este movimiento social desde sus inicios hasta la actualidad. Centradas precisamente en los debates que ocupan actualmente al feminismo hay tres aportaciones a considerar: *Feminismo o barbarie*⁸² de Pilar Agui-

79- Amorós, C. y Miguel, A. (2019, 2020) Teoría Feminista (Tres volúmenes), Cátedra, Madrid

80 - Valcárcel, Amelia (2019) Ahora feminismo, Madrid, Cátedra

81 - Rodríguez Magda, Rosa María (2019) La mujer molesta, Ménades, Madrid

82 - Aguilar, Pilar (2018, 2020) Feminismo o barbarie, [2 volúmenes], Madrid, La Moderna

lar y *Distopías patriarcales*⁸³ de Alicia Miyares. *El sexo en disputa*⁸⁴ a cargo de varias autoras, es la última aportación que hay que tener en consideración pues viene a ser una vuelta de tuerca a *El género en disputa* de Judith Butler y que intenta recuperar la centralidad de un concepto como sexo y las consecuencias que su abandono tiene sobre todo en la legislación. Especialmente preocupante es la incertidumbre y el desmantelamiento que el tema de la autodeterminación de género o la despatologización de la disforia ha provocado en las Unidades de Tratamiento de la Identidad de Género (UTIG) que existían en algunas comunidades, cuyos profesionales están siendo cuestionados por las demandas del transactivismo, que rechazan toda tutela y evaluación psicológica por entender que la libre determinación del género no requiere ningún tipo de tratamiento o consejo profesional más allá de la afirmación incondicional.

Si no se tiene una base sólida de lo que el feminismo ha representado como movimiento social y político, difícilmente se podrá hacer una buena información relacionada con estos temas.

3 - PERSPECTIVA DE GÉNERO

Otro concepto sobre el que hay que formarse para poder desarrollar una buena información de calidad tal y como la hemos definido en este texto es saber aplicar la perspectiva de género. Ya en el Plan de Acción de Beijing 1995 se establecía en el Área Estratégica J, medida 243, apartado c):

Fomentar una capacitación que tenga en cuenta los aspectos relacionados con el género para los profesionales de los

83 - Miyares, Alicia (2021) *Distopías patriarcales*, Madrid, Cátedra

84 - VV. AA (2021) *El sexo en disputa. De la necesaria recuperación jurídica de un concepto*, CEPC, Madrid

medios de difusión, incluidos los propietarios y los administradores, a fin de alentar la creación y la utilización de imágenes no estereotipadas, equilibradas y diferenciadas de la mujer en los medios de comunicación.

Pero ¿qué es la perspectiva de género? Si no tenemos una definición concreta y precisa de lo que se entiende por este concepto se puede malinterpretar, confundir, tergiversar y ofrecer bajo este rótulo cualquier tipo de información. El Consejo Económico y Social de la ONU (1997) entendió que había que transversalizar la perspectiva de género, a la que definió como:

El proceso de evaluación de las consecuencias para las mujeres y los hombres de cualquier actividad planificada, inclusive las leyes, políticas o programas, en todos los sectores y a todos los niveles. Es una estrategia destinada a hacer que las preocupaciones y experiencias de las mujeres, así como de los hombres, sean un elemento integrante de la elaboración, la aplicación, la supervisión y la evaluación de las políticas y los programas en todas las esferas políticas, económicas y sociales, a fin de que las mujeres y los hombres se beneficien por igual y se impida que se perpetúe la desigualdad. El objetivo final es lograr la igualdad [sustantiva] entre los géneros.

En la definición del concepto, siempre estuvo presente implícita o explícitamente, la desigualdad social entre hombres y mujeres, y las Resoluciones posteriores de la ONU han recogido la necesidad de introducir la perspectiva de género desde 2011 hasta la actualidad.

Marcela Lagarde en su obra *Género y Feminismo*⁸⁵ define la perspectiva de género como “la visión crítica, explicativa y al-

85 - Lagarde, Marcela (1996) Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia, Cuadernos Inacabados, Horas y Horas, Madrid

ternativa a los que acontece en el orden de los géneros (...) una visión científica, analítica y política creada desde el feminismo" (1996:15). Y prosigue "ya es aceptado que cuando se usa el concepto de perspectiva de género se hace referencia a la concepción académica, ilustrada y científica que sintetiza la teoría liberadora, creada por las mujeres y forma parte de la cultura feminista" (pg.15). Parafraseando a Marcela Lagarde, diremos que es un concepto relacional, que permite analizar y comprender las características que definen a las mujeres y a los hombres, así como sus semejanzas y diferencias.

Esta perspectiva de género permite analizar las posibilidades vitales de las mujeres y los hombres; el sentido de sus vidas, sus expectativas y oportunidades, las complejas y diversas relaciones sociales que se dan entre ambos géneros, así como los conflictos institucionales y cotidiano que deben enfrentar y las maneras en que lo hacen. Contabilizar los recursos y la capacidad de acción con que cuentan mujeres y hombres para enfrentar las dificultades de la vida y la realización de los propósitos es uno de los objetivos de este examen (Lagarde, 1996:15)

Como vemos la perspectiva de género siempre es una categoría relacional, que de manera implícita o explícita hace referencia a la especial y desigual manera en que hombres y mujeres comparten y gestionan el mundo.

El Observatorio para la igualdad de la Universidad Autónoma de Barcelona, en un documento explicativo define la perspectiva de género como:

La perspectiva de género es una aproximación crítica a cualquier fenómeno que desvela, visibiliza, analiza y aborda las desigualdades entre hombres y mujeres, incluyendo el análisis

*sis de aquellas instituciones sociales y culturales que las sustentan: la familia, la división sexual del trabajo, el sistema económico y productivo, los procesos de socialización, las leyes e instituciones políticas, el sistema de creencias y de simbolismo, los valores y normas sociales, e incluso la producción cultural y mediática, entre otras. La perspectiva de género es una mirada de tipo intelectual y política, ya que se fundamenta en el saber producido por los estudios de género a lo largo de la historia del feminismo y de las científicas feministas, o de otras corrientes críticas, y tiene la intencionalidad de concienciar para la superación de las desigualdades de género entendidas como producto de un proceso histórico, social y cultural. Además, adoptar una perspectiva de género implica considerar el impacto de la desigualdad entre mujeres y hombres sobre el conjunto de la sociedad”.*⁸⁶

Resultado de un proceso de reflexión iniciado por el Observatorio para la Igualdad fue la plasmación de una competencia general, recogida entre las propias de la Universidad Autónoma en 2018, en cuya definición participé personalmente como directora de dicho Organismo (2016-2018). La competencia es la G04 y está formulada de la siguiente manera: “Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género” y cuyos resultados de aprendizaje deben ser:

- a) Identificar las principales desigualdades y discriminaciones por razón de sexo/género presentes en la sociedad
- b) Analizar las desigualdades por razón de sexo/género y los sesgos de género en el ámbito de conocimiento propio

86 - Observatori UAB, 2017: 7-8. Traducido del catalán

- c) Valorar cómo los estereotipos y los roles de género inciden en el ejercicio profesional
- d) Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género
- e) Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje

Queda por tanto claro que la perspectiva de género implica abordar las desigualdades entre hombres y mujeres. La perspectiva de género puede ser aplicada por tanto a todos los ámbitos de la sociedad, y por consiguiente también a la comunicación.

4- FORMACIÓN EN PERSPECTIVA DE GÉNERO Y FEMINISMO

Por lo que respecta a la formación, es el propio marco legal el que obliga a ello, aunque luego estos mandatos no se lleven a la práctica. Pero ya la ley de Igualdad de 2007 considera este tema tan importante que dedica todo el capítulo III a "Igualdad y medios de comunicación", donde se recoge, literalmente:

Los medios de comunicación de titularidad pública velarán por la transmisión de una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de mujeres y hombres en la sociedad, y promoverán el conocimiento y la difusión del principio de igualdad entre hombres y mujeres (Artículo 36).

Y el artículo 41 se refiere a la publicidad, estableciendo que se considerará publicidad ilícita aquella que comporte una conducta discriminatoria según lo estipulado en la ley. Más explícita aún, si cabe, es lo que unos años antes se había estipulado en

la Ley Integral contra la Violencia de Género (2004), que dedica íntegramente el Capítulo II al ámbito de la publicidad y los medios de comunicación, donde se dice:

La difusión de informaciones relativas a la violencia sobre la mujer garantizará, con la correspondiente objetividad informativa, la defensa de los derechos humanos, la libertad y dignidad de las mujeres víctimas de violencia de género y de sus hijos. En particular se tendrá especial cuidado en el tratamiento gráfico de las informaciones (Capítulo 14)

Con lo anterior se quiere mostrar que nuestro ordenamiento jurídico contempla fehacientemente que hay que ofrecer una información rigurosa sobre igualdad entre hombres y mujeres, cosa que con las nuevas corrientes parece haberse olvidado. Que se sepa estas leyes no han sido derogadas, continúan vigentes, y por tanto deben ser respetadas.

Visto, por tanto, lo que se ha explicado sobre lo que en este artículo entendemos por género, feminismo o perspectiva de género y considerando la legislación vigente vamos a centrarnos ahora en lo que es la perspectiva de género aplicada a la comunicación y señalar los diferentes ámbitos en los que hay que formarse para llevar a cabo una información de calidad.

En el libro *La prensa por dentro. Producción informativa y transmisión de estereotipos de género* (2002) se describe la perspectiva de género aplicada a la información:

Como aquellos enunciados en cuyo desarrollo se otorga significado a las diferencias de género, estas se señalan y hacen visibles las posiciones diferentes que ocupan hombres y mujeres en la sociedad a la que pertenecen. Existe una comparación entre los géneros sea explícita o implícita, que se

produciría al centrarse en la situación concreta de un género u otro respecto a una cuestión determinada, o en aspectos específicos que afectan especialmente a uno de los géneros o a los dos (2002:56-57).

Y previamente, en el *Sexo de la noticia* (2000) al hablar de perspectiva de género aplicada a la información se hacía hincapié en que:

Se ponga de relieve que hombres y mujeres hemos sido socializados de manera distinta, y que, por tanto, esta socialización ha introducido a la fuerza variedades de comportamiento, de actitudes, de valores, de creencias, de estilos, de formas de vida, etc. Y que esta disimilitud es relevante en la información (2000:110-111)

Dado el tiempo transcurrido desde que se escribieron estos textos, veinte largos años, se han producido nuevos fenómenos que convendría tener en consideración. Vistas las confusiones que el concepto de género está provocando en el momento presente, eliminadas prácticamente las connotaciones de imposición social que tenía en su origen, y transmutado en identidad a reforzar, habría que recuperar la categoría sexo y no utilizar indiscriminadamente el concepto de género más que cuando se refiera al aspecto de construcción social de la masculinidad o la feminidad, en la línea de lo que proponen algunas autoras en *El sexo en disputa*, ya citado.

Como ahora se está poniendo de relieve, sustituir sistemáticamente sexo por género nos ha llevado a la disolución de la realidad material de la diferencia sexual, cosa que convierte el sexo biológico en irrelevante al difuminar y hacer imposible el análisis la desigualdad. Si el sexo no se contempla como una realidad material origen de la desigualdad, y pasa a conside-

rarse algo elegible, las estadísticas desagregadas por sexos se verán sesgadas, cuando no directamente tergiversadas. ¿Qué sentido tendrá desagregar los datos por sexos si el sexo puede ser elegido a voluntad, disociado totalmente de la materialidad corporal? ¿Qué sentido tendrá intentar analizar la desigualdad entre hombres o mujeres cuando ser hombre o mujer puede ser elegido sin ni siquiera alterar la apariencia física y en los registros figure el sexo sentido aunque no concuerde con el sexo biológico? Son preguntas que ahora mismo no podemos contestar porque aún no se ha aprobado la ley que así lo recoja, pero en otros países que sí han aprobado leyes de autodeterminación de sexo ya se están viendo estadísticas alteradas; por ejemplo, por lo que respecta a los delitos sexuales han aumentado los cometidos por mujeres. Si no consta que estas mujeres son biológicamente varones, (es decir, transmujeres), la realidad está siendo falseada, pues por muy mujer que se sienta o figure en los registros quienes han cometido estos delitos no son mujeres biológicas, lo que conduce necesariamente a una deformación de la realidad. (Véase este interesante análisis de la **Población reclusa en Reino** donde se especifica el sexo biológico de los reclusos y los problemas que se derivan con las mujeres trans al ser consideradas acosadoras sexuales).

Este es el reto que actualmente enfrenta la sociedad, cuyo resultado no podremos observar hasta pasados unos años cuando se hayan hecho presentes las consecuencias que este nuevo paradigma respecto del sexo como categoría de clasificación social pueda provocar. Alicia Miyares, en una extraordinaria ponencia en la Escuela Feminista Rosario Acuña 2021⁸⁷ alertó que asistimos a la vuelta del pensamiento de Santo Tomás de Aquino, que consideraba más fiable el principio de fe que el prin-

87 - Miyares, Alicia [2021] "La nueva verdad revelada: del creacionismo al generismo queer" Ponencia en la Escuela Feminista Rosario Acuña, julio 2021 [disponible en <https://t.co/QKxAyhvkQx?amp=1> (visualizado el 12 de julio de 2021)]

cipio de razón. Toda la argumentación del transgenerismo se basa en aceptar que los sentimientos individuales son los que deben guiar el orden social. Es decir, aceptar antes un dogma de fe que el principio de realidad científica. La ciencia miente, dicen. La fe es infalible. Volvamos al oscurantismo de la Edad Media de la mano de la corriente *queer*.

De momento, todas las estadísticas internacionales que se manejan están divididas por sexos. Cuánto tardarán estas estadísticas en verse distorsionadas con la nueva concepción de sexo (que como se ha dicho puede o no coincidir con el biológico) que se quiere introducir solo el tiempo lo dirá.

La formación en perspectiva de género que se imparte en las Universidades y concretamente en las Facultades de Comunicación es, sin embargo, irrelevante y marginal. Según el estudio más reciente sobre la presencia de asignaturas sobre género en los Grados de Periodismo, Publicidad, Comunicación Audiovisual, Comunicación Cultural, Comunicación Digital y Comunicación Social ofertados por 55 Universidades españolas (30 públicas y 25 privadas) solo 22 asignaturas contemplaban en su denominación el código correspondiente a esta materia⁸⁸. Según este estudio el total de Grados ofertados por estas 55 Universidades eran 165 y sólo en 21 Grados existe al menos una asignatura dedicada al Género y la Comunicación, lo que representa que solo el 13,3% de los Grados universitarios en España incorporan alguna asignatura sobre género. Dicho de otro modo, en 144 Grados universitario del ámbito de comunicación no existe ni una asignatura sobre género.

88 - García-Ramos, Francisco J., Zurian, Francisco A. y Núñez-Gómez Patricia (2020) "Los estudios de género en los Grados de Comunicación", en *Comunicar*, num. 63, volumen XVIII, pp- 21-30, disponible en <https://doi.org/10.3916/C63-2020-02>

Los datos recogen las asignaturas que formaban parte de los Planes de Estudios de esos 165 Grados universitarios el curso 2017/2018, pero es muy posible que sean los mismos actualmente, pues no es fácil introducir frecuentes reformas en los planes de estudio. Sólo ha aparecido un nuevo grado que es Estudios Socioculturales de Género, ofertado como título propio por la Universidad Autónoma de Barcelona, donde se han incluido dos asignaturas sobre comunicación, Género y Medios de Comunicación (Obligatoria) y Género y discurso publicitario (Optativa).

Pero si las asignaturas son pocas, aún peor es la división de esas materias entre Obligatorias y Optativas. Solo 6 de las 22 asignaturas son Obligatorias (27,3%) mientras que 16 son Optativas (72,7%). En el cuadro que recoge el estudio mencionado se dice que hay 7 asignaturas Obligatorias, pero puedo afirmar que solo son 6 porque una de las que consta como Obligatoria es Comunicación y Estudios de Género que se imparte en la UAB es Optativa, y lo puedo corroborar porque quien la imparte es la autora de estas líneas. No quiero ser pretenciosa, pero sí se puede decir que la persona que más veces aparece en la bibliografía de los programas docentes en todas las asignaturas citadas es quien esto escribe, según recoge el artículo referenciado, que además destaca la escasa presencia de obras de referencia, internacionales y nacionales en el tema de Estudios de Género y Comunicación.

- 1)** La formación en estudios de género en los Grados en comunicación es especialmente importante para promover valores de igualdad entre géneros, propiciar una visión más amplia del ejercicio profesional -no solamente en una perspectiva masculina- y cimentar una formación académica que no oculte las aportaciones realizadas por las mujeres en las distintas áreas y facetas de la profesión.

2) Dicha formación debe realizarse por medio de asignaturas oficiales dentro de los planes de estudio, sin que ello suponga un menoscabo a la transversalidad y desarrollo de actividades complementarias. Nunca las materias optativas pueden sustraer la oferta de asignaturas obligatorias.

3) En Grados de 4 años el mínimo deseable es una asignatura obligatoria en primero o segundo curso y, al menos, otra optativa en tercero o cuarto.

4) El enfoque de la asignatura obligatoria debe cubrir todos los aspectos que conllevan los estudios de género: estudios feministas y sobre las mujeres, estudios sobre masculinidades y estudios LGBTQ+.

5) Se debe aprovechar la oportunidad que ofrecen los nuevos «Verifica» o «Modifica» de los planes oficiales existentes para acometer la inclusión de estas asignaturas.

Este informe recoge unas conclusiones muy importantes en cuyo cuadro resumen reproduzco en su integridad por lo pertinente de sus recomendaciones⁸⁹:

Como conclusión se puede afirmar que la mayor parte del alumnado de los Grados en Comunicación no recibe formación sobre género o sobre perspectiva de género aplicada a la comunicación, ya que la elegibilidad de las materias las convierte en algo no imprescindible para la consecución del título. La mayoría de las personas que se dedicarán al ámbito de la comunicación han

89 - Fuente: "Los estudios de Género en los Grados universitarios de Comunicación", 2020 [Comunicar, núm. 63, pp. 27]

pasado por la Universidad sin cursar ningún tipo de formación sobre género.

No mucho mejor es el panorama en cuanto a Másteres o cursos de Postgrado. Que se sepa, solo existe el Máster propio Género y Comunicación en la Universidad Autónoma de Barcelona, que ha sido impulsado y coordinado por quien esto escribe desde sus inicios (actualmente desvinculada del mismo). Se han referenciado hasta 30 Másteres ofertados por diferentes Universidades españolas, pero no centrados en la Comunicación, entre los que se pueden señalar los siguientes: el Máster en Estudios de Género de la Universidad Complutense de Madrid; Máster Universitario en Investigación Aplicada en Estudios Feministas de Género y Ciudadanía y Máster Universitario en Igualdad y Género en el Ámbito Público y Privado de la Universidad Jaime I de Castellón; Máster Universitario en Educación, Género e Igualdad de la Universidad de Santiago de Compostela; Máster Multidisciplinar en el Tratamiento de la Violencia Doméstica y de Género Campus Stellae del Instituto Europeo de Santiago de Compostela, o el Máster Oficial de Estudios de las Mujeres, Género y Ciudadanía ofertado por 8 universidades catalanas, que también contempla un Programa de Doctorado titulado Estudios de las Mujeres y el Género; Máster Universitario en Estudios de Género y Desarrollo profesional de la Universidad de Sevilla; Máster Universitario en Estudios de Género y Gestión de Políticas de Igualdad de la Universidad de Lleida; Máster Universitario en Estudios de Género y Políticas de igualdad de la Universidad de La Laguna; Máster Universitario en Estudios de Género: Mujeres, Cultura y Sociedad de la Universidad de Almería; Máster Universitario en Estudios Feministas y de Género de la Universidad del País Vasco; Máster Universitario en Estudios Interdisciplinarios de Género de la Universidad Autónoma de Madrid; Máster Universitario en Estudios Interdisciplinarios de Género de la Universidad de Salamanca; Máster Universitario

en Estudios Interdisciplinares de Género y Máster Universitario en Género y Salud de la Universidad Rey Juan Carlos ; Máster Universitario en Género e Igualdad y Máster Universitario en Historia Social comparada, Relaciones familiares, Políticas de Género en Europa y América Latina de la Universidad de Murcia; Máster Universitario en Género e Igualdad de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla; Máster Universitario en Género y Diversidad de la Universidad de Oviedo; Máster Universitario en Género y Políticas de Igualdad de la Universidad de Valencia; Máster Universitario en Género, Ciencias Humanas, Sociales y Jurídicas de la Universidad Menéndez Pelayo; Máster Universitario en Igualdad de Género en el Ámbito Público y Privado de la Universidad Miguel Hernández de Elche; Máster Universitario en Igualdad de Género de la Universidad de Málaga; Máster Universitario en Intervención Interdisciplinar en Violencia de Género de la Universidad Internacional de Valencia; Máster Universitario en Políticas de Igualdad y Prevención de la Violencia de Género de la Universidad de les Illes Balears y Máster Universitario en Relaciones de Género de la Universidad de Zaragoza. La Universidad de Granada oferta el Máster Gemma, un Máster Erasmus Mundus en Estudios de las Mujeres y de Género que va por su undécima edición.

En estos másteres se incluyen algunas referencias al lenguaje, la representación comunicativa o los medios, pero no constituyen un ámbito prioritario, ya que los enfoques son de carácter más general. Relacionados con el tema que nos ocupa ha surgido el máster en Comunicación LGTBI+ impulsado por la Universidad Autónoma de Barcelona que se une al de Estudios LGTBIQ+ de la Universidad Complutense de Madrid, aunque este tiene un enfoque general, y no centrado en la comunicación. A estos másteres hay que unir el Posgrado en Género e Igualdad, impartido por la Universidad Autónoma de Barcelona. La Universidad de Barcelona oferta otro Máster en Desarrollo Sos-

tenible donde incluye las Políticas de Igualdad de Género que hacen referencial Objetivo número 5 de la Agenda 2030.

En definitiva, la formación sobre Género y Comunicación podemos decir que es muy esquelética en el nivel de Grados Oficiales, y casi inexistente en la formación posterior, que como se sabe no es una formación imprescindible para tener una titulación universitaria, además tienen unos precios mucho más elevados de lo que suelen ser las matrículas de los grados, lo cual disuade o hace imposible que muchos estudiantes puedan acceder a estos estudios de formación más especializada. Además, los másteres no ofrecen formación específica en comunicación, salvo algunos contenidos esporádicos.

4.1. Ámbitos fundamentales en comunicación

Por lo que respecta a la formación en género de los y las profesionales de la información, se han llevado a cabo algunas iniciativas aisladas por parte de organismos públicos, asociaciones de periodistas, como por ejemplo la Consejería de Igualdad de Asturias, el Instituto Oficial de Radio Televisión Española, la Asociación de la Prensa de Madrid, el Institut de les Dones de Catalunya o el Colegio de Periodistas de Cataluña. Estas instituciones u organismos han organizado algunos seminarios de formación para periodistas o personal de las áreas de comunicación, sobre todo para abordar la violencia de género, tema sobre el que ha habido mayor preocupación a causa de los incesantes asesinatos de mujeres que se producen cada año. Sin embargo, esta formación, además de no ser sistemática, nunca ha sido obligatoria, y por tanto asistir o no a estas sesiones ha dependido únicamente de la voluntad de las personas interesadas, lo cual no tiene una incidencia global en los medios en general.

Una buena formación en perspectiva de género para profesionales de la información y la comunicación debería incluir el dominio de las áreas que se detallan a continuación.

El European Institut for Gender Equality (EIGE) establece en su *Equality Index* ⁹⁰ grandes ámbitos que considera prioritarios atender: Violencia, Trabajo, Salud, Poder, Dinero, Conocimiento y Tiempo, donde compara los datos de los 28 países de la Unión Europea. Otros organismos, como El World Economic Forum, compara 4 indicadores fundamentales: Acceso de las mujeres a la Salud, a la Educación, al Trabajo y a la Participación Política. La Agenda de Desarrollo Sostenible 2030 introduce el Objetivo 5 de Igualdad de Género, cuyos objetivos prioritarios son eliminar todo tipo de discriminación y violencia contra las mujeres y niñas, acabar con las mutilaciones genitales, el reconocimiento del trabajo no remunerado, garantizar la igualdad en la participación política, asegurar el acceso a la salud sexual y reproductiva, el acceso a los recursos económicos, el uso y dominio de la tecnología e implementar legislaciones que promuevan la igualdad de género y el empoderamiento de mujeres y niñas en todos los niveles.

De la combinación de estos indicadores y objetivos, más varios temas que he añadido que me parecen de especial relevancia, como son la prostitución y el tráfico de personas con fines de explotación sexual, la feminización de la pobreza y la representación simbólica, quedan configurados los ámbitos en los que habría que tener una formación sólida si se desea aplicar con rigor la perspectiva de género en la comunicación en toda su extensión. A continuación, doy algunos rasgos de estos ámbitos sobre los que es imprescindible profundizar.

90 - EIGE (2020) Gender Equality Index Disponible en: <https://eige.europa.eu/gender-equality-index/2020>

a) Violencia de género

Sin duda el tema de la violencia contra las mujeres es el más acuciante, el más grave y al que hay que prestar una atención internacional, pues no es un fenómeno circunscrito a un país o territorio, sino que es considerado por la ONU como una pandemia. El 35% de las mujeres ha experimentado violencia física y/o violencia sexual (1 de cada 3). 15 millones de mujeres entre 15 y 19 años han sufrido relaciones sexuales forzadas en algún momento de su vida⁹¹. Al menos 200 millones de mujeres y niñas que viven hoy día han sido sometidas a la mutilación genital, y la edad mayoritaria en la que se practicó fue antes de cumplir los 5 años. 750 millones de mujeres y niñas vivas hoy día fueron casadas antes de cumplir los 18 años⁹². Si no se comprende el fenómeno de la violencia en toda su extensión es imposible contextualizar adecuadamente los casos que se producen, que quedan reducidos a acontecimientos episódicos, sin relación entre sí, sin politización y sin posibilidad de abordarlos como un problema social.

b) Participación política

Solo el 26% de los parlamentos de todo el mundo (156 países) eran mujeres en 2020, porcentaje que ha crecido desde el 11,3% de 1995 pero que aún está muy lejos de una participación paritaria. Según el World Economic Forum estima que llevará 145,5 años conseguir la paridad en la política. Entre los ministros, las mujeres representan en todo el mundo el 22,6%⁹³.

c) Participación económica

Las mujeres ganan 77 céntimos por cada dólar ganado por los hombres. Eso significa que las mujeres ganan un 33% menos en términos generales a nivel mundial. La diferencia en la partici-

91 - Unicef, 2017

92 - ONU (2020) The Impact of Covid-19 on Women

93 - World Economic Forum (2021) Global Gender Gap Report, Ginebra, Suiza

pación económica permanece en los índices habituales, y se estima que faltan 267,6 años para cerrar esta brecha. Las mujeres representan el 27% de los puestos de responsabilidad⁹⁴. En los Consejos de Administración y en las Juntas de Accionistas de las grandes empresas las mujeres representan el 26,6% en la Unión Europea, y entre los miembros del Banco Central son el 22,1%. Entre los miembros de las Fundaciones de Investigación son el 37,6% y entre los miembros de los comités olímpicos nacionales son el 15,4%.

d) Salud

En la Salud también ha habido importantes avances, pero la atención sanitaria presenta grandes desequilibrios por territorios. Por ejemplo, antes de la pandemia, 810 mujeres murieron en el mundo cada día por causas relacionadas con el embarazo y el parto, cosa que la pandemia no ha hecho más que empeorar. Solo el 60% de las mujeres subsaharianas son atendidas por personal cualificado durante el parto. La salud reproductiva de las mujeres, las diferencias de respuesta a las enfermedades según el sexo, las restricciones al aborto, la nueva situación que está generando la gestación subrogada (tanto en sus aspectos sanitarios, como legales y políticos) son aspectos en los que es imprescindible tener una formación profunda para abordar las complejas situaciones que se están generando en este ámbito.

e) Investigación

Este apartado quizá no parezca tener la relevancia de los demás, porque parece un ámbito más especializado y ceñido a grupos reducidos de la población, pero es de extrema importancia pues si la investigación no incorpora la perspectiva de género se está escatimando una variable fundamental: cómo afectan los diferentes asuntos según el sexo de las personas.

94 - ONU (2020) From Insights to Action. Gender Equality in the Wake of Covid-19

Y esto se refiere tanto a las personas investigadoras como a los estudios e investigaciones que se llevan a cabo. En la Ley 14/2011 de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación se introduce una medida titulada “Una ciencia para el Siglo XXI” donde destaca “el enfoque de género con carácter transversal”. ¿Qué significa este enunciado? La Disposición Adicional Decimotercera se dedica íntegramente a la Implementación de la perspectiva de género, que incluye tanto la composición paritaria en órganos de evaluación, consejos, comités etc. como la desagregación de todos los datos por sexos, incluyendo indicadores de presencia y productividad. También es uno de los principios básicos incorporar la perspectiva de género en los contenidos de la investigación científica en la Estrategia Española de Ciencia y Tecnología⁹⁵.

En la Unión Europea, las mujeres investigadoras representaban el 33,4% en 2015. Las cifras indican que las mujeres investigadoras se concentran fundamentalmente en el sector educativo (42,1%) y del gobierno (42,5%) mientras que en la Empresa y en el sector de Negocios están infra representadas (20,2%). Es decir, los sectores empresariales donde se concentra la investigación puntera (y por tanto la mejor remunerada), las mujeres son aún una minoría⁹⁶.

f) Educación

La educación es el ámbito en el que más se ha avanzado, con 35 países que han alcanzado la paridad. Sin embargo, todavía faltan 14,2 años para que globalmente la desigualdad en la educación se consiga. Dos tercios de los países en desarrollo han alcanzado la paridad en la educación primaria. Sin embargo, todavía tres cuartas partes de la infancia que nunca ha asistido

95 - Ministerio de Economía y Competitividad, 2013

96 - European Commission (2019) She Figures. Research and Innovation. Publicaciones de la Unión Europea, Luxemburgo

a la escuela son niñas. A nivel mundial, en 7 países menos de 90 niñas estaban matriculadas por cada 100 varones en educación primaria; en 14 países en el primer ciclo de secundaria y en 23 países en el segundo ciclo de secundaria. El número de mujeres adultas analfabetas se ha mantenido constante durante los últimos 20 años. En 59 países las mujeres de 15 a 49 años de familias pobres tienen hasta cuatro veces más de probabilidades de ser analfabetas que las de las familias más ricas, agravándose esta situación en el caso de tener una discapacidad⁹⁷.

g) Prostitución y tráfico de personas

El 71% de todas las víctimas de trata a nivel mundial son mujeres y niñas, y 3 de 4 son utilizadas con fines de explotación sexual. La prostitución se ha convertido en uno de los negocios más lucrativos en todo el mundo. Pese a la dificultad de hacer cálculos de un negocio tan opaco, se estima que en Europa podría haber unas 140.000 mujeres víctimas de trata, y el volumen de negocio podría ascender a un mínimo de 2.500 millones de euros anuales. A medida que ha bajado el número de mujeres víctimas de trata con fines de explotación sexual ha aumentado el de niñas⁹⁸

h) Pobreza

La pobreza es inconmensurable en todo el mundo, pero empeora entre sexos. Los datos que ofrece la ONU son escalofriantes: 247 millones de mujeres de más de 15 años vivirán con menos de 1,90 dólares por día en 2021, frente a 236 millones de hombres, muchos millones, en cualquier caso, siendo los países subsaharianos los que están en peor situación con 132 mi-

97 - UNESCO (2020) Informe sobre género. Una nueva generación: 25 años de esfuerzos en favor de la igualdad de género en la educación, Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, París

98 - UNODC (2010, 2014) The Globalization of Crime. A Transnational Organized Crime Threat Assessment. United Nations Office on Drugs and Crime, NY

llones de mujeres por 124 millones de hombres. Por edades, los primeros años en la época reproductiva son los que tienen una mayor desigualdad: 60 millones de mujeres entre 25 y 34 años se espera que vivan con menos de 1,90 dólares al día, frente a 54 millones de hombres. Las mujeres representan solo el 13% en la propiedad de la tierra (ONU, 2020).

i) Tiempo (Uso del tiempo personal)

He denominado este ámbito como Tiempo en el sentido en que la Unión Europea lo define, que representa cómo se utiliza el tiempo fuera de las horas de trabajo remunerado. El European Institut for Gender Equality (EIGE) divide este ámbito en tres sub-apartados: a) trabajos de cuidado; b) trabajos domésticos y c) actividades sociales, tres ámbitos en los que las desigualdades por razón de sexo son muy importantes. Por ejemplo, el 37,5% de las mujeres dedican parte de su tiempo a tareas de educación y cuidado de criaturas o personas mayores o dependientes, por un 24,7% de los hombres. Más desigual es el tiempo dedicado cada día a tareas del hogar (limpieza, cocina, compras): mientras que el 78,7% de las mujeres dedica parte de su tiempo a estas actividades, solo el 33,7% de los hombres lo hace. Y esta desigualdad repercute en el tiempo dedicado a actividades sociales, culturales o de ocio: El 27,2% de las mujeres dedica algún tiempo diaria o semanalmente a estas actividades, mientras que lo hace el 31,9% de los hombres. Esta desigual participación en las diferentes actividades penaliza poderosamente a las mujeres, que siguen dedicando en todo el mundo 4,1 horas al día en trabajos no remunerados, mientras que los hombres dedican 1,7 horas. El trabajo no remunerado alcanzaría la cifra de 11 trillones de dólares si se incorporara al Producto Interior Bruto de la producción mundial (GDP en las siglas en inglés).

j) Representación simbólica

Con este título me refiero a todos aquellos aspectos que influyen en la percepción que la sociedad tiene de los diferentes fenómenos, y que sin embargo no pueden ser controlados mediante leyes específicas. La influencia que los diferentes productos culturales tienen en la conformación de las mentalidades es muy grande, y la representación de género que se propone en los contenidos culturales puede favorecer el cambio social o por el contrario reforzar el *statu quo* y los estereotipos tradicionales. Las series, películas, cómics, programas de entretenimiento, videoclips, publicidad y contenido mediático en general proponen modelos de referencia, y pueden alterar, cambiar, modificar o reforzar nuevos modelos de identificación o perpetuar los viejos⁹⁹. En este ámbito hay menos datos objetivos, pero existen estadísticas y estudios sobre presencia y tratamiento de hombres y mujeres en los contenidos mediáticos, en la publicidad o en el cine que cualquier persona que desee informar sobre estas cuestiones debería conocer. Entre los miembros de las organizaciones propietarias de empresas de radio y televisión las mujeres representan el 36,7% en Europa¹⁰⁰.

CONCLUSIONES

Como conclusión a todo lo expuesto se puede decir que pese a que las directivas de los organismos internacionales, así como la normativa nacional española consideran importante abordar la desigualdad de género en todas sus formas, la formación en

99 - Gallego Ayala, Juana (2021) "Las mujeres ya no son lo que eran. Nuevos modelos femeninos en la narrativa audiovisual" en Cuestiones de género. De la igualdad y la diferencia. La agencia femenina en las narrativas audiovisuales, Número 16 disponible en <http://revpubli.unileon.es/ojs/index.php/cuestionesdegenero/index>.

100 - EIGE (2020) Gender Equality Index Disponible en: <https://eige.europa.eu/gender-equality-index/2020>

perspectiva de género es una asignatura pendiente no solo en los planes de estudio de los diferentes grados universitarios en comunicación, sino entre los profesionales de este campo. Mientras que por un lado se declara la importancia de atajar la desigualdad entre hombres y mujeres en todos los ámbitos de la sociedad, por otro asistimos actualmente a un potente movimiento internacional que interpreta la noción de género como identidad en lugar de como construcción social, lo que está produciendo un desplazamiento del interés informativo hacia territorios relacionados con las identidades, las sexualidades¹⁰¹ y la diversidad¹⁰² y menos con la noción de desigualdad. En pocos años hemos asistido a la aparición de nuevos fenómenos que están opacando, cuando no deslegitimando, la necesaria atención comunicativa a la persistente desigualdad que, como hemos visto, continúa existiendo entre los sexos. Es necesario seguir insistiendo en la formación en perspectiva de género para una comunicación de calidad, tal y como ha quedado definida en este texto, para que los nuevos centros de interés periodístico, todo y ser muy interesantes y novedosos, no provoquen que los periodistas y comunicadores se dejen confundir y todos acabemos sin distinguir lo que es ficción de lo que es realidad. Un poco de humildad ante la soberbia comunicativa no nos vendría nada mal.

101 - Miguel, Ana de (2015) Neoliberalismo sexual. El mito de la libre elección, Cátedra, Madrid

102 - Bernabé, Daniel (2018) Las trampas de la diversidad, Akal, Madrid

BIODATA

Juana Gallego Ayala es profesora titular de la Universidad Autónoma de Barcelona desde 1989. Directora del Observatorio para la Igualdad de la UAB de 2016 a 2018. Imparte la asignatura Comunicación y Estudios de Género en la Facultad de Comunicación de la UAB, con una atención especial al análisis de la representación de género en el discurso informativo, publicitario y audiovisual.

Publicaciones más recientes:

"Las mujeres ya no son lo que eran: nuevos modelos femeninos en la narrativa audiovisual" (2021) "Género y comunicación: avances y retrocesos en una península ibérica en crisis" (2020) (con Maria Joao Silveirinha); "Las revistas femeninas del siglo XXI. De modelo de mujer a mujer catálogo" (2020); "In the wake of Ana Orantes. For an Ethical representation of violence against Women" (2018); "De prostituta a trabajadora sexual: legitimación de la prostitución a través del relato cinematográfico" (2018); "Many Women, Little Power" The Handbook of Women and Journalism (2013); Periodismo social (2014) De reinas a ciudadanas. Medios de comunicación ¿motor o rémora para la igualdad? (2013) Putas de película. Cien años de prostitución en el cine (2012).

En el 2000 recibió el primer premio del Consell Audiovisual de Catalunya por el trabajo que dirigió llamado La prensa por dentro que se publicó en 2001.

Ha realizado infinidad de conferencias, seminarios o cursos fuera y dentro de España, entre los que destacan los Seminarios sobre Informar con Perspectiva de género del Tribunal Constitucional de la República Dominicana (2017, 2018, 2019, 2020, 2021), Ministerio de Educación de Chile (2018) la Corte Suprema de México (2011), la Universidad de Lisboa (2014), La Universidad de Coimbra (2010) la Universidad de Aveiro (2011) así como otros cursos en las universidades de algunas ciudades españolas como Alicante, Bilbao, Girona, Lleida, Málaga, Salamanca, Sevilla, Tarragona, Tenerife, Valencia, Valladolid, entre otras.

Cultura digital y comunicación en el movimiento asociativo

Angustias Bertomeu Martínez

- 1. CIUDADANÍA DIGITAL NUEVOS ESCENARIOS Y RETOS**
- 2. LA REVOLUCIÓN DIGITAL Y DE LOS NUEVOS LENGUAJES**
- 3. LA COMUNICACIÓN EN EL MOVIMIENTO ASOCIATIVO**
- 4. BRECHAS DIGITALES DE GÉNERO. EVOLUCIÓN Y CAUSAS**
- 5. FORMACIÓN DIGITAL DE LAS MUJERES**
- 6. METODOLOGÍA**
- 7. NUEVOS ESCENARIOS, LIDERAZGOS Y RETOS**
- 8. DE LA FORMACIÓN A LA TRANSFORMACIÓN**

1. CIUDADANÍA DIGITAL NUEVOS ESCENARIOS Y RETOS

La construcción de la Sociedad de la Información no puede hacerse excluyendo al 51% de la población que representan las mujeres. Su ausencia es un déficit democrático que compromete a gobiernos y entidades sociales a planificar medidas y acciones que aseguren su inclusión.

La red asociativa española presenta un alto número de asociacionismo femenino, son más en cantidad y en calidad de participación con alta repercusión en su entorno social. La red de organizaciones de mujeres, junto a otros movimientos sociales en los que también participan las mujeres muy activamente, están aportando una mirada innovadora que fortalece la democratización de la Sociedad de la Información con la e-participación y la defensa de los derechos digitales.

La ONU declaró el acceso universal a Internet como derecho humano altamente protegido el 9 de junio de 2011¹⁰³, ampliando el concepto de democracia digital y estableciendo nuevos derechos, al acceso, a la seguridad, a la información, a la participación, y a la privacidad. Exige a los países miembros facilitar un servicio accesible y asequible para todos y estima como una prioridad asegurar a la ciudadanía el acceso a Internet:

Derecho a la seguridad. La organización señala también las violaciones a este derecho humano, que abarcan el bloqueo web o filtrado de contenidos, la desconexión para evitar el acceso, los ciberataques o una protección inadecuada del derecho de privacidad y protección de datos, entre otros.

103 - Promoción, protección y disfrute de los derechos humanos en Internet https://ap.ohchr.org/documents/S/HRC/d_res_dec/A_HRC_32_L20.pdf

Derecho a la información. Internet no sólo permite a los individuos ejercer su derecho de opinión y expresión, sino que también forma parte de sus derechos humanos y promueve el acceso de la sociedad en su conjunto.

Derecho a la participación. Indica que debe mantenerse especialmente en momentos políticos clave como elecciones, tiempos de intranquilidad social o aniversarios históricos y políticos.

Derecho a la privacidad. Los metadatos pueden revelar tanto o más que el contenido de las comunicaciones, y su interceptación constituye una invasión grave a la privacidad. El uso indebido de los metadatos pone en situación de especial vulnerabilidad a las mujeres acosadas o víctimas de violencia. El 60% de las redes sociales son mujeres, suelen ser las responsables de la comunicación del grupo y usuarias más intensivas del teléfono, así como responsables de las compras familiares, por lo que generan gran volumen de metadatos. El Código Penal en España castiga con hasta 4 años de cárcel rastreos de este tipo por considerarlos una invasión grave a la privacidad.

La generalización del acceso a la red con las ventajas y riesgos que plantea la Sociedad de la Información ha generado nuevos conceptos, valores y derechos que se pueden agrupar en torno a la idea de *ciudadanía digital* de la que derivan obligaciones de buen trato y derechos digitales¹⁰⁴, en España se han regulado a través de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (LOPD-GDD), que incluye un título especial con una partida de

104 - Carta de derechos digitales en España https://administracionelectronica.gob.es/pae_Home/pae_Actualidad/pae_Noticias/Anio2021/Julio/Noticia-2021-07-15-El-Gobierno-de-Espana-adopta-Carta-Derechos-Digitales.html

17 nuevos derechos, que profundizan los establecidos genéricamente en la declaración de la ONU.

Las mujeres como ciudadanas participan de estos derechos, pero algunos adquieren un especial valor pues responden a situaciones de violencia de género trasladadas a los entornos TIC, que específicamente les afectan por razón de sexo como el acoso, ataques a la intimidad y seguridad, o las múltiples formas violencia sexista en redes. Todos estos derechos tienen un segundo escalón de gravedad que afecta a las mujeres por el hecho de serlo.

- 1- Derecho a la neutralidad de Internet
- 2 - Derecho al acceso universal a Internet
- 3 - Derecho a la seguridad digital
- 4 - Derecho a la educación digital
- 5 - Protección de menores en Internet
- 6 - Derecho de rectificación en Internet
- 7- Derecho a la actualización de informaciones en medios de comunicación digitales
- 8- Derecho a la intimidad y al uso de dispositivos digitales en el ámbito laboral
- 9 - Derecho a la desconexión digital en el ámbito laboral
- 10 - Derecho a la intimidad frente al uso de dispositivos de videovigilancia y de registro de sonidos en el lugar de trabajo

- 11- Derecho a la intimidad ante la utilización de sistemas de geolocalización en el ámbito laboral
- 12 - Derechos digitales en la negociación colectiva
- 13 - Protección de datos de menores en Internet
- 14 - Derecho al olvido en búsquedas de Internet
- 15 - Derecho al olvido en servicios de redes sociales y servicios equivalentes
- 16 - Derecho de portabilidad en servicios de redes sociales y servicios equivalentes
- 17 - Derecho al testamento digital

Estos derechos amplían y fortalecen la definición de ciudadanía digital de la UNESCO¹⁰⁵, “ejercer la ciudadanía digital requiere poseer un conjunto de habilidades que permite acceder, recuperar, comprender, evaluar y utilizar, crear y compartir información y recursos en todos los formatos, utilizando varias herramientas, de manera crítica, ética y permite de forma eficaz participar y comprometerse en actividades personales, profesionales y sociales”.

Ejercer la ciudadanía digital implica poseer la capacidad de utilizar Internet con regularidad de forma competente, crítica y segura, hoy la convivencia y la ciudadanía se ejercen también a distancia, mediada por múltiples pantallas, son los nuevos escenarios de la vida cotidiana.

105 - <https://es.unesco.org/news/ciudadania-digital-alfabetizacion-transformacion-digital>

Es decir, la formación digital de las mujeres está en la base de todas las iniciativas necesarias para disfrutar de estos derechos.

2. LA REVOLUCIÓN DIGITAL Y DE LOS NUEVOS LENGUAJES

El mundo virtual no es paralelo al presencial, es su prolongación, y los seres humanos van y vienen todo el tiempo, aunque no lo sepan. Las relaciones humanas ya no se producen por cercanía vecinal, sino por intereses en común¹⁰⁶.

Para las mujeres es un nuevo espacio de protagonismo, pero también de desigualdad, en el que se reflejan los diferentes escalones de brecha social, económica, de formación y también digital. Esta desigualdad estructural que afecta a niñas, jóvenes y mayores solo se puede combatir desde la educación y la formación.

Las crisis económicas disparan la feminización de la pobreza y aumentan la brecha digital de género. El panorama del uso de la tecnología se transforma constantemente por la rapidez de las mejoras en la infraestructura de las telecomunicaciones, la mejora del acceso a la banda ancha y con la aparición de nuevas aplicaciones de relación y comunicación. La combinación de estos factores ha dado lugar a la implantación social del uso de las funcionalidades 2.0 y las redes sociales que ya han dado el salto a los móviles con tarifas planas.

Según el informe realizado por el Estudio sobre el conocimiento y uso de las Redes Sociales en España¹⁰⁷ de ONTSI, lideramos

106 - Susana Finkelievich, arquitecta, doctora en Ciencias Sociales por la École des Hautes Etudes en Sciences Sociales, París. "I-Polis. Ciudades en la era de internet". Editorial Diseño. 2016

107 - <https://www.ontsi.red.es/es/estudios-e-informes/estudio-sobre-el-conocimiento-y-uso-de-las-redes-sociales-en-espana>

el ranking mundial de uso de móviles en penetración con un 88% de usuarios únicos. El móvil es el dispositivo más utilizado en España para acceder a internet, usado ya por el 94,6% de los españoles, según el demográfico por género, las mujeres son más propensas al uso del móvil, lo utilizan una media de 4 horas y 47 minutos al día, lo que suma 50 minutos más que los hombres, el 25% de las mujeres encuestadas afirma que utiliza su Smartphone más de 5 horas al día, frente al 19% de los hombres, para las mujeres el uso principal del móvil se centra en la consulta de sus redes sociales, en el caso de los hombres son las llamadas en lo que invierten más tiempo.

3. LA COMUNICACIÓN EN EL MOVIMIENTO ASOCIATIVO

El cambio de paradigma que ha supuesto la Sociedad de la Información ha cambiado los flujos sociales, culturales, políticos y económicos, transformando las relaciones y la vida de las personas.

Las asociaciones de mujeres no son ajenas a estos cambios, para adaptarse están inmersas en un proceso de renovación en la comunicación de sus relaciones internas y con el exterior, cambian los recursos, los medios y los objetivos, la tecnología ha transformado las relaciones y los tiempos, donde la rapidez y la fiabilidad son elementos necesarios en la gestión y participación de las asociaciones.

Ante la dificultad de las mujeres para consolidar sus actuaciones, las buenas prácticas sirven como generadoras de modelos en la innovación de la gestión asociativa. Experiencias sobre la creación y soporte de espacios digitales de información, en los estudios sobre la Sociedad de la Información, prácticas en desarrollo de software no sexista, y una larga experiencia en formación TIC con asociaciones de mujeres, avalan que la prác-

tica de generar conocimientos TIC y universalizar la formación digital entre mujeres, son una garantía para el liderazgo y el empoderamiento TIC basado en la legitimidad de sus integrantes para actuar en nombre del grupo con autoridad, el sentido de nosotras.

Siguiendo la propuesta de Marcela Lagarde¹⁰⁸ en sus estudios sobre el empoderamiento femenino, vemos como este proceso en la tecnología es muy relevante, debido a la constante desautorización de las mujeres y sus dificultades de aproximación a los ámbitos tecnológicos. El empoderamiento sirve para habilitarnos, es decir capacitarnos, sentirnos y ser capaces, facultarnos para el poder de hacer cosas, y vivir con autoridad, valoradas y reconocidas en los usos y desarrollos tecnológicos que surgen de las mujeres.

Para conseguir que produzcan buenas prácticas en el empoderamiento asociativo y genere modelos en los ámbitos tecnológicos hace falta que se produzcan estas tres circunstancias:

- 1 - Usar el propio para avalar a otras, sus creaciones, acciones y proyectos, apoyando la creación de redes digitales, estableciendo alianzas y cooperando en contenidos y propuestas.
- 2- La pedagogía de género entre las mujeres, quien enseña apoya el empoderamiento de otras. La formación TIC en las asociaciones se basa en este intercambio.
- 3- Que las leyes reconozcan el derecho a la igualdad de las mujeres, por ser garantía de respeto y porque se universaliza el derecho, lo conseguido por unas lo es también

108 - Marcela Lagarde. Guía para el empoderamiento de las mujeres. Vías para el empoderamiento de las Mujeres. Proyecto EQUAL I.O. METAL. Acción 3. Valencia

para todas las mujeres, en España lo hace el Artículo 28 Sociedad de la Información de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres¹⁰⁹, donde se establece: 1) Todos los programas públicos de desarrollo de la Sociedad de la Información incorporarán la efectiva consideración del principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en su diseño y ejecución. 2) El Gobierno promoverá la plena incorporación de las mujeres en la Sociedad de la Información mediante el desarrollo de programas específicos, en especial, en materia de acceso y formación en tecnologías de la información y de las comunicaciones, contemplando las de colectivos de riesgo de exclusión y del ámbito rural. 3) El Gobierno promoverá los contenidos creados por mujeres en el ámbito de la Sociedad de la Información. 4) En los proyectos del ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación sufragados total o parcialmente con dinero público, se garantizará que su lenguaje y contenidos sean no sexistas.

Una organización se empodera por la acción de sus integrantes, por tanto el proyecto de comunicación TIC de una asociación debe favorecer esta transformación en su comunidad en el contexto de su participación en el movimiento asociativo.

Proponemos trabajar las capacidades TIC como herramientas para rescatar la experiencia social anidada en los recuerdos familiares y en la historia personal, partiendo de la memoria personal y familiar para entender los usos y oportunidades que ofrecen las TIC y dando valor a las capacidades de la tecnología doméstica que usan las mujeres, nadie declara tecnofobia a la

109 - Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. Artículo 28 Sociedad de la Información. https://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/lo3-2007.t2.html

lavadora, horno, lavaplatos..., para aprender desde ahí otras capacidades TIC.

El paso de la esfera privada a la pública es la historia de la vindicación de los derechos de las mujeres, al devolver la visibilidad a las mujeres en la historia aparece el hilo conductor que va construyendo una genealogía femenina en la que poder reconocernos. Desde los inicios las mujeres con sus saberes cotidianos y la experiencia compartida han ido creando un cuerpo de conocimiento que podemos nombrar como “el saber de las mujeres” del que forman parte la comunicación socialmente asignada, para atender las relaciones dentro del grupo y con otros, y la creación de redes como estrategia de apoyo e intercambio.

Como explicó Dolores Juliano¹¹⁰ en las sociedades tradicionales se establecieron ámbitos femeninos, pero con el paso del tiempo se ha ido produciendo el traslado de tareas incluidas en los ámbitos femeninos hacia los masculinos, el religioso, la salud, la comunicación o la educación, lo que ha dado lugar a un gran ámbito de desposesión para las mujeres. Cuando los saberes se instrumentalizan y objetivan, se institucionalizan, adquieren un discurso diferente de cómo deben realizarse y un instrumental específico, es decir, se masculinizan. Así se les hace coincidir con el ámbito masculino, el ámbito de los objetos, los hombres toman las tecnologías por asignación social, no por transmisión social.

Esta desposesión explica la invisibilidad de las aportaciones de las mujeres en el ámbito de la ciencia y la tecnología, está en la raíz de la supuesta tecnofobia de las mujeres. La investigación feminista en las universidades ha ido desvelando el valor de la presencia de mujeres en estos ámbitos abriendo a las generaciones jóvenes un espacio simbólico femenino en el que asumir

110 - Ponencia redes de mujeres. Máster Igualdad en la SI. Proyecto NOW Isonomía. 1998. UJI Castellón

esta tradición y renovar sus aportaciones en los nuevos contextos de comunicación.

La ausencia de mujeres en la historia de la ciencia y la tecnología nos dejaba sin referentes, que son imprescindibles para conocer las raíces en las que asentar el futuro. De ahí la necesidad de hacer genealogías y completar el relato de la historia de la humanidad que sin las aportaciones de las mujeres está incompleto y, por tanto, falsea la realidad.

En el año 1998 iniciamos los trabajos de búsqueda de perfiles femeninos en la ciencia y la tecnología, para fundamentar el trabajo antitecnofóbico dirigido al alumnado, en un taller de acceso a internet en el máster de la Universidad de Castellón¹¹¹. Este trabajo de investigación se ha ido realizando en todos los espacios académicos de prácticamente todo el mundo haciendo aflorar un gran patrimonio aportado por las mujeres desde la antigüedad hasta nuestros días en todos los campos del saber y específicamente en el ámbito científico técnico, que hasta ese momento parecía un campo absolutamente masculino.

Desde los orígenes civilizatorios la presencia de las mujeres se puede descubrir en los desarrollos tecnológicos a partir del conocimiento que les daba la experiencia en las tareas de supervivencia. Al devolver la visibilidad a las mujeres en la historia, vemos como siempre han estado vinculadas a la ciencia y la tecnología, tanto como iniciadoras de los procesos, o como usuarias y creadoras. Las contribuciones de estas mujeres no fueron olvidadas.

Esta tradición conservada a lo largo del tiempo enseña a trasladar los saberes aprendidos a otras generaciones, hasta llegar

111 - Del tecnogénero al cibergénero. A. Bertomeu Martínez. Máster Igualdad en la SI. Proyecto NOW Isonomía. 1998. UJI Castellón

hoy a participar en las redes sociales como una estrategia tradicional de participación personal y del movimiento asociativo.

La comunicación en las asociaciones de mujeres debe superar lo formal para ser un vehículo de e-ciudadanía, el objetivo debe ser impulsar su protagonismo en la construcción de este ámbito de transformación social. Es necesario sostener personal, social, institucional y jurídicamente el empoderamiento personal o grupal de las mujeres. Este debe ser uno de los ejes de los planes de acción de los gobiernos o entidades, para hacer posible que se den las condiciones óptimas de acceso de las mujeres rurales y urbanas a recursos económicos, sociales, jurídicos, judiciales, culturales, materiales y simbólicos. Y avanzar en el fortalecimiento de la ciudadanía digital de las mujeres, que va más allá del mero uso de herramientas informáticas.

El movimiento asociativo y los grupos sociales, especialmente las mujeres, establecen redes como sistema de funcionamiento interno y de relación con el entorno, las asociaciones de mujeres aportan con su trabajo un impulso decisivo a la participación de las mujeres en la agenda política y social de sus territorios. En ellas se reúnen los intereses y las dificultades que manifiestan sus asociadas en la vida cotidiana y en la relación con los espacios públicos. Al tiempo son las mediadoras sociales por excelencia para llegar a las mujeres y desde ahí plantear objetivos de información, comunicación y formación a los distintos grupos de mujeres (jóvenes, mayores, inmigrantes, con discapacidad, desempleadas, empresarias...), este mismo papel de mediación se traslada al entorno TIC, debe trazar una estrategia de relación que beba de las fuentes del saber de las mujeres y asiente las claves para el liderazgo de las mujeres en la tecnología.

4. BRECHAS DIGITALES DE GÉNERO. EVOLUCIÓN Y CAUSAS

Para afrontar los procesos de formación e inclusión digital es necesario conocer los datos de acceso y uso de internet entre mujeres y hombres. Citando el Informe *Competencias transformadoras para la igualdad de género en la sociedad y la economía digital*¹¹² se muestra un avance que va aparejado con la imparable integración femenina en el mundo digital, como usuarias y consumidoras, hasta el punto de que la brecha de género de 7 puntos que existía en el uso diario de internet en 2006 ha desaparecido en 2019 (Encuesta TIC-H-INE, 2019).

España se sitúa en el puesto 15 a nivel europeo en la proporción de mujeres con habilidades TIC por encima de las básicas, situándose asimismo en la posición 17 en las habilidades TIC básicas¹¹³. Pero este dato no refleja una realidad generalizada, sino que expresa una importante brecha generacional con diferencias de hasta 80 puntos entre las mujeres jóvenes y mayores en las habilidades más extendidas (Martínez Cantos et al., 2020) Se trata, de una brecha digital que se produce en intersección entre las desigualdades de género y otras de carácter socioeconómico y generacional.

Hay otra brecha de género que ya definimos como la *Segunda brecha digital*¹¹⁴ en los estudios del Observatorio e-Igualdad. E-Igualdad.net¹¹⁵ 2007 relativa a las habilidades y usos más

112 - El documento pretende ser una contribución a la futura Estrategia de Competencias Digitales de España, que nace como producto de los trabajos y debates del Grupo de Expertas/os "Igualdad de género en la sociedad digital" (GEIGSD), bajo el impulso del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (ONTSI) ubicado en Red.es https://www.congreso.es/docu/comisiones/reconstruccion/documentacion_participacion_ciudadana/20200611_A35A.pdf

113 - Women in Digital Scoreboard, 2019

114 - La segunda brecha digital. Cecilia Castaño Collado (coord.) Cátedra Editorial. 2008

115 - Observatorio e-Igualdad. E-Igualdad.net <https://www.inmujeres.gob.es/publicacioneselectronicas/documentacion/Documentos/DE0702.pdf>

avanzados donde los hombres superan a las mujeres en todas las actividades¹¹⁶, esta brecha afecta directamente a la oportunidad de participar como protagonistas, creadoras y decisoras de la sociedad y la economía digital, brecha que afecta también a las jóvenes y a las mujeres con educación superior debido al tipo de carreras que eligen, pues solo el 13% de estudiantes de carreras STEM en España son mujeres, según un estudio de la OEI¹¹⁷.

El origen de esta brecha digital se encuentra en la división por géneros de los roles sociales, que en el caso de las TIC desplaza la balanza hacia la representación masculina. Los estereotipos de género continúan teniendo mucha influencia en la elección de los estudios y las profesiones. Los modelos sociales están sesgados por los estereotipos y siguen afectando a la elección de estudios de las niñas y jóvenes. Antes el argumento era no están porque no están formadas, hoy ya son el 62% de los títulos universitarios y a pesar de esto siguen ausentes de los espacios científicos o de toma de decisión.

Este déficit femenino en los estudios científico-técnicos responde a razones muy variadas y complejas, pues están vinculadas a la percepción social de los roles de mujeres y hombres, junto a las expectativas profesionales y vitales de las alumnas y alumnos, lo que apunta a que no hay soluciones fáciles, aunque se puede reducir esta brecha con algunas acciones positivas de este tipo:

- Hacer más visibles a las mujeres que han contribuido a grandes avances científicos-tecnológicos (en las clases de

116 - Grupo de Investigación EQUALS: "Las divisiones de género se amplían a medida que las tecnologías se vuelven más sofisticadas y caras" (Equals-Unesco, 2019; West, Kraut y Chew, 2019)

117 - <https://www.europapress.es/sociedad/educacion-00468/noticia-solo-13-estudiantes-carreras-stem-espana-son-mujeres-estudio-oei-20210211123148.html>

informática y tecnología, en los libros de texto, en las series de televisión, los videojuegos, las películas y cualquier medio dirigido al público juvenil de ambos sexos). Tener referentes y conocer la genealogía de mujeres de ciencia es imprescindible para facilitar la elección de las niñas y jóvenes.

- Poner de manifiesto la conexión entre los grandes avances tecnológicos y los sociales. La tecnología al servicio de la sociedad. Las mujeres se inclinan por ámbitos sociales y la falta de contenidos de este tipo en las carreras tecnológicas es un freno, sin embargo la ciencia, la tecnología, las ingenierías son ciencias dedicadas a mejorar la vida de las personas. Este enfoque no tan técnico y más cercano a la solución de problemas, de creación de conocimiento, de innovar en la comunicación, soluciones de transporte, de edificación, de salud..., facilitaría el acercamiento de las mujeres a estas disciplinas.
- Reivindicar las oportunidades que la tecnología ofrece tanto a hombres como mujeres para desarrollar conocimiento útil para la sociedad. La tecnología no es terreno exclusivo de los hombres, ni el social de las mujeres.
- Potenciar y valorar nuevos estilos de liderazgos femeninos. Como explica Marta Macho¹¹⁸ “Ellas no estudian las carreras que en el futuro van a tener mejores perspectivas de empleo y mayor relevancia. Se estima que un 70% de las profesiones del futuro aún no existe y estarán relacionadas con la tecnología. Si ellas no estudian estas carreras, su futuro laboral se verá afectado”.

118 - Profesora de Geometría y Topología en la Universidad del País Vasco. Editora del espacio digital Mujeres con Ciencia de la Cátedra de Cultura Científica

En el Foro RETINA de Telefónica¹¹⁹ celebrado en Madrid en mayo del 2016, se afirmaba que, solo sobrevivirán los trabajos basados en la creatividad. Todos los trabajos que no requieran creatividad van a desaparecer¹²⁰ quizá esta afirmación es excesiva y no afecte a todos los trabajos necesarios en el mantenimiento económico, pero si sucederá con los trabajos que sean meramente mecanicistas o rutinarias. Pero al unir la creatividad al crecimiento de la tecnología y sus usos, si es evidente que va a cambiar la concepción actual de la producción de bienes, servicios y conocimiento. Aquellos grupos sociales que no posean habilidades tecnológicas quedarían lejos de las oportunidades de empleo, estructuralmente las mujeres tienen peor situación laboral, se mantiene la brecha digital y el alejamiento de la tecnología, lo que situaría a muchos sectores feminizados en posiciones de riesgo.

Las causas y la evolución de las brechas digitales de género se han ido perfilando desde los primeros estudios realizados en el proyecto E-igualdad¹²¹ dentro del Plan Avanza de 2007. Ya se observaron dos tipos de causas, que por su carácter estructural permanecen fijas con los años, por una parte las relacionadas con la posición de las mujeres en el mercado de trabajo y por otra con los problemas culturales e institucionales:

La posición laboral y social de las mujeres, que están menos incorporadas al empleo que los hombres.

Las mujeres trabajan en entornos menos informatizados que los hombres, sus perfiles laborales suelen ser de menor especialización.

119-Foro Retina.

http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2016/05/11/actualidad/1462976174_037836.html

120 - César Molinas. Matemático y economista. Foro RETINA, foro iberoamericano de transformación digital organizado por EL PAÍS y patrocinado por Telefónica, Santander e Iberdrola

121 - Plan avanza 2007. Proyecto e-igualdad, realizado por Fundación Directa, UCM y E-mujeres

La diferencia de ingresos con los hombres, peores trabajos y brecha salarial.

Las diferentes disponibilidades de tiempo libre de hombres y mujeres debido a la carga de los cuidados y trabajos domésticos, que recaen mayoritariamente en las mujeres, también influyen en las diferencias de acceso, uso y percepción sobre Internet.

Como reitera el informe sobre competencias, la participación desigual de hombres y mujeres en la vida digital se establece en el marco de las desigualdades existentes en el plano social, que marcan asimetrías de género en el acceso a los recursos, los usos del tiempo, las experiencias vitales y el ejercicio del poder en sus distintas dimensiones, condicionando todo ello fuertemente la experiencia en el mundo internet.

5. FORMACIÓN DIGITAL DE LAS MUJERES

La creatividad es parte de la vida de las mujeres y una fuente de riqueza patrimonial. Proponemos trabajar desde esta perspectiva, que se completa con la práctica de dar visibilidad a la aportación de las mujeres al patrimonio común de la vida y la intrahistoria de la comunidad.

La formación debe combinar la adquisición de las capacidades y herramientas con aspectos relacionados con la comunicación, las tareas organizativas de una asociación, la creatividad, la utilización y digitalización de imágenes propias de sus entornos sociales, asociativos o afectivos y la realización de presentaciones y vídeos como nuevos formatos de creación de contenidos. Apoyándose en el valor estratégico de las tecnologías en la Sociedad de la Información para innovar las relaciones y la comu-

nicación, para compartir experiencias, facilitar la comunicación, la cooperación y el trabajo común en un proyecto asociativo, con unos objetivos centrados en formar en capacidades y usos digitales que fomenten la e-ciudadanía y la e-participación, facilitando la gestión de los tiempos de las mujeres.

Al plantear procesos de formación es necesario establecer estrategias formadoras diversificadas, para responder a los distintos niveles de conocimientos, necesidades o intereses de las mujeres de ámbitos rurales y urbanos. Los planes deben promover y aprovechar la participación social activa de las mujeres a través de las asociaciones en la construcción de redes en sus entornos sociales, que también pasarán a ser parte de las redes sociales TIC. Los procesos de formación se deben planificar desde los conocimientos básicos hasta llegar a la fluidez tecnológica¹²² definida como la capacidad para usar el ordenador, aprender nuevas formas de usarlo y crear cosas nuevas, con ideas propias, usar tecnología para contribuir a la comunidad y entender conceptos relacionados con actividades tecnológicas, que son parte esencial de las competencias del siglo XXI, deben acompañarse con la creación de espacios TIC que visibilizan el proyecto y a las personas o asociaciones que participan, para cumplir la norma básica de trabajar desde lo local a lo global. Los grupos de mujeres por su tradición asociativa son el núcleo adecuado para focalizar la formación según los sectores de edad y ámbitos profesionales.

Formar en las habilidades básicas para:

- a) Tejer redes sociales y asociativas, que también serán redes TIC reflejando el trabajo realizado.

122 - Fluidez tecnológica. MIT Media Lab https://cmapsinternal.ihmc.us/rid=1119466906567_249353965_510/Resnick-Fluidez.pdf

- b) Compartir experiencias. Las asociaciones son espacios de encuentro, apoyo mutuo e intercambio, que se pueden fortalecer con herramientas TIC.
- c) Facilitar la comunicación, la colaboración y cooperación, para trabajar en un proyecto son los ejes principales que aglutinan a las asociaciones de mujeres, tienen experiencia, estrategias propias, estilos de relación y trabajo surgidos en el grupo a lo largo del tiempo, la formación digital debe apoyar y mejorar estos procesos internos, para potenciar sus relaciones, agilizar los usos de trabajo interno siendo eficaces en las tareas compartidas, facilitar el ahorro de tiempos teniendo en cuenta que es trabajo voluntario, evitando pérdidas y repeticiones.
- d) Gestión administrativa y documental, digitalizar estos procesos supone una mejor gestión del tiempo y aporta transparencia a la asociación.
- e) Resolver las tareas de comunicación interna en una asociación. Contactar con participantes, acordar fecha de reuniones, convocar y asistir a la reunión compartiendo el orden del día y la documentación de la sesión. Adquirir soltura para celebrar reuniones telemáticas con las asociadas que se han impuesto como forma de trabajo por las restricciones Covid y ser capaces de trabajar documentos colaborativos online.
- f) Comunicar y compartir con el exterior creando y manteniendo espacios digitales, una web, un blog, o perfiles en las redes sociales y boletines informativos de su actividad.

Pero comunicar tiene otro perfil añadido en las asociaciones, que va más allá de la mera información sobre quiénes somos y qué hacemos, las redes sociales se han convertido en espacios

políticos que se alimentan con la creación de contenidos, lo que exige manejar herramientas para crear imágenes y textos que se acomoden a los usos de las redes.

La sociedad de la información entraña nuevos retos. Las tecnologías no son neutrales respecto al sexo, es necesario abrir nuevos horizontes que permitan que las mujeres aporten su mirada y den cabida a sus intereses, deseos, aspiraciones y expectativas¹²³. Para integrar las TIC en la sociedad de forma igualitaria y segura es necesario:

Las campañas de prevención sobre el uso de Internet y las redes deberían centrarse en “fomentar las relaciones sanas, respetuosas y en igualdad” en lugar de alertar tan solo sobre los riesgos de la red. Es clave enseñar a convivir con la diversidad de opinión en internet.

Incorporar los recursos TIC de comunicación en los planes de las administraciones, con una metodología especializada para integrarlos en los usos educativos formales y no formales.

Utilizarlos en procesos de aprendizaje colaborativo, los entornos sociales facilitan compartir, evaluar y construir conocimiento de forma colectiva, ofrecen condiciones favorables para el desarrollo de actividades de aprendizaje basadas en la creatividad.

Trabajar los valores con respeto a las diferencias, igualdad, ciudadanía, reputación digital, participación, derechos humanos. Ética y derechos extendidos a las TIC.

123 - La Sociedad de la Información, un juego desigual. A. Bertomeu. Taller Derechos digitales. Universidad Alicante 2018

Incluir la violencia a través de las TIC en los protocolos de violencia de género.

Hacer visibles modelos positivos de mujeres en el sector TIC como investigadoras, profesoras, directivas o diseñadoras de contenidos, para contrarrestar los estereotipos masculinos dominantes.

Potenciar la presencia de mujeres en los equipos de desarrollo de software y en los ámbitos de toma de decisión.

Las administraciones públicas deben garantizar los medios, recursos y políticas públicas, que hagan posibles desarrollos igualitarios, así como respetar los compromisos internacionales y nacionales orientados a ofrecer seguridad también online a su ciudadanía, en especial a mujeres, jóvenes y a la infancia¹²⁴.

6. METODOLOGÍA

La experiencia acumulada en formación digital para mujeres¹²⁵ en Latinoamérica y en España nos permite extraer un decálogo de acciones necesarias a tener en cuenta en el proceso de organización, planificación y desarrollo de los procesos formativos, que deben incluir:

6.1. Una metodología ajustada a las necesidades personales y profesionales de las mujeres, teniendo en cuenta su

124 - Plan acción para la igualdad entre mujeres y hombres en la sociedad información (2009-2011)

Ministerio de Igualdad. Instituto de la Mujer. <http://e-mujeres.net/content/plan-accion-igualdadmujeres-y-hombres-sociedad-informacion-2009-2011>

125 - Buenas prácticas en formación digital para mujeres <https://e-mujeres.net/buenas-practicas/>

punto de partida, actitud ante la tecnología, necesidades, deseos y conocimientos, y nunca enfocada a alcanzar contenidos informáticos en sí mismos.

- 6.2. Se deben propiciar itinerarios autónomos de aprendizaje evitando la rigidez en los contenidos y en el proceso, respetando los tiempos, pautas didácticas y características de una enseñanza-aprendizaje individualizada.
- 6.3. La formación se debe planificar según el uso de los tiempos de las mujeres en colaboración con la asociación del entorno, que es quién conoce el contexto de horarios y ocupaciones. Los entornos rurales tienen horarios, calendarios de trabajos del campo, recorridos y espacios muy diferentes a los urbanos, no se debe planificar con un modelo único que no atienda estas diferencias.
- 6.4. Aprovechando las habilidades sociales de comunicación y de trabajo en red que predominan en las asociaciones de mujeres.
- 6.5. Los materiales se deben elaborar con criterios didácticos y facilitadores¹²⁶. Los textos situarán a las mujeres como usuarias y protagonistas de las acciones con lenguaje no sexista, un mal ejemplo lo vemos en Microsoft que ha tardado 25 años, desde el Windows 95 hasta el Windows 11 actual, en cambiar su saludo de inicio “Bienvenido” por “Te damos la bienvenida” en su sistema operativo. La interfaz de trabajo debe ser intuitiva y de fácil descripción, con recorridos sencillos que favorecen el aprendizaje, integrada en la terminología cotidiana no tecnificada y en la lengua de comunicación

126 - Buenas prácticas en desarrollo materiales formación TIC. <https://artefinal.com/portfolio>

correspondiente, evitando planteamientos crípticos o el abuso de tecnicismos innecesarios, sustitutivos del lenguaje coloquial.

- 6.6. La formación se debe impartir por profesorado con perspectiva de género preferiblemente mujeres, que sea capaz de contextualizar los contenidos en el ámbito de interés de las alumnas.
- 6.7. Que otorguen validez a los usos de Internet que hacen las mujeres. Los estudios muestran que las mujeres usan internet prioritariamente en temas de salud, educación, viajes y solución de gestiones para el ámbito familiar, se debe trabajar a partir de estos intereses.
- 6.8. La formación debe estar estructurada a través de las asociaciones como mediadoras e interlocutoras, pues actúan de referente, aglutinan las expectativas y necesidades de las mujeres.
- 6.9. Los contenidos deben estar vinculados a servicios de proximidad y a los intereses de las mujeres. Los contenidos de referencia de la formación en la red deben incluir la cultura y el patrimonio de las mujeres, visibilizando a mujeres locales, rechazando consagrar también en la red la visión androcéntrica del mundo.
- 6.10. Trabajar la formación en espacios simbólicos favorables. Las aulas de los telecentros o aulas de informática suelen responder a modelos masculinos y de jóvenes, lo que supone un freno añadido para las mujeres. Hay que aprovechar el potencial de la red de Centros de Educación de Personas Adultas (EPA) para la alfabetización digital de las mujeres y para el fomento de su participación social y aprendizaje a través de la red.

La creación de entornos tecnológicos y espacios TIC protagonizados por las mujeres de un entorno local determinado aporta las siguientes ventajas:

Facilita la comunicación al poner en conexión a todos los recursos útiles para las mujeres (asociaciones, empresarias, recursos de empleo, cultura, ocio, etc.) vinculados al entorno. Este flujo positivo es de doble sentido, pues potencia la relación de las administraciones con las personas y redes de su entorno, y también las mujeres obtienen así un recurso de primer orden para la difusión de sus actividades y la participación en convocatorias, subvenciones, actividades, etc.

Favorece el trabajo en red entre los recursos de la comunidad virtual para la realización de actividades dentro o fuera de la red. Este trabajo puede servir para la proyección externa, por ejemplo, de cara a la realización de una actividad extraterritorial, que requiera conexiones con recursos y personas que estén fuera del territorio local, etc.

La existencia de espacios virtuales bien gestionados fortalece el tejido social de un territorio, repercute positivamente en la imagen externa del mismo, ya que atrae todo tipo de interacciones -culturales, económicos, políticas- en función de unos intereses similares, en este caso actividades relacionadas con las mujeres.

7. NUEVOS ESCENARIOS, LIDERAZGOS Y RETOS

“Somos el accidente maligno que cayó en tu sistema mientras dormías. Y cuando despiertes, terminaremos con tus falsas ilusiones digitales, secuestrando tu impecable software”

Manifiesto de la Zorra/Mutante

Las redes democratizan y amplían la información y la opinión, multiplican las posibilidades de participación. Son un instrumento para autoconferirnos como pactantes en procesos concretos o acciones de cooperación faciliten las alianzas, hay múltiples ejemplos de éxito entre las primeras campañas en utilizar las redes como soporte de la propuesta destacan la Marcha mundial de las mujeres de 2001¹²⁷ desde Canadá reunió a miles de mujeres ante la sede de ONU para entregar un millón de firmas contra la violencia sobre las mujeres; la Marea Violeta¹²⁸ surge en Málaga y acuñó el término Marea en las protestas sociales; el Apoyo al grupo feminista punk Pussy Riot; las Femen; la Campaña de apoyo a la tunecina Amina Tyler “Mi cuerpo me pertenece y no representa el honor de nadie”, les siguieron muchas más que han usado las redes como un espacio político, actúan como palancas de difusión, pero entre los riesgos vemos que también se pueden banalizar los discursos, menos argumentados, que responden a un impulso sin el sostén de un discurso, ni una organización feminista que planifique y sostenga las acciones, no todo son éxitos.

De la indignación hay que hacer un pensamiento político, re-tuitear o firmar peticiones no basta, sólo es una acción puntual más del activismo, que exige presencia y discurso que lo sostenga. Como nos enseña Celia Amorós que decía Spinoza “las ideas adecuadas confieren potencia de obrar”.

Con las redes afloran nuevos liderazgos, las redes se convierten en los nuevos escenarios, se activan para liderar, surgen nuevas estructuras, nuevos lenguajes y estilos de respuestas.

Hoy los espacios físicos están en retirada, pero son necesarios para consolidar los grupos, son los lugares de encuentro en los

127 - <https://marchemondiale.org/>

128 - <https://www.facebook.com/MareaVioletaMG/>

que hemos forjado el pensamiento, aprendido a argumentar, debatir y a compartir. Un claro ejemplo es como un grupo feminista local “Tertulia feminista Les Comadres”¹²⁹ de Gijón, convoca a través de las redes a todo el país a sumarse al Tren de la Libertad en Madrid el 1 de febrero de 2014 y se consiguió frenar el recorte propuesto por Gallardón ministro del PP a la ley de interrupción del embarazo.

Estas irrupciones en las redes del activismo político hacen que los medios de comunicación sigan a los grupos convocantes, que van ampliando su eco y la repercusión de las citas, invirtiendo así la relación con los medios a los que se llegaba con escaso éxito hasta ese momento.

Las redes cambian las estrategias de trabajo, las ideas se trasladan a imágenes, se diseñan acciones para difundirlas en las redes, se convocan, facebuquean, wasapean y twittean en directo multiplicando el impacto del #feminismoenred.

La proliferación de numerosas herramientas sociales permite diferentes tipos de interacción y comunicación, la generación y publicación inmediata de contenidos y la aparición de nuevas formas de expresión, proporcionan nuevos estilos de conversación, en los que cabe analizar cómo se reproducen los patrones sexistas del lenguaje y del uso del cuerpo de las mujeres.

Las redes sociales se han configurado como entornos de conocimiento colectivo que están marcando nuevas formas de relación, son espacios de conversación multimedia ricos en formatos y en posibilidades que crean nuevos lenguajes y formas de presentarse en el espacio público.

129 - <https://www.comadresfeministas.com/>

El activismo digital de las mujeres tiene muchas caras, muchos grupos y asociaciones de mujeres de todo el mundo han comprendido la importancia del nuevo espacio y dedican parte de su esfuerzo a producir y mantener vivas redes digitales de intercambio, información o solidaridad, se ha generalizado en el movimiento asociativo la necesidad de tener presencia en Internet, pues se ha visto su potencialidad para la difusión y el intercambio, se ha consolidado otra forma de conversación digital, que ha crecido gracias a las nuevas narrativas creadas por los lenguajes digitales.

Las redes se han convertido en un espacio de activismo, que arranca en 1991 en Adelaide, Australia, cuando VNS Matrix¹³⁰, un grupo de artistas y activistas escribieron el “Manifiesto de la Zorra mutante”, un alegato a la creatividad, a la libertad en la red y una denuncia a los usos comerciales excluyentes¹³¹.

*(...) Abres tus alas al viento atómico, que te propulsa de regreso al futuro,
Una entidad que viaja en el tiempo recorriendo las escurriduras del siglo XX,
una maleta espacial, tal vez un ángel alienígena,
asomándote a la profunda garganta de un millón de catástrofes.
Pantallazo de un millón de máquinas conscientes arde brillante
usuarios atrapados en el bombardeo estático de las líneas
mirando sin ver la descarga que garabatea en sus retinas calcinadas
convulso en un éxtasis epiléptico
come código y muere.
...*

130 - <https://vnsmatrix.net/>

131 - <https://e-mujeres.net/wp-content/uploads/2016/07/Manifiesto-de-la-zorra-mutante.pdf>

Error en la línea de comando...
Párpados pesados se pliegan sobre mis pupilas como cortinas de plomo.
Besos de hielo caliente;
mi sinapsis con una precipitación estática;
mi sistema es nervioso;
alarido de neuronas moviéndose en espiral hacia la autonomía.
Flotando en éter, mi cuerpo implosiona.
Me convierto en luz.
Enciéndeme si te atreves.

8. DE LA FORMACIÓN A LA TRANSFORMACIÓN

El primer paso para cambiar la tecnofobia por el tecnointerés es una formación TIC significativa, arraigada en la historia y el saber de las mujeres, rescatando la genealogía de las mujeres en la ciencia y la tecnología. Las primeras programadoras del ENIAC decían que con su trabajo estaban empujando las fronteras, Sadie Plant escribió el relato de las mujeres en la tecnología informática desde Ada Byron, los telares de la revolución industrial, luego las telefonistas, las mecanógrafas..., hasta la participación en los primeros ordenadores y programas de software desarrollados por mujeres.

Esta formación no busca un aprendizaje mecánico de aplicaciones para mejorar la gestión asociativa, nos da los recursos para producir nuevos lenguajes. Creamos nuevos espacios educativos, artísticos, de conocimiento y ciudadanía digital como protagonistas, son nuestras producciones vitales, artísticas y profesionales rompiendo las barreras de los estereotipos de subordinación y sustituirlos por el protagonismo de las mujeres en los usos y producción de contenidos, donde se habla en primera persona como sujetos de la historia.

Hoy la formación sigue empujando esa frontera para que otras participen en un territorio de creación de espacios y conceptos nuevos. El empoderamiento tecnológico de las mujeres es un constante ejercicio de libertades.

Nosotras somos las herederas de las que jugaron antes con los bits. Ahora somos las responsables de reconocernos, nombrarnos y hacer didáctica de cómo usar la tecnología para ensanchar las libertades, mejorar la vida, hacer palanca sobre la felicidad de las mujeres y dejar un legado de mayor libertad a las que vendrán.

BIODATA

Angustias Bertomeu Martínez es Licenciada en Historia, docente, fundadora de la empresa Artefinal Studio www.artefinal.com desde 1999 especializada en desarrollo de productos de internet, contenidos, asesoría y formación digital con enfoque de género.

Fundadora del portal feminista www.e-mujeres.net 1998. Vinculada al movimiento feminista desde los años 70.

Forma parte de AlicanTEC. Grupo de empresas tecnológicas de la provincia de Alicante; Miembro del Consejo Asesor Internacional del Centro Latinoamericano y del Caribe en Género y Sociedad de la Información (LACCWT); BPW Spain, Federación Nacional de Mujeres Empresarias y Profesionales; Past president y fundadora de la Xarxa de dones les Marines; Vocal de la Asociación Clásicas y Modernas.

Ponente del Grupo de Género en la Sociedad de la Información de la OSSIC, coautora del informe "La Sociedad de la Información, una oportunidad para la igualdad".

Profesora colaboradora en distintos formatos: talleres, ponencias, online y presencial en las universidades de Valencia, Castellón, Alicante, Córdoba, Granada, Montevideo, Tegucigalpa, La Habana, Universidad Complutense de Madrid, UOC de Cataluña, y Maestría Género Sociedad y Políticas de la Cátedra de Género y tecnología de FLACSO Buenos Aires.

Coordinadora del Grupo Innovación, de la Mesa de Coeducación de la Conselleria de Educación de la Generalitat Valenciana 2017.

Numerosas ponencias y publicaciones digitales o en papel, entre otras "Sociedad de la Información en femenino" y el capítulo de Claves no sexistas para el desarrollo de software de "La segunda brecha digital". "Adolescentes digitales, una mirada de género"

Artista digital con cuatro producciones: "E-Virgenes", "El Mapa del Cuerpo", "Arte de Mujeres", "Video matón, tu punto de agitación".

Premio Vivienda, Movilidad y Urbanismo con perspectiva de género. Conselleria D'Habitatge. 2019; Premio Corts Valencianes 2019 por la defensa de los derechos de las mujeres; Premio Mujeres emprendedoras

2017. Ayto de Altea. En reconocimiento a la dirección de empresa innovadora y a la trayectoria profesional; Premio Igualdad Angelita Rodríguez 2013. En reconocimiento a la tarea en defensa de los derechos de las mujeres; Premio 8 de marzo 2012 de la Xarxa de Dones. En reconocimiento a la dirección de empresa responsable en igualdad; Premio Distintivo Igualdad 2011 de la Mesa de la Cruz Roja. En reconocimiento a la dirección de empresa responsable en igualdad; Premio Dona 2007. Cortes Valencianas 8 de marzo de 2007. En reconocimiento a su tarea en defensa de los derechos de las mujeres; Primer Premio Nacional del Plan Avanza 2007 en la categoría de Igualdad al proyecto "E-Igualdad: Construyendo la SI para y con las Mujeres" Ministerio de Industria; Premio Mujeres Emprendedoras otorgado 2005 por el Ayto de Alicante; Premio Meridiana a la Comunicación, otorgado por el Instituto Andaluz de la Mujer de la Junta de Andalucía; Premio de Comunicación 2003, otorgado por el Partido Socialista Andaluz de Granada; Su proyecto "Cordobesas enredadas" de formación digital a mujeres ha sido seleccionado por el Programa HABITAT 2002 de la UNESCO como uno de los 40 proyectos de buenas prácticas desarrollados en el mundo.

El papel de las mujeres periodistas en las organizaciones profesionales de periodistas y su incidencia en la comunicación con visión de género: una perspectiva estatal y europea

Elena Tarifa

En memoria de Juana María Ibarra Verdún y Lucía Martínez Odriozola, dos grandes mujeres y periodistas ejemplo de tantas y tantas mujeres que han abierto camino luchando por un periodismo igualitario

- 1. DATOS QUE NOS HABLAN DE DESIGUALDAD**
- 2. ESPAÑA NO ES DIFERENTE**
- 3. LOS DATOS EN EUROPA**
- 4. LA LUCHA POR LA IGUALDAD EN LAS ORGANIZACIONES PERIODISTAS**
- 5. SITUACIÓN EN ESPAÑA Y TEMAS PENDIENTES**
- 6. NUEVOS MEDIOS CON VISIÓN DE GÉNERO**
- 7. DIMENSIÓN EUROPEA**
- 8. LA IMPORTANCIA DEL PAPEL DE LAS MUJERES PERIODISTAS**

“No descubrimos nada nuevo si decimos que los medios de comunicación configuran, hoy por hoy, el nuevo fórum de discusión política y un espacio privilegiado donde se dilucidan los temas que nos atañen, de una manera u otra, a la ciudadanía en general; siendo tan importante su impacto en nuestras vidas, no es gratuito pensar que también conforman parte de nuestra percepción de la realidad, de cómo vemos el mundo, de cómo nos percibimos a nosotros y a los demás; es por eso que nos preocupa la manera como los medios de comunicación presentan y hablan de las mujeres”; con estas palabras comienza un libro pionero en el estudio de la presencia y la ausencia de las mujeres en los medios de comunicación y en el análisis de la información con perspectiva de género, y que reveló el gran desconcierto sobre las cuestiones de género en el ejercicio de la profesión periodística: *El sexo de la noticia*, escrito por diversas componentes de la Asociación de Mujeres Periodistas de Catalunya- ADPC y editado por la Diputación de Barcelona en el 1999. Se trata de una herramienta todavía totalmente vigente para reflexionar sobre la incorporación (o más bien la falta de incorporación) de la visión de género en las informaciones periodísticas, así como sobre el papel de las mujeres en los medios, tanto como protagonistas como como autoras de las noticias. El libro muestra a través de ejemplos concretos de los medios cómo la presencia de hombres y mujeres como en las noticias es absolutamente desigual y cómo es constante el trato desigual al referirse a hombres y mujeres, a través de la repetición de estereotipos, fundamentalmente femeninos, para a continuación presentar una serie de recomendaciones de estilo para facilitar la incorporación de la perspectiva de género, evitando el lenguaje sexista y promoviendo un periodismo más igualitario.

A pesar de los esfuerzos tanto institucionales como legislativos como sobre todo de las diferentes organizaciones profesionales de periodistas que han luchado por visibilizar a las mujeres

en los medios y por lograr un periodismo con perspectiva de género que implique una mirada de la realidad y un posicionamiento para explicar los hechos que tenga en cuenta las experiencias y situaciones de partida diferentes que viven hombres y mujeres, la situación descrita en *El sexo de la noticia* no ha variado mucho 22 años después.

Primero de todo, para hablar de la perspectiva de género en la información periodística, se hace imprescindible hablar de la presencia y el rol de las mujeres en las estructuras elaboradoras de mensajes, los medios; así, muchas investigaciones han puesto el foco en estos últimos años en las pocas mujeres que hay en las direcciones de los medios: la misma Asociación de Mujeres Periodistas de Cataluña-ADPC elaboró una en el 2019 donde se mostraba que la presencia de las mujeres en las direcciones de las redacciones de medios escritos de información general, tanto en papel como en digital era del 22% en Cataluña y del 18% en el Estado Español. El mismo estudio recordaba que las mujeres representaban desde hacía cinco años el 64% de las personas licenciadas en comunicación.

Por su parte, desde organizaciones profesionales como el Sindicato de Periodistas de Cataluña-SPC, se denuncia desde hace mucho que las mujeres periodistas tienen contratos más precarios o directamente trabajan como freelance o falsas autónomas en mayor número que los hombres y que la precariedad laboral instalada en el sector, y que afecta en especial a las mujeres, lleva a sacrificar la calidad del producto informativo y específicamente la perspectiva de género, un elemento de rigor periodístico, que se continúa menospreciando y teniendo como un aspecto muy secundario.

Sin duda, la sociedad es diversa y el periodismo actual no lo está reflejando suficientemente ni en sus estructuras ni en sus

contenidos. El periodismo con perspectiva de género es un elemento clave para un periodismo libre, una garantía de democracia y de libertades. En este artículo pretendo visibilizar y poner en valor de manera cualitativa, el papel de las diferentes organizaciones profesionales del sector y específicamente el de las mujeres que participan en estas, a nivel estatal y europeo en la lucha por conseguir un periodismo con perspectiva de género donde se visibilice libre de estereotipos el papel real de las mujeres en la sociedad y donde las profesionales puedan ejercer su profesión sin discriminación ninguna y en igualdad de condiciones.

1 - DATOS QUE NOS HABLAN DE DESIGUALDAD

El papel de las mujeres en la información fue reconocido internacionalmente por primera vez el capítulo J denominado “La mujer y los medios de difusión”, de la Plataforma de Acción adoptada en la IV Conferencia Mundial de la Mujer celebrada en Beijing en el 1995, cuando se puso en evidencia que las mujeres no aparecían en los medios de comunicación y que cuando lo hacían era bajo parámetros sexistas o estereotipados que degradaban su imagen.

En este capítulo (artículos 234-245) se mencionan dos objetivos estratégicos para corregir esa situación: incorporar medidas para aumentar el acceso de las mujeres a los medios de comunicación, así como su presencia en los órganos con poder de decisión y fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de las mujeres en los medios.

Y es que entonces y ahora todavía las mujeres son sujeto informativo en pocas ocasiones y, cuando lo son, siguen bajo estereotipos sexistas. Por eso, la Plataforma de Acción proponía

varias medidas específicas, entre ellas, el fomento de investigaciones sobre la imagen de la mujer, la promoción de las periodistas en las empresas de comunicación o estimular la producción de contenidos destinados y realizados por mujeres. 25 años más tarde, las sucesivas revisiones de Beijing demuestran que, tanto en el ámbito internacional como en el europeo y en el específicamente español, no se han alcanzado estos objetivos y apenas se han puesto en marcha iniciativas a nivel global destinadas a lograrlos.

Precisamente la IV Conferencia Mundial de la Mujer de Beijing fue el escenario donde se presentaron los resultados del primer *Proyecto de Monitoreo Global de Medios-GMMP*, coordinado por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana-WACC (World Association for Christian Communication), una organización no gubernamental que se basa en los derechos a la comunicación para promover la justicia social, donde participaron 71 países y cientos de personas voluntarias, y que mostró que sólo 17% de los sujetos de las noticias -esto es, las personas entrevistadas o sobre quienes tratan las noticias- eran mujeres. El Proyecto de Monitoreo Global de Medios-GMMP es la investigación más extensa y de mayor duración del mundo sobre género en los medios de comunicación y específicamente sobre la representación de las mujeres en las noticias (radio, prensa, televisión, internet, redes sociales), que se realiza cada cinco años desde aquel 1995.

Los datos acumulados durante 25 años (1995-2020) del GMMP garantizan análisis comparables, precisos y contextualizados y sus resultados se aplican para sensibilizar a nuevas generaciones de periodistas, para crear conciencia en las audiencias de los medios y para abogar por los cambios en las políticas y las rutinas de los medios.

La investigación llevada a cabo en el 2020 y que monitoreó historias publicadas en periódicos, radios y medios audiovisuales y también las difundidas en sitios web de noticias y a través de las cuentas de Twitter de medios de noticias en 166 países en un día específico, revela que 25 años después sigue existiendo una gran disparidad entre la representación de las mujeres y los hombres en los medios de comunicación: en el 2020 las mujeres representan el 25% de las personas escuchadas, vistas o escuchadas en el contenido de las noticias; tan solo se produce un pequeño aumento del 1% desde el informe de seguimiento de 2015.

La proporción de mujeres como sujetos y fuentes en las noticias digitales también tan solo ha aumentado un punto porcentual en general de 2015 a 2020 con una mejora de tres puntos en los sitios web de noticias y una disminución de tres puntos en los tuits de los medios de comunicación.

Por otra parte, el GMMP del 2020 también destaca el aumento de las voces de las mujeres como portavoces y expertas (24% frente al 19% en 2015). La visibilidad de las mujeres como reporteras, sin embargo, ha aumentado sólo un 3% en comparación con 2015 en las noticias impresas y televisivas: cuatro de cada diez historias ahora son reportadas por mujeres, según el GMMP.

El informe de 2020 también ha mostrado una disminución de la presencia de mujeres en las historias de salud, precisamente en un año marcado informativamente por esa temática, y pocas historias sobre violencia de género. Así, las historias sobre violencia de género apenas han aparecido en los titulares, según el informe, y cuando lo hacen, las mujeres y las niñas están fuertemente infrarrepresentadas como sujetos y fuentes. El informe apunta a un aumento de la violencia de género durante la pan-

demia que ha sido mal reflejado en las noticias, lo que indica según el informe “un grave déficit en la responsabilidad de los medios de comunicación hacia las mujeres”.

Otro dato por destacar a nivel global es la ausencia de mujeres mayores en las noticias con sólo el 3% de las mujeres entre 65-79 reflejadas en comparación con el 15% de los hombres de esa misma franja de edad.

Así, los resultados del sexto monitoreo GMMP revelan un panorama agrisado de progreso, estancamiento y regresión; los últimos cinco años han visto pequeños cambios orientados hacia la paridad, pero, al mismo tiempo, el ritmo general de los cambios sigue siendo muy lento a nivel global.

2 - ESPAÑA NO ES DIFERENTE

El monitoreo de medios GMMP del 2020 en España contó con la participación de investigadoras e investigadores de Universidad de Málaga , Universidad de Sevilla , Universitat Autònoma de Barcelona, UPV/EHU, Universidad de Cádiz, el TecnoCampus Mataró-Maresme y la UIC Barcelona, que trabajaron conjuntamente con organizaciones profesionales como la Red Europea de Mujeres Periodistas, el Sindicato de Periodistas de Andalucía - SPA, la Asociación de la Prensa de Mérida y la Asamblea de Mujeres de la APM, así como con las empresas Havas Media Group Global Spain y a 9am Media Lab.

De manera voluntaria y colaborativa, se analizaron 32 medios y 563 informaciones (81 piezas informativas en diarios impresos, 222 noticias en informativos de televisión, 93 informaciones en radio, 77 en prensa digital y 90 tuits). Se computaron 829 autorías y se han referenciado a 1573 personas que son fuente o sujeto de las noticias.

Las circunstancias globales y la gravedad de la situación pandémica mundial enmarcaron, como es obvio, la cobertura informativa constituyendo el enfoque prioritario del 40% del total de las informaciones.

Si miramos sus resultados en cuanto al protagonismo de las mujeres, tal y como pasa en los resultados globales, estos no son muy halagüeños: las mujeres constituyen sólo el 26% de los sujetos sobre los que se informa en prensa, radio y televisión. Para los diarios digitales y cuentas de Twitter, el porcentaje es algo superior, del 31%. Estos porcentajes indican un retroceso de dos puntos respecto al monitoreo anterior en el que el porcentaje era del 28% para los medios tradicionales y 33% para los digitales. El porcentaje de representación también es menor respecto a la media europea que está en el 28%.

Por medios de comunicación, es la televisión la que incorpora un porcentaje más elevado de mujeres (36%) mientras que la prensa tiene como sujetos de sus informaciones a las mujeres sólo en un porcentaje del 21%. El mayor porcentaje de mujeres se concentra, respecto a la cobertura de la información, en el ámbito local con un 40%; porcentaje que cambia respecto al monitoreo de 2015 donde la cobertura predominante era la regional. De manera relacionada, también la mayoría de profesionales (68%) en televisión son mujeres, llegando al 71% cuando nos referimos a presentadoras, incrementándose en 4 puntos respecto al informe de 2015.

En referencia a las mujeres como fuentes de información, los resultados son complejos: la Experiencia personal (50%) y la Opinión popular (50%) son los roles principalmente desempeñados por las mujeres. Como contrapartida, en la categoría de Fuente experta las mujeres pasan del 9% al 34%, un aumento nada desdeñable, aunque todavía lejos de la paridad. Estas ex-

perlas lo son mayoritariamente en los ámbitos sanitarios, educativos y asistenciales: 75% en Medicina, 67% en los ámbitos de la Ciencia, Salud y de lo Social y legal.

Por secciones, las mujeres protagonistas solo son mayoritarias en la sección Género y afines en prensa, radio y televisión (65%) y en los medios digitales (75%). En Social y legal constituyen el 49% en los medios tradicionales; son el 38% en Ciencia y salud y en Celebridades, Cultura y Deportes. La incorporación de una sección temática específica sobre mujeres resulta una oportunidad, pero su análisis revela que solo el 8% de las informaciones hacen referencia a la igualdad de género y a los derechos humanos.

Cabe destacar que, corroborando el sesgo de género, persiste la representación de las mujeres como Amas de casa (75%) y Desempleadas (60%); por su parte, en la representación del personal dedicado a los cuidados y a la salud que, en el contexto actual tienen más visibilidad en los medios, las mujeres son un 43% y un 33% respectivamente.

En cuanto a las profesionales de la comunicación, los porcentajes de mujeres profesionales se distribuyen mayoritariamente en televisión (68%) con un incremento de cuatro puntos con respecto al Informe de 2015. En radio, por el contrario, ha disminuido en tres puntos con respecto al monitoreo anterior y se sitúa en el 56%. Respecto a los datos europeos se evidencia un incremento a favor de los datos nacionales, ya que las profesionales en radio representan el 48 % y el 50% en televisión, según la media europea. Son los hombres los que presentan un porcentaje mayor en la prensa tradicional (69%) y en prensa en internet (60%).

Dado que es la televisión el medio que agrupa al mayor número de profesionales mujeres, el GMMP desagrega por actividad y contabiliza a presentadoras que en el caso de televisión llegan

al 71% y al 69% en radio, produciéndose un incremento respecto a esta actividad que complementa el cómputo global de profesionales.

Como ya se ha apuntado, no se encuentra en el territorio digital indicios claros de cambios sustantivos; en los medios digitales, las profesionales autoras de las informaciones desarrollan su actividad profesional principalmente en Ciencia y salud (38%), en Celebridades, Cultura, Medios y Deporte (38%) pero, sobre todo, en Género y afines (75%).

La edad en la que se representan los sujetos de las noticias en los diarios digitales muestra, como en el resto de medios y como en el monitoreo de 2015, el sesgo por edad entre mujeres y hombres: las mujeres las que tienen mayor presencia informativa durante la edad comprendida entre los 35 y los 49 años (33%), mientras que el mayor porcentaje de varones (37%) representados tienen entre 50-64 años.

Según el análisis de Teresa Vera Balanza, profesora de la Facultad de Ciencias de la Comunicación Universidad de Málaga y coordinadora del GMMP 2020 en España, “estas observaciones sirven para cuestionar tanto el enfoque informativo como las oportunidades que los nuevos medios digitales ofrecen para igualar la participación de mujeres y hombres en la producción de la información; entendemos que los medios nuevos tienen que serlo en un sentido integral”

Para la profesora Teresa Vera, medidas como la implementación de la perspectiva de género en el currículum formativo y profesional de los y las profesionales de la información, el asesoramiento continuo a los medios, la incorporación de editoras/es de género en los mismos, enfoques igualitarios, diversos e interseccionales en las noticias y el uso de un lenguaje inclu-

sivo y respetuoso con las personas y con sus realidades en las informaciones, se presentan como retos imprescindibles para abordar los próximos años en la producción informativa diaria.

3 - LOS DATOS EN EUROPA

Si ponemos la mirada en Europa, donde 32 países europeos participaron en el GMMP 2020, si se ven algunas pequeñas mejoras en la visibilidad general de las mujeres en la agenda de noticias, estos aumentos son mínimos. La investigación de 1995 reveló que solo el 17% de los sujetos noticiosos, las personas entrevistadas o de quienes se trata la noticia, eran mujeres. En el 2020, las mujeres solo aparecen como fuentes o sujetos de noticias en el 28% de éstas (en 2015 había un 25%) y tienen más probabilidades de ser fuentes o sujetos en noticias categorizadas como relacionadas con el género (que comprenden la categoría de tema principal más pequeña (81 historias, <1%) y menos probabilidades de ser incluidas en noticias centradas en la Política / Gobierno (22%).

También las mujeres salen en más ocasiones como testigos oculares u opinión pública en una noticia que como expertas, siguiendo el mismo patrón que en 2015.

Un aspecto importante que destacar es que más países incluyeron medios digitales en su muestra para 2020 y, sin embargo, los medios digitales y Twitter no incluyen más mujeres que los medios tradicionales y de hecho las historias de Twitter tienen menos probabilidades de incluir fuentes de mujeres que cualquier otra plataforma o medio.

Por otra parte, menos del 1% de las historias desafían los estereotipos de género o mencionan las desigualdades de género.

Las mujeres parecen hablar principalmente en el ámbito privado / doméstico y los hombres en el ámbito público / profesional. Cabe señalar también que el 41% de las noticias monitoreadas están firmadas por mujeres, en una tendencia en ascenso que ha continuado desde el primer GMMP en 1995.

Así, en términos de quién escribe y presenta las noticias, en Europa las reporteras monitorizadas están distribuidas de manera más o menos uniforme en televisión, medios impresos, digitales y Twitter, pero con una presencia mucho más reducida en la radio (33%). En cuanto a los presentadores y presentadoras de programas de radio y televisión, algo más de la mitad son mujeres (53%).

En cuanto a los temas, las mujeres reporteras tienen más probabilidades de escribir historias sobre temas relacionados con el Género, Ciencia / Salud y Tema sociales / legales, mientras que los hombres son mayoría escribiendo sobre Política, Gobierno y Crimen. Estos datos son muy similares a los de 2015, lo que demuestra, según Carla Braga Cerqueira, investigadora del Centro de Estudios de Comunicación y Sociedad-CECS de la Universidad do Minho y profesora en la Universidad Lusófona do Porto, Portugal y miembro de GAMAG Europa, que “las mujeres continúan experimentando una segregación horizontal a la hora de acceder a las noticias más prestigiosas, a pesar de la significativa inclusión de las mujeres en los lugares de dirección de todos estratos profesionales en todos estos años, a pesar de que las mujeres son jefas de gobierno, jefas de policía, juezas de la corte suprema o directoras ejecutivas de instituciones europeas, etc...”

Así, según Carla Cerqueira, “es evidente que, en los medios de comunicación a nivel europeo, los datos de seguimiento muestran que las asimetrías de género persisten tanto en los medios

tradicionales como en las plataformas digitales; después de 25 años, los datos revelan que los cambios son extremadamente pequeños y que este es un campo marcado por el estancamiento e incluso la regresión”.

En resumen, el GMMP sigue mostrando que los datos son esenciales para la intervención en el campo de los medios así como la necesidad de reafirmar en los medios de comunicación los objetivos de Beijing, más aún en un momento marcado por la precariedad de la profesión y por los crecientes retrocesos en materia de igualdad de género en muchos lugares del mundo. Este escenario requiere sin duda una posición pública conjunta y decidida de empresas de medios, sindicatos y organizaciones profesionales, organizaciones y colectivos de la sociedad civil, la academia, los gobiernos y las instituciones internacionales.

4 - LA LUCHA POR LA IGUALDAD EN LAS ORGANIZACIONES PERIODISTAS

Sin duda, es una realidad incontestable que en los últimos tiempos la presencia de las mujeres en la profesión periodística es abrumadora, siendo mujeres la mayoría de las nuevas profesionales, con unas redacciones y empresas de comunicación cada vez más feminizadas. Así, podemos decir que el fenómeno de la feminización de una profesión ha sido coetánea y paralela (y no creo por casualidad) a la galopante precarización de la profesión y (tampoco por casualidad) al nacimiento y la consolidación de las primeras organizaciones profesionales del sector, como el primer sindicato profesional del sector, el Sindicato de Periodistas de Cataluña en 1993. Y es que aunque la Federación de Asociaciones de Periodistas de España-FAPE fuera la primera organización profesional de periodistas del Estado Español, fundada en 1922, no ha sido hasta los años 80-90, con la

consolidación de la democracia en nuestro país, cuando los y las profesionales del sector nos hemos comenzado a movilizar activamente bajo la concepción, aún no del todo interiorizada, del y la periodista como un trabajador / a con necesidad de organizarse para conseguir derechos laborales y profesionales y cuando también han surgido las primeras asociaciones profesionales de mujeres periodistas.

Fue también los años 80-90 el momento donde las reivindicaciones de las mujeres ya habían comenzado a llegar a las instituciones en todo el Estado Español, con la creación de organismos con el objetivo de impulsar medidas para mejorar la situación de las mujeres y para garantizar la igualdad de oportunidades entre las mujeres y los hombres, en el marco de lo que se denomina como feminismo oficial o institucional, como con la creación del Instituto de la Mujer (1983), de los primeros planes para la igualdad de oportunidades de las mujeres (1988), o las primeras concejalías de la mujer a nivel local (a partir de 1987).

Como no podía ser de otra manera, las reivindicaciones feministas llegaron también al mundo periodístico con el nacimiento de asociaciones profesionales como la Asociación de Mujeres Periodistas de Cataluña- ADPC (1992), la primera en todo el Estado Español, o la Asociación Española de Mujeres Profesionales de los Medios de Comunicación- AMECO (1994), asociaciones profesionales pioneras, a las cuales seguirían otras muchas, en el análisis de las informaciones de los medios en clave de género y en denunciar y las dificultades para la promoción profesional de las mujeres periodistas en un momento en el que se acuñó el término “techo de cristal” para referirse a estas dificultades, que todavía perviven.

En cuanto a las organizaciones sindicales, hay que decir que durante bastantes años las reivindicaciones de las mujeres fueron

bastante ignoradas, y durante mucho tiempo se desarrolló un sindicalismo que identificaba los problemas e intereses de los trabajadores con los del género masculino exclusivamente. El hecho es que el sindicalismo tradicional ha estado siempre lejos de los problemas específicos de las mujeres; este divorcio entre sindicalismo y mujeres se ha dado sobre todo por la miopía de los sindicatos que no han ido más allá de la situación de las mujeres en el centro de trabajo, actuando a menudo bajo los parámetros paternalistas y proteccionistas; esto ha llevado a que las propuestas sindicales se hayan centrado más en temas ligados al incremento de la presencia o afiliación de más mujeres y en su inclusión en los discursos generales, más que en la concreción de acciones específicas y en la intervención sindical con perspectiva de género.

Fue necesaria la presión del movimiento feminista y la organización de las mismas mujeres sindicalistas para que se introdujeran cambios en este escenario. No es pues hasta los años 70 que se incrementan las presiones a favor de una modificación de la postura tradicional de los sindicatos respecto a las trabajadoras y se amplió en esta década la representación femenina en los órganos de dirección sindicales; esta tendencia se mantuvo a lo largo de los años 80 y 90, aunque con grandes diferencias en la generalización de las demandas de las mujeres en el discurso programático sindical y la consecución real de estos objetivos.

Así pues, el proceso de creciente feminización de la afiliación a los sindicatos no ha ido en general acompañada de un proceso paralelo de cambio, o al menos no en la misma velocidad, en el diseño de una acción sindical con perspectiva de género que tuviera en cuenta la diferente situación de las mujeres en el ámbito laboral y en el acceso a puestos de toma de decisiones. Incorporar paulatinamente la perspectiva de género ha implicado revisar los mitos sobre el concepto de trabajo (horarios,

condiciones laborales...) pero también cambios más pragmáticos, que se han ido implementando en los últimos años en la negociación sindical, aunque no suficientemente, como la reivindicación de cláusulas de igualdad, planes de acción positiva, revisión de categorías profesionales, etc.

Cabe destacar que los nombramiento de mujeres como responsables de la “mujer trabajadora” o Secretarías de la Mujer en los diversos sindicatos de clase primero, siendo la primera en CCOO en 1976, y en sindicatos profesionales, como el SPC, ya desde de su fundación en 1993, impulsaron la lucha tanto interna a los sindicatos como externa, para modificar la situación de discriminación generalizada de las mujeres en el ámbito laboral a través de la negociación colectiva, acciones de formación y de sensibilización.

En cuanto a la participación de mujeres en las organizaciones profesionales de sector, uno de los principales retos ha sido el ligado a la división sexual del trabajo, que sigue dejando el trabajo reproductivo en manos de las mujeres, y que implica la triple jornada de una dedicación sindical o asociativa, que ha supuesto y supone un reto para el protagonismo de las mujeres a los sindicatos y demás organizaciones profesionales, teniendo en cuenta que la mayoría de las organizaciones sociales y sindicales funcionan a partir de los valores, horarios y las formas de organización y participación masculinizadas, donde prevalece el presencialismo.

Por tanto, esta situación ha condicionado mucho la participación de las mujeres en las estructuras de las organizaciones, ya que esta suele representar una elección excluyente de las responsabilidades familiares o personales; y cuando hablamos del acceso a puestos de responsabilidad, este reto es mucho mayor y es uno de los elementos que explica el llamado “techo

de cristal” también en las estructuras de toma de decisión de los mismos sindicatos y organizaciones profesionales.

Así, si en el mundo sindical la presencia y protagonismo de las mujeres no ha sido nunca en primer término, siendo un entorno muy masculinizado, el sindicalismo en el ámbito periodístico no podía ser una excepción. Así, a pesar de las citadas Secretaría de la Mujer, luego de Igualdad, en algunas organizaciones sindicales del sector como el SPC o la Federación de Sindicatos de Periodistas-FeSP (segunda organización profesional de periodistas del Estado, que integra 7 sindicatos de periodistas con más de 2000 profesionales afiliados) desde su fundación en el 2001, la presencia de las mujeres tanto en los órganos ejecutivos como las empresas como delegadas sindicales ha sido muy escasa y también ha sido difícil que los temas de igualdad estuvieran presentes en las mesas de negociación de convenios hasta la llegada un cambio legislativo potente como el de la Ley Orgánica para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres de 2007.

Para hablar de cómo se ha abordado la lucha por la igualdad de oportunidades de mujeres y hombres periodistas en las organizaciones profesionales, así como la evolución del tratamiento de la información con perspectiva de género, nada mejor que dar voz a las mujeres que lo han impulsado en primera persona.

Así, como señala Lola Fernández Palenzuela, Vicesecretaria general y responsable de la Vocalía de Igualdad de la FeSP, y anteriormente Secretaria General del Sindicato de Periodistas de Andalucía-SPA, “el papel de estas secretarías ha sido importante y determinante para trabajar el tema de la igualdad en nuestra organización y sobre para hacer de ello un tema transversal que es como se tiene que trabajar; los compartimentos estancos no sirven”.

De lo que no hay duda, como señala María Angeles Samperio, actual presidenta del Consejo de Género de la Federación Internacional de Periodistas-FIP (la organización de periodistas más grande del mundo, que representa a 600.000 profesionales de los medios de comunicación de 187 sindicatos y asociaciones en más de 140 países.) y que fue presidenta de la Asociación de Periodistas de Cantabria-APC durante 16 años y miembro de varias ejecutivas de la FAPE, “los sindicatos y organizaciones profesionales tienen un papel clave que desempeñar para garantizar que los medios respalden plenamente las cuestiones de igualdad de género, tanto en el contenido de las noticias como en sus convenios colectivos y políticas internas “.

La Federación de Asociaciones de Periodistas de España- FAPE (primera organización profesional de periodistas de España con 50 asociaciones federadas y 17 vinculadas que en conjunto representan a cerca de 19.000 asociados/as), no cuenta con una secretaría o vocalía específica pero la igualdad de género se aborda desde hace años: según María Ángeles Samperio, se han celebrado multitud de reuniones y talleres a lo largo de estos años, se han editado guías de buenas prácticas en algunas asociaciones que FAPE ha hecho suyas, y hace unos años se realizó una amplia encuesta para conocer la postura y el sentir de los periodistas sobre los temas de igualdad que ha servido para implantar diferentes estrategias que se han recomendado tanto a las asociaciones que forman parte de la Federación como al colectivo profesional en su conjunto; “desde FAPE se anima a trabajar por la igualdad y son las diferentes asociaciones las que, en mayor o menor grado, realizan actividades; por ejemplo, algunas tienen observatorios para denunciar situaciones de desigualdad, otras han creado agrupaciones de mujeres periodistas, etc..”

Según Lola Fernández, en la FeSP los temas principales desde un primer momento han sido el trabajo de las y los compañeras

freelance y los llamados ‘colaboradores’, lo que son falsos autónomos, el grueso de los cuales son compañeras periodistas; también el tema de la brecha salarial y la falta de representación de las mujeres al frente de la dirección de los medios y de las jefaturas en las empresas periodísticas; el tema del acoso sexual también ha sido un tema importante, la lucha contra esta violencia en las redacciones así como contra el creciente acoso online a las mujeres periodistas.”

También en el Sindicato de Periodistas de Catalunya-SPC temas como el de las colaboradoras o periodistas a la pieza, tradicionalmente fuera de la intermediación sindical, han sido abordados teniendo en cuenta la especificidad de la situación de las mujeres en la profesión ya que la mayoría de las colaboradoras, muchas en realidad plantilla encubierta, eran y siguen siendo mayoritariamente mujeres, que optan a esta forma de trabajo para poder conciliar su vida familiar y laboral; esto las ha abocado a una situación de mayor precariedad e indefensión en cuanto a derechos laborales y profesionales, a falta de una imprescindible regulación de la figura del / la periodista a la pieza.

Precisamente el tema de la conciliación de la vida familiar y laboral fue uno de los primeros en ser abordados cuando asumí la responsabilidad de la entonces Secretaría de la Mujer del SPC en noviembre del 2000, cuando a raíz de la aprobación de la Ley para promover la conciliación de la vida familiar y laboral de las personas trabajadoras, organizamos diversas acciones, incluida una encuesta que respondieron mujeres periodistas de toda Cataluña, donde se hizo evidente las dificultades para la conciliación de la vida personal y profesional para la inmensa mayoría de las encuestadas. Otro tema que abordamos desde la entonces Secretaría de la Mujer fue el de la visión de género en la información y el de las mujeres y la diversidad cultural en los medios, tratando de romper estereotipos a través de la

realización de mesas redondas y módulos de formación con el objetivo incidir en la visión que dan los medios de una sociedad más diversa de lo que reflejan, tanto desde el punto de vista de diversidad de género, de origen, funcional, etc. Es desde esta perspectiva que la Secretaría de la Mujer pasó a ser años más tarde Secretaría de Igualdad, con el fin de poder trabajar por la igualdad de oportunidades en los medios con una perspectiva más amplia, siempre con el protagonismo de las mujeres de la profesión.

Un momento de inflexión en la percepción social y sobre todo empresarial de la igualdad como un factor clave a incluir en la acción sindical, fue a raíz de la aprobación de la Ley Orgánica para la igualdad efectiva entre hombres y mujeres a nivel estatal en marzo de 2007, que sirvió de marco para que todas las políticas públicas consideraran la igualdad de género como un elemento imprescindible y transversal de todas sus acciones y para concienciar a la sociedad sobre el derecho a la igualdad de oportunidades y sobre la su importancia en la vida pública y privada de las personas. Un aspecto fundamental de esta Ley es su concreción en las empresas y en las relaciones laborales. En este sentido, la Ley modificó el Estatuto de los trabajadores y obligó a negociar en todos los convenios laborales medidas dirigidas a promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito laboral o, en el caso de empresas de más de 250 trabajadores / as, la realización y puesta en marcha de planes de igualdad. Así, desde la Secretaría de Igualdad del SPC trabajamos para impulsar que los convenios de las empresas de comunicación incorporaran medidas y acciones específicas dirigidas a promover la mejora de las condiciones laborales y profesionales de las mujeres que trabajan así como la realización de Planes de igualdad, a través de mesas redondas, acciones formativas a representantes sindicales y un folleto informativo específico sobre la Ley de Igualdad entre

mujeres y hombres y su aplicación a las empresas y medios de comunicación del territorio.

Por su parte, la ahora Vicesecretaria de la FeSP Lola Fernández, relata su experiencia al frente Sindicato de Periodistas de Andalucía-SPA, del cual fue fundadora y que se constituye a finales de 1999, con una representación igualitaria de mujeres y hombres y con mujeres en las secretarías que podemos denominar más fuertes, como es la Secretaria General o la de Acción sindical. También destaca que cuando se configuraron las secretarías provinciales, en su mayoría fueron mujeres las que ocuparon las secretarías generales de estas. “El tema de la igualdad siempre ha estado presente desde sus inicios, asumiéndolo como transversal en todas nuestras acciones y también de modo particular realizando acciones concretas como por ejemplo jornadas monográficas como las distintas ediciones realizadas de ‘Objetivo Mujer’ o los distintos proyectos desarrollados sobre ‘Mujeres Migrantes’ entre otras actuaciones”, explica la periodista granadina.

La reivindicación de la paridad en los debates y tertulias fue uno de los detonantes para la creación de la Asociación de Periodistas Feministas de Castilla y León-APFCyL, que surge en el otoño de 2017 a raíz de un congreso de columnismo que se celebraba en León y que no tenía firmas de mujeres en el cartel que sacaron para anunciarlo, según relata Ana Gaitero, redactora del Diario de León y fundadora y actual presidenta de la APFCyL. “Reivindicamos la paridad en tertulias y debates, así como ampliar la agenda mediática a los trabajos invisibles y no remunerados de las mujeres; también promovemos la formación de periodistas en perspectiva de género y nos vinculamos a los movimientos feministas y a los foros de participación del feminismo en instituciones”, explica la periodista leonesa. Incorporar la perspectiva de género como una práctica cotidiana

en las rutinas de trabajo de redacciones y gabinetes de prensa o comunicación, denunciar desigualdades, tratamientos sexistas o discriminatorios y malas prácticas en las noticias sobre violencias machistas, al igual que todo el sustrato que las sostiene, desde los micromachismos a las violaciones, agresiones sexuales y asesinatos, son otros de los objetivos de la Asociación. Así, cabe destacar que las malas prácticas en el tratamiento informativo de la violencia de género han ocupado una parte muy importante de la actividad de la asociación desde su inicio: “nuestras herramientas son las redes sociales (estamos preparando la web) y hemos organizado dos jornadas formativas con expertas en Valladolid y León con amplia participación”, especifica la también miembro del Secretariado de GAMAG Europa Ana Gaitero.

5 - SITUACIÓN EN ESPAÑA Y TEMAS PENDIENTES

Hemos visto diversos temas que se han abordado desde algunas las principales organizaciones profesionales del país durante estos años para lograr unos medios igualitarios pero, ¿cómo ha evolucionado la situación de las mujeres periodistas y del periodismo no sexista en España? ¿Cuáles son los retos pendientes?

Según Lola Fernández, Vicesecretaria general de la FeSP, “sin duda hemos avanzado mucho y sin duda nos queda todavía mucho camino que recorrer. Es preciso seguir trabajando para eliminar todo lo que venimos arrastrando desde hace siglos. La prensa es un fiel reflejo de sus sociedades y el patriarcado y la violencia en todas sus formas hacia las mujeres es una realidad, en nuestras sociedades y es su prensa”.

Desde su experiencia internacional, María Ángeles Samperio, anterior vicepresidenta de la FAPE y ahora presidiendo el Con-

sejo de Igualdad de la FIP, “España, en general, es un país que va por delante en muchas cuestiones de género, sobre todo en comparación con otros países europeos cuya imagen parece más avanzada en estas cuestiones; sin embargo, aunque en el periodismo los avances han sido muchos, la complicada situación de la profesión en estos momentos hace que la precariedad se cebé más en las mujeres que en los hombres periodistas; llegan a menos a puestos de responsabilidad, tienen contratos más eventuales o son en gran medida ‘freelance’; y la pandemia ha provocado un empeoramiento de la situación; aquí hay que sumar el aumento del estrés de las periodistas por la dificultad de conciliar temas laborales y familiares, que han aumentado en esta etapa de confinamiento y teletrabajo improvisado.”

El acoso laboral y sexual sigue siendo una realidad y un tema que preocupa especialmente es el del ciberacoso, que padecen en mayor medida las mujeres periodistas, como han recogido varias encuestas. Para Lola Fernández, “seguimos teniendo frente abiertos de mucho calado: falta de una igualdad real tanto en lo laboral como en lo profesional que sin duda sigue dificultando el ejercicio de poder informar a la ciudadanía de una forma rigurosa y real sobre lo que pasa en el mundo; el techo de cristal y los sueldos pegajosos siguen estando ahí; la presencia de las mujeres en los lugares de decisión, dirección de medios, jefaturas de sección, etc., sigue siendo altamente deficitaria. Por otra parte, las mujeres seguimos siendo el grueso más significativo de los “falsos autónomos” y las cuestiones de conciliación todavía están lejos de ser resueltas, como bien ha mostrado la pandemia”.

En cuanto al tratamiento de la información con perspectiva de género, según la opinión de Ana Gaitero, presidenta de la APFCyL, “es una buena noticia que haya muchas periodistas en las redacciones y que algunos medios cuenten con editoras de género o puestos similares, pero la agenda informativa sigue

siendo bastante tradicional; el cambio se está haciendo desde los huecos ocupados tradicionalmente por mujeres, como son las secciones de Sociedad que en algunos medios van impregnando al resto de rutinas con perspectiva de género, pero falta un cambio real en los núcleos centrales de poder de los medios, desde las cúpulas empresariales a las direcciones, que realmente apueste por una información con perspectiva de género, diversa y plural.”

Según María Ángeles Samperio, “el tratamiento de la información con perspectiva de género es irrenunciable para hacer un periodismo creíble y de calidad y para el avance de la igualdad; los periodistas, hombres y mujeres, debemos formarnos para poder enfrentar este reto con éxito; en este sentido, es imprescindible contar con más mujeres concienciadas sobre esta necesidad al frente de los medios de comunicación”

Para Lola Fernández, quedan muchos temas pendientes de corregir para poder lograr una información con perspectiva de género: el lenguaje sexista, la falta de fuentes informativas femeninas, la utilización de clichés y estereotipos....”El esfuerzo y trabajo que el feminismo viene desarrollando desde hace décadas no ha caído en saco roto si bien debemos seguir trabajando; 26 años después de la Conferencia de Beijing, seguimos luchando por conseguir lo que se marcó como imprescindible en ese momento; la formación sigue siendo un pilar básico para eliminar los tics machistas que siguen existiendo y para hacer un mejor tratamiento de la violencia machista, y aunque en este aspecto hay que reconocer que hemos avanzado bastante, nos queda todavía mucho que seguir trabajando” Según la vicesecretaria general de la FeSP, acciones como la creación del movimiento de Las Periodistas Paramos en 2018 y el trabajo que desde los sindicatos y organizaciones de periodistas se viene haciendo desde hace años, no está cayendo en saco roto.

“Somos más combativas y también contamos con el apoyo de muchos de nuestros compañeros que se han sumado también a esta lucha y esto es importante.” “La formación, la denuncia constante y la formulación de propuestas nuevas son tareas básicas para seguir avanzando, así es como se van consiguiendo cosas importantes para luchar contra el patriarcado en los medios y en la sociedad; planes de igualdad obligatorios, comisiones/comités de igualdad, comisiones ante acoso, editoras de género, formación específica... todo ello ayuda a ir afianzando un espacio libre de violencias y restituir el derecho de las mujeres a la igualdad y con ello sociedades más libres y justas”, asegura Lola Fernández.

6 - NUEVOS MEDIOS CON VISIÓN DE GÉNERO

En la evolución de la información con perspectiva de género no podemos olvidar el importante papel que ha jugado en los últimos años medios específicos creados para visibilizar noticias protagonizadas por mujeres, así como para informar con visión de género sobre todos los temas de actualidad, muchos impulsados por organizaciones profesionales de mujeres periodistas y comunicadoras. Este es el caso de AMECOPRESS, una agencia de información especializada, impulsada desde la Asociación Española de Mujeres Profesionales de los Medios de Comunicación-AMECO, que desde 2006 elabora, difunde y transmite información periodística desde la perspectiva de género, implicando tanto la elaboración de información de actualidad, aplicando la óptica y tratamiento no sexista como la inclusión en la agenda mediática de temas ausentes que no son recogidos por los medios de comunicación. Así, esta agencia de género, articulada en torno a las nuevas tecnologías de la comunicación (TICs), cuyo soporte e instrumento de difusión es Internet y el trabajo en línea, en su funcionamiento es similar a una agencia

de noticias convencional: realiza contenidos propios relacionados con la actualidad, las noticias, información de fondo y análisis de la realidad social a través de reportajes de investigación, dossieres especializados sobre temas específicos y también proporciona un corpus documental sobre la representación y la imagen de las mujeres en los medios de comunicación, sobre legislación y actualidad jurídica así como sobre iniciativas empresariales, académicas o de cualquier otro tipo que estén relacionadas con las mujeres y la comunicación; sus paquetes informativos se envían actualmente a más de 62.000 suscripciones nacionales e internacionales.

También es el caso de La Independent, la primera agencia catalana de noticias con visión de género, impulsada en el 2007 por la Asociación Dinamizadora de la Red Internacional de Mujeres Periodistas y Comunicadoras de Cataluña- AD.XIDPIC.CAT, una asociación creada en 2005 por un grupo de mujeres periodistas y otras vinculadas a profesiones relacionadas con la comunicación, conscientes del papel de los medios de comunicación en la difusión y reproducción de modelos de comportamiento y la necesidad de pensar y difundir modelos no discriminatorios y que fomenten la igualdad. Las Tecnologías digitales de Información y Comunicación (TIC) han constituido la herramienta estratégica de los diversos proyectos que impulsa la Asociación, proyectos que tienen el objetivo de sensibilizar a la ciudadanía a través de los medios de comunicación sobre la perspectiva de género, como es el de La Independent, 100% online y que se envía a través de un boletín de noticias semanal por suscripción a más de 3000 entidades, organizaciones y particulares.

La AD-XIDPIC.CAT se creó bajo el paraguas de la Red Internacional de Periodistas con Visión de Género-RIPVG, una organización creada en noviembre de 2005 en Morelia, México, inicialmente integrada por profesionales de 14 países con el objetivo

de sumar a periodistas de todo el mundo de forma individual o colectiva de priorizar la perspectiva de género en su trabajo, a las mujeres como fuente de información y el promover el uso del lenguaje no sexista, así como potenciar el periodismo feminista y su producciones en los diferentes soportes. La RIP-VG está integrada actualmente por miembros de 35 países y ha realizado hasta ahora siete encuentros internacionales: Morelia, México; Oviedo, España; Bogotá, Colombia; Fez, Marruecos; Yucatán, México; Barcelona, España; Montevideo, Uruguay.

Otro ejemplo de periodismo con perspectiva feminista es Pikara Magazine, una revista nacida en el 2010 que trata todo tipo de temas sociales, políticos y culturales con una mirada feminista crítica e interseccional, inspiradas por proyectos anteriores como el periódico Andra o la revista Frida en Bilbao y por proyectos de comunicación feminista como Mujeres en Red y Bitch Media, bajo la convicción de que la perspectiva de género es una herramienta imprescindible para un buen periodismo. Actualmente, apuesta por la comunicación feminista en diferentes formatos y espacios; a parte de una web, es también una revista en papel autoeditada y también ofrece formación y asesoría, actividades culturales y proyectos en colaboración con otros medios de comunicación crítica.

7 - DIMENSIÓN EUROPEA

Tal y como hemos visto en los resultados del GMMP 2020 y anteriores, la situación del periodismo a nivel europeo dista también de ser igualitaria. De hecho, en la Federación Europea de Periodistas-FEP, la organización de periodistas más grande de Europa, que representa a más de 320.000 periodistas de 72 Sindicatos miembros en 45 países, no cuenta con una área específica de trabajo por la igualdad de género, aunque este sea uno de sus objetivos transversales. La Federación Internacional

de Periodistas -FIP sí que cuenta con un Consejo de Género, en el cual hay dos representantes por Europa, una de ellas Sofía Branco, presidenta del Consejo Ético del Sindicato de Periodistas de Portugal. Según Branco, “en Europa hoy el periodismo es más paritario, en número, lo que es importante, al menos desde el punto de vista simbólico; pero persiste el ‘techo de cristal’ -muchas menos mujeres en cargos de liderazgo- y también son muchas menos las mujeres sujeto de noticia y fuentes de información”. Según Branco, también hay todo un debate a hacer sobre el hecho de muchas mujeres periodistas que no se involucran con la igualdad de género, no trabajan el tema y todavía menos se identifican como feministas.

María Ángeles Samperio, que es desde junio del 2019 la presidenta del Consejo de Género de la FIP, explica que “la situación de las mujeres periodistas en algunos países europeos, como por ejemplo Rusia, es muy complicada, ya que no podemos obviar que los regímenes políticos autoritarios y la llegada al poder en otros casos de la ultraderecha está suponiendo retrocesos importantes en igualdad que afectan también a las periodistas”.

El Consejo de Género de la FIP está comprometido con una representación de género justa en los medios y en línea con un compromiso con el periodismo ético, lucha contra la discriminación y apoya un periodismo de calidad mediante la publicación de informes para promover las mejores prácticas periodísticas. Junto a los sindicatos afiliados a la FIP, desde el Consejo de Género se promueven leyes más fuertes sobre igualdad salarial, transparencia e igualdad de derechos; acabar con el techo de cristal y con la precariedad conseguir condiciones de trabajo dignas para todas las mujeres en los medios y se aboga por que los Estados tomen medidas urgentes para reforzar las leyes contra la violencia de género en todas sus formas y que

los medios asuman su responsabilidad para la seguridad de las mujeres periodistas. Uno de los asuntos prioritarios del Consejo es la lucha contra la violencia de género en el trabajo y por ello la FIP se ha unido al Movimiento Sindical Global para tomar medidas y hacer presión para que la OIT establezca un nuevo convenio para afrontar las diferentes formas de violencia de género que se producen en el mundo del trabajo, con la Campaña ***Acabemos con la violencia contra las mujeres periodistas; por un convenio de la OIT.*** En referencia a Europa, los temas más abordados en este último año en referencia a la igualdad de género han sido, según Sofia Branco, el impacto de la pandemia en el trabajo de las mujeres periodistas, pero también la violencia de género, el ciberacoso, la discriminación en el mundo del deporte a raíz de la cobertura de los Juegos Olímpicos de Tokio y también la importancia de introducir el género en los planes de apoyo europeos.

Para Branco, sin embargo, el Consejo de Género “es simbólicamente importante, pero todavía no tiene mucho peso dentro de la FIP y tiene que luchar por recursos, financiación, visibilidad externa, etc.”

A nivel europeo han surgido diversas iniciativas de organización de las mujeres periodistas; en 1993 un grupo de periodistas de la Asociación de Mujeres Periodistas de Catalunya-ADPC crearon la Red Europea de Mujeres Periodistas, una asociación de ámbito estatal y que empezaría a trabajar conjuntamente con las periodistas italianas y griegas bajo el paraguas de la entonces Comunidad Económica Europea (CEE); entre las diferentes actividades que han llevado a cabo, cabe destacar que en 1995 y aprovechando la cumbre europea sobre el Mediterráneo, organizaron las jornadas “Las mujeres, el Mediterráneo y el Futuro” con la participación de mujeres periodistas de las dos orillas y desde 1997 se ha trabajado con la Asociación AFEM

(Asociación de Mujeres de la Europa Meridional) con sede en París, y que reúne a diferentes asociaciones de mujeres de España, Francia, Portugal, Italia y Grecia, en diversos estudios y publicaciones sobre la situación de las mujeres en Europa y la toma de decisiones.

Una iniciativa más reciente y de carácter más transversal ha sido la de la creación del capítulo europeo de la Global Alliance on Media And Gender-GAMAG en junio del 2015. GAMAG fue impulsada por la UNESCO y más de 500 organizaciones en el primer Foro Mundial sobre Género y Medios de Comunicación celebrado en Tailandia en 2013. Su objetivo es promover la igualdad de género a través de los medios de comunicación y realizar el seguimiento de la implementación de la sección J de la Declaración y Plan de Acción de Beijing de 1995 sobre la mujer y los medios. GAMAG trabaja a cuatro niveles: el sector público con representantes de las instituciones que trabajan por la igualdad, los gobiernos, organismos reguladores etc.; el de los medios, con representación de grandes y pequeños medios públicos y privados; la Sociedad Civil con todo tipo de ONG's, Sindicatos y asociaciones que trabajan desde cualquier punto de vista por la igualdad en los medios y el de la investigación con la Universidad y con los grandes grupos de investigación independientes.

Los primeros pasos de GAMAG Europa se empezaron a dar en Marzo del 2015 en la reunión de Conferencia sobre la Situación de la Mujer-CSW15 en New York, donde se compartieron los valores de GAMAG y su estrategia para aumentar los niveles de igualdad en los medios pero donde, según Teresa Carreras, una de las fundadoras del Capítulo, "también se visibilizó que el Punto J de la Plataforma de Beijing era el que gozaba de más incumplimientos a nivel internacional y que ni UN ni UNESCO lograban llegar a las mujeres periodistas que eran con las que

tenían que trabajar principalmente para introducir la perspectiva de género en los contenidos de los productos escritos y audiovisuales en sus empresas”. Fue a raíz de ese encuentro y de esa constatación que varias periodistas de diversos países europeos que participaron se plantearon sumar fuerzas para constituir GAMAG Europe el 17 de junio de ese año en el Palacio de Naciones de Ginebra en el marco de un encuentro auspiciado por la UNESCO. “En esta reunión se vio claro que la base de la estrategia tenía que ser crear en Europa una red de comunicación y género en un sentido amplio de la palabra que incluyera a las mujeres periodistas de todo el continente para defender sus temas profesionales más apremiantes y empezamos a diseñar la estrategia para el capítulo regional europeo”, explica la ahora coordinadora del GAMAG Europa Teresa Carreras.

Según Carreras, “la situación de las mujeres periodistas en Europa está estancada; mientras ellas llenan las aulas de la universidad, primero, y luego las redacciones de periódicos y medios audiovisuales, muy pocas llegan a dirigir los medios”; y es que, en el informe del Parlamento Europeo sobre la Igualdad en los Medios de Comunicación de la UE, en 2017, 35,8 % en puestos ejecutivos eran para mujeres, 37,7 % en puestos no ejecutivos y 33,3 % como miembros de consejos de administración. “Sobre todo hace falta que se haga un trabajo conjunto de organizaciones sindicales, asociaciones de periodistas, empresas de la comunicación y legisladores para que las aspiraciones del sector, en concreto las referentes a igualdad de género, se conviertan en ley” explica la Coordinadora de GAMAG Europa, que cuenta con un grupo de coordinación con más de 30 componentes de una veintena de países europeos.

En cuanto a la incorporación de la perspectiva de género en la información, “lo que estamos intentando es que en todas las redacciones de los medios de comunicación haya periodistas,

hombres y mujeres, que hagan la información con visión de género; en algunos medios existe ya la figura de Defensora de la Igualdad y desde GAMAG Europa promovemos que en cada medio se escoja democráticamente a esta figura entre sus redactores y redactoras”, explica Teresa Carreras; “si se ha avanzado en este aspecto ha sido gracias al trabajo de las mujeres periodistas y organizaciones que han preparado herramientas útiles como decálogos para el tratamiento de la violencia de género en los medios y han insistido dentro de sus medios y también en su espacio político para que se respeten y se garantice su cumplimiento.”

8-LA IMPORTANCIA DEL PAPEL DE LAS MUJERES PERIODISTAS

Pero, ¿ha sido la participación e implicación de las mujeres en las diferentes organizaciones profesionales a nivel estatal y europeo, así como el trabajo en red importante para visibilizar las discriminaciones de género en la profesión periodística y los medios? ¿Ha sido su papel determinante para poder trabajar los temas relacionados con igualdad de género en la profesión? ¿La participación de las mujeres ha influido en el tratamiento de la información con perspectiva de género en los medios?

Desde mi experiencia al frente de la Secretaria de igualdad del SPC durante más de 10 años, han sido las mujeres del Sindicato las que durante desde el principio han puesto sobre la mesa temas como la conciliación de la vida laboral, familiar y personal, los usos del tiempo, la corresponsabilidad, el acoso sexual, los techo de vidrio, las medidas de igualdad, etc., en el marco de la acción sindical del SPC y también a nivel interno, donde costó que estos temas tuvieran eco; su papel ha sido imprescindible sin duda.

Para Sofía Branco, vocal para Europa en el Consejo de Género de la FIP, la participación e implicación de las mujeres en las diferentes organizaciones profesionales a nivel europeo ha hecho avanzar ciertos temas y visibilizar las discriminaciones de género en la profesión periodística y los medios, pero “solo de algunas, no de todas, ya que algunas mujeres periodistas no por sólo por ser mujer tienen esa conciencia y confirman los estereotipos; por ello es necesario educar y formar para la igualdad, no es sólo una cuestión de número, hay que cambiar mentalidades, de hombres y mujeres.”

Para María Ángeles Samperio, recordando su trayectoria como presidenta de la Asociación de la Prensa de Cantabria y como vicepresidenta de FAPE, “ha sido fundamental la llegada de las periodistas a las organizaciones y a la dirección de las mismas y también que se hayan podido ir venciendo las reticencias de los hombres periodistas que dominaban las presidencias de las asociaciones y de la propia FAPE. Sigue siendo difícil llegar a ser directiva de un medio de comunicación, pero tampoco lo era llegar a las cúpulas de las asociaciones ni que los compañeros entendieran el tema del género. Eso ha ido cambiado y ahora es mucho más sencillo que estas cuestiones se peleen de una forma compartida; la FAPE ha tenido ya dos presidentas y varias vicepresidentas y el número de presidentas en las diferentes asociaciones de prensa es ya muy elevado”

Para Teresa Carreras, coordinadora de GAMAG Europa, la participación e implicación de las mujeres en las diferentes organizaciones profesionales a nivel europeo e internacional, así como el trabajo en red, ha sido y es fundamental para visibilizar las discriminaciones de género en la profesión periodística y los medios: “creo que las mujeres periodistas de las diferentes asociaciones de GAMAG Europa han hecho un esfuerzo por organizarse en red por la igualdad de género porque dan así más

sentido a su trabajo; es solo cuando las organizaciones profesionales globales se nutren de los inputs del trabajo de las asociaciones y de las profesionales que trabajan sobre el terreno es cuando son realmente representativas”.

Así, según Lola Fernández, vicesecretaria general de la FeSP, “la creación de espacios de debate y de lucha comunes nos ha hecho más fuertes; las nuevas tecnologías también nos han ayudado a poder crear redes de trabajo y conocimiento potentes que nos permiten saber qué está pasando y apoyar a compañeras y sumarnos a acciones que distan miles de kilómetros de nuestras ciudades y pueblos; la discriminación por razón de género en el periodismo y en los medios no deja de ser un reflejo más del mundo en el que vivimos, por ello es importante compartir nuestro trabajo y conocimiento con todos los otros sectores que sufren esas mismas discriminaciones y violencias. Y esto solo se puede hacer desde el feminismo y el trabajo en red”.

Esta misma postura es compartida por Ana Gaitero, presidenta de la Asociación de Periodistas Feministas de Castilla y León-APFCyL, quien cree que “la base de todo ha sido la forma de trabajar del feminismo, que ha permeado en las organizaciones de periodistas.” También destaca la importancia del trabajo de las redes de periodistas a nivel europeo e internacional, “que han dado el impulso a la perspectiva de género desde la conexión de experiencias, el contacto con profesionales de referencia en diferentes países y el soporte anímico y moral que proporciona lo colectivo.”

“Es evidente que la participación activa de las mujeres ha cambiado mucho las cosas, pero las organizaciones, los sindicatos, tienen que cambiar todavía mucho: deshacerse de estereotipos y compartir, hombres y mujeres, la defensa de la igualdad; si

somos capaces de luchar codo con codo con los hombres, los logros serán mayores; la visibilización de las discriminaciones todavía ahora requiere de esfuerzo continuado y por parte de todas y todos”, expresa María Ángeles Samperio sobre la necesidad de esta lucha conjunta en la profesión.

Lucía Martínez Odriozola, que nos dejó este verano, y que fue presidenta de la Asociación Vasca de Periodistas, impulsora del Colegio Vasco de Periodistas, vicepresidenta de la FAPE y coordinadora de la Red Internacional de Periodistas con visión de Género, constataba en una entrevista a Pikara Magazine, revista de la que ella fue una de las fundadoras, que “en algunas cuestiones la sociedad va por delante de muchos medios y es paradójico esto porque son los medios de comunicación los que deben darnos noticia de los cambios sociales pero son los que se han mostrado más reticentes a determinados avances de las mujeres, como se ve en el caso de las pocas mujeres en puestos de dirección y decisión de los medios”.

Para esta referente del periodismo y del feminismo vasco, estatal e internacional, “incluir la perspectiva de género en el periodismo no es una cuestión de sensibilidades, es una cuestión de profesionalidad y de rigor en el trabajo. A mí me parece que la perspectiva de género es una herramienta imprescindible para explicar la realidad y no puedo más que utilizarla.”

BIODATA

Elena Tarifa Herrero. Nacida en Barcelona el 8 de mayo de 1973, madre de dos hijas, periodista, feminista, activista social, licenciada en Ciencias de la Información, sección Periodismo, por la Universidad Autónoma de Barcelona, Máster en Políticas Públicas de Igualdad de Género por la Universidad Pompeu Fabra.

Experta en Comunicación y Género, desde hace muchos años está ligada a organizaciones de periodistas y a redes de mujeres en el ámbito de la comunicación y el género, empezando por su implicación en la Asociación de Mujeres Periodistas de Catalunya-ADPC, en el proyecto europeo Mujeres Periodistas en Internet (1996-97), entre otros, pasando a su vinculación con el Sindicato de Periodistas de Catalunya-SPC, donde fue responsable de la Secretaría de la Mujer (luego de Igualdad) del 2000 al 2013, desde donde también participaría en la organización de tres encuentros internacionales sobre la Libertad de prensa en el mundo, auspiciados por diferentes asociaciones de periodistas.

En el marco de su implicación en la Asociación dinamizadora de la Red Internacional de Periodistas con Visión de Género en Cataluña- Xidpic.Cat, participó en diversos foros de mujeres periodistas y comunicadoras a nivel estatal e internacional, coordinando también la newsletter "Mujeres periodistas en el Mediterráneo" y fue una de las impulsoras en el 2008 de la primera agencia de información con visión de género en Cataluña, La Independent. También es una de las fundadoras de la Asociación Mon Comunicació, dedicada a la promoción de la información con perspectiva de género. Desde el 2015 forma parte del Secretariado de la Alianza Global por el Género y los Medios en Europa- GAMAG Europe, y desde el 2019 también de la Junta Ejecutiva General de la Federación de Sindicato de Periodistas- FeSP, como responsable de las relaciones con la Federación Europea de Periodistas- FEP y la Federación Internacional de Periodistas-FIP.

Gran parte de su trayectoria profesional ha sido como periodista free-lance, tanto como redactora como también en tareas de gabinete de comunicación y prensa, principalmente colaborando en proyectos del Tercer Sector, relacionados con las TIC y de ámbito internacional; después de unos años como agente de igualdad en diversos municipios de Barcelona, decidió dar un salto a la política formal y actualmente desarrolla su actividad profesional principal en el Ayuntamiento de Barcelona como Concejala de Distrito, manteniendo su activismo en el ámbito del periodismo y el feminismo.

El periodismo con perspectiva de género desde las periferias

Ana Gaitero Alonso¹³²

132 - Desde 1988 hasta hoy trabajo en Diario de León. En cursiva, aporéo un ramillete de citas de noticias, entrevistas y reportajes publicadas en Diario de León. 9 de marzo de 1995, 31 de marzo de 2001, 7 de marzo de 2005, 28 de julio de 1987, 20 de octubre de 2002, 23 de octubre de 2017, 10 de junio de 2020 y 4 de octubre de 2016 como destellos de la inquietud por la perspectiva de género

Periferia:

- 1. Región que está en los alrededores de un cierto centro.**
- 2. En el sistema solar, aquel lugar donde la atracción del Sol destaca por ser bastante débil**

1. GLOBALIZAR LO LOCAL**2. DESCUBRIMIENTO DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO****3. LAS INERCIAS NOS GOLPEAN****4. DEL CRIMEN PASIONAL A LA VIOLENCIA MACHISTA****5. UN HOMENAJE AL FEMINISMO LEONÉS****6. SECCIÓN DE SOCIEDAD, NOTICIAS BLANDAS Y LA PANDEMIA****7. UN CAMBIO DE RUMBO, UN CAMBIO DE ROLES****8. PERIFERIAS PÍCARAS Y PODEROSAS**

“Las mujeres leonesas que han denunciado discriminación en el trabajo por razones de sexo, no han tenido éxito...” “Las condiciones de contratación son distintas y distintas las remuneraciones”, argumenta el magistrado al desestimar la demanda de tres enfermeras.

Durante muchos años he trabajado en la ‘periferia’ de la actualidad. Y ahí seguimos. No es un lugar cómodo, ni a menudo el más visible. Pero es un camino esplendoroso, lleno de aprendizaje y crecimiento, que, en la medida de lo posible, recomiendo transitar. Desde la periferia tratamos temas que están invisibilizados en las agendas del poder que replican a diario los medios. Tiene sus ventajas. Desde la periferia, que puede ser física, geográfica o simbólica, la mirada se ensancha y se hacen más comprensibles los mundos ocultos, las realidades veladas, los cambios en marcha a través de los contenidos informativos, ya sean fotos, noticias, reportajes, entrevistas, semblanzas...

Hablo de la periferia del periodismo, desde territorios que no son el centro de poder, y quiero traer aquí otras periferias, desde las que he aprendido que la perspectiva de género en el periodismo no es un trabajo solo teórico, sino una gota de agua que día tras día, con aciertos y también errores, va horadando la piedra del patriarcado que se apuntala con unas rutinas periodísticas y unas jerarquías machistas naturalizadas como lo normal.

Cuando Cristina Fraga me propuso participar en el libro Comunicación y Género con la aportación del periodismo con perspectiva de género desde las periferias, tuve muy claro que se refería a esos lugares apartados del centro en los que trabajamos multitud de periodistas, a territorios opacos y desdibujados en la masa informe de las provincias para el centro geográfico que a la vez ejerce como centro de los poderes del Estado. Metida en la tarea, vi claro que hablar de periodismo y pers-

pectiva de género desde las periferias tiene significados más allá del territorial en cuanto que la agenda mediática está conformada por unos contenidos centrales que la perspectiva de género y el feminismo han trastocado, y lo siguen haciendo, con temas que de 'periféricos' van pasando a un cierto centro, aunque no podamos decir aún, ni mucho menos, que se ha desmontado la jerarquía patriarcal de la noticia.

Mi experiencia con la perspectiva de género es exactamente esa sensación de trabajar en la periferia del periodismo convencional, es decir, atravesado por la escala de valores de una cultura patriarcal, heterosexual y capitalista. Muchas veces he transformado verbalmente la sensación de soledad con la palabra periferia como un escudo de resistencia. Desde esa periferia muchas periodistas, primero de forma más o menos aislada y con el paso del tiempo, de manera colectiva y con el soporte de organizaciones feministas y redes profesionales hemos ejercido a lo largo de la historia del periodismo una constante tensión con el centro de la agenda mediática. Con los temas poderosos y del poder.

No es algo nuevo que haya llegado con la última ola feminista, la cuarta en los tres siglos de andadura de este movimiento que ha trastocado el pensamiento y la vida en Occidente desde la revolución francesa. Hay toda una tradición detrás del periodismo feminista y con perspectiva de género.

Pensemos en la encuesta sobre el divorcio que Carmen de Burgos, Colombine, se apresuró a hacer en 1904 desde el Diario Universal recién llegada a Madrid desde Almería y desde una experiencia de separación matrimonial de facto. Nadie había hablado, y menos una mujer, de la necesidad de una ley del divorcio en España. En 1906, desde el Heraldo de Madrid, lanzó una campaña a favor del voto femenino.

En la II República tenemos otra magnífica aportación desde las periferias territoriales y de la agenda mediática. Magda Donato publicó en el diario *Ahora*, desde junio de 1931 a octubre de 1932, bajo el título 'Cómo vive la mujer en España' una serie de reportajes a partir de sus viajes por varias regiones españolas para observar la vida de la mujer.

Siguiendo con el hilo histórico, desde cada provincia -ahora sí me refiero a la periferia geográfica- tenemos ejemplos de mujeres pioneras en el periodismo que encontraron un espacio, periférico, con columnas alusivas a lo femenino, lo marginal, y que mostraron una audacia excepcional para abordar asuntos de las mujeres y temas que afectan a la población general, centrales, con una mirada que hoy podríamos encuadrar perfectamente en la perspectiva de género.

Las periferias, en sentido geográfico y simbólico, son los ejes de esta reflexión sobre la transformación del discurso periodístico desde territorios, más grandes o pequeños, que se diluyen desde el centro y con miradas que han puesto luz a un periodismo nuevo capaz de contar la historia completa, en la que cabe el 100% de la población.

Un periodismo en el que las gafas moradas son una herramienta cotidiana y el feminismo su hoja de ruta. Un periodismo que, en definitiva, ha refrescado la agenda mediática y abierto los ojos a realidades invisibles en la jerarquía tradicional de la tradicional.

Desde las periferias hemos de abordar también las resistencias, a veces feroces, a cambiar la mirada en la construcción de la noticia, a dar nuevos enfoques ante nuevas realidades y avances legislativos. La periferia es, en muchos sentidos, ese contorno alejado del centro y que a su vez opera sobre el centro con cier-

ta presión. Aquí es donde se cruzan el concepto de periferia territorial y periferia de la noticia.

Los medios locales forman parte de esas periferias territoriales. Introducir en ellos las periferias de la agenda mediática es fundamental para desmontar los hábitos periodísticos que se enrocan en los estereotipos sexistas, la invisibilización de la agencia femenina o el discurso machista en torno a la violencia de género. Y que, como veremos, son recurrentes y vuelven periódicamente como si no se hubiera avanzado.

1- GLOBALIZAR LO LOCAL

“Como Medea, simboliza la traición al universo masculino, a los valores que representan (guerra, depredación, etc.). En el caso Nevenka era previsible que brotara esa versión de la traición, en este caso, al mito político de la nueva Ponferrada.”

Los medios de comunicación locales son imprescindibles en esta tarea de transformación y a la vez los que posiblemente oponen resistencias más férreas a que se produzcan. Es lo que llamé ‘cambio de roles en la prensa local’ a mediados de la primera década del siglo XX cuando me enfrenté a la tarea de crear un capítulo específico sobre prensa local y género en el Experto de Género y Medios de Comunicación que durante tres cursos -del 2006/07 al 2008/08- formó a tres promociones de estudiantes de grado de Periodismo y Comunicación en la Universidad Pontificia de Salamanca.

Planteé la cercanía con la ciudadanía a la que informan de los medios locales, provinciales o regionales como una ventaja para introducir la perspectiva de género, esa mirada transversal que se facilita con la desagregación de datos, la proximidad al tejido

social en el que las mujeres tienen una implicación mayoritaria, etc. Pero a la vez, estar más cerca es un obstáculo cuando hay que abordar temas cruciales en ese cambio de enfoque como es la violencia de género. Se suelen cometer errores más groseros debido a la necesidad de llenar más espacio u ocupar más tiempo en los medios.

Si, como apunta el Instituto Europeo de la Igualdad de Género, el 80% de los objetivos que se establecieron en la IV Conferencia Mundial de la Mujer de Pekín (1995) para implementar la igualdad en y a través de los medios de comunicación no se han cumplido 26 años después, no podemos obviar que estos 'pequeños grandes medios' suman o restan a esa cuenta que claramente es aún deficitaria con los derechos humanos, que son también los derechos de las mujeres.

Mención aparte merecen los medios independientes y especializados que han nacido con la vocación de ser feministas o arietes de la perspectiva de género, una corriente que es tan antigua como el periodismo ('La fronde', publicación feminista de finales del siglo XIX es un caso ejemplar) y que en las últimas décadas nos llegó desde otras periferias (Cimac se fundó en 1988 en México y ahí sigue) y ha florecido en nuestras propias periferias estatales (La Independent, Píkara Magazine, La Poderío...).

El efecto de la revolución tecnológica del periodismo y la comunicación en las últimas décadas en la creación de medios alternativos a los convencionales y patriarcales es fructífero. Estas publicaciones a través de internet -a veces también en papel- junto con las redes sociales, han facilitado que el discurso feminista cuaje en masas críticas y llegue después a las masas. AmecoPress es un ejemplo bien cercano, aunque establecido en Madrid, en el centro territorial, ofrece contenidos de esa

agenda periférica con la que la perspectiva de género trata de penetrar en la agenda central de los mass media.

En una sociedad hiperconectada es más fácil que penetren las ideas de cambio y transformación que en una sociedad cerrada y aislada. Efectivamente, el acceso de las mujeres a las antes llamadas nuevas tecnologías y ahora redes sociales -a pesar de la brecha digital de género- ha sido una forma de expansión del feminismo y de los temas que han trastocado la agenda mediática del patriarcado en el siglo XXI. Una revolución silenciosa que impulsó la blogosfera desde mediados de los años 90 del siglo XX y eclosionó en las redes sociales el 8-M de 2018.

2 - EL “DESCUBRIMIENTO” DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

“Loredana cuidaba ancianos en Fabero, pero quería una formación que le abriera las puertas a otros empleos más estables y mejor regulados. Ahora se ha convertido en aprendiz de carnicera en León. Es rumana, tiene 21 años y hace uno y medio que llegó a España”

Hace décadas se empezó a “sospechar” que los contenidos de los medios de comunicación no estaban reflejando la realidad. La primera vez que me acerqué a esta visión de la realidad incompleta que se asoma por la ventana de los medios de comunicación fue leyendo el discurso de Gabriel García Márquez cuando recibió el premio Nobel en 1982. No era un discurso feminista, pero apelaba a un cambio de mirada de Europa sobre América Latina: “La interpretación de nuestra realidad con esquemas ajenos sólo contribuye a hacernos cada vez más desconocidos, cada vez menos libres, cada vez más solitarios”.

Fue en la carrera de Periodismo, en la Facultad de Ciencias de la Información cuando me acerqué a esa mirada de género sin po-

nerle nombre aún. Me impactó lo que la estadounidense Gaye Tuchmann denomina “la aniquilación simbólica de las mujeres en los medios de comunicación”, pues éstos no reflejaban fielmente su realidad. Decía Tuchmann en ‘La producción de la noticia’ (Galaxia Gutemberg, 1983) que “mientras que las mujeres constituían un cuarenta por ciento de la fuerza laboral, éstas eran representadas solamente como madres, como objetos ornamentales o como niñas que necesitaban protección”.

El estudio “Hearth and Home. Images of Women in the Mass Media”, 1978, que realizó con otros autores aborda la cuestión, que se plasmaría en nuestro país en la década de los 80 con los primeros estudios cuantitativos. Luego vendrían los estudios cualitativos, es decir, cómo aparecen en los medios las mujeres que aparecen. Y se encontró que predominan los estereotipos: víctimas o modelos; en riesgo de exclusión o mujeres exitosas que se presentan como una excepción.

En el manual ‘Democratizar la información’ (Gaitero. 1996) se apunta, a mediados de los 90, que la perspectiva de género es una de las herramientas para que el periodismo cumpla su función real como baluarte en las sociedades democráticas.

La prensa local, que constituye la periferia de los medios de ámbito nacional, elaborados y financiados desde el centro geográfico y de poder, tiene mucho que aportar a esa forma nueva de construir la noticia porque es la que más cerca está de los problemas reales de la población en cada ciudad y en cada pueblo. O debería estarlo...

En las últimas décadas los medios han conseguido mantener casi intacta la agenda de lo noticiable, abriendo esporádicamente sus ojos a la mitad del mundo y sujeta a los vaivenes de la brecha de género en la representación política pese a las lis-

tas paritarias de obligado cumplimiento en los municipios de más de más de 3.000 habitantes. De tres mujeres que resultaron elegidas alcaldesas en una provincia como León en 1979 (primeras elecciones municipales tras la Constitución de 1978) a las 34 de los últimos comicios de 2019, el techo está en 36 alcaldías con bastón de mando femenino (2011) sobre un total de 211.

En este tiempo ha habido una sola presidenta de la Diputación, una subdelegada del Gobierno... el poder local sigue en manos masculinas. La política local está en la cúspide de la agenda mediática, así que las fotos en las que solo aparecen hombres, y en abundancia, están garantizadas.

3 - LAS INERCIAS NOS GOLPEAN

“Después de veintiún años de matrimonio, María empieza a conocer la tranquilidad escondida de su marido y de las palizas que la propinado ‘desde siempre’. Tiene los ojos hundidos y es difícil encontrarle la mirada. Las palabras pueden más que ella y se le amontonan en la garganta como si las veces que ha hablado en su vida se pudieran contar con una mano”

La inercia de los medios de comunicación es el bastión más fuerte de romper. Como dice el filósofo francés Serge Halimi, “no esperen que la sociedad cambie si los medios no cambian y no esperen que los medios cambien si la sociedad no cambia”.

Mientras en las redacciones de algunos periódicos y televisiones se implanta la figura de la editora de igualdad o corresponsalía de género, siguiendo los pasos de The Washington Post, en la prensa local es un camino aún sin emprender. La precariedad de las redacciones unida al encasillamiento de la agenda femi-

nista como temas marginales o de mujeres tampoco ayudan. La acción aislada de periodistas, generalmente mujeres, aunque no siempre, es la que ha abierto el camino de la perspectiva de género. Pero las inercias (machistas) golpean periódicamente los avances.

Verano de 2021. En Salamanca, la cuna de la universidad en España, se celebra una conferencia de autonomías con la cúpula del Gobierno. El presidente, Pedro Sánchez, y las tres vicepresidentas, entre otros cargos, se reúnen con presidentas y presidentes de comunidades autónomas. El reparto de los fondos europeos, las vacunas y la financiación autonómica son los tres temas estrella que hay en el orden del día.

La Conferencia de Presidentes -y Presidentas- genera la polvareda mediática acostumbrada. Las autonomías del PP se quejan y las socialistas valoran el discurso de Sánchez. Al día siguiente apenas quedan ecos del cónclave, el número 24 desde que se iniciaron estas reuniones, en la prensa nacional. En un periódico local, La Gaceta de Salamanca, con más de 100 años de historia la conferencia se ha reducido a una pasarela de modelos.

“Pasarela de poder en la plaza Mayor” es el título de un artículo a toda página que la cabecera charra dedica a escrutar con los prejuicios habituales la ropa de las mujeres que participan en el encuentro. En lugar de una crónica de ambiente sobre el trasfondo del cónclave en una capital de provincias y en una comunidad que afronta el reto del envejecimiento y la despoblación agudizado con la crisis del covid, distraen a sus lectores y lectoras con una página de moda. Desenfocan la participación de las mujeres en un espacio de poder reduciéndolo a una pasarela de moda.

Si esto hubiera ocurrido en el verano de 2001 no nos hubiera extrañado nada. Pero cuando hemos rebasado las dos décadas

del siglo XXI, con una de las legislaciones más avanzadas sobre igualdad del mundo, que los medios sigan cayendo en el periodismo sexista de una manera tan grosera hay que pensar que realmente no están a la altura de la sociedad a la que informan y se han quedado en el vagón de cola de un periodismo caduco.

Ojalá fuera una anécdota veraniega. En Salamanca, en 2006, cuando trataba de mostrar a alumnado de Periodismo estrategias para incorporar la perspectiva de género en la prensa local terminaba la ponencia de aquel curso, tan efímero como los fondos europeos que lo sustentaron, con un deseo: “Que la perspectiva de género no se confunda con la moda de las mujeres, y no precisamente la de las pasarelas de alta costura”. Y una advertencia: “Si a las mujeres nos convierten en un producto de moda corremos el riesgo de ser tan efímeras en los medios como las modas. La perspectiva de género tiene que ir más allá de simples cifras acompañadas del apellido - coletilla-mujeres”.

Los buenos propósitos se han quedado en eso. Y la práctica cotidiana nos da bofetadas con titulares de ‘mujeres fallecidas’ cuando se trata de asesinatos o como poco homicidios machistas y hombres buenos que mataron a sus parejas, exparejas, novias, exnovias, esposas o exesposas.

Sin olvidar la banalización de la violencia sexual y la falta de empatía con las víctimas que hemos visto en casos sonados como los jugadores de la Arandina cuando un medio local (Diario de Burgos) da voz, con la sentencia condenatoria ya dictada, a un ‘cuarto jugador’ que aseguró que “es imposible que en los diez minutos que se ausentó sus compañeros condenados cometieran las violaciones”¹³³.

133 - <https://www.diariodeburgos.es/noticia/ZBEF26DDB-A13B-3A09-8FF9AE36D259DCDD/El-cuarto-jugador-del-caso-Arandina-cuestiona-la-sentencia>

Lo ocurrido en Salamanca con la pasarela de políticas es un indicador más de que el nuevo periodismo, el que tiene como horizonte los derechos humanos, el feminismo y la perspectiva de género, hay que desarrollarlo palmo a palmo. En cada periódico regional o provincial, en cada emisora, televisión o digital locales. Son los medios de referencia para sus comunidades.

De los 80 medios de comunicación que integran la Asociación de Medios de Información (AMI), más del 85% son de ámbito local o regional. Y aglutinan la mayoría de las audiencias, eso sin contar la multitud de medios o plataformas digitales de ámbito microlocal que proliferan con comarcas y pueblos, las emisoras de radio y las televisiones locales.

El informe Reuters Institute Digital News de 2021 revela la “inmensa brecha de 47 puntos porcentuales entre las percepciones de hombres y mujeres de estar representadas de manera justa”. Urge unir el potencial de difusión de estos medios locales con el deber democrático de sus líneas editoriales de representar a la sociedad en su conjunto y en sus especificidades y, desde luego, dejar de ignorar que el 50% de la población (o más) son mujeres y la gran aportación que ellas realizan a la sociedad, desde lo público y desde lo privado.

Sin dejar de lado el impacto comercial que tiene la ausencia de la perspectiva de género o el machismo y el sexismo normalizados en las piezas informativas. Este es un reto que los medios de comunicación locales no se han planteado seriamente en un momento crucial para su futuro, especialmente en el caso de los impresos, en medio de los tsunamis tecnológicos, pandémicos y financieros que azotan el sector y que hasta ahora han afrontado con políticas de recortes y despidos de periodistas en lugar de invertir en adaptar sus productos a las demandas de la sociedad del siglo XXI.

Como dijo Ellen Goodman, del Boston Globe, hace ya bastantes años: “Mientras los reporteros y editores utilizan palabras como “factor de riesgo” en vez de salud, “asuntos laborales” en vez de trabajo, y “estadísticas del crimen” en vez de la forma como la mujer se siente ante la inseguridad que provoca el crimen, las mujeres seguirán abandonando los periódicos del sistema para mirar hacia publicaciones que hablan su propio lenguaje”.

Con el cambio de milenio, en Europa los medios de comunicación locales afrontaron una revolución tecnológica sin precedentes. La globalización, por su parte, aumentó la demanda de la información de proximidad, apegada al territorio y a la comunidad de pertenencia.

La cercanía a las fuentes, a los colectivos sociales, a las personas y a las instituciones beneficia a la perspectiva de género en una sociedad plural e hiperconectada que quiere leer, escuchar y ver buenas historias. Una sociedad en la que el feminismo ha devenido, junto con los movimientos ambientales, la palanca de cambio más potente a nivel planetario.

Por contra, estos medios pueden ser una rémora en el avance de las sociedades si persisten en hacer un periodismo caduco, para el que la igualdad es un añadido sin sentido ni conciencia.

4 - DEL CRIMEN PASIONAL A LA VIOLENCIA MACHISTA

Mandar a fregar platos a las mujeres puede costar una multa por injurias, aunque sólo sea de 90 euros, como le ocurrió en León al protagonista de la «sentencia del estropajo».

Los medios locales también han empujado un cambio ante el que ahora muchos se asoman como a un abismo. Cuando creíamos que términos como ‘crimen pasional’ bien alimentado por

la literatura desde tiempo inmemorial y por las crónicas de sucesos a lo largo del siglo XX encontramos que todavía es el sustento de noticias de violencia machista.

Cuando en 1997 la crónica de una muerte anunciada de Ana Orantes hace que la violencia hacia la mujer pase a ser un tema cotidiano en los medios de comunicación y se incorpore a la agenda política, ya era un tema abordado en los medios locales a través de la influencia de las asociaciones feministas de mujeres que pusieron en marcha las primeras casas refugio para víctimas de lo que entonces se llamaba malos tratos.

Vayamos un poco más atrás. Si escarbamos en la hemeroteca veremos que la prensa local no fue ajena a la primera ola del feminismo. Se convirtió en un ariete más en la lucha por el sufragio y los derechos civiles a la par que las cabeceras nacionales. Y hasta había una incipiente percepción de que los crímenes machistas no eran crímenes pasionales.

La palabra feminismo y su significado penetró a través de la prensa a finales del XIX y principios del siglo XX. En una crónica de Diario de León, fechada el 26 de abril 1920, sobre un acto del Ateneo Escolar se cuenta que “la señorita Encarna Gorgojo se ocupó del feminismo asegurando que por derecho y por deber se debe educar a la mujer como al hombre. Criticó a los antifeministas y terminó su trabajo con un estudio del feminismo en el extranjero. Fue muy aplaudida, especialmente por el auditorio femenino que, de este modo, demostró su confraternidad con la disertante”.

El término se coló en las crónicas y artículos de opinión como una corriente a la que todos que llevar a su molino. Así encontramos referencias de “feminismo aceptable” para apoyar la reforma del Código Civil francés que admitía a las mujeres a

formar parte del consejo de familia y al ejercicio de la tutela y la curatela, aunque con limitaciones a las mujeres casadas o al “feminismo exótico y peligroso que quiere hacer de la mujer un marimacho con pérdida del pudor, la delicadeza y la sensibilidad que la adornan constituyendo su mejor encanto” en otra crónica sobre la conferencia que ofreció en el Centro Obrero el maestro de Primera Enseñanza Rafael Álvarez con un recorrido histórico sobre el feminismo hasta el momento (1920).

Otros articulistas advierten sobre la trascendencia del movimiento en ciernes: “Esto del feminismo no es cosa de tomarla a risa ni desdeñosamente”, apunta un artículo en la portada del mismo rotativo en 1921 titulado *Feminismo* y firmado con el seudónimo El Lanciense. O “las feministas han comprendido bien sus intereses. Nada de discusiones. A los hechos. (...) Y la señora se ha puesto a votar. Y la señora se ha ido a la universidad a estudiar, con argumentos escritos con actos, que son los argumentos más difíciles de combatir (...)”, firma Fernando en otro artículo de 1927.

“El crimen y el delito, sobre todo el mal llamado crimen pasional -como si todo crimen no tuviera su principio y acaso su fin en una pasión en una pasión, sea la que fuere-”, señalaba una crónica en los inicios de *Diario de León* (29-XI-1907) con un cierto sentido crítico, perdido por completo en una noticia del 28 de agosto publicada por *La Gaceta de Salamanca* con el reclamo en sus redes sociales: ‘Tiroteo en Garrido: un individuo sorprendió por la espalda a la pareja y se ensañó realizando múltiples disparos, al parecer podría haber sido con una connotación pasional’.

Es como si el tiempo se hubiera congelado a la hora de redactar los titulares sobre violencia machista: “Vista por el homicidio de una joven de 14 años por su amante de 55” (1984), “Mata a su mujer por una ristra de cebollas”, “Apuñala a su mujer por celos” (1987), Piden 25 años para un hombre que mató a su espo-

sa por ser feminista”, “Mató a puñaladas a su novia al enterarse de que estaba embarazada”, “Un expolicía mata a su mujer por celos en Astorga y hiere de un disparo a su vecino” (2018).

En el año 2001-2002 la cobertura del caso Ismael Álvarez, que se bautizó mediáticamente como caso Nevenka, amplificó los relatos que ponían en duda la denuncia de la concejala que acusaba de acoso al alcalde de Ponferrada. En el 2005, ante el asesinato de una mujer por su exmarido en un pueblo del Órbigo leonés se pone en entredicho la denuncia que la mujer había presentado por malos tratos y se especula con la presencia de un “tercero” en el lugar del crimen.

El rol de la víctima bajo sospecha y del ‘buen’ maltratador siguen salpicando los titulares de prensa. En 2018, un periódico de Zamora tilda de «un bonachón» al militar que mató a su familia canaria (El Norte de Castilla), siguiendo la mala práctica de contar con fuentes vecinales en una información que requiere fuentes expertas e información precisa.

Frecuentemente, la noticia queda reducida a un suceso aislado, no se contextualiza. Muchas quedan reducidas a breves y sueltos. No se sitúa la violencia hacia las mujeres como una violación de los derechos humanos. El uso frecuente de fuentes vecinales acaba por culpabilizar a las víctimas.

No es de recibo que en 2021 las mujeres asesinadas por violencia, en los medios, sigan ‘muriendo’, precipitándose por la escalera, acuchilladas o tiroteadas en un goteo de sucesos sin sentido. La transformación del relato periodístico es una emergencia en una profesión que no puede ir detrás de la realidad ni de las nuevas leyes. Tenemos que ir hacia un periodismo con perspectiva de género, que visibilice a las mujeres, denuncie las desigualdades, preserve la dignidad de las víctimas y señale y condene a los asesinos y maltratadores.

La acción a escala local, con la prensa más cercana, es una estrategia imprescindible.

Han pasado 24 años desde que el asesinato de Ana Orantes, quemada viva por su exmarido tras su denuncia en un programa de Canal Sur (medio regional), conmoviera al país entero con las imágenes de la víctima. El caso de Ana Orantes -que algunas periodistas feministas llaman el caso de José Parejo para señalar al asesino- es un ejemplo de que los medios proponen modelos sociales e influyen en los cambios: la visibilización de la violencia de género ha producido cambios normativos en nuestra sociedad.

Se cumplen 17 años desde que se aprobó la ley Integral de Violencia de Género y once desde que Castilla y León complementó esta legislación a nivel autonómico -actualmente en trámite de reforma para ampliar el abanico de las violencias machistas- y a menudo los medios actúan como si no se hubiera avanzado nada. O peor.

Las leyes van por delante de la sociedad, pero crónicas periodísticas que no sólo reducen a un suceso aislado, sino que lo encajonan en la mitología caduca del crimen pasional ofrecen una idea de cuán por detrás van los medios de comunicación que no es raro que enarboleden la bandera de la igualdad en los días de la Mujer, Violencia de Género, Mujer Rural, etc.

El tratamiento informativo de la violencia de género es el que arroja las peores malas prácticas en la prensa local, junto con la invisibilización de la presencia y acción femenina en todos los ámbitos de la vida o la subordinación a lo masculino en la política, en la economía y en la cultura.

5 - UN HOMENAJE AL FEMINISMO LEONÉS

«Desde fuera (los puteros) nos parecen monstruos pero pueden ser jueces o barrenderos. Estamos rodeadas de monstruos que deshumanizan a las mujeres y son capaces de penetrarlas sin que ellas lo deseen»

Después de la Guerra Civil vino un largo silencio, con contadas excepciones, hasta que en los años 60 vuelven a encontrarse firmas de mujeres en los periódicos locales. Un tiempo que viene a coincidir con la eclosión de la segunda ola del feminismo en Estados Unidos. Gaye Tuchmann propuso que las mujeres lograran posiciones de influencia y poder en los medios de comunicación para que éstos cambiaran en contenidos y pudieran así, originar un cambio a nivel social.

No se ha logrado ni lo uno, ni lo otro, aunque ha habido avances. Las mujeres salen de las facultades de Periodismo y Comunicación al ritmo de 60-40 y se han incorporado de forma masiva a las redacciones. Pero los contenidos siguen estancados en una agenda que visibiliza poco al 50% o más de la población.

Según el último estudio del Monitoreo Global de Medios de 2020 sólo el 26% de las personas sobre las que se informa en el estado español son mujeres, nueve puntos más que en el primero de este sondeo quinquenal realizado en 1995. En cuanto a la cuota de poder que tienen las mujeres en los medios, sigue siendo muy escasa. En Castilla y León no alcanzan el 20%. Hay muchas mujeres en las redacciones y en puestos intermedios, pero los núcleos de poder están infrarrepresentadas.

La agenda del feminismo y su eco en la prensa local han empujado lo que hoy llamamos perspectiva de género desde el inicio de la democracia o el posfranquismo. A finales de 2015 se cele-

braba el 40 aniversario de la Asociación Flora Tristán de León. Escudriñando en la hemeroteca comprobé la impronta que las feministas leonesas han dejado en la ciudad y en la provincia desde el momento de su nacimiento, en 1975, en la buhardilla del CCAN y con la dictadura dando coletazos y el dictador a punto de morir en la cama.

Aunque nadie lo adivinaba, los tiempos parecían intuirlo. Al socaire del Año Internacional de la Mujer y con el empuje de una juventud que quería abrir el camino hacia la libertad, las mujeres (feministas) se hicieron un hueco en la agenda de la actualidad de una capital de provincias que vivía envuelta en una neblina social, cultural y económica, dominada por el 'Movimiento' y el clero, los militares y una exigua clase burguesa con más afán nobiliario que intelectual.

Por supuesto, su presencia en las noticias es escasa, pero lo suficientemente elocuente como para abrir una brecha en la monotonía de las estaciones provinciales o provincianas de León. Yo no viví esa historia primera del feminismo en León, pero, como digo, la hemeroteca es ilustrativa de los bríos con que vinieron al mundo.

Las madres del feminismo leonés promulgaban (y ahí siguen) la independencia económica de la mujer, su acceso al trabajo remunerado en igualdad de condiciones (y ahí siguen), denunciaron la exclusión social y jurídica de las mujeres cuando al Ayuntamiento de León, con la democracia en marcha, le pareció que las firmas femeninas no eran válidas en una protesta contra un bingo, trabajaron codo con codo con las asociaciones vecinales y salieron a la calle, sin pedir permiso, para apoyar a las mujeres de Bilbao que iban a ser juzgadas por prácticas abortivas.

Corría el año 1979. Exigían la despenalización del aborto y educación sexual como solución a los embarazos no deseados. La

noticia del periódico da cuenta de los panfletos que tiraron por la calle y hace notar la clamorosa ausencia de la policía porque no estaba enterada de la convocatoria. Los ataques en la prensa hacia las feministas no se hicieron esperar, como tampoco dudaron, los poderes fácticos, en cortar la emisión de un programa en una emisora leonesa.

Con la iglesia hemos topado. La entrevistada había dado “su opinión” sobre la influencia de la iglesia en las mujeres. Y no gustó. Las feministas incomodaban el statu quo. De tal manera que sus actividades fueron contraprogramadas por el poder cuando empezaron a convertir el 8 de marzo en una fecha reivindicativa para las mujeres. Hasta crearon una subdirección general de la Condición Femenina (dependiente del Ministerio de Cultura).

Aquel día, la noticia del Día de la Mujer Trabajadora con los actos organizados por Flora Tristán quedó relegada a un rincón inferior de la página porque trajeron a León a la susodicha, o dichosa, subdirectora. Como una gota de agua que va cayendo y horadando la piedra, las feministas influyeron en el cambio social e incluso político que se fraguaba en la era pos-dictadura queda reflejada en la prensa.

Las páginas de los periódicos, unas veces más que otras, han confeccionado la pequeña historia de un movimiento que, aun siendo minoritario, ha tenido capacidad para penetrar también en el tejido estereotípico de los medios de comunicación.

El paisaje humano y social ha cambiado con su empuje y, en aquel entonces, gracias también a la influencia en los partidos políticos tanto del Gobierno como de la oposición. El feminismo ha sido una fuente de ideas de cambio hasta hoy. Y la era Zapatero posiblemente su principal exponente en muchos avances legislativos.

La prensa es testigo (o testiga). El Centro de Planificación Familiar llegó de la mano de aquellas jóvenes feministas que, si no andan listas y si el PSOE no lo hubiera apoyado, se habría convertido en un centro de orientación familiar capitaneado por la concejala de Cultura y Servicios Sociales de la época.

El patriarcado siempre ha tenido claro que a las mujeres hay que encomendarle las cosas de mujeres. Como si el mundo en general no precisara de su mirada, de sus manos y de su sapiencia. En el periodismo sucede (sobre todo, sucedía) lo mismo. Desde los primeros tiempos de la prensa escrita en León las secciones firmadas por mujeres han tenido curiosos subtítulos como Letras Femeninas, esa columna con la que se abrió paso una maestra en las páginas del Diario de León hace 105 años, cinco menos que los que cumplió el rotativo este año.

¿Habéis visto Criadas y señoras? A la joven que aspira a ser escritora o periodista se le encomienda la columna de los consejos de limpieza y al ir a buscar ayuda en la criada ‘negra’ de una de las mujeres de su selecto círculo de clase media blanca empieza a escarbar en la historia de esta legión de mujeres que hace el ‘trabajo invisible’ de los hogares en unas condiciones laborales y sociales deplorables.

Aunque la película tiene muchos aspectos criticables, me sirve como ejemplo de lo que sucedía en las redacciones hace 30 años. Las secciones blandas (Sucesos, Sanidad y Sociedad, e incluso tribunales en aquel entonces) eran adjudicadas sistemáticamente a las mujeres periodistas.

El periodismo abre la ventana a la actividad del feminismo, pero en la categoría de noticia blanda. De página par y complemento en los faldones.

“La práctica informativa es una ideología en acción”¹³⁴. Y el patriarcado controla esa ideología. ‘La producción de la noticia’ analiza cómo el movimiento feminista pasa del ostracismo y la ridiculización en el tratamiento informativo a convertirse en objeto de información cuando consiguen identificar a sus líderes como fuentes informativas y, de paso, socavar la estructura de la organización de ese movimiento.

Kate Millet, por ejemplo, “abandonó su papel de liderazgo creado por los medios tras descubrir que la publicidad constante no solo la apartaba de sus amigas radicales, sino que interfería también con su capacidad para mantener su estilo de vida radical”, señala Tuchmann.

Salvando la distancia, que a lo mejor no es tanta, creo que he visto esto en varias ocasiones durante mi ejercicio profesional. Es frecuente que este ‘problema’ de no encontrar portavoces aparezca en las redacciones cuando se trata de buscar una fuente entre mujeres que forman parte de las asociaciones feministas. Resulta difícil, a alguien que no tenga un poco de iniciación en el tema, encontrar portavoces a la hora de recoger reacciones, informaciones, valoraciones u opiniones ante temas de actualidad.

Esto no es muy pragmático de cara a aparecer en la agenda mediática. Se han abierto muchas grietas y ventanas en los media. Pero en las redacciones se siguen ridiculizando noticias como la valoración del trabajo no remunerado de la sociedad -los cuidados a las personas dependientes- como parte del PIB. Y si hoy tienen una mayor cobertura es porque existen secciones específicas, o especiales, que mayoritariamente son cubiertas por mujeres periodistas.

134 - Tuchmann. 1983

La perspectiva de género ha crecido del lado de la barricada feminista. Y poco a poco algunos de los temas urgentes, importantes y necesarios fueron entrando en la agenda informativa hasta ser apropiados muchas veces por quienes nunca los habían respaldado.

Las asociaciones de mujeres fueron las primeras en poner sobre la mesa no sólo el problema de la violencia machista o de las violaciones sino también de cifras tan sangrantes como que el paro de las mujeres en León, en 1993, era el doble que el masculino. “Además de trabajadoras somos mujeres y por eso sufrimos dificultades añadidas”, señalaban las representantes de las asociaciones.

El violador del chándal es un caso emblemático de la cantidad de páginas que se llenaron y los numerosos titulares de portada que acaparó durante la persecución policial y el juicio. La asociación Flora Tristán, referente del feminismo en León, toma parte como acusación popular y el caso tuvo que ver con el nacimiento de Adavas (entonces Asociación de Asistencia a Mujeres Violadas) poco tiempo después. El violador del chándal dejó de ser noticia de portada cuando había que reclamar la indemnización para las víctimas y denunciar que su sueldo en la cárcel se escamoteaba para no afrontar esta condena.

Esta lucha judicial y mediática dio a las feministas un reconocimiento que hasta entonces no habían alcanzado, aunque fuera por poco tiempo. Luego habría que seguir labrando tierra dura. Y siguieron. Y seguimos. Las noticias sobre las falacias con las que el patriarcado justificaba las violaciones, los juicios de acosadores, como el del dueño de una clínica, a puerta cerrada, los programas de prevención de la violencia y las agresiones sexuales en los institutos, la discriminación de las madres solteras y familias monoparentales, la batalla por la ley del aborto de pla-

zos... y muchas más volvieron mansamente a las páginas pares y a compartir espacio con la sección de breves.

Pero la gota ha seguido cayendo sobre la piedra y el agujero es un poco más grande. Y hemos tenido la oportunidad de entrevistar a gente deliciosa como la escritora egipcia Nawal Al Sadawi, oír hablar alto y claro sobre la prostitución a Rosario Carracedo, escuchar a Hawa Sawaneh los horrores de la ablación, hablar con Soledad Murillo de si es necesario o no un juzgado exclusivo, no sólo específico de violencia de género, recoger el testimonio personal de la fundadora de Isadora Duncan en un reportaje sobre la maternidad precoz, escribir sobre las cortapisas que las mujeres se ponen, o nos ponemos, para acceder al poder con la cualificada voz de Elena Simón, o dar a conocer que el sexismo existe pero hay que combatirlo en un artículo a propósito de la que las asociaciones feministas bautizaron como sentencia del estropajo (Un conductor condenado por los tribunales en León por arremeter contra una conductora a la que mandó a fregar)... Un lujo hablar con las expertas en lenguaje sexista como Eulalia Lledó y otras que han llegado a León de la mano de las asociaciones feministas.

La experiencia profesional y la vivencia personal con las víctimas de violencia de género ha sido la que más mella ha hecho también en los medios de comunicación. Durante estos 30 años no hemos dejado de hablar, con más o menos volumen, a veces con más acierto que otras, de las víctimas. Me pregunto si hemos hablado poco de los verdugos. Si hemos victimizado más de la cuenta. El tratamiento informativo de la violencia de género ha cambiado, pero todavía oímos hablar de crímenes pasionales...

6-SECCIÓN DE SOCIEDAD, NOTICIAS BLANDAS Y LA PANDEMIA

“Sin compañía familiar en la sala de partos y en la planta. Las mujeres que den positivo en la prueba de Covid-19 vivirán en soledad el nacimiento de sus hijos e hijas.”

Las secciones de Sociedad ocupan otra periferia dentro del periodismo. Desde estos espacios, tradicionalmente reservados a las mujeres, se empuja la perspectiva de género hacia el centro de la agenda mediática, muchas veces con intención y otras por pura intuición o por ser las que ofrecen más espacio y escucha a los ámbitos en los que las mujeres son mayoría.

La pandemia ha amplificado la labor que cual hormigas realiza la sección social por antonomasia en los medios locales para cimentar la perspectiva de género y ampliar la mirada de la agenda diaria de las noticias en sintonía con una sociedad en la que el feminismo ha dejado de ser marginal y es un movimiento que ha calado con su discurso en las masas. El covid-19 trastocó nuestra forma de hacer periodismo y la tradicional jerarquía de las noticias

La sección de Sociedad, considerada como la ‘maría’, un cajón de sastre de noticias de interés humano e incluso la parte más folclórica del periodismo, se ha convertido durante la crisis del covid-19 en la reina de los contenidos y las primeras planas de periódicos, digitales e impresos, informativos de radio y televisión.

Lo nunca visto. La política y la economía cedían su tradicional hegemonía en medio de una emergencia sanitaria que pilló a todo el mundo, a todo el mundo, por sorpresa a pesar de que desde enero informábamos, en las páginas de Sociedad, del misterioso virus de Wuhan y del confinamiento de este estado chino.

“En Europa no sería posible cerrar una ciudad como han hecho allí. Sólo una dictadura como China puede hacerlo”, comentábamos en la redacción. Nadie, y cuando digo nadie es nadie, éramos conscientes de que el desconocido virus estaba ya viajando a Europa y en pocas semanas empezaríamos a ver la tragedia en Italia.

Al virus lo vimos de lejos y lo desdeñamos. Sólo hay que hacer un repaso de las portadas del mes de enero. El extraño caso de Wuhan se coló en la primera plana del Diario de León en un par de ocasiones. La primera, el 27 de enero, a propósito de una conferencia del científico y veterinario leonés Juan José Badiola.

“La vacuna contra el coronavirus no va a ser fácil de conseguir”, advertía el titular de la entrevista en el interior -sección de Sociedad- aunque a día de hoy se puede decir que, en comparación con cualquier otra, ha sido la más rápida en ver la luz. En España se inició la vacunación a los nueve meses y medio de decretarse la pandemia.

La información ha sido la artífice de la ampliación a escala humana de la minúscula pelotita repleta de púas que sólo es posible contemplar en directo a través de sofisticadas técnicas de microscopía en el laboratorio. El periodismo en tiempos de pandemia ha popularizado a un bicho raro, el Sars-CoV-2, que se ha llevado por delante a más de más de 85.000 personas en España.

Los medios de comunicación han reflejado, día tras día, sin ser conscientes, cómo la brecha entre hombres y mujeres se ensancha con la pandemia. El covid-19 puso en primera plana temas y tareas relegadas a la sección de Sociedad. Los cuidados toman un protagonismo social y mediático que nunca habían alcanzado.

Una vieja reivindicación feminista se pone en el centro por la emergencia sanitaria. Gran parte de los trabajos esenciales son desempeñados por mujeres - sanitarias, auxiliares de residencias, cuidadoras de ayuda a domicilio, empleadas de supermercados, servicios de limpieza y empleadas domésticas... - y su reflejo en los medios de comunicación tiene un impacto en la imagen que la sociedad recibe: "El efecto pandemia lleva a casi 8.600 jóvenes a querer estudiar Enfermería. El ejemplo de los sanitarios duplica en los últimos dos años la demanda por este título en León", dice un titular del decano leonés en junio de 2021.

Este cambio de mirada obligada por el virus contribuye a visibilizar a mujeres en directivos y de responsabilidad en la ciencia, como es el caso de Marina Pollán, directora del Centro Nacional de Epidemiología y coordinadora del estudio de seroprevalencia, único en el mundo.

El impacto del trabajo en las mujeres durante el confinamiento ha sido otro tema abordado en los medios locales. Las madres ejercen de maestras al tiempo que teletrabajan. Sus brazos se multiplican entre el ordenador propio, que tienen que compartir con hijos e hijas, y tareas domésticas.

A través de los primeros estudios sobre los efectos del confinamiento se sabe que el 31% de los hogares con niños o niñas dependientes, las madres dejan el trabajo para ser cuidadoras principales, porque la pareja trabaja en servicios esenciales o por no tener pareja. Se cuentan historias en los medios donde la voz de esas mujeres deja en evidencia los déficits que el sistema público, el empleo privado y la corresponsabilidad tienen que cubrir para evitar estas desigualdades. Se ponen en relación estadísticas que dicen mucho: las mujeres lideran contratos a tiempo parcial (74,37%) y la brecha salarial crece.

Las preocupaciones y foros feministas hacen llegar a la prensa local algunos datos positivos como el aumento de un 20% de las excedencias de hombres por crianza, aunque las mujeres solicitan el 87% del total.

El farol encendido de los centros de atención a las víctimas de violencia de género puso sobre las mesas de las redacciones, a través de notas de prensa, el descenso de las denuncias durante el confinamiento paralelo a un aumento de las llamadas al 016, alertando de esta forma de que la pandemia camuflaba e invisibilizaba la violencia hacia las mujeres en los hogares.

En España la pandemia criminaliza al movimiento feminista y culpa a las mujeres de la propagación del virus. La exhaustiva información que aportan los medios locales desmonta estas tesis viciadas con informes científicos realizados a escala estatal de los que las investigaciones son capaces de aportar radiografías a escala provincial y autonómica gracias a los tratamientos de datos.

“La alta movilidad entre Madrid y León fue decisiva en la propagación de la pandemia. Un estudio del CSIC establece que otros factores locales sin determinar explican la mortalidad mayor que la media”, explica un titular de prensa en junio de 2020 a partir de la investigación ‘La responsabilidad es nuestra: correlación entre mortalidad del Covid-19 y movilidad publicada en la revista *Naukas*’.

Son muy pocas las certezas que nos deja esta crisis sanitaria global. Y entre esas pocas señalaremos que el periodismo, como herramienta básica de las sociedades democráticas, dio un salto cualitativo en un momento extremo y crítico. Por encima de bulos y coronabulos ha adaptado su maquinaria para ofrecer el rostro más humano de la pandemia en medio de una refriega

política que casi no ha tenido tregua, ni de oposición a Gobierno ni de autonomías a Estado.

Con la publicidad cayendo en picado por el cese de la actividad económica, la competencia brutal por los lectores en las plataformas digitales y el decaimiento de la prensa de papel por imperativo del móvil y de las redes sociales, los periódicos no dejaron ni un solo día, ni un solo minuto, de informar.

7 - UN CAMBIO DE RUMBO, UN CAMBIO DE ROLES

Los contenidos han cambiado en la medida que la sociedad también ha vivido una enorme transformación, sobre todo por el auge que el movimiento feminista ha adquirido en los últimos años. El cambio de roles en los medios locales se refleja en la visibilización de mujeres que han protagonizado la historia local, la discriminación y desigualdades reflejada en cifras desahogadas por sexos en el ámbito laboral, social o político, la llegada de mujeres a campos donde su presencia era minoritaria o invisible o la entrada en la agenda política de la violencia de género y los cuidados con la conciliación como caballo de batalla.

Hay más disposición a hablar de mujeres excepcionales, pioneras, heroínas... pero no tanta a incorporar la perspectiva de género de manera transversal en todos los temas que se abordan por las diferentes secciones y reflejar la situación de las mujeres en los diferentes ámbitos, desde la cultura, la economía, la política... Las secciones de Sociedad son las que, también desde la periferia de su posición en los medios, en páginas o tiempos muy alejados de las portadas, están haciendo un cambio más notable en la incorporación de los temas que abordan los problemas que viven las mujeres o de los ámbitos que lideran las mujeres.

En la otra cara de la moneda, la resistencia al cambio persiste en la infrarrepresentación de las mujeres en las portadas y en la información general, económica, cultural y deportiva (una sección en la que el éxito del deporte femenino abre pequeñas compuertas, aunque perdura la supremacía del fútbol).

Los medios locales han dado paso a las discriminaciones, avances y aspiraciones de colectivos específicos como la comunidad LGTBI+ en toda su diversidad a través de la perspectiva de género y la cultura de derechos humanos que lleva aparejada. Aunque hay que decir que han sido los avances legislativos y las reivindicaciones desde el feminismo y las organizaciones de diversidad sexual las que han dado carta de naturaleza a estos relatos que muestran una sociedad más abierta y plural.

La realidad que construyen los medios locales (o las realidades) son una ventana a través de la cual la comunidad observa el mundo y sus cristales sirven de espejo en el que se miran los colectivos más influyentes de la sociedad y la población general.

Los medios de comunicación locales, por su apego al entorno del que surgen son permeables a los agentes sociales que están propiciando los cambios en la sociedad actual, lo que facilita la introducción de nuevos relatos con perspectiva de género.

El reto es ambicioso. Se trata de que los medios locales amplifiquen su complicidad con un cambio necesario y obligado: la eliminación paulatina de la brecha social, política, económica, doméstica y privada entre hombres y mujeres.

Para ello han de ser timoneles del buen periodismo. El que subordina, excluye y deforma la imagen de la mitad de la población es mal periodismo. Los medios también tienen que cambiar sus roles tradicionales, especialmente en el ámbito local,

provincial y autonómico. Los medios de comunicación locales, han podido dejar atrás el provincianismo gracias a las oportunidades que proporcionan las nuevas tecnologías y la globalización.

Pueden desplegar sus fortalezas como alas de un nuevo periodismo en el que la población se vea reflejada, en sus problemas, quehaceres y necesidades o pueden ser meras correa de transmisión de grupos de presión a menudo con intereses ajenos a la comunicación. Esta línea marcará la diferencia porque si optan por la primera serán parte de una transformación que está en marcha y si se deciden por la segunda acabarán aniquilados por la imagen y la propaganda.

El periodismo con perspectiva de género no es una cápsula en la que incorporar informativamente a las mujeres sino un ejercicio transversal que significa otra mirada sobre el mundo, con valores que tradicionalmente se han asociado a lo femenino y tienen que incorporarse a la gobernanza y las dinámicas económicas, culturales, políticas y sociales.

Algunas causas de los relatos de la desigualdad están en:

- 1) Las cúpulas de poder están copadas por hombres: “Los medios son un reflejo de la realidad”
- 2) La agenda periodística está marcada por las instituciones y grupos de poder: “Los medios ayudan a mantener el statu quo”.

Y las consecuencias son:

- 1) Falta de reconocimiento de las aportaciones de las mujeres: Ignora los avances de las últimas décadas.

- 2) Falsa realidad: realidad fragmentada.
- 3) Déficit democrático: No reflejan la pluralidad de la sociedad del siglo XXI.

Algunas prácticas que pueden facilitar esta labor de llevar la periferia de información al centro de la agenda dentro de los medios que constituyen la periferia mediática son las que hemos puesto en práctica en las últimas décadas y que las nuevas generaciones de periodistas feministas quieren incorporar a su ejercicio profesional.

La perspectiva de género es la práctica periodística exige una actitud proactiva de los y las profesionales, más creativa y comprometida con la realidad y menos estereotipada. Hay que aprender a romper con los viejos relatos cuestionando, y enriqueciendo la elaboración de la noticia. Hay que empatizar con unos valores como son los de la igualdad y no sólo lo tiene que hacer el o la periodista, sino que es una cuestión que afecta a la posición y al compromiso de los medios de comunicación locales.

Las páginas de Deportes de un periódico local reflejan mucho de lo que hay que cambiar para integrar la perspectiva de género. El fútbol masculino es el deporte 'rey'. Es el equivalente a la política en la información general. Ocupa gran parte de la paginación y lugares preferentes. Baloncesto, balonmano... por este orden son los siguientes en prioridad. La mayor participación de niñas y jóvenes en el fútbol no ha logrado romper el predominio del fútbol masculino, pero van abriendo grietas y ganando espacio en las páginas a través de las ligas, competiciones, etcétera. Los triunfos de deportistas locales en disciplinas menos mediáticas como es la halterofilia (Lydia Valentín), el rugby (María Casado) y otras aportan visibilidad a las mujeres

y son referentes para las futuras generaciones de niñas. La deportista Raquel Martínez Muñiz, con parálisis cerebral, explica muy bien como funciona esta pirámide de jerarquías que obstaculizan la perspectiva de género: “Si al esquí no se le da importancia, al adaptado y siendo mujer, menos aún”.

Para impulsarla es necesario entrenar nuevas **rutinas periodísticas**:

- 1) Más iniciativa profesional frente al torrente de información institucional, que también tiene que incorporar la perspectiva de género.
- 2) Ampliar las fuentes de información con mucha atención al sector social.
- 3) Potenciar los relatos que evidencian las desigualdades de género, muchas veces cruzadas con la clase, la raza, la procedencia o la orientación sexual.
- 4) Visibilizar los avances / exigencias en igualdad/equidad en el momento actual.
- 5) Hay que investigar el impacto de los nuevos derechos: por ejemplo, la equiparación de la prestación por paternidad al permiso maternal.
- 6) Relatos sobre de la desigualdad de las mujeres en espacios profesionales públicos y privados: brecha salarial, trabajos precarios y medias jornadas, dificultades de acceso y déficit en los puestos de dirección.
- 7) La violencia de género, el acoso sexual y otras violencias machistas (explotación sexual de menores y mujeres) con un tratamiento que no culpabilice a la víctimas y excuse a los agresores.

8) Relatos de la igualdad: Reflejar los avances en el ámbito público y privado, visibilizar las políticas de igualdad a escala local; hacer protagonistas a las mujeres “grandes” (políticas, empresarias, académicas) y “chiquitas” (las que representan el cambio intrahistórico); dar pie al debate de las medidas de igualdad.

9) Desagregar los datos por sexo: laboral, salud, cuidados, educación...

10) Dar voz e imagen a las mujeres que influyen en las políticas locales; a las que viven, trabajan, dinamizan y gobiernan **el mundo rural**. Los medios locales tienen una importante responsabilidad en tejer nuevos relatos de la repoblación y las mujeres tienen que estar presentes:

- Son protagonistas de la supervivencia de los pueblos: agricultoras, madres, emprendedoras, inmigrantes, cuidadoras, tecnólogas, médicas, enfermeras, educadoras... artesanas, maestras, transmisoras de la tradición oral...
- Rescatar la memoria de las mujeres rurales visibilizando su participación en los oficios más duros a lo largo de la historia a la vez que en los cuidados de la prole y de la casa.
- Reflejar la presencia o ausencia de mujeres en las políticas de repoblación.
- Atención a las jóvenes en el rural y en las ciudades.

Transmisoras de tradición y conocimiento:

- Las abuelas son transmisoras de tradición, atesoran un conocimiento poco valorado, artesanías y antiguos oficios y

la cultura oral. Y entre las que van camino de serlo cada vez hay más grandes profesionales con un caudal de experiencia que aportar.

- Buscar a expertas en salud con perspectiva de género, ciencia, humanidades, sociología, economía...

Derechos reproductivos y violencias:

- Investigar el cumplimiento del respeto a los derechos reproductivos y al aborto en los sistemas sanitarios públicos.
- Relatos con supervivientes del maltrato y un buen seguimiento judicial de los casos de violencia de género.
- Introducir nuevos conceptos de violencias (obstétrica, económica...)

Salud, Discapacidad y Género:

- Visibilizar y reflejar la doble discriminación de mujeres con discapacidad física, psíquica o sensorial
 - Mujeres con problemas de salud mental
- 11) Facilitar que los espacios de opinión de firmas invitadas se abran a las mujeres, motivando a las profesionales, a las emprendedoras, a las investigadoras y a las que están al frente de proyectos sociales a reflexionar sobre temas de actualidad.

Los medios de comunicación locales tienen el deber de “dignificar las imágenes que ponen en escena de manera destacada a mujeres adultas, mujeres viejas, aquellas que, desde sus

arrugas o desde sus cabellos blancos, puedan hablar con una inteligencia y experiencia de la cual nos podemos beneficiar” (Fempres).

Desde la periferia, destaca la labor que hacen colectivos de mujeres periodistas. La **Asociación de Periodistas Feministas de Castilla y León (Apfcyl) nace en 2018**. A falta de editoras de género en los medios locales se ha convertido en la vigía de las malas prácticas y en una voz colectiva reconocida institucionalmente y por la sociedad civil para un cambio de roles en la prensa local y regional. La asociación nació con vocación de promover la perspectiva de género, de modo particular, en los medios de la Comunidad Autónoma, y reclama y promueve formación específica para que se ponga en práctica. Desde sus orígenes, en 2018, ha denunciado la brecha de género en los puestos de dirección, la mala praxis en el tratamiento de la violencia machista, o las otras violencias que se reflejan en invisibilidad de las mujeres e incluso insultos o prácticas misóginas normalizadas aún. La asociación se sumó al movimiento *LasPeriodistasParamos* cuya organización en el 8-M de 2018 se produce poco después de su nacimiento.

Fruto de la reacción que desde todos los puntos del estado se produce en esta emblemática fecha que supone la eclosión de la cuarta ola del feminismo tras varios acontecimientos señeros (El tren de la Libertad en España, Ni una menos en Argentina y el Me Too en Estados Unidos) en diversas comunidades autónomas surgen organizaciones de mujeres periodistas feministas que se suman al tejido asociativo ya existente en Cataluña y País Vasco principalmente.

Xornalistas Galegas se definen como un colectivo de más de 200 mujeres profesionales de Ciencias de la Comunicación que desempeñan su actividad en Galicia en defensa de un pe-

riodismo feminista. Sus objetivos son visibilizar a las mujeres en los medios de comunicación, desestigmatizar la presencia de las mujeres en la información e instaurar un tratamiento especializado de la violencia de género en los contenidos de los medios, denunciar los contenidos machistas o sexistas; promover iniciativas profesionales feministas que eduquen y generen conciencia social, incrementar la presencia de mujeres en los puestos de responsabilidad en las empresas de comunicación y controlar el cumplimiento de las medidas de conciliación laboral y familiar.

La Plataforma Colombine -Mujeres Periodistas Feministas de la Región de Murcia- surge del 8 de marzo de 2018, una fecha para la que miles de mujeres periodistas firmaron un manifiesto y se comprometieron a tratar de dar más visibilidad a problemas laborales dentro de la profesión y al papel de las mujeres en la sociedad.

Mujeres periodistas de Aragón, Baleares, Valencia, entre otras, se sumaron al movimiento asociativo de la cuarta ola, conectado entre sí a través de la Red de Comunicadoras Feministas. La periferia ha dejado de ser satélite y quiere ser protagonista de los cambios.

Mención especial, aunque breve en este capítulo, merecen también los medios, agencias y plataformas que desde las periferias impulsan la perspectiva de género en la información.

Desde 2007 funciona **La Independent**, la agencia catalana de comunicación de género promovida desde L'Associació Dinamitzadora de la Xarxa Internacional de Dones Periodistes i Comunicadores de Catalunya - Xarxa internacional de Periodistes amb Visió de Gènere. <http://www.laindependent.cat>

8 - PERIFERIAS PÍCARAS Y PODEROSAS

El modelo de periodismo feminista de **Píkara Magazine** es otro ejemplo de la vitalidad y la aportación a la perspectiva de género en y desde las periferias. En este caso desde Bilbao. “Píkara Magazine practica un periodismo de calidad, con perspectiva feminista, crítico, transgresor y disfrutón. No nos definimos como una revista especializada en feminismo, sino que tratamos todo tipo de temas sociales, políticos y culturales con una mirada feminista”, señala la revista en su página web.

Diez años, paso a paso, se inspiran en proyectos anteriores como el periódico Andra o la revista *Frida* también de Bilbao o medios críticos como Periódico Diagonal y también en proyectos de comunicación feminista como Mujeres en Red y Bitch Media. “Nuestra escuela fue la Red de Periodistas con Visión de Género (RIPVG) y su homóloga vasca Kazetarian Berdinsarea”, apuntan.

La perspectiva de género, subraya Píkara Magazine, “es una herramienta imprescindible para contar qué está pasando y por qué está pasando”.

Entre los proyectos periféricos más jóvenes de comunicación con perspectiva de género hay que citar a La Poderío, que nace en Andalucía a raíz del movimiento de Las Periodistas Paramos del 8-M de 2018. “Una revista parida en el sur, con los **aires frescos, reivindicativos, inclusivos, diversos, plurales y feministas de Andalucía**, pero sobre todo, con las ganas de visibilizar las historias de personas reales olvidadas en los medios de comunicación y de desgranar el sistema heteropatriarcal que las victimiza y/o criminaliza en la mayoría de los casos”, señalan sus fundadoras en <https://lapoderio.com>.

« ¡Qué poco hacen las autoridades por restañar la herida de la emigración! »

Por último, quiero rendir un homenaje a las pioneras de la prensa local, **las primeras mujeres que empuñan la pluma** cuando el periódico se consolida como medio de comunicación de masas a principios del siglo XX. Y las mujeres abren las primeras rendijas en sus páginas en medios locales. Si Carmen de Burgos, que se formó para ser maestra, hace sus primeros pinitos en el periodismo en el periódico satírico Almería Bufo, que edita el marido del que no tardaría en separarse por las bravas, en León la primera firma femenina con sección propia y continuada debuta en 1911 en el Diario de León.

Calimeria Montiel Marcos nació en Fresno de la Vega en 1888. Su trayectoria docente se desarrolla a la par que la periodística. Desde sus destinos en pueblos leoneses (Mellanzos, Jabares de los Oteros, Valdoré o Santa María del Páramo) o fuera de la provincia (Arenas de Iguña, Portugalete) e incluso desde capitales europeas por las que viaja en misión escolar (París, Burdeos...) por envía sus crónicas al rotativo provincial en las que abordaba temas de lo más variados.

El problema de la emigración, artículo con el que debuta el 6 de diciembre de 1911 en el Diario de León, o la denuncia del mal estado de la escuela de Jabares, crónica en la que relata su propia rebelión al decidir dar clase en los soportales de la iglesia mientras las ratas no fueran desalojadas del aula.

Tremenda Calimeria. De su pluma tenemos la descriptiva y amena crónica de la inauguración del tren Burra en 1915, el asombro y la envidia con que veía la construcción del puerto del Musel en Gijón o la carretera de Pajares aprovechando sus viajes y estancias veraniegas en Gijón. Sus columnas se titularon Letras Femeninas, Plumas Femeninas, Cosas Leonesas.

Desde Cantabria siguió la huelga del sindicato de la Aguja en Santander y alentó a las costureras leonesas a seguir sus pasos, para la mejora de sus salarios y la merma de la jornada que les permitiera acudir a los ateneos obreros a gozar de la instrucción y las letras.

Era conservadora y muy católica. También lo deja claro en sus artículos, pero estaba tan abierta a la ventana del nuevo mundo que se abría para las mujeres que pudo compartir muchos puntos de vista al respecto con mujeres de ideología contraria. Calimeria realizó sus dos últimas colaboraciones en Diario de León en los primeros días de la Guerra Civil.

Esta columnista representa en una provincia concreta el interés que suscitó el nuevo medio de comunicación desde sus comienzos también en las mujeres. Muchas fueron las que, como Carmen de Burgos y Calimeria Montiel Marcos, llegaron desde el Magisterio, la única profesión con título a la que podían acceder las mujeres hasta que en 1910 se suprimió el requisito de permiso gubernativo para que las féminas entraran en la universidad.

Bajo el seudónimo de María Antonieta colaboró en la revista Vida Leonesa, que tuvo su esplendor en los felices 20, María Sánchez Miñambres, una joven de una familia adinerada que se convertiría en la primera concejala designada en el Ayuntamiento de León durante la dictadura de Primo de Rivera y encarcelada en San Marcos (León) y la prisión de mujeres de Saturrarán (Guipúzcoa) con la Guerra Civil.

Son las pioneras de una provincia concreta. Pero el fenómeno de la llegada de las mujeres a la prensa a finales del siglo XIX y principios del XX es común a toda España.

En la nueva era, con el 60% de las egresadas de las facultades de Periodismo y Comunicación, es de esperar que la periferia

de la información se convierta en centro y que desde las periferias se contribuya a esta transformación con todo el potencial que tienen los medios de comunicación locales y regionales.

La perspectiva de género precisa de una gran motivación en el trabajo periodístico y una actitud proactiva en la propuesta de temas para abrir nuevas ventanas. No se trata solo de hablar de mujeres, sino de reflejar cómo las mujeres transforman el mundo y como el mundo se transforma con las mujeres.

BIODATA

Ana Gaitero Alonso (Villaornate. León. 1965) Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Desarrollo mi carrera profesional como periodista en Diario de León, en el noroeste ibérico. Actualmente en la sección de Sociedad y desde mis inicios intentando aplicar la perspectiva de género, primero por intuición y luego con formación [Experta en Género y Comunicación]. Entiendo el periodismo como una herramienta de transformación social, garantía democrática y defensa de los derechos humanos, desde lo local con visión global. Contar la historia completa supone contar con las mujeres y con las minorías, visibilizar territorios olvidados y temas incómodos. He recibido algunos premios como el Francisco de Cossío, de prensa escrita e igualdad de oportunidades, el Fabián Estapé de periodismo económico y socioeconómico o el de Cultura y Turismo de la Casa de León en Madrid. Llevo con orgullo el título de Pastora Mayor de los Montes de Luna, el V Premio de Comercio Justo de León y el II Premio de la Concordia del IES Antonio García Bellido. Creo en la fuerza del grupo y del trabajo en red. Soy activista de la Asociación de Periodistas Feministas de Castilla y León (Apfcyl) , en cuya fundación participé en 2017. Formo parte del secretariado de Gamag Europa. He escrito relatos en libros colectivos: 'Manuela López García. Una vida, una obra' (2020); 'No me cuentes cuentos' (2018), '24 horas' (2015), 'La representación de género en las organizaciones escolares' (2005); Democratizar la información (1996).

Las víctimas: ni nota roja ni crónica rosa

Cruz Morcillo

- 1. ABDUCIDOS POR LA IMAGEN**
- 2. COMPROMETER A LOS MEDIOS**
- 3. EL TESTIMONIO Y EL HOMENAJE**
- 4. PRESUNCIÓN DE DECENCIA**
- 5. LA DICTADURA DEL DATO**
- 6. LOS MITOS DAÑAN**
- 7. LOS CELOS Y LOS FAMOSOS**
- 8. MANUALES PARA NO PERDERSE**
- 9. LA POLARIZACIÓN FINAL**

Ni crónica roja ni crónica rosa. La violencia contra las mujeres no se puede encerrar en esas etiquetas periodísticas. Parece fácil. Es difícilísimo. En televisión aún más. Las imágenes hipnotizan, narcotizan. Te golpean, te agarran el estómago, te remueven cimientos. No hace falta más. O eso se vende. Una buena imagen, una buena puesta en escena barre con cualquier ensayo sesudo.

Lo sabemos todos. Pero lo sabemos bien quienes hemos deambulado por la calle cientos de días pertrechados con una libreta y un bolígrafo y nos hemos enredado con los cables de los cámaras de televisión o colado en el plano de un compañero fotógrafo.

1 - ABDUCIDOS POR LA IMAGEN

Está usted viendo distraídamente un informativo y de pronto escucha el comentario del presentador: “Les advertimos de que las siguientes imágenes son especialmente duras” o “estas imágenes pueden herir su sensibilidad”, suelen ser algunas de las etiquetas previas. Esas palabras tan simples ya crean expectativa. A renglón seguido le colocan ante sus ojos el plano de un cadáver (con la cara velada para proteger su identidad o, lo más frecuente, para eludir una eventual responsabilidad penal) y el plano se abre o se comprime como una garra sobre una herida. Cuanto más descarnada la imagen más fijará su atención. No falla, se quedará pegado a la pantalla.

Trasladémoslo a un caso de violencia machista. Una víctima declara ante el juez, escuchamos sus palabras desgarradoras, el infierno que narra, tal vez esté en una silla de ruedas o haya perdido la visión de un ojo o la audición. O quien declara es el acusado, su expareja, que casi nunca admitirá nada salvo que su

defensa lo haya convencido. La atracción en este caso viene de la mano de la imagen y de la voz, de lo que se cuenta.

Imagine ahora la misma situación. Usted frente al televisor, como un ritual diario más. La noticia va precedida por 'nuevo caso' de violencia de género. Tres pinceladas. Coletillas. "Con este son ya... X mujeres asesinadas". Aquí aparecerá el número de asesinato que ocupe en la lista, antes la del año; ahora, la del año y la serie histórica contabilizada a partir de 2003. Un número que hace mucho ya superó el millar y que se repite machaconamente como si las cifras removieran conciencias. A la vista está que no parecen hacerlo.

La subyugación de la imagen, su potencia tiene otro efecto: la capacidad persuasiva y perversa al mismo tiempo de otorgar a un hecho real un barniz de irrealdad que nos la transmute en ficción. Un muerto, cien, mil muertos lejanos, mostrados en un flash, unas 'colas' en argot televisivo, pueden llegar a parecer-nos un documental o una película. Es importante centrarse en la dimensión y el contexto en esos casos porque de lo contrario parecerá que son "muertos al peso" y el efecto narcotizante será la consecuencia directa de esa despersonalización.

Vivimos en el zapping permanente, en la falta de atención, en el picoteo noticioso. Y no solo en televisión. Leemos titulares, escuchamos la radio cambiando de emisora, nos pasamos al podcast y por la noche vemos la serie de turno en cualquier plataforma de pago. Todo ese salto de devorar información no ocupa siquiera un espacio o un tiempo concreto, sino que se desarrolla en medio de nuestra vida multitarea. Con ese aluvión, vida de aluvión y consumo informativo masivo y sin filtro, ¿a quién le importa 'otra asesinada'? ¿Es violencia real o forma parte de la infoficción a la que estamos abonados la mayoría? Sin culpa, sin salpicarnos la sangre ni las causas ni, por supues-

to, las víctimas. La nota roja. Un suceso más, aunque aquí tampoco podemos despreciar los matices.

“Los espectadores mediatizan las emociones a través de la clasificación y evaluación de las escenas (...) Clasifican las escenas en series: “violencia de guerras”, “anuncios de maltratos”, los “reportajes de realidades crudas”, “la violencia de género”, las “películas violentas”, etc. La clasificación organiza los visionados e interviene en la formación de emociones que ya dependen de la serie en la que se incluyen. Algunas escenas son entendidas como repetidas, ya que aunque no sean iguales, son de la misma serie o del mismo tipo. La repetición modifica las emociones porque los espectadores pueden anticipar de qué se trata, y pueden seleccionar lo que quieren ver y en qué medida lo harán. En cierto modo pueden decidir cómo ser impactados” (*Las emociones que suscita la violencia en televisión. Comunicar, número 36, 2011 de C. Fernández, J.C. Revilla y R. Domínguez Madrid*). Decidir cómo ser impactados a través de la repetición, bien sea de forma voluntaria o involuntaria, impuesto por terceros. Recojo el guante.

Del riesgo del efecto narcotizante o aletargador previenen varios manuales o guías sobre el tratamiento de la violencia de género como el de TVE. La audiencia, dicen, puede acabar cansada o indiferente ante la difusión continuada de estas informaciones. Para evitarlo recomiendan buscar enfoques y tratamientos novedosos, no recurrir a expresiones como “un caso más”, “un nuevo caso de”, contar los elementos que podrían haberlo evitado e incluir informaciones de apoyo y nuevos enfoques que enriquezcan las noticias, además del teléfono gratuito (016) y la dirección de correo electrónico habilitada para denunciar los malos tratos.

Asistimos a un salto mortal sin red. Cada vez nos conmueven menos noticias y para que nos asalten y nos detengamos a mi-

rarlas frente a frente necesitan dosis extra: extra de crueldad, extra de niños, extra de violencia, de incapacidad para entender. Asombro. No es la situación ideal ni el punto de partida para un tratamiento tan complejo como el que requiere la violencia contra las mujeres, con formas y ropajes que cambian y se multiplican en inventiva y maldad.

La violencia machista y su tratamiento informativo, en este caso, en televisión se ha visto afectada, herida por el cambio de hábitos sociales y el recambio de herramientas de transmisión. Íbamos a ser los más implicados y con frecuencia parece que nos hemos desligado de la raíz, del cimiento del problema.

Sabemos más, nos hemos preocupado en ocasiones de interiorizar como un mantra mensajes claros y directos para esquivar el paternalismo, la justificación, el discurso papagayo y sin fuste de la vecina del cuarto o la indiferencia familiar y social, en ocasiones. Pero no todos hemos/han hecho los deberes en los medios y, por supuesto, los cambios de formatos y consumos periodísticos una vez más nos han adelantado por la derecha. Y otro factor: pasar de un extremo al otro encierra peligros.

Hemos llegado a un cierto consenso sobre los perniciosos testigos comparsa, los que buscan protagonismo, los que normalizan gritos y golpes, pero de ahí a que en una pieza informativa solo tengan cabida –como predicen ciertas guías de tratamiento informativo- las voces que para algunos son “las mayores expertas en” dista un mundo. Ni en una pieza de un minuto caben tantos expertos ni porque esa voz sea la más autorizada puede aportar en determinados momentos previos elementos claves a esa información concreta. Lo normal es que ni siquiera quiera hacerlo dependiendo de dónde se vaya a emitir o pida tiempo y conocer más detalles. El prejuicio opera en todas las direcciones. Y ni el periodista tiene más tiempo ni el espectador esperará

horas o días para conocer la noticia. Las guías se olvidan con frecuencia de la máxima periodística de “lo necesito para ayer”. Por mucho que cambie el oficio, ese principio se mantiene inalterable, asaltados además como están los medios por la urgencia de las redes sociales y la confusión que estas siembran.

“Las mujeres no están en el centro del debate político ni tienen el reconocimiento social como víctimas de violaciones, abusos, trata, maltrato o asesinato (...) Con los asesinatos de mujeres a manos de hombres no hay despliegue informativo, no se crea alarma social, no hay invocaciones a la lucha contra esos asesinatos que atentan contra “nuestro sistema de libertades”, no se suelen suspender campañas electorales. Los políticos no modifican sus agendas y los ciudadanos no se manifiestan cada vez que se asesina a una mujer; apenas se registra alguna que otra concentración, muy minoritaria y protagonizada, sobre todo, por mujeres”. Son palabras de mi admirado José María Calleja en su libro “Cómo informar sobre la violencia machista” (Ediciones Cátedra, 2016) en el que retrata situaciones, reproduce hechos y saca los colores a cómo elegimos contar los periodistas.

“No se considera que la violencia de género sea un problema de todos; las víctimas no están situadas en la agenda como lo estuvieron las víctimas del terrorismo desde los años noventa”. Es una comparación recurrente y efectiva. Porque la mayoría tenemos en mente cómo también esas -que fueron víctimas de segunda durante décadas- lograron el reconocimiento social y el papel que merecen, y del que aún están a kilómetros las mujeres a las que les ha tocado engrosar las estadísticas de insultos, palizas, violaciones, amenazas, mutilación, o asesinato.

Las víctimas -reitera Calleja en su libro- no están en el centro del debate político y no hay despliegue informativo. Las organizaciones de mujeres llevan demasiado tiempo reclamando esa im-

prescindible posición que no acaba de cuajar ni por decisiones políticas ni por convicción social. El pacto de Estado de 2017 es un ejemplo. Está plagado de propuestas que afectan a todos los sectores con el claro objetivo de mejora, pero cuatro años después su materialización sigue siendo más que cuestionable. Escaso seguimiento de las medidas y desde luego más que raquítico o nulo traslado a los ciudadanos.

2 - COMPROMETER A LOS MEDIOS

El trabajo de partida, desarrollado en la Subcomisión del Congreso y la Ponencia del Senado durante meses, dejaba claro que resultaba imprescindible un consenso institucional, político y social, un compromiso; y que el objetivo era incluir esa batería de medidas y recomendaciones en la II Estrategia Nacional para la Erradicación de la Violencia sobre la Mujer 2018-2022, así como en el Plan Nacional de Sensibilización y Prevención de la Violencia de Género para su desarrollo en los siguientes cinco años. Estamos a uno de que venza el plazo. El plan, el más ambicioso hasta la fecha, incluye diecinueve medidas concretas dirigidas solo a los medios de comunicación. Repasemos algunas de ellas para evidenciar la distancia feroz entre el deseo y el cumplimiento.

- Comprometer a los medios a divulgar las sentencias condenatorias recaídas en casos de violencia de género para erradicar cualquier sensación de impunidad respecto a los autores de estos crímenes.
- Convenios con guionistas audiovisuales para ofrecer imágenes libres de estereotipos.
- Acuerdo para corregulación, especialización y formación de profesionales de medios. Cambio de actitud que no justifique, banalice o incite a la violencia.

- Recuperar la figura del Consejo estatal de medios audiovisuales como autoridad independiente. Informes para ver la evolución del tratamiento informativo y advertir, sancionar o incentivar buenas prácticas.
- Regulación para clarificar conceptos jurídicos relacionados con el sexismo en la comunicación.
- Corregulación para un código de publicidad no sexista.
- Eliminar referencias potencialmente nocivas en la web que promuevan la violencia contra las mujeres.

No es necesario un análisis exhaustivo de titulares, informativos, reportajes o casi cualquier tipo de programas para observar el escaso éxito. A los periodistas leer la palabra regulación, corregulación, autorregulación o similar nos produce sarpullido. Vemos la mano y la voz censora antes que una viga que nos caiga sobre la cabeza. Reminiscencias pasadas. La importancia de encontrar un punto de equilibrio es clara. La posibilidad de alcanzarlo, lejana, a la vista de cómo ha transcurrido la última década. Casi todos contamos la muerte, muchos menos contamos la vida (la noticia blanca) y tampoco el epílogo: la sentencia, salvo casos conocidos o que lleven aparejados otros ingredientes.

Sería injusto no recordar que sí han surgido programas y formatos en televisión dedicados en exclusiva a dar voz a víctimas que han logrado vencer al miedo y a la muerte y son capaces de narrar sus experiencias; el enfoque positivo, ese que se aleja del retrato de la desgracia y la pena (o que contándola, da un paso más) y consigue calar en el espectador. Esas voces que se han abierto paso en nuestras pantallas están a kilómetros, por fortuna, de aquellas otras en las que llegamos a ver a un mal-

tratador y su víctima, sentados frente a frente, y a una celestina ajena al drama tratando de recomponer relaciones como si esa violencia previa no hubiera existido nunca.

3 - EL TESTIMONIO Y EL HOMENAJE

Amores que duelen (emitido en Telecinco) es un buen ejemplo, un docu-factuals en el que se recrean casos reales de violencia machista que ya han sido superados. Contó con una psicóloga experta en violencia de género y otra especialista en psicología clínica, además del testimonio de las propias víctimas y sus familiares. El programa, con siete temporadas emitidas, desvela claves para identificar indicios de violencia, de manipulación, cómo actuar ante el maltrato, a quién acudir y dónde acudir. Dejó imágenes impactantes (recreadas) y palabras más impactantes aún. “Mi maltratador me obligaba a mantener relaciones sexuales a la fuerza” “Me repetía que quemaría mi casa y a mis hijos” o “Ella tenía 40 puñaladas en la cara”. La violencia de frente, avalado y premiado el formato por el Ministerio. Demostró que se puede llevar la violencia machista a la televisión de otra forma. Sin necesidad de sangre inmediata ni de estadísticas asépticas y a veces manoseadas en exceso.

En la primera temporada de emisión (2014) *Amores que duelen* tuvo una audiencia media del 12,6 por ciento (930.000 espectadores). En la sexta, en 2019 cayó hasta el 7,8 y los 561.000 espectadores. Llegaron a seguirlo más de un millón de personas de media en la cuarta temporada, en 2017.

Pero sin duda estamos muy lejos de que sea un relato generalizado, de que esas sentencias contra la impunidad a las que se refiere el Pacto de Estado y esas vidas recuperadas ocupen espacios clave en un medio de comunicación. El “prime time” y

el atisbo de felicidad no suelen ir de la mano. La ficción la digerimos mejor que la realidad y la muerte nos fascina más que el triunfo de la vida a secas.

Un trabajo imprescindible y que debería marcar el camino es el documental *1000 mujeres asesinadas*, ideado por la que fue editora de igualdad de RTVE Alicia Montano, y Miriam Hernanz, en el que el énfasis, la atención se centra rendir homenaje a todas esas mujeres. Una veintena de periodistas, documentalistas e informáticos recuperaron las vidas de las víctimas, eludiendo de forma deliberada el detalle de cómo acabaron con ellas. Los fragmentos de sus existencias van salpicando todo el trabajo. No se quedan en el anónimo, en la nacionalidad, en las puñaladas sino que reflejan sus sueños, sus motivaciones, su esencia. Y cuentan también qué fue de su asesino. Este trabajo único nos coloca frente al espejo de los retazos incompletos, mediocres, en los que caemos en la información diaria con miras tan escasas y tan fragmentarias que nos abochorna.

Montano, una pionera, explicaba cuando lo presentó que el objetivo era no quedarse en ese número sino seguir contando las historias de esas mujeres “hasta el día en que podamos decir que no hay una víctima más”. Es el mejor trabajo periodístico y el mejor homenaje de largo que se ha puesto en marcha. Las artífices del trabajo partían de otra premisa interesante: el autor del crimen, con frecuencia, está más protegido que la víctima.

Tienen razón. Causa sonrojo escuchar y leer cinco veces la palabra ‘presunto’ cuando el autor aparece junto a su víctima blandiendo el cuchillo o la escopeta, o suicidado tras matarla a ella. El presunto verdugo. Verdugo pero presunto. Ojalá esa presunción de inocencia se extendiera con tal benevolencia al combate diario de otras áreas del periodismo. El autor se beneficia además del escudo de las siglas, de su invisibilidad social que

evita el reproche con nombres y apellidos. Ellas, las víctimas, convertidas, en números; ellos, los asesinos, en seres inmateriales e invisibles para que no se les pueda señalar.

Hernanz, la coautora del documental, apuntaba a otro elemento clave. “En el pasado lo hacíamos muy mal” (en referencia a cómo hemos informado durante los últimos años) “hemos ido mejorando y hemos pasado del crimen privado al crimen público”. Ya lo he dicho, comparto ese optimismo laboral solo a medias. Hemos tenido tiempo de mejorar y aprender infinitamente más de lo que lo hemos hecho.

Ninguno de los dos trabajos mencionados, al que sumaría el pionero *Objetivo Igualdad*, también de TVE, ha tenido el eco y la repercusión de otro mucho más reciente y con un formato completamente alejado de los anteriores: *Contar la verdad para seguir viva* (Telecinco), en torno a los supuestos malos tratos sufrido por Rocío Carrasco, hija de la cantaora Rocío Jurado. Se ha erigido en un referente, con unas audiencias imbatibles semana tras semana y con una proyección pública nunca vista.

Objetivo Igualdad supone un golpe a los estereotipos sexistas y tiene una vocación evidente de dar visibilidad de las mujeres. La violencia no es el eje del relato, que se compone de rostros femeninos con sus problemas reales, con sus proyectos y sus logros saltando por encima del opacamiento general. “La violencia de género es la punta de un iceberg, una gigantesca estructura social que les adjudica roles y, a la hora de la verdad, las sitúa como ciudadanas de segunda”, se apunta en su filosofía. La “habitación propia” de Virginia Woolf adquiere aquí condición de espacio propio, más amplio, más confortable y más reivindicativo.

4 - “PRESUNCIÓN DE DECENCIA”

Contar la verdad para seguir viva narra el infierno que, según Rocío Carrasco, ha vivido durante 25 años provocado por su ex-pareja Antonio David Flores, cómo sus hijos se alejaron de ella y cómo la presión social y mediática la abocó a un intento de suicidio en 2019. Doce episodios de desnudo emocional con audiencias de más del 33 por ciento durante la emisión de algunos de los capítulos y casi cuatro millones de espectadores pegados a la televisión. Durante semanas se habló más de violencia de género que nunca. Las opiniones se dividieron en apoyos a ella y a su exmarido como si se tratara de un partido, con etiquetas propias en redes sociales y algún programa tirando de encuestas sobre si creían a Carrasco o a Flores.

“Teniendo respeto absoluto a la presunción de inocencia de Flores, parece que sigue faltando el respeto a la presunción de decencia de Carrasco, cuya versión se cuestiona con descalificaciones personales”, escribió en su artículo sobre el documental la editora de Igualdad de TVE, Carolina Pecharromán (24-3-2021).

En el mismo texto Marisa Soleto, presidenta de la Fundación Mujeres, afirmaba: “Las víctimas de violencia machista deben ser escuchadas con el respeto que se debe a cualquier víctima, sea cual sea el medio en el que encuentren la oportunidad de contar su caso”. Añadía Soleto un apunte que destaco: “Los soportes condicionan mucho la calidad del contenido y algunos formatos aumentan el nivel de exposición de la mujer de forma que se puede causar una revictimización. La responsabilidad que tenemos es pedir a los medios que sean sensibles, que consideren el contexto, las repercusiones de los estereotipos sociales y el daño que se pueda producir”.

El catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad José Miguel Contreras recordaba durante la emisión en “prime time” del programa el poder de influencia y expansión de la televisión y en aras de ese impacto, su capacidad de sensibilización. “La televisión sigue teniendo, por mucho que exista fragmentación con internet y las redes, un poder extraordinario de concentrar el centro de interés de muchísimos millones de personas, por encima de cualquier otro medio. (...) La violencia machista se ha puesto absolutamente en primer plano”, afirmaba al ser preguntado sobre el formato.

Traer al primer plano y meter al espectador en una historia relatada por su protagonista tiene un poder incuestionable. Sin embargo, no comparto el aplauso casi unánime al documental sobre Rocío Carrasco por dos razones. Una, me rechinan los parabienes a una espectacularización tantas veces denostada por quienes en esta ocasión la han aplaudido sin asomo de crítica. Junto a voces autorizadas (unas más y otras menos) contemplamos con asombro opiniones de todo pelaje en un ejercicio que se aleja del periodismo y la sociología y se acerca al cotilleo puro y duro. La nota rosa.

Dos, no comparto una crítica global al conjunto de los jueces y fiscales. Es injusta y perversa. Propia de repúblicas bananeras y de periodistas desinformados. Lo que no funciona tenemos que mostrarlo y criticarlo sin paliativos con la intención de mejorar, desde el conocimiento de lo que ha sucedido y cómo se ha argumentado. En lugar de eso, desde la emoción y la “verdad” (*Contar la verdad*) se constituyó un auto de fe contra un procedimiento judicial que no gustaba y no se creía. Falta de indicios, de pruebas, ausencia de testigos, denuncias familiares, etcétera, se despreciaron y pusieron en la picota. Se obvió la especialización de los juzgados de violencia sobre la mujer, la formación que reciben quienes tienen esos destinos, el cambio de paradigma que

se ha producido. ¿Por qué nos creemos antes a un comentarista (a veces ni siquiera periodista) que a un juez? ¿Por qué presumimos un sesgo machista o clasista en quienes componen uno de los tres pilares del Estado de Derecho? Los jueces fallan, naturalmente, y los fiscales, y los policías y los periodistas y hasta la familia pero poner en la picota el sistema al completo no parece la mejor opción. Hay que señalar lo concreto.

Como acaba de hacer la Fiscalía, por ejemplo, que en su Memoria de 2021 (referida a la actividad delictiva de 2020) critica “la escasa y lenta reacción judicial ante los supuestos de quebrantamiento de las medidas de protección de la víctima, a veces sin su oposición”. Apelan a reforzar la concienciación de todos los que intervienen porque saltarse el alejamiento multiplica el riesgo para las mujeres, aunque perdonen, aunque le den otra oportunidad a quien maneja sus vidas. Los representantes del ministerio público lo tienen claro: se deben adoptar medidas más drásticas de protección, incluso la prisión.

A las víctimas tenemos que cuidarlas y acompañarlas, pero si después de un largo trayecto judicial esa condición no puede acreditarse, la “culpa” tal vez no sea solo de quienes han tenido que valorar dicha prueba. Y desde luego, plantear la violencia de género en bandos, jaleados desde uno y otro lado, no parece la receta hacia el fin anhelado de que no haya ni una víctima más.

5 - LA DICTADURA DEL DATO

Cifras, datos, gráficas, tartas, diagramas. Tercer concepto en liza. Los periodistas nos hemos abonado a los datos. Nos escondemos tras su apariencia de objetividad. Lo que se cuantifica no admite discusión. No hay relato, no necesita opinión. Son x de-

nuncias, x condenas, x absoluciones, x órdenes de protección, x muertas. “Ya son...” ... Si el ojo acomodado, aburrido, desgastado puede marcar tal distancia que una imagen real la llegue a procesar como ficticia, algo similar sucede con las estadísticas. Se manosean y se lanzan como cuchillos a mejor conveniencia. Y en esas cifras nos escudamos a veces, también en televisión, en busca de una supuesta y falaz objetividad.

“Los periodistas no podemos ser neutros ni neutrales. Debemos buscar la verdad, contar lo que pasa, ser profesionales y honestos. Debemos ser rigurosos, pero no podemos mostrarnos equidistantes de víctimas y victimarios. No cabe equidistancia con respecto a un hombre que asesina y una mujer que es asesinada, con respecto a un hombre que humilla, pega, maltrata durante meses o años y una mujer que vive aterrorizada por su pareja o expareja, que es humillada, maltratada o asesinada. No cabe bisectriz moral entre un maltratador y una maltratada, entre el que aterroriza y la aterrorizada, entre un criminal y una víctima”. Son de nuevo palabras de José María Calleja en el libro ya citado.

El manejo abundante, excesivo y sin filtro ni contexto de datos ha sido y es otro de los males que han salpicado el camino. Primero carecíamos de cifras fiables y nos teníamos que desenvolver en un batiburrillo confuso y enfrentado, a veces dispar. La sistematización era imprescindible y ha supuesto, sin duda, una herramienta para centrar el objetivo y para contar el problema. Pero las cifras, los datos sin arropar, sin análisis, sin tiempo y sin interpretación también carecen de sentido y pueden conducir directos a esa supuesta neutralidad en la que acabemos diluyendo a las víctimas. Sin rostro, sin historia, sin trastienda. Un número más. Exactamente igual que con el número global de denuncias. Rara vez hacemos hincapié en las que se archivan, como sucede en cualquier delito, o aquellas que se retiran. Y

quienes siguen aventando que el maltrato y la discriminación es un invento se escudan en esos archivos para “venderlos” como denuncias falsas, una falacia que prospera de forma impune.

Y otro problema: las agrupaciones de casos de asesinatos que generan debates estériles e interminables y que en ocasiones son la única espita que sirve para que se hable de maltrato y violencia en televisión y en los periódicos. Es lo que Josu Mezo, profesor de la Universidad de Castilla-La Mancha y editor del blog Malaprensa.com denomina “la falacia del jugador”. En un artículo titulado “La falacia del jugador, los aviones y la violencia de género” (Cuadernos de Periodistas, 21-12-2017) afirma que “con la violencia de género (como con los aviones, los incendios y los accidentes de carretera) no se acepta que las agrupaciones de casos sean azarosas. Hay que preocuparse, aún más, se entiende, porque haya varios asesinatos en tres o cuatro días. Se agolpan los artículos de opinión. Se llegan a escribir editoriales, incluso, pidiendo la “revisión urgente” de la política sobre el tema, con frases como estas: “Las agresiones contra las mujeres repuntan de forma alarmante (...) De hecho, el “anumerismo” de los medios es todavía más censurable cuando contrastamos su reacción ante las rachas de tres o cuatro días (portadas, artículos de opinión, editoriales...) con su atención a la evolución del fenómeno a largo plazo. Un lector ingenuo podría creer que los periódicos que dedican portadas y editoriales a cuatro muertes en 48 horas lo harían también con una reducción de 76 muertes (-22%) a lo largo de cinco años. O, al menos, que algunos destacarían que las 44 víctimas mortales de 2016 son la menor cifra en 14 años. Pero no sucede así. Ambos indicios positivos han pasado prácticamente desapercibidos (...) Dos meses malos, grandísima noticia. Cinco años de mejoría, silencio”.

Cada vez que sucede, cada vez que los asesinatos se concentran en el tiempo, nos enfrentamos a las mismas prácticas

repetidas. El asombro, los ayes, la crítica al conjunto y la política de tierra quemada. Para un espectador ajeno la impresión que se traslada es que todo está dinamitado. Para los medios es la oportunidad de engancharse y subirse al carro por enésima vez a la preocupación por el “problema”. Como si el resto de los días el “problema” y los pasos dados no existieran.

“Lo que parece claro –censura Mezo- es que los medios españoles aplican la máxima de no dejar que una buena estadística de largo plazo les arruine las noticias basadas en rachas de corto plazo. O bien, simplemente, no son capaces de distinguir entre la importancia y el significado de ambas cosas. Cualquiera de las dos conclusiones es desalentadora”.

6 - LOS MITOS DAÑAN

Los manuales más recientes en busca de una buena prensa hacen hincapié en que debemos desarmar los mitos. Las denuncias falsas son mínimas, prácticamente inexistentes. Lo reitera año tras año el Consejo General del Poder Judicial y la Fiscalía General del Estado, pero aun así se cuela una corriente de opinión según la cual las mujeres utilizan esas denuncias de forma mayoritaria para conseguir un proceso de divorcio ventajoso. La única forma de atajar esa corriente es actuar cuando se detectan esos casos. El apoyo a las víctimas también pasa por la censura a quien instrumentaliza.

Los estereotipos y los tópicos de todo tipo engrasan una corriente de opinión perniciosa que coloca a las víctimas en la indefensión y el vapuleo público. Hace ya veinte años que se repite esta denuncia por quienes están comprometidos con las mujeres. En 2002 en el I Foro Nacional Mujer, Violencia y Medios de Comunicación se sentaron algunas bases, antes incluso

de que se aprobara la orden de protección (2003) y la Ley Integral (2004). En ese foro la profesora Pilar López Díez, de la Universidad Complutense de Madrid, destacó que “cuando se trata de explicar el porqué de la acción violenta, se recurre al estereotipo como argumento más simple: alcoholismo, celos, crimen pasional, estrés, problemas psicológicos, delincuencia, cuando la más básica regla del razonamiento podría invertir el papel del agresor y víctima y dar al traste con el estereotipo. ¿Por qué las mujeres, a pesar de los celos, del estrés, de los problemas psicológicos, la depresión o de cualquier otra razón que explique para la profesión periodística las razones de los agresores, tienen índices de agresión mucho más bajos que ellos? No debe olvidarse que el 89% de la población de la Unión Europea conoce el problema de la violencia de género a través de la televisión, el 65% a través de la prensa y el 44% por la radio”.

Lo recogía Gabriel Sánchez en el artículo “Violencia de género y medios de comunicación. Una aproximación al tratamiento informativo de los delitos relacionados con el maltrato a las mujeres”, publicado en el número 13 de Cuadernos de Periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid (2008). Aunque las cifras de cómo se informa la sociedad hayan variado, la televisión no ha hecho más que tomar ventaja en la década larga transcurrida.

“La mujer víctima de violencia no es vista como otras víctimas, y su testimonio, por desgarrado que sea, se suele entender como su versión, sesgada o malintencionada, de alguien que quiere vengarse del hombre por algo. En no pocos casos, en los medios de comunicación se empata el tratamiento dado a la víctima y al victimario, e incluso dan más credibilidad al testimonio del que ejerce la violencia contra la mujer que a la mujer maltratada. Se otorga credibilidad, e inmediata repercusión mediática, a las supuestas denuncias falsas de violencia de género,

como modo de desactivar la evidencia de que cada año más de cincuenta mujeres son asesinadas por más de cincuenta hombres". El empate es un término que José María Calleja utilizaba con frecuencia para evidenciar esta anomalía.

Los mitos dañan y se perpetúan. La violencia se da en familias pobres. Es una falsedad extendida y a veces consolidada. La mujer que no sale de ese infierno es porque no quiere. Existe una incompreensión aun peligrosamente generalizada hacia víctimas que vuelven con su maltratador o aquellas que inician una relación a sabiendas de los antecedentes de su pareja. La provocación de la mujer, ese ser endiablado que dice sí cuando en realidad quiere decir no. Hemos asistido a una creciente violencia sexual, a sometimientos en grupo, las llamadas "manadas", en torno a las que con frecuencia aparecen bandos: los que creen y los que cuestionan. Sin testigos, en lugares inhóspitos, en los que ella queda a merced de una jauría.

La erosión que provocan todos esos discursos es evidente y se une a una corriente negacionista que ha calado a medida que las mujeres levantábamos la voz y las víctimas recibían apoyo institucional. El feminismo ha generado resentimientos, hombres "ofendidos", que se sienten atacados en sus bases y se suman a discursos radicales y a veces violentos. Los más extremos se cargan de razón, aunque sean razones pueriles y en ocasiones los medios les sirven de altavoz. Porque según esa idea las feministas reciben demasiada atención mediática y algunos reclaman su parte. Una parte que vemos, escuchamos e, incluso, consigue aburrirnos con demasiada asiduidad a través de una pantalla.

La Fiscalía, en ese apoyo institucional que es importantísimo, pone año tras año el acento en a quién hay que señalar y a quién apoyar y creer. "Siendo la base de la violencia de género cultural y estructural, es necesario mirar hacia los agresores, los verda-

deros culpables, con quienes se debe trabajar para asegurar su efectiva reinserción en una sociedad que quiere preservar la igualdad de todos y todas. Se trataría en último término de evitar que reincidan en la violencia con otras parejas, como ya ha ocurrido con cierta frecuencia este año, por ser esa la única herramienta que conocen para resolver los problemas intersubjetivos”, señalan los fiscales especializados en la última Memoria.

La lista de mitos sería inacabable, como la de errores en la que seguimos incurriendo: las prisas, la dejadez, el desconocimiento, la confusión terminológica abocan a una mala praxis. No es exclusivo de ningún medio, se cometen en casi todos. Y a una excepcional cobertura en un programa puede seguirle una tertulia en la que alguien vuelva a recurrir al pernicioso “crimen pasional” o a los celos, o al alcohol o un testigo se deshaga en elogios hacia la personalidad de quien acaba de asesinar a su mujer en mitad de un directo. Incluso a que un reportero en un directo hable de “volcánica o apasionada relación que acabó en muerte”. Un titular muy parecido a esa frase desencadenó una oleada de críticas que obligó al periódico “El Mundo” a cambiarlo al día siguiente en su página web.

En el lado opuesto también ocurren. Y hemos leído y visto relatar como un crimen machista lo que en realidad había sido una muerte natural el pasado verano en Motril (Granada). El marido quedó en libertad sin ningún tipo de acusación tras la autopsia. Las prisas no pueden nublarlos. Los errores cargan de argumentos a quienes se empeñan en negar lo que es un atentado continuo a los derechos más elementales de una persona.

7 - LOS CELOS Y LOS FAMOSOS

Los celos en televisión venden. En general, no en televisión, sino en la vida, toleramos el maltrato a las mujeres (control de

horarios, de personas, de vestimenta, de móvil) porque ni siquiera lo consideramos maltrato. Como los celos. Hemos avanzado, pero pocos amigos le dirán a un celoso que eso es una forma de maltratar. Es por amor. Cuanto más celos, más amor. El mantra sigue funcionando. Y la televisión colabora no pocas veces como altavoz. Famosos con sus cambios de pareja y vida desfilando por nuestras pantallas un día y otro. Audiencias. Celos, gritos, posesión...cuestionamiento. Miles de seguidores y roles reproducidos. Programas con legiones de espectadores donde la mercancía expuesta son situaciones de control y dominio, infidelidades y llanto.

Pero eso no tiene nada que ver con la violencia de género, se repite machaconamente, con la violación de una mujer o la paliza, y mucho menos con el asesinato. Aquí sí el rechazo es frontal. Sin embargo, hay antesalas que ni las olemos, maneras que ni siquiera se consideran violencia. Ese control es violencia y, además, perpetúa roles.

Lejos quedaron los tiempos en los que maltratador y víctima se sentaron juntos en un plató con malas artes. Y alguna mujer llegó a costarle la vida. Como a Svetlana Orlova, de 30 años, que el 14 de noviembre de 2007 acudió a un programa de Antena 3 creyendo que un familiar le iba a mandar un mensaje desde Rusia. Allí se encontró a su expareja que le pidió que se casara con él. La negativa de la mujer provocó que cinco días después él la degollara en su portal. Delante de toda España el individuo había reconocido que era “un poco celoso”, que la seguía y la vigilaba. Nadie sabía en ese momento en el que Svetlana se plantó en directo, que él había sido condenado a once meses de cárcel y dos años de alejamiento por un delito de maltrato. La sentencia ni siquiera se había notificado aún al agresor. No fue el único caso.

Esos extremos, ese consentimiento tácito o el descuido de quien concertó aquella cita que acabó en muerte, han desaparecido de las parrillas de televisión. Sin embargo, aún aparece de cuando en cuando algún episodio en que un famoso es disculpado y justificado. También lo contrario: que se le someta a la lapidación pública sin que medien pruebas. O las equidistancias de exponer al tiempo un alegato contra la violencia machista y a un machista de manual.

“Si el agresor es una persona famosa no se tienen que utilizar imágenes positivas que hagan referencia a su carrera profesional y a sus éxitos. Es un agresor como cualquier otro. Tampoco hay que mostrar imágenes de éxitos pasados o reconocimientos en los agresores. Han cometido una agresión o asesinato, y las imágenes de los éxitos, que no tienen conexión con los hechos, pueden ejercer una función de disculpa del agresor. Nada los disculpa y una fotografía inadecuada puede desvirtuar o endulzar su imagen pública. Si el caso afecta a un deportista habría que sacar la información de ese bloque y ponerla en las primeras secciones o minutos informativos. En todo caso, se podría volver a repetir en los espacios deportivos”. Son dos de las recomendaciones del manual de los periodistas valencianos en prevención de la disculpa al famoso.

En junio de este año el cantaor Diego “el Cigala” fue detenido tras denunciarlo su compañera por malos tratos. Nada más salir del calabozo, rodeado de micros y cámaras, explicó su particular versión de por qué había sido denunciado: “Seguro que son los dineros, siempre los dineros. Dineros, siempre quieren dinero las mujeres”. Al día siguiente, con su imagen por los suelos y sin que nadie levantara la voz para defenderlo, envió un comunicado desde su discográfica arrepintiéndose de sus palabras. “Pluralicé en vez de hablar en singular; no me refería a las mujeres del mundo sino a una sola, en concreto con la que tengo un desencuentro económico”.

Con una orden de alejamiento está a la espera de juicio. Su pareja denunció que le había propinado puñetazos, empujones y patadas y aseguró que había sido coaccionada a no denunciar por la dimensión pública del cantaor.

8 - MANUALES PARA NO PERDERSE

Los manuales que se han ido elaborando por parte de algunos medios y colegios profesionales desde hace más de una década están orientados a corregir errores. Son un buen faro o intentan serlo. La aplicación práctica, como casi siempre, es el gran problema. Y en ocasiones no por mala fe o por desconocimiento, que también. Pero la teoría cuando la llevamos a la calle es obvio que sufre distorsiones o que puede acabar en el rincón más oscuro del cajón. La especialización del periodista es un arma con futuro, aplicar una mirada amplia y con perspectiva de género para tamizar el material, someter al ojo crítico la primera imagen, el primer testimonio, el impacto y la prisa, esa eterna compañera que reina más que nunca en las redacciones, espoleada además por el coro de las redes sociales, las *fake news* y las opiniones sin fundamento.

La especialización es un logro del periodismo que las propias empresas, cada vez más precarizadas, no acaban de encajar. Y así quien sale a la calle a cubrir una noticia tiene que informar de un asesinato machista, de un mitin, de una okupación o de un caso de acoso escolar en horas o días; cambiar de registro, de ciudad, de protagonistas; correr, fomentar el espectáculo, contar la última hora aunque no haya tenido tiempo de contrastar con las fuentes oficiales. Esa urgencia sepulta vocaciones y sensibilidades. Sin elaboración, sin contraste, la biblia del periodismo se dinamita. La trituradora de noticias se pone en marcha a primera hora del día y necesita alimentarse durante las veinticuatro siguientes.

Y si lo ha dicho la tele, va a misa. O ni eso, porque el periodismo está más cuestionado que nunca, cercado por “youtube”, por personajes sin formación que pululan por todas las redes y se arrojan nuestro puesto. Los siguen, los consumen y los creen y encontramos paradojas como que un comentario de una noticia (conspiranoico o negacionista sobre violencia) tenga más seguimiento que la propia noticia. Los nuevos tiempos han traído cientos de formas de saber y entender, pero no siempre las deseables.

Sería injusto no valorar y aplaudir el esfuerzo que ha realizado una parte de la profesión por estar a la altura, por arropar a las víctimas y -como reclamaba José María Calleja- por situarlas en el centro del debate político.

TVE reivindica respecto al tratamiento –en su recién revisado manual- que no estamos ante un “suceso” ni un “crimen pasional”, sino que es un serio problema social. Se deberá –recoge- evitar explicaciones convencionales, como desavenencias conyugales, y testimonios de conocidos y vecinos, que declaran que “parecían una pareja normal, sin mayores problemas, que nunca trascendió que tuviesen grandes diferencias. Una aspiración de años, una obviedad que sin embargo se enfrenta a dificultades prácticas. Una noticia en televisión sin testimonio difícilmente se emitirá como una pieza y a veces el reportero solo tiene la opción de hablar con esos conocidos y vecinos para individualizar. No suelen ir aleccionando sobre lo que el entrevistado tiene que decir, más en determinados contextos. La otra opción es que no se emita su pieza.

Los que nos dedicamos a contar el día a día de los sucesos –lo escribo aunque me convierta en candidata a la hoguera- sabemos que los tiempos periodísticos corren con un reloj distinto a los tiempos policiales y judiciales. No se puede tratar como un

suceso, bien, pero es esencia un suceso. Un hecho dramático y noticioso puntual, al que hay que vestir con datos, por más que forme parte de un problema social profundo.

Una noticia es novedad y contexto. El alambique del periodista destila cuáles son esas novedades y las dota de contexto y datos. Algunos manuales parecen querer arrancar de cuajo esos datos en aras al problema social que supone esta violencia y sobre el que volvemos una y otra vez. No es incompatible.

Tratar un crimen como un suceso no equivale a lagrimeo, sensacionalismo ni mala praxis. Significa contar y exponer cada hecho y dato que sea relevante y lo son casi todos. Un ejemplo. La guía de TVE de la que hablamos pide evitar la inclusión acrítica de detalles que pueden caer en el morbo y las imágenes y detalles escabrosos morbosos. “Dan pie al espectáculo, pero ni añaden información ni inducen al rechazo de la violencia contra las mujeres”. Es claro. Una imagen morbosa sería la de una víctima semidesnuda en la calle tras forcejear con su agresor.

Otros manuales pretenden censurar datos que son información, que forman parte de la noticia. Y ahí disiento por completo. Es el caso de algunas de las recomendaciones de la Unión de Periodistas Valencianos, de 2018. Esta guía establece que “no se tienen que utilizar imágenes que identifiquen a la víctima, sus familiares o su entorno. No se tienen que identificar el domicilio, la calle, el portal, el barrio ni el puesto de trabajo. Es mejor introducir planos generales o detalles no morbosos que no sirvan para reconocer el domicilio. Hay medios que han publicado incluso el número del patio, cosa que no se debe hacer”. No especifica en qué tipo de casos y a buen seguro que tras un asesinato machista, los periodistas acudirán a todos los lugares que vivió o frecuentó la víctima, de lo contrario estará haciendo mal su trabajo.

Y sigue: “en televisión podemos optar por lo mismo y, si es necesario sacar alguna imagen del día se puede optar por imágenes de recurso de servicios médicos o policiales con planos poco identificadores del lugar o del suceso (por ejemplo, no sacar ni sangre ni a las víctimas, puesto que hay que preservar la intimidad de las víctimas y sus familias). Los autores movidos por la loable responsabilidad parecen olvidar el trabajo diario: en el 99 por ciento de los casos al periodista le pedirán una imagen del día y no bastará, a buen seguro con echar mano de recursos. Si en el escenario queda sangre, el arma del crimen o cualquier elemento relacionado con el mismo, la cámara lo captará. La realidad arrasará el deseo.

El comportamiento ético y responsable no puede anular elementos básicos de una noticia porque supone atentar contra los ejes del oficio. Somos transcriptores de hechos. Seleccionamos, elegimos, priorizamos pero no podemos sustraer información. El código del que estamos hablando afirma categórico: “No se tienen que utilizar los recursos fáciles e intolerables que, al vincular al agresor o al asesino con una nacionalidad concreta, etnia o religión, dan a entender que el perfil de asesino machista está asociado a estas variables”. Esto directamente supone eliminar datos importantes. Por ejemplo, la acumulación insostenible de víctimas extranjeras y asesinos españoles en los últimos años. Hay una sobrerrepresentación de mujeres que no han nacido en nuestro país y que suponen más del 30 por ciento de las asesinadas sin llegar al 10 por ciento de la población. Esa sobrerrepresentación consta en las estadísticas oficiales y forma parte del análisis y en consecuencia de futuros planes de prevención y atención. El periodista no puede obviar unos datos que no son baladíos. La mejor opción es contarlos y explicarlos.

Suprimir información equivale a tratar al espectador, al lector con escaso respeto, infantilizarlo de alguna forma, situarse en

un plano superior. Yo soy capaz de entenderlo, usted no, se lo mastico y se lo filtro para que no saque conclusiones erróneas. Así por ejemplo se insta a evitar el uso de “imágenes genéricas de mujeres prostitutas si una víctima es o ha sido una prostituta. Es una mujer que ha sufrido violencia machista. Para ilustrar la información se recurrirá a las mismas imágenes que en cualquier caso de violencia machista y en la parte donde se indique o mencione que era prostituta (en el supuesto de que se haga), si se recurre a imágenes referidas a este hecho, es mejor mostrar clientes o proxenetas (con imágenes de recurso de ellos entrando a burdeles, polígonos, etc)”. Esos recursos de hombres entrando a burdeles, por más que nos repugnen, también pueden acarrear serios problemas judiciales al periodista o al medio, si al individuo se le reconoce mientras no exista un reproche directo y por ley hacia los consumidores de prostitución.

El manual de TVE, por su parte, insta a situar la noticia correctamente en el minutado, ha de tener una presentación y un lugar adecuados evitando que quede relacionado con noticias de sucesos, accidentes, etc. En este punto se ha mejorado en cuanto a considerarla más relevante, pero no siempre, depende de la escaleta del día, de lo que ocurra en el mundo en el nuestro pequeño y en el otro. Y desde luego no toma esa decisión el redactor o el reportero, que tal vez haya mimado su noticia o a la víctima y asista impotente a cómo se ningunea.

No es infrecuente que los casos machistas se sigan colando en esos “minutos basura”, como los llamamos los periodistas, en un batiburrillo de imágenes impactantes sin más argamasa que esa: la hipnosis de la imagen. El asesinato acabará sepultado entre puentes que se caen, coches perseguidos, violencia en la calle, incendios sobrecogedores, riadas, olas de calor o lo que toque... Y ocurre en todas las cadenas en mayor o menor medida. Algunas de esas imágenes en bucle, llegarán o incluso pue-

den proceder de Internet, y terminar todas ellas salpicando las web de los periódicos y las radios. La fascinación de la imagen. Por ahí empezamos. Su poder casi dictatorial.

El sentido común debería ser suficiente guía. No señalar a una mujer protegida, no dar sus datos si ella no lo consiente, no revictimizarla o someterla a terceros grados –como he visto hacer en determinados medios-. Ya lo hemos dicho, los términos importan. El recurso al comodín debería estar desterrado hace mucho y no ha sido así porque la cultura machista nos salpica como los charcos. La violencia de género tiene muchas caras y la mayoría ni siquiera acaban de estar amparadas por leyes específicas. El camino que queda es largo pero los avances son evidentes. Y esa visión optimista aún nos cala poco. Ningunearla no sirve precisamente para que las mujeres confíen en los sistemas de protección.

Hemos empezado a hablar de los hijos y las hijas, de las madres, del entorno familiar no hace tanto. Tendríamos que recordarlo a diario. Los huérfanos sobreviven como pueden y los que no lo son pero se crían en entornos de gritos, humillaciones y palizas quedan marcados de por vida. La Fiscalía también alerta año tras año sobre ese sufrimiento. Hago más las reflexiones de los especialistas del ministerio público en su última Memoria:

“No se pueden dar por concluidas estas reflexiones sin volver la vista a los menores y jóvenes, que concentran también nuestra preocupación. Por un lado, la inhumana utilización de sus propios hijos por parte del agresor para provocar un daño más profundo a su pareja, la llamada violencia vicaria demanda afrontar tan cruel realidad extendiendo la protección a los menores, pero ello choca con la resistencia a considerar y tratar a los menores como víctimas con todos los derechos que ello conlleva.

Asimismo, ocurre a menudo que no se acuerdan medidas civiles que los protejan de sus progenitores, como reflejan los datos estadísticos publicados por el CGPJ”.

Y continúan con otra de las consecuencias que avanzan a un ritmo desenfrenado. “Se viene detectando un alarmante incremento de las ideas sexistas y de la violencia entre los menores y adolescentes en el entorno familiar, pero también y especialmente en el ámbito sexual, conductas realizadas en grupo y a menudo grabadas y difundidas a terceros, práctica que según los expertos está anudada al uso de la pornografía a través de las redes desde tempranas edades, donde se representa a la mujer cosificada, escenario que hay que abordar principalmente desde el ámbito educacional, donde madres, padres y administraciones deben unirse en un frente común para asegurar la transmisión de los valores de la igualdad, la dignidad, el respeto a uno mismo y al otro y la no discriminación”.

Nuestro papel para poner freno a esa cosificación extendida tendría que ser mucho más activo. ¿De qué sirve una campaña en televisión por ejemplo seguida de un programa donde se explicita que el principal atributo de algunas mujeres es su apariencia física? Los mensajes calan. Y el éxito de esos mensajes es innegable. Los medios construimos percepción social, confianza y desconfianza.

Hay que reiterarlo. La sensibilidad y el compromiso no pueden anular la información. Algunos manuales abogan por relegar el hecho de que el agresor se suicide o lo intente para focalizar la atención en la agresión y la víctima. Es noticia y no ganamos la batalla por eliminar datos. En otros la protección se entiende de forma tan expansiva que acaban situando el eje del periodismo en segundo plano. No es el camino. Al cabo de más de dos décadas de ejercicio profesional la solución nunca está en

ocultar ni escamotear. Si pasamos de un extremo (la justificación durante tantos años de la violencia) al contrario acabará por pasarnos factura.

De todos los manuales analizados, quizá sea el de los periodistas valencianos el que contiene propuestas más concretas sobre el uso de imágenes en casos de violencia machista. Con algún pero, parecen una buena guía para cuando nos asalten las dudas.

1. Respetar la intimidad de la mujer agredida es de máxima importancia. No se puede publicar una foto suya sin permiso. Hay que pedir autorización para publicarla y tener especial cuidado en momentos de mucha tensión emocional. Nunca se tienen que hacer «robados» ni cámaras ocultas. El hecho de hacer pública la información que ayude a identificar a la víctima puede ponerla en peligro si el agresor interpreta que ella ha revelado detalles de su intimidad. Además, vulnerar su derecho a la intimidad puede someter a la víctima y su vida a una exposición pública, especialmente en su entorno, que ella quizás no desea mostrar.
2. Hay que evitar centrar las imágenes y la información en las personas víctimas y su entorno. Hay que insistir en el agresor y en el descrédito social de esa acción.
3. Cuando haya una acusación en firme con la información en abierto, se puede publicar la imagen de los agresores. Tiene que ser la más reciente posible. Poder identificar a los agresores es importante como función preventiva y también reparadora. Ahora bien, hay que tener cuidado porque se tiene que respetar la presunción de inocencia y porque un error de identidad puede provocar graves consecuencias. Se tendrá que indicar expresamente si es presunto o condenado

y valorar, según cada caso, si prima más el interés público o el derecho a la intimidad y a la propia imagen. Una opción recomendable es la de actuar según avance la investigación y vayan confirmándose los datos.

4. Si el agresor es una persona famosa no se tienen que utilizar imágenes positivas que hagan referencia a su carrera profesional y a sus éxitos. Es un agresor como cualquier otro.
5. Tampoco hay que mostrar imágenes de éxitos pasados o reconocimientos en los agresores. Han cometido una agresión o asesinato, y las imágenes de los éxitos, que no tienen conexión con los hechos, pueden ejercer una función de disculpa del agresor. Nada los disculpa y una fotografía inadecuada puede desvirtuar o endulzar su imagen pública. Si el caso afecta a un deportista habría que sacar la información de ese bloque y ponerla en las primeras secciones o minutos informativos. En todo caso, se podría volver a repetir en los espacios deportivos.
6. Para ilustrar casos de violencia de género se puede optar por imágenes de archivo de manifestaciones o concentraciones contra la violencia machista con mensajes como «Nos están matando», «Nos queremos vivas», etc. También se pueden usar imágenes de manifestaciones del 8M para recordar que las medidas contra la violencia machista son reivindicaciones constantes e históricas del movimiento feminista.
7. Podemos utilizar imágenes de fuentes solventes que nos dan declaraciones sobre violencia de género e imágenes de asociaciones que trabajan con las víctimas.
8. Se pueden utilizar imágenes de centros de mujeres 24h, pero nunca imágenes que puedan identificar la ubicación si esta no es pública.

9. Se puede hacer uso de imágenes de campañas institucionales contra la violencia de género o maltrato, siempre que hayan sido correctas, y se aconseja buscar las más recientes.
10. En contenidos sobre violencia machista en general podemos utilizar imágenes de cosificación de las mujeres en el mundo de la moda y la publicidad para señalar que estas imágenes estereotipadas son violencia contra las mujeres por el hecho de que alimentan la cultura machista que subordina a las mujeres, y hacer explícito el vínculo entre cosificación y machismo.
11. Podemos sacar imágenes de gráficos y estadísticas.
12. En casos de mujeres víctimas de explotación sexual o trata de mujeres hay que tener mucho cuidado a la hora de informar, porque su seguridad es prioritaria y su protección se puede ver vulnerada si son identificadas.
13. Cuando se informa sobre la trata de mujeres con fines de explotación sexual o de la desarticulación de redes, también se tiene que evitar el uso fácil de imágenes de prostitutas. Es preferible sacar imágenes de los explotadores y/o proxenetas en la medida que sea posible, o bien de agentes que participan en la operación, o imágenes de los clientes (se puede hacer alguna simulación de espaldas y sobre todo sacar hombres de todas las edades, jóvenes también, puesto que son los nuevos consumidores), de forma que la acción delictiva no se asocie con las mujeres.
14. En casos de mujeres violadas o víctimas de agresiones sexuales o de cualquier otro tipo, tenemos que respetar especialmente su intimidad y su imagen y no difundirla.

15. Se tiene que evitar la reconstrucción de los hechos que muestran detalles escabrosos o primeros planos que provocan morbo. En espacios informativos no es aconsejable el uso de la reconstrucción.

9. LA POLARIZACIÓN FINAL

“La violencia de género es compleja y la forma en que se enfoca su tratamiento es una responsabilidad que implica un posicionamiento político y un compromiso social. Abordarla desde el rigor profesional exige conocer y difundir su complejidad y desarrollar prácticas informativas que contribuyan a desenmascarar, desacreditar y finalmente erradicar la cultura machista”. ¿En serio? ¿Posicionamiento político? Pero de los políticos, de los periodistas, de ambos, según el Gobierno de turno, según el Gobierno autonómico o el pequeño reino de taifas dónde suceda... Compromiso y militancia social contra la violencia, toda. Lo del posicionamiento político no entra en mis planes y creo que tampoco en los de muchos compañeros hastiados precisamente de ese conmigo o contra mí, según cuándo y dónde.

El enconamiento político es una de las razones del desacuerdo, la ausencia de faros largos, la ruptura de un consenso que parecía inequívoco. Si aplicamos una mirada ética, podemos salvar ese escollo. Las víctimas merecen mimo y atención pero desde la objetividad y la responsabilidad periodística, no la que pretendan imponernos sin debate y reflexión. Las políticas públicas no pueden dictarse a golpe de escándalos, ni las actuaciones judiciales. Las mujeres asustadas, maltratadas, vejadas, asesinadas merecen un compromiso serio y pausado, sin exclusiones, un abrazo social. La ética implica autorregulación, pero no una censura al conjunto que acaba abocándonos al absurdo.

La polarización del debate, las acusaciones de trazo más que grueso, no contribuyen a que asesinen a menos mujeres, a que les peguen menos, a que las aíslen más. Y a mí es lo único que me interesa. No estamos transmitiendo bien los mensajes. Nuestros políticos no los están transmitiendo y nosotros actuamos como una correa sin filtro. Tenemos todas las excusas posibles: la falta de tiempo, la precariedad, el hartazgo, el imperio del espectáculo, el clickbait y aun así podemos contar de otro modo. Explicar, analizar, contextualizar. Ellas lo merecen y nuestra función social nos compromete. Nuestro reto consiste en estar a la altura.

PD. Cuando remato este artículo la Delegación del Gobierno confirma la víctima 35 asesinada este año y 1.113 desde el año 2003. Como dice con acierto una amiga comprometida hace años con esta lucha: "Eso es un pueblo entero de tamaño medio". Insoportable. No queremos seguir contando.

BIODATA

Cruz Morcillo (Castellar, 1973) es periodista. Desde 1997 se dedica a contar sucesos, información policial, violencia de género, inmigración y menores en ABC. Una década después empezó a hacerlo en radio y televisión y desde entonces ha colaborado en La Sexta, A3, Telemadrid, ETB, Canal Sur, TVE, Trece TV y CNN+.

Actualmente es colaboradora habitual en La Tarde y La Linterna de Cadena Cope y en El Programa de Ana Rosa, Ya es Mediodía y Cuatro al Día en Telecinco y Cuatro, entre otros programas de actualidad.

Ha recibido el premio del Consejo General del Poder Judicial por el tratamiento de la violencia de género, el de Periodismo de la Fundación Policía Española, el de la Jefatura Superior de Policía de Madrid, el de la Comandancia de la Guardia Civil de Madrid, el Premio Ameco Prensa Mujer, el Premio de la Fundación QSD a la mejor labor informativa nacional en las desapariciones de personas, el Premio de la Perfilación Criminal y el Premio "Pedro Malo García" al Compromiso Social. Tiene en su poder la Cruz al mérito policial con distintivo blanco.

Su último libro es Departamento de Homicidios. Una memoria de la España negra. Con Palabra de Vor. Las mafias rusas en España, ganó el premio al mejor libro de no ficción de la Semana Negra de Gijón (2011). En 2015 volvió a ser finalista del premio Rodolfo Walsh por El crimen de Asunta. Ha participado en otras obras colectivas como España Negra o Violencia de género. Claves y recursos para periodistas.

Notas para desenmascarar las estrategias de dominación y comunicación patriarcal¹³⁵

María Pazos Morán

135 - Este artículo está parcialmente basado en el libro de la autora "Contra el Patriarcado. Economía feminista para una sociedad justa y sostenible". Editorial Katakarak, 2018

1. POR UN PROGRAMA FEMINISTA DE CAMBIO ESTRUCTURAL

- 1.1 El sistema que no tiene nombre ¡No es un hecho aislado, se llama patriar-
cado! gritaban las manifestantes
- 1.2 ¿Qué está fallando?
- 1.3 ¿Qué sociedad queremos? Analizar el problema desde su solución?

2. DESMONTAR LOS RELATOS PATRIARCALES

- 2.1 El mito de la armonía familiarista y la
- 2.2 La realidad que desmonta los mitos familiaristas
- 2.3 La mística de la maternidad
- 2.4 Nuevas argucias: la supuesta
- 2.5 Presuntos implicados: gobiernos, parlamentos, jueces/as y medios de
comunicación

3. ¿PERMISOS IGUALITARIOS? LECCIONES DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICA- CIÓN EXITOSA Y DE UN RESULTADO DESOLADOR

- 3.1 Los permisos por nacimiento (maternidad/paternidad) en el contexto de
la atención a la infancia
- 3.2 Antecedentes
- 3.3 La experiencia de la Plataforma por Permisos Iguales e Intransferibles de
Nacimiento y Adopción (PPIINA)

4. CONCLUSIONES

1 - POR UN PROGRAMA FEMINISTA DE CAMBIO ESTRUCTURAL

El feminismo surge cuando las mujeres pasan de la queja a la formulación de reivindicaciones políticas -

Celia Amorós.

La razón de ser del feminismo es elaborar y luchar por un programa de reivindicaciones que nos conduzca desde la situación actual a una sociedad sin patriarcado; lo que significa una estructura social sin división sexual del trabajo; sin las consecuencias y manifestaciones de esa estructura.

Para elaborar ese programa feminista es necesario tener presente la diferencia entre la queja y la reivindicación; diferencia que es evidente en otros ámbitos sociales pero que frecuentemente se olvida en todo lo relacionado con el feminismo, y más en lo que atañe a la estructura patriarcal.

El malestar de las mujeres en la discriminación económica resulta evidente desde tiempos inmemoriales. Sin embargo, el feminismo ha tardado siglos en poner el foco en las reivindicaciones políticas relacionadas con la economía. Por ejemplo, ¿serían reivindicaciones “¡abajo la desigualdad salarial!”, o “reparto equitativo de los cuidados”? Aunque son objetivos feministas, no son reivindicaciones en el sentido de que no reclaman acciones concretas a los poderes públicos. Son una forma muy legítima de expresar quejas que, por supuesto, exigen respuesta. Pero esa respuesta no la darán los gobiernos espontáneamente si no se demanda explícita y concretamente desde el feminismo formulando reivindicaciones políticas. Esa es la hoja de ruta a la eliminación de la división sexual del trabajo que debemos construir.

Para profundizar en esta idea, veamos algunos ejemplos de reivindicaciones feministas que se han traducido en cambios

legislativos concretos y efectivos: derecho al voto (cambio de La Constitución y de la Ley Electoral); igualdad de derechos en el Código Civil (reforma de los códigos civiles para eliminar la asimetría de derechos y las prohibiciones de movimientos a las mujeres sin permiso de sus maridos o demás hombres de la familia); divorcio (Ley del Divorcio), aborto voluntario (eliminación del delito en el Código Penal e inclusión en la cartera de servicios de la Sanidad Pública); abolición de la prostitución (ley que penalice la compra de servicios sexuales (al demandante) y proteja a las mujeres en prostitución (Ley Sueca); otras reformas del Código Penal como el aumento de penas a las agresiones sexuales y a otras manifestaciones de la violencia machista; leyes de paridad (cambios en las leyes electorales y en las normas de la Administración Pública); entre otras muchas.

¿Qué tienen en común todas estas reivindicaciones políticas características de las anteriores olas de feminismo? Muy sencillo: todas se refieren a la eliminación de prohibiciones y de discriminaciones explícitas, así como a penalizaciones por delitos relacionados. Todas ellas, podríamos decir, son reivindicaciones contra el “patriarcado coercitivo”. El problema es que, para superar la actual fase de “patriarcado de consentimiento”, es necesario abordar reformas estructurales. Es necesario trascender las prohibiciones y discriminaciones explícitas para adentrarnos en esos otros, y principales, mecanismos por los que actualmente se transmite y se mantiene la estructura patriarcal.

En este artículo me propongo abordar tres asuntos que me parecen fundamentales para todas las feministas, y en particular para las comunicadoras. En primer lugar, la naturaleza del patriarcado y sus mecanismos de dominación, cada vez más sofisticados y difíciles de desentrañar. En segundo lugar, los falaces discursos que lo sustentan. Por último, trataré de contribuir a desvelar los mecanismos por los cuales los gobiernos mantienen la desigualdad por el

método de hacer declaraciones contrarias a sus hechos, así como reformas que cambian la fachada para que nada cambie.

1.1. El sistema que no tiene nombre ¡No es un hecho aislado, se llama patriarcado! gritaban las manifestantes

En 1963, Betty Friedan escribía en el prefacio de *La Mística de la Feminidad*: “*existía una extraña discrepancia entre la realidad de nuestras vidas como mujeres y la imagen (...) a la que tratábamos de amoldarnos*”. Friedan cuenta en sus memorias cómo “*los medios de comunicación intentaban demostrar que a las mujeres norteamericanas solo les interesaban sus maridos, sus hijos, la casa, la ropa y el sexo*”, y apunta a que “*a las mujeres se les estaba previniendo contra cualquier otro interés*”. A esa discrepancia, a esa insatisfacción que se estaba intentando contener y que se impedía nombrar, ella la llamó “*el problema que no tiene nombre*”.

Medio siglo después ya se reconocen los malestares y los problemas hasta tal punto que pueden documentarse con estadísticas oficiales. Existen también encuestas que demuestran el rechazo de la ciudadanía hacia la desigualdad y la conciencia generalizada de que los poderes públicos son responsables de asegurar la igualdad. Más aún: los gobiernos ya declaran que la igualdad es su objetivo prioritario. Y mucho más: ahora los partidos rivalizan sobre su nivel de feminismo. Pero ¡oh desilusión!, los reconocimientos generales y los buenos propósitos no se traducen en cambios reales.

1.2. ¿Qué está fallando?

Los fenómenos relacionados con la desigualdad se analizan aisladamente unos de otros y de sus causas, como si fueran lacras caídas del cielo. Ahora lo que el poder no permite es precisamente

ahondar en las raíces de los problemas y en la interrelación entre los mismos. Así, se puede hablar de violencia de género sin una sola palabra sobre las raíces de dicha violencia y sobre cómo arrancarlas. Igualmente, cuando se aborda la brecha salarial de género, no se habla del efecto del desigual reparto del cuidado. Y así sucesivamente.

La fragmentación de los problemas impide su comprensión y conduce a falsas soluciones, operando en realidad como un mecanismo para preservar el sistema. Las instituciones, incluyendo las de igualdad, cumplen un papel determinante en esta perpetuación del sistema al hacer de filtro, tanto en los temas abordados como en su orientación. Muchas mujeres trabajan en pro de la igualdad dentro de sus organismos y de sus ONGs (cuya actividad está sometida a aprobación y escrutinio por parte de las instituciones), pero su actividad se ve entorpecida, o incluso anulada, por todos esos filtros, entre los que es central la compartimentación de competencias y programas.

En resumen, el poder no tiene inconveniente en reconocer y mostrar repulsa ante cada una de las “lacras” por separado, siempre que no se llegue a ponerle nombre al sistema. Sin embargo, si de verdad queremos cambiar la vida de las mujeres y de todas las personas; si de verdad queremos eliminar el sistema social injusto bajo el que vivimos, debemos comprender que no estamos ante un conjunto de lacras aisladas sino ante un sistema llamado patriarcado.

El patriarcado es un sistema de organización social en el que los puestos clave de poder (político, económico, religioso y militar) se encuentran, exclusiva o mayoritariamente, en manos de hombres. Todas las sociedades que conocemos son patriarcales, aunque los grados y las formas de dominación masculina cambian a lo largo del tiempo y a lo ancho de la geografía.

Inmersas en el único mundo en el que hemos vivido, es difícil atisbar que otro sea posible. Sin embargo, si nos comparamos con nuestras predecesoras de hace un siglo, debemos reconocer que estamos mucho más capacitadas para esa labor porque el trabajo realizado por las mujeres durante siglos ha dado sus frutos.

Las feministas sufragistas lucharon por la inclusión de las mujeres en el sistema de derechos civiles; organizaron y apoyaron sus luchas sindicales; denunciaron la esclavitud de las mujeres casadas; y reivindicaron la libertad individual para participar en el espacio público. ¿Pero imaginaban las sufragistas que fuera posible cambiar el sistema en su conjunto? Evidentemente no. Podríamos decir que su rebelión contra el statu quo llegaba a la reivindicación del derecho a salirse individualmente del mandato de género. Ellas, a partir de su experiencia, formulaban la pertinente pregunta: “¿Por qué una mujer no puede?”. Sin embargo, aquella rebelión no alcanzaba aún a formular una alternativa de liberación para todas las mujeres; es decir no suponía una impugnación del sistema. De hecho, ni siquiera lo catalogaban como patriarcado. Las barreras formales eran tan grandes que solo podían concentrarse en eliminarlas.

Desde entonces hemos ganado en nivel de conciencia, de tal forma que el feminismo ya identifica claramente el patriarcado como concepto útil y como sistema a derribar. Ciertamente que el actual es un patriarcado más sutil (aunque no menos dañino); ya no solo se trata de derribar las barreras legales explícitas sino también las implícitas que no se detectan fácilmente. Ciertamente es también que esa invisibilidad puede ser causa de desfallecimiento y escepticismo; parecería que es imposible acabar con un sistema tan pertinaz y tan arraigado, que aparentemente se perpetúa por generación espontánea. Pero tenemos a nuestro alcance la experiencia acumulada durante todo este periodo de

feminismo, de conquistas, de cambios en las políticas públicas y de efectos de esos cambios.

Estas son las razones por las que hoy sabemos qué puede cambiar y, sobre todo, cómo puede cambiar. No hemos llegado a la disolución de los roles de género en ningún país, pero sabemos cómo se refuerzan y cómo se debilitan. No hemos llegado a eliminar la brecha salarial de género, pero sabemos cuáles son sus determinantes. No hemos conseguido un reparto equitativo del cuidado, pero tenemos indicios de qué medidas son efectivas para que los hombres se inicien en estas tareas y cuáles no.

Hoy sabemos que hombres y mujeres podemos cambiar nuestro comportamiento porque ya lo estamos cambiando, aunque sea de forma minoritaria e incompleta. Sabemos con qué medidas se pueden extender los cambios minoritarios a toda la población y qué medidas están abocadas al fracaso. Y, lo que es más importante, tenemos acumuladas pruebas suficientes para saber que el cambio solo puede alcanzar a la mayoría a través de un proceso colectivo que provoque una verdadera transformación social. Empecemos, pues, por comprender las raíces de la desigualdad, situemos la meta del feminismo y apoyémonos en las experiencias históricas para trazar el camino hacia su consecución.

1.3. ¿Qué sociedad queremos? Analizar el problema desde su solución

Puesto que el patriarcado es el sistema responsable de la opresión de las mujeres, el objetivo del feminismo no puede ser otro que construir una sociedad sin patriarcado. A partir de ahí surgen dos preguntas: ¿cómo es esa sociedad que queremos las feministas? ¿Es posible? Estas preguntas están indisolublemente ligadas: si no imaginamos la sociedad que queremos no

podremos encontrar el camino, pero sin saber las reformas que necesitamos para llegar no podemos imaginarla en concreto.

En cuanto a las manifestaciones de la desigualdad, naturalmente que el objetivo es una sociedad en la que no haya violencia de género, ni brecha salarial, ni mayor pobreza femenina, ni sobreexplotación de las mujeres, ni dobles jornadas de trabajo, etc., etc. Pero ¿cómo se consigue eliminar todos estos fenómenos? No sería posible eliminar estas manifestaciones sin eliminar la característica estructural del patriarcado que acabamos de tratar: la división sexual del trabajo.

Así pues, en cuanto a la estructura económica/social, una sociedad sin patriarcado significa una sociedad sin roles de género diferenciados, ni en el empleo ni en la vida privada. Una sociedad en la que las personas sean libres de desarrollar su propia personalidad y su vida sin que ningún sexo domine sobre el otro. Es decir, una sociedad sin mandatos ni marcas de género. Para ilustrar esta sociedad, podemos recurrir a una analogía que ha sido muy útil para el feminismo: la discriminación racial. Podemos imaginar una sociedad sin discriminación racial de ningún tipo; eso significa que la raza no sería una variable que determinara las tareas adjudicadas a las personas, los derechos o las obligaciones sociales.

Es necesario deshacer un malentendido demasiado frecuente: no se trata de llegar a una sociedad en la que la mayoría de las mujeres sean, piensen y se comporten como ahora lo hacen los hombres. En concreto, no se trata de que hombres y mujeres estén disponibles al 100% para la empresa y de que nadie, por tanto, asuma tareas en el hogar. Tampoco se trata de que los hombres se comporten extensivamente como ahora lo hacen las mujeres. Es decir, no se trata de que los hombres se retiren del empleo y se dediquen 100% al cuidado en el hogar durante

largos periodos, perdiendo sus salarios y derechos sociales, cayendo en la dependencia económica y en la pobreza, como les pasa ahora a las mujeres.

Ninguna de estas dos alternativas enunciadas sería viable ni deseable. El objetivo es una sociedad en la que todas las personas (tanto mujeres como hombres) puedan compatibilizar empleo de calidad con maternidad/paternidad, con la atención a sus familiares y con otras facetas de sus vidas.

En una sociedad de esas características, las mujeres participarían más que ahora en el empleo y los hombres asumirían más que ahora el cuidado y el trabajo doméstico. Como consecuencia, la propia estructura familiar y del empleo cambiaría radicalmente. La norma no sería ya la familia actual en la que el hombre es el sustentador principal y la mujer es la cuidadora principal, sino más bien una ausencia de norma al respecto; una sociedad en la que todas las personas (tanto hombres como mujeres) serían sustentadoras y cuidadoras en igualdad, independientemente del sexo y del tipo de familia o convivencia que eligieran.

Por otro lado, la configuración del empleo sería muy diferente a la actual en una sociedad en la que todas las personas asumieran su parte del cuidado en el hogar y del resto del trabajo doméstico. Las actuales jornadas laborales interminables y la creciente inestabilidad laboral no son compatibles con las responsabilidades familiares; el actual es un sistema que aboca a que los hombres estén “exentos” de las tareas de cuidados y a que las mujeres se retiren del empleo cuando hay alguien a quien cuidar en la familia. Si los hombres asumieran las mismas responsabilidades que las mujeres, dejaría de existir una causa fundamental de la actual segregación del empleo por sexo entre profesiones, sectores y puestos de trabajo.

También hay que considerar, por último, que la distribución igualitaria del trabajo en el hogar, junto a un empleo estable y con horarios racionales, no es suficiente para que todas las personas puedan permanecer en el empleo de calidad ininterrumpidamente. El sector público deberá proveer servicios de atención a la dependencia y de educación infantil suficientes y de calidad. Ello, además, aumentaría sustancialmente el empleo público en estos sectores, reconvirtiendo el sector de empleadas domésticas en empleo estable y con derechos.

2 - DESMONTAR LOS RELATOS PATRIARCALES

Las reformas estructurales para la igualdad entre hombres y mujeres son posibles de abordar y solucionarían problemas graves a muchas familias, beneficiando así a toda la sociedad. ¿Cómo es que no se abordan? Evidentemente se conjugan por un lado intereses económicos de las clases dominantes (que no quieren pagar más impuestos, que quieren vender sus servicios privados en ausencia de los públicos, etc.). Por otro, hay que reconocer que muchos hombres prefieren no perder su ventaja sobre las mujeres. Y este estatus quo se mantiene a base de una ideología dominante que engaña a la mayoría, también a las mujeres. El principal componente de esa ideología es el familiarismo. Y, relacionada con ella, la mística de la maternidad. Abordaremos estos aspectos.

2.1 El mito de la armonía familiarista y la “teoría sueca del amor”

En la investigación social, se utiliza el término “familiarismo” para designar los sistemas sociales basados en la exaltación de la familia tradicional (ejemplo: en el franquismo se repetía hasta la saciedad la frase “la familia es la célula fundamental

de la sociedad”). Curiosamente, cuanto más se ensalza a “la familia”, más se abandona la atención las personas que forman las familias reales. Por ejemplo, en los países del sur de Europa (considerados un ejemplo de “familiarismo”), el Estado se ocupa menos de las necesidades de las personas que en los países nórdicos, donde las políticas públicas están basadas en la individualización de derechos: servicios públicos de atención a la infancia y a las personas en situación de dependencia, prestaciones económicas, pensiones, etc.

Un ejemplo de este tipo de visión sesgada es el documental “*La Teoría Sueca del Amor*”, que ha ganado numerosos premios y ha sido ensalzado hasta la saciedad en los países familiaristas. No vamos a entrar en todos los detalles, pero sí a dar algunas pinceladas que pueden hacernos ahondar en la reflexión sobre cómo la ideología patriarcal puede llevar a una asunción acrítica de afirmaciones (o implicaciones implícitas) alejadas de la realidad y sin sustentación científica alguna. Así se construye la leyenda negra sobre el modelo escandinavo.

En el documental se explica cómo, hacia 1970, en Suecia se produjo un giro en el concepto del amor. La nueva teoría se basaba en la afirmación de que lo que se hace por obligación no es necesariamente amor. Por tanto, se trataba de que ninguna persona dependiera de los ingresos de otra, y de que ninguna persona cuidara a otra porque no tuviera más remedio.

Según se explica en el propio documental, en una publicación de 1972 titulada “*la Familia del Futuro*” se enunciaba una nueva política familiar basada en que las mujeres “*no fueran un apéndice de sus maridos sino económicamente independientes*”. Hasta aquí el relato de los hechos que no podemos más que confirmar. Pero a partir de ahí vienen las interpretaciones torticeras, que no son pocas.

El documental empieza ofreciendo una imagen idílica de la familia ideal unida, feliz y en armonía antes de las reformas. A continuación explica que, como resultado de ese cambio de orientación y de las reformas que se llevaron a cabo, nos encontraríamos actualmente con una sociedad sueca insolidaria, solitaria, infeliz y, sobre todo, mortalmente aburrida.

Como traca final, contraponiéndose a esa supuestamente insoportable Suecia, el documental ofrece una visión idílica de Etiopía, que es donde se ha afincado el autor. Según esa visión, ese país registraría un nivel más alto de felicidad y estaría libre del “terrible aburrimiento” de la sociedad sueca del bienestar. En particular, el gran valor que se destaca de Etiopía es que las familias son grandes y las personas mayores mueren en su casa rodeadas de sus familiares. Se infiere la idea de que en Suecia, en cambio, las personas mueren solas y abandonadas en mayor proporción. La moraleja sería: el familiarismo es sinónimo de felicidad, mientras que la individualización de derechos y el Estado de Bienestar es sinónimo de infelicidad.

Efectivamente, el gran salto adelante que dio Suecia hacia 1970 fue el resultado de un cambio radical en la orientación de su política social para adoptar el objetivo de la ciudadanía universal y la independencia económica de todas las personas, también de las mujeres. Es cierto que en Suecia muchas personas viven solas, pero en la mayoría de los casos es por elección; y eso no significa que estén solas sino que son libres de relacionarse con quien quieran.

Aunque resulte demasiado obvio para muchas personas, nos detendremos en la comparación entre los dos países que el documental compara: Suecia y Etiopía. En primer lugar, es innegable que Suecia se preocupa mucho más que otros países por sus personas mayores. La primera prueba es que se preocupa

de que vivan. Destaquemos que en Etiopía la esperanza de vida es de 47,7 años (en Suecia 80,1). Ya este dato es bastante ilustrativo.

Pero, además, ¿cómo son tratadas las personas mayores en ambos países? En Etiopía dependen de que sus familiares se ocupen de ellas, mientras que en Suecia la atención a la dependencia es un derecho universal. Cabe preguntarse: ¿es aburrido que todas las personas tengan derecho a que los servicios públicos les atiendan? ¿Es aburrido que las mujeres no tengan que abandonar sus empleos y su vida para cuidar durante 24 horas al día? ¿Es aburrido que las mujeres sean independientes económicamente?

A la vista de los datos anteriormente expuestos, cabe afirmar que las personas mayores en Suecia generalmente no mueren solas. En primer lugar, porque muchísimas están atendidas por los servicios públicos de cuidado, lo que es un derecho universal. En segundo lugar, porque sus familiares se ocupan de ellas.

El familiarismo pretende convertir la atención institucional en sinónimo de abandono, lo que es una completa falacia. De hecho, en Suecia las personas trabajadoras tienen derecho hasta un máximo de 100 días de permiso para cuidar a un familiar (o persona cercana) seriamente enferma, y ese permiso está pagado al 80% del salario¹³⁶. Este derecho laboral está muy por encima del que existe en países como España, donde aparte de dos días pagados al 100% solo queda la posibilidad de tomarse una excedencia no pagada.

En realidad, según demuestran los datos, el porcentaje de población que se ocupa de sus mayores es mayor en los países es-

136 - Datos de la OCDE en https://www.oecd.org/els/soc/PF2_3_Additional_leave_entitlements_of_working_parents.pdf

candinavos que en los del sur de Europa; lo que sucede es que allí no lo hacen a tiempo completo. En cambio, en países como España hay menos personas que se ocupan, pero muchas de ellas son mujeres cuidadoras 24 horas, mientras que los hombres de la familia se desentienden¹³⁷.

El hecho de que no resulte escandalosa la exaltación del sistema social de Etiopía, en comparación con el de Suecia, debe hacernos reflexionar sobre hasta qué punto la ideología patriarcal puede llegar a nublar nuestras mentes. Según Naciones Unidas,¹³⁸ Etiopía ocupa el lugar 134 en cuanto al Índice de Desarrollo relativo a la Igualdad de Género (Suecia el lugar 4). En Etiopía,¹³⁹ se estima que el 60% de las mujeres son víctimas de violencia machista por parte de sus parejas. Una mujer que dirige un refugio para mujeres víctimas, María Munir Yusuf, denuncia que los jueces todavía dicen a las mujeres que tienen que pedir consejo a sus familias o a los líderes de la comunidad, muchos de los cuales les instan a que vuelvan con sus maltratadores. En Etiopía, el 74% de las mujeres entre 15 y 49 años han sufrido mutilación genital¹⁴⁰.

Estas son solo unas cuantas pinceladas para recordar el infierno en el que viven las mujeres en ese país. Y no podemos dejar de mencionar el asunto de la prostitución, al que curiosamente el documental no se refiere: en Suecia está prohibido comprar sexo, mientras que en Etiopía los prostituidores y los "clientes" campan por sus respetos.

137 - Ver datos y desarrollo en el capítulo 2 del libro de la autora de este artículo *"Contra el Patriarcado. Economía feminista para una sociedad justa y sostenible"*

138 - <https://web.archive.org/web/20060103221922/http://hdr.undp.org:80/statistics/data/countries.cfm?c=ETH>

139 - <http://mujeresenaccion.over-blog.es/article-etiofia-6-de-cada-10-mujeres-son-victimas-de-violencia-de-genero-66974098.html>

140 - https://www.unicef.org/protection/files/FGMC_2016_brochure_final_UNICEF_SPREAD.pdf

Evidentemente, para la mitad femenina de la población etíope, su país no es el paraíso, pero tampoco lo es para la población en general. Citemos solamente algunos datos: Etiopía ocupa el lugar 170 en el ranking de los países en cuanto al Índice de Desarrollo Humano (Suecia el lugar 6). En Etiopía hay un 58,5% de analfabetismo; el 47% de los niños menores de 5 años están desnutridos; el 78% de la población no tiene acceso al agua potable. Entonces, ¿para quién es Etiopía un paraíso?

En resumen, la visión idílica de un país como Etiopía, que es una catástrofe en términos sociales, solo puede ser consecuencia de una enorme ceguera social y de género. Detrás de esa familia aparentemente en armonía se esconde un enorme sufrimiento.

2.2. La realidad que desmonta los mitos familiaristas

En ningún país los hombres han asumido el 50% de las tareas domésticas y de cuidado, pero las diferencias son mucho mayores en los países familiaristas. Al contrario que los países escandinavos, estos no se han adaptado a los avances y demandas de las mujeres. Como resultado, los desequilibrios sociales se agravan cada vez más sin que los gobiernos hagan nada por amortiguarlos.

Por ejemplo en España, en muy poco tiempo, se ha roto la norma de la familia “*hombre sustentador/mujer cuidadora*” que imperó durante mucho tiempo. En esa familia había un alto nivel de desigualdad y de sufrimiento oculto, pero la norma era aceptada socialmente, condicionaba las expectativas y determinaba las decisiones. Así, no se invertía en educación de las mujeres y el matrimonio era para toda la vida. Los hombres tenían empleo estable y autoridad en la familia, mientras que las mujeres asumían su papel subordinado de amas de casa.

De esa situación, estable aunque extremadamente injusta y desigual, se ha pasado a una situación de alta inestabilidad y conflicto: el viejo modelo está obsoleto, pero no hemos sustituido el anterior equilibrio por otro. Las mujeres están abandonando la familia tradicional, pero no están encontrando otra alternativa, lo que conduce a una situación insostenible, no solamente para las mujeres sino para toda la sociedad.

El descalabro de las tasas de fecundidad en los países familiaristas es un indicio más de este desequilibrio. El número de hijos/as deseado es, según las encuestas, el mismo en Suecia que en España (en media algo más de dos hijos/as por mujer). Sin embargo, en España la tasa de fecundidad ya ha descendido hasta 1,2 hijos/as por mujer, mientras que en Suecia se mantiene en 1,9 hijos/as por mujer. Esto quiere decir que la fecundidad de las mujeres suecas se acerca más a sus deseos, además de a la tasa de fecundidad que mantendría la población estable a largo plazo (precisamente 2,1 hijos/mujer). En cambio en España nos enfrentamos a un crecimiento explosivo del envejecimiento poblacional que, de no frenarlo, tendrá terribles consecuencias (si es que pudiéramos llegar a verlo antes del colapso ecológico y social al que por el momento nos dirigimos).

Otra consecuencia es la polarización social: por un lado, aumentan las parejas de doble ingreso entre las mujeres (y hombres) de niveles de educación medio y alto, en muchos casos con ingresos estables. Por otro lado, un porcentaje importante de mujeres (y de hombres) permanecen en parejas de un solo ingreso, generalmente el del hombre.

Recordemos que la familia de un solo ingreso es una trampa de pobreza, y esta trampa es mayor cuanto más avanza la tendencia general a la precariedad e inestabilidad laboral. Hoy tenemos un número importante de familias de un solo ingreso que,

además, no es un ingreso seguro; cuando ese ingreso falla, toda la familia termina en la pobreza.

Otro problema es el de las altas tasas de pobreza que se registran en las familias monoparentales. Estas son mayores que las tasas de pobreza en las familias biparentales en todos los países, pero en los países con más desigualdad el problema es mucho más grave.¹⁴¹

En los países familiaristas se afirma frecuentemente que las mujeres dedicadas a tiempo completo al hogar son las operadoras de la cohesión social. Pero detrás de esta afirmación hay dos errores: el primero consiste en pensar que el viejo equilibrio era armonía social. El segundo error es el de pensar que ese viejo equilibrio sigue existiendo o se puede recuperar. Esta visión nostálgica impide afrontar la realidad y, como han hecho otros países en mayor o menor medida, buscar un equilibrio que sí sea posible, en lugar de intentar volver atrás la rueda de la historia.

La fantasía familiarista cierra los ojos al hecho de que los sistemas de cuidado que descansan sobre las espaldas de las mujeres son insostenibles. Hasta ahora se ha delegado el cuidado a las mujeres de la familia (esposas, hermana, hijas), pero ya en muchos casos estas mujeres no existen o no dan abasto. Es una quimera pensar que en el futuro se podrá seguir contando con esa solución. Más vale, pues, cambiar de perspectiva lo antes posible en lugar de aferrarse a un sistema que ya está dejando a muchas personas mayores abandonadas y esclavizando a muchas mujeres cuidadoras 24 horas, y que en el futuro solo conducirá a más sufrimiento.

141 - En España, según la Encuesta de Condiciones de Vida de 2016 el riesgo de pobreza entre las familias monoparentales, formadas en la mayoría por madres solas, era de un 42,2%

2.3. La mística de la maternidad

En el actual contexto de “igualdad formal”, el único argumento para justificar las diferencias de género explícitas es la maternidad. Este cambio del sujeto permite argumentar que no se trata de diferencias de trato entre hombres y mujeres sino de atención al hecho biológico, que “naturalmente” no puede incluir a los hombres. El problema es que este argumento se utiliza sesgadamente y, en la práctica, no se traduce precisamente en el cuidado a la madre durante la gestación, el parto y la recuperación. La “mística de la maternidad” es un vehículo ideal para esconder discriminaciones implícitas en la mente de las personas, con las que se alía y de las que saca partido “El Legislador”.

Por ejemplo, el permiso de maternidad se justifica como necesario para la recuperación del parto, así dure 4 meses, 6 meses o incluso más. Cuando se señala que en 4 meses la inmensa mayoría de las mujeres están más que recuperadas, algunas personas se escandalizan por lo que consideran un ataque o menosprecio a la madre. Sin embargo, pasa desapercibido el detalle de que, en la mayoría de los países, las madres se encuentran solas a cargo del bebé recién nacido a los pocos días o semanas del nacimiento (y en muchos casos también al cargo de otras criaturas). Así, se da una evidente contradicción: por un lado, se reconoce el hecho de que este trabajo puede ser más agotador que el empleo; pero por otro lado se encuentra normal que la madre tenga que realizarlo cuando, supuestamente, aún no se ha recuperado del parto.

De la misma forma, bajo el paraguas de la maternidad caben incluso afirmaciones como que la lactancia debe durar 7 años, o que la madre necesita ausentarse de su empleo hasta 12 años.¹⁴² Apelando a la maternidad, y a la lactancia materna, se

¹⁴² - 12 años es, además, el tiempo durante el que actualmente en España se puede alargar la reducción de jornada por cuidado de hijo/a

puede afirmar cualquier cosa y oponerse a cualquier paso hacia la igualdad. Por ejemplo, una psicopedagoga que recomienda dar el pecho hasta los 7 años llega a afirmar: "*Un niño alimentado con leche materna será un hombre altruista y generoso*"¹⁴³.

La maternidad es la gran coartada para que las mujeres sigan siendo las principales responsables del cuidado de las criaturas. Al igual que hace medio siglo Betty Friedan nos advertía contra "la mística de la feminidad", hoy el gran excipiente de las diferencias (desigualdades) es "la mística de la maternidad". Y ¡ay de quien ponga en duda que las madres están encantadas de "ser ellas", y no los padres, quienes están al cargo! ¡Ay de las madres que, desviándose un milímetro de ese "estado de gracia", muestren su cansancio, su descontento por la falta de implicación de los hombres y su frustración por tener que renunciar a los demás aspectos su vida personal!

A quien alce la voz, no solamente se le echará encima el viejo statu quo (a cuyo discurso no le dedicaremos aquí mucha energía por estar más desactivado en medios progresistas/feministas), sino también el disfrazado de postmodernidad e incluso de feminismo, que identifica incluir a los hombres en el cuidado con no respetar la libertad de las mujeres.

Es muy curiosa esa interpretación de que se estuviera proponiendo forzar a salir a las madres que realmente están en casa (hay que subrayar lo de "realmente", porque otra cosa bastante curiosa es que algunas de las que enarbolan esa bandera en primera persona ("soy ama de casa") no son amas de casa a tiempo completo ni muchísimo menos. - Otra característica de ciertos discursos postmodernos es se toman la realidad como un pequeño detalle sin importancia).

143 - Ver Rubiales, Amparo [2016]: *La Mística de la Maternidad*. En http://www.diariodesevilla.es/opinion/articulos/mistica-maternidad_0_992001345.html

Por ejemplo, la equiparación del permiso de paternidad al de maternidad ha cosechado algunas reacciones de ese estilo que, aunque minoritarias, resultan significativas. ¿Cómo se puede identificar esa reforma con un perjuicio para las mujeres, o incluso con un intento de coartar su libertad? Esta posición recuerda a la vieja idea de que las mujeres no querían que los hombres entraran en la cocina ni que ayudaran a servir la mesa. Ahora se dice que ellas desean tomarse todo el tiempo de permiso que puedan, incluidas las excedencias que les dejan sin ingresos, o incluso que se retiran del empleo porque quieren. En definitiva, como siempre, serían las mujeres quienes “eligen” su situación.

Cabe afirmar que el indudable interés del poder en mantener el sistema se aprovecha de la resistencia de algunas personas (aunque cada vez menos), que consideran peligroso dejar a los hombres al cargo de sus criaturas. Esta es una asunción mayormente inconsciente, por cuanto hacerla consciente supondría explicitar un concepto de los hombres en general como depredadores que urgiría a actuaciones drásticas al respecto. Si las mujeres que no se atreven a dejar a sus criaturas con sus compañeros se reconocieran a sí mismas esa prevención, ¿podrían seguir conviviendo con esos hombres? ¿Podrían estar tranquilas respecto a la seguridad de sus criaturas, por mucho que las vigilaran? Y los gobiernos, ¿podrían justificar su inacción ante esta desprotección flagrante de la infancia?

Ciertamente debemos comprender la preocupación de muchas mujeres, considerando las altas tasas de abuso infantil por parte de los hombres de la familia (incluyendo los padres). ¿Pero qué hacer ante esta terrible situación? Obviamente no es posible impedir totalmente el acceso de los hombres a sus criaturas en general (salvo, por supuesto, en caso de maltrato). Pero, afortunadamente, los hombres que se implican en el cuidado

de sus hijos/as mejoran su salud física y mental, las relaciones de pareja, su bienestar y su esperanza de vida¹⁴⁴; y frecuentemente declaran que su relación con sus hijos/as es una de sus principales fuentes de bienestar y felicidad¹⁴⁵.

Así pues, la única solución, también para superar el problema de la violencia machista contra la infancia, es implicar a los hombres en su cuidado desde el nacimiento. Esta es la solución global y también la particular salvo, como señalábamos, en los casos en los que se observen comportamientos violentos y ante los que hay que tomar las medidas policiales y judiciales oportunas.

En conclusión, la mayoría de las criaturas tienen un padre hombre al que convendría implicar en su cuidado. Sin embargo, hay quienes se olvidan de este extremo y claman por la "corresponsabilidad social" en términos como: "¿dónde está mi tribu?"¹⁴⁶. Ahí está el quid de la cuestión: naturalmente que la responsabilidad de toda la sociedad es fundamental, pero el asunto es que la mística de la maternidad esconde la ausencia de los padres en el cuidado de sus criaturas.¹⁴⁷

Así que recordémoslo una vez más: la división sexual del trabajo es entre hombres y mujeres, y no se podrá eliminar sin que los hombres asuman la mitad del cuidado. La "liberación de las

144 - Burgess Adrienne (2006): *The Costs and Benefits of Active Fatherhood: Evidence and Insights to Inform the Development of Policy and Practice*. London, UK: Fathers Direct.

145 - DeGeer Ian, Humberto Carolo y Tod Minerson (2014): *Give Love, Get Love: The Involved Fatherhood and Gender Equality Project*. Toronto, ON: White Ribbon Campaign. En https://www.whiteribbon.ca/uploads/1/1/3/2/113222347/fatherhood_report.pdf

146 - Del Olmo, Carolina (2013): "¿Dónde está mi tribu? Maternidad y crianza en una sociedad individualista". Editorial Clave Intelectual

147 - Es interesante hacer notar que esta ausencia del padre también se aplica a las obligaciones legales. Por ejemplo, a una madre que abandona a su criatura la persigue la justicia. ¿Por qué no buscan al padre, por si acaso lo hay?

mujeres" sin implicación de los hombres ya fue ensayada en la Unión Soviética con el resultado de una terrible sobreexplotación de las mujeres.

Afortunadamente, esta promoción de la desigualdad en base a la mística de la maternidad está siendo barrida por la actual ola feminista (¿o lo estaba? ¿Debemos ya hablar de la ola feminista en pasado?). A pesar de que aún siguen siendo importantes las corrientes esencialistas, han surgido potentes movimientos de madres que se sienten engañadas por esta mística, que ven en el feminismo el movimiento que realmente conecta con su experiencia y con sus aspiraciones, y que por consiguiente trabajan por una sociedad en igualdad.

2.4 Nuevas argucias: la supuesta "libertad de elección familiar"

Tanto en el discurso individual como en el que sustenta las políticas públicas, un recurso clave es el de la 'libertad de elección'. Con referencia a las relaciones de pareja, se realizan continuamente afirmaciones de que las mujeres "eligen" relaciones desiguales. La cuestión es: ¿hay factores objetivables que, por sí mismos, serían suficientes para forzarles a permanecer en esas situaciones aunque anhelaran otras?

Un factor clave es la falta de alternativas. En los países de comportamientos masculinos más tradicionales, no parece que las mujeres tengan mucha oferta de relaciones igualitarias. ¿Cómo podríamos entonces saber que no las elegirían, caso de estar disponibles? Pero afortunadamente sí tenemos pruebas de que las mujeres están más satisfechas en los países donde se les presenta la posibilidad de elegir relaciones menos desiguales. Los derechos para el cuidado, aunque sobre el papel son para trabajadoras y trabajadores, se configuran de tal forma que son

las mujeres las que los usan (“los eligen”), y así siguen cumpliendo sus antiguas funciones. En el caso de las excedencias para el cuidado de menores, por ejemplo, podría ser la madre o el padre quien cubriera el periodo de los tres primeros años, o podrían turnarse entre ambas personas progenitoras (si fueran dos); pero lo cubre todo la madre en el 95% de los casos.

Para las excedencias y prestaciones por cuidado de personas en situación de dependencia, una persona de la familia debe darse de alta como persona cuidadora. Entre todos los hermanos y hermanas, suele ser una hermana la que “lo elige”. Además, estos recursos pueden usarse para cuidar a familiares o “afines”. Esta clausula de afinidad podría hipotéticamente concretarse en que los hombres eligieran cuidar a sus suegras/os, pero en la realidad para lo que sirve es para que las mujeres cuiden a los padres y madres de sus maridos además de a los/las propios/as.

A todas estas regulaciones que empujan a las mujeres a “elegir” ser ellas las cuidadoras familiares se suma una fórmula más reciente que se utilizó por primera vez en Suecia en 1974, como veremos más adelante: los derechos para el cuidado con base familiar, es decir para que la familia decida quién los utiliza o cómo se reparte su utilización entre sus miembros. Generalmente los utilizan mujeres, como siempre. Pero la novedad es que el sujeto de derecho ya no es la persona trabajadora sino la familia (la pareja), en base a un nuevo supuesto derecho: “la libertad de elección familiar”.

El ejemplo más ilustrativo de este fenómeno es el de las tendencias a la ampliación de los permisos para el cuidado infantil en Europa por la vía de los permisos por nacimiento o adopción que se configuran como “derechos de la pareja”, con terminología variada como transferibles, conjuntos o de libre distribución (permisos que se pueden tomar indistintamente el padre o la

madre). Se dice que el Estado no puede interferir en las decisiones de la pareja, presentando así esa supuesta ‘libertad de elección familiar’ como un bien absoluto a preservar.

Esta concepción de la familia como sujeto de derechos laborales supone una excepción en el sistema general de derechos y deberes, cuyo sujeto es la persona. Así, nadie ha propuesto (hasta ahora) transferir a otra persona derechos laborales no relacionados con el cuidado como vacaciones, prestación por desempleo, etc. Curiosamente, la única excepción a esta regla es la de los derechos y obligaciones que tienen que ver con el cuidado. Y la regla general es que este nuevo sujeto de derechos para el cuidado, que se llama familia, en realidad sirve para que sigan cuidando las mujeres.

La familia patriarcal no es una institución democrática donde todos los miembros tengan la misma voz en las decisiones. Hay muchos trabajos dedicados al estudio de los factores que influyen en la capacidad de negociación de las mujeres dentro de la pareja; y como se puede imaginar, el más importante de todos ellos es la independencia económica. Pero, para las mujeres que son (o podrían ser) independientes económicamente, ahí está el nuevo recurso de la “libertad de elección familiar” para conminarles a convertirse en cuidadoras principales.

Así que, en la realidad, esta supuesta “libertad de elección familiar” es todo lo contrario a la libertad de elegir de las personas. Bajo esta expresión se esconde que las mujeres se ven forzadas a tomarse esos derechos “conjuntos”, mientras que los hombres se ven presionados (o tentados) a no tomárselos. Paradójicamente, la libertad es invocada para apoyar políticas que mantienen la situación de discriminación. ¿Quién se acuerda luego, cuando la mujer ha perdido su inserción y su experiencia laboral, de su derecho a elegir un trabajo de calidad y una vida libre de miseria?

2.5 Presuntos implicados: gobiernos, parlamentos, jueces/as y medios de comunicación

Los gobiernos hacen continuas declaraciones en favor de la justicia y la equidad, condenando los asesinatos de mujeres, la violencia, la pobreza, la desigualdad salarial y la falta de derechos de los colectivos laborales femeninos, la sobrecarga de cuidados, la mayor pobreza y la dependencia económica de las mujeres, la violencia machista, etc.; y proclamando medidas para erradicarlas. Los parlamentos aprueban leyes que sistemáticamente declaran su intención de eliminar estas reiteradamente llamadas “lacras”.

Con todo ello se crea la impresión de que las políticas públicas no solo no tendrían ninguna responsabilidad en la desigualdad sino que, además, los gobiernos intentarían favorecer la igualdad a través de las llamadas “*políticas de igualdad*”, que otorgarían ventajas y prestaciones especiales a las mujeres. ¿Qué más podrían hacer?

El problema es que las declaraciones en las exposiciones de motivos de los textos legales no se corresponden con el articulado; y las declaraciones de los gobiernos no se traducen en hechos. Se nos anuncia una intencionalidad de las políticas contraria a los efectos sobre el comportamiento de las personas que se observan sistemáticamente y que, por tanto, son de antemano previsibles.

La disociación entre el discurso legal/judicial y la realidad llega a extremos inauditos. Por ejemplo, en un reciente estudio del CGPJ¹⁴⁸ podemos leer sobre la reducción de jornada para el

148 - Consejo General del Poder Judicial (2016): *Valoración de las medidas de conciliación de la vida familiar y personal y la vida laboral según la regulación de la Ley Orgánica 3/2007 para la igualdad efectiva de mujeres y hombres*. En <http://www.poderjudicial.es/cgpj/es/>

cuidado de hijos/as y de familiares: *"Su finalidad (...) es procurar al trabajador el reposo necesario para que pueda recuperarse del desgaste físico producido por la actividad laboral, así como un tiempo de esparcimiento"*. ¿Alguna persona corriente reconocería en este texto la reducción de jornada que se toman las mujeres (en un 94% de los casos) para cuidar por un periodo que puede llegar hasta los 12 años de edad de la criatura?

A posteriori, se niega que esos comportamientos estén causados por las políticas y se achacan a factores como "la cultura", "la elección personal", "la maternidad" o, menos frecuentemente ya, "factores genéticos".

Todo ello contribuye a crear la falsa impresión de que las desigualdades son responsabilidad de las personas individuales, persistentes y difíciles de erradicar. En realidad, todos los poderes (incluido el "cuarto poder") colaboran en disimular la desigualdad, trampeando y cambiando la fachada para que nada cambie.

3. ¿PERMISOS IGUALITARIOS? LECCIONES DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN EXITOSA Y DE UN RESULTADO DESOLADOR

3.1. Los permisos por nacimiento (maternidad/paternidad) en el contexto de la atención a la infancia

El sistema de atención a la infancia se configura, en cada país, según la combinación de tres elementos: 1) Permisos y prestaciones para que las personas progenitoras cuiden en casa

Temas/Igualdad-de-Genero/Estadisticas--estudios-e-informes/Estudios/Valoracion-de-las-medidas-de-conciliacion-de-la-vida-familiar-y-personal-y-la-vida-laboral-segun-la-regulacion-de-la-Ley-Organica-3-2007-para-la-igualdad-efectiva-de-mujeres-y-hombres

durante un primer periodo después del nacimiento o adopción. 2) Sistemas públicos de educación infantil. 3) Regulación de los tiempos de trabajo (tanto para la población trabajadora en general como para las personas con responsabilidades familiares).

Existe un consenso social prácticamente unánime acerca de que las criaturas necesitan el cuidado en el hogar durante sus primeros meses de vida. Por otro lado, las evidencias empíricas sobre los beneficios de la educación infantil son tan claros que cada vez crece más el convencimiento de que al menos a partir de 1 año de edad las criaturas deberían estar ya escolarizadas, y de que los beneficios son especialmente importantes para las familias de menores ingresos.

De hecho, según la OCDE¹⁴⁹, hay evidencias de que "*la educación infantil puede mejorar las habilidades cognitivas de las criaturas y su desarrollo socio-emocional, ayudar a crear condiciones para el aprendizaje a lo largo de la vida, hacer los resultados de la enseñanza más equitativos, reducir la pobreza, y mejorar la movilidad social de una generación a otra*".

Así pues, el nacimiento o adopción de una criatura no tendría que ser fuente de desigualdades, ni en el empleo ni en el hogar, si se cumplieran tres condiciones básicas: 1) que los permisos y el cuidado se compartieran igualitariamente entre hombres y mujeres; 2) que todas las criaturas pudieran estar escolarizadas a tiempo completo desde el mismo día de finalización de los permisos de sus progenitores/as; y 3) que los horarios de todas las personas a tiempo completo fueran estables, cortos y racionales.

Con esas tres condiciones, las criaturas tendrían en general dos personas de referencia, excepto en el caso de familias monopa-

149 - OCDE (2017): Starting Strong. Key OECD Indicators on Early Childhood Education and Care. En <http://www.oecd.org/education/starting-strong-2017-9789264276116-en.htm>

rentales, para las que es necesario proveer servicios de cuidado adicionales y otras medidas. Además, como ninguna persona tendría que abandonar su empleo a tiempo completo, la mayoría de las familias serían de dos ingresos, lo que constituye la mejor red contra la pobreza. Por último, pero por supuesto no menos importante, se eliminaría una fuente fundamental de desigualdad de roles en la familia y de discriminación en el empleo.

Estas tres condiciones están ya reconocidas como objetivos por el Gobierno español y por muchos otros, así como por el Parlamento Europeo. ¿Cómo es que no se avanza? La universalización de los servicios públicos exige un aumento de presupuesto, aunque este está calculado y es perfectamente abordable¹⁵⁰. La reforma de los horarios, y en particular la jornada legal máxima de 35 horas semanales en 5 días, también es posible, aunque exige revertir las reformas laborales que han dado al traste con el empleo estable y han sembrado la precariedad. Pero la reforma necesaria de los permisos es la más fácil y, por ello, es el ejemplo más emblemático de la contradicción entre las declaraciones de los gobiernos y los hechos. Veamos.

3.2. Antecedentes

Antes de 1974 parecía universalmente obvio que la suprema misión de las mujeres es cumplir con el mandato que formuló Rousseau: criar ciudadanos (los cuales, por definición, serían ellos, no nosotras); amén de, por supuesto, hacerles la vida agradable. Pero la ola feminista de los años 1960-1970 barrió con la profesión de ama de casa de por vida; las mujeres se incorporaron masivamente a la educación superior y al empleo.

150 - Ver referencias a los documentos con detalle de los sistemas propuestos, con estimación de costes y posibles plazos de implantación en el *Manifiesto por el cuarto pilar del estado del bienestar en España*, que se puede leer y firmar en <https://cuartopilar.es/>

Sin embargo, pronto se dieron (nos dimos) cuenta de que “no es lo mismo tenerlo todo (familia y empleo) que tener que hacerlo todo”. Y volvimos la vista a los hombres: ¿por qué ellos no hacían nada o casi nada en la casa? ¿por qué las criaturas llevaban su apellido, pero no les generaban obligaciones de cuidado porque estaban a cargo de las madres?

Suecia, que fue el país más adelantado en esa ola feminista y cuyo gobierno fue el más sensible a las demandas de las mujeres, cambió radicalmente su política social para enfocarla a que todas las personas fueran económicamente independientes durante toda la vida. Se universalizó el derecho a los servicios públicos suficientes y de calidad para la educación/cuidado infantil y para la atención a la dependencia. Se hicieron políticas laborales para integrar a las mujeres al empleo de calidad.

En 1974 se llegó a los permisos de maternidad y, coherentemente con el objetivo de repartir equitativamente los cuidados, se equipararon los permisos de los padres a los que ya tenían las madres. Sin embargo, quien hace la ley hace la trampa: la comisión que redactó la reforma incluyó, a última hora y en secreto, una cláusula por la cual, firmando un papel, cada persona progenitora podría cederle su permiso a la otra total o parcialmente. Y lo hizo a sabiendas de que la inmensa mayoría de los padres se lo pasarían enterito a las madres. Así, por primera vez y sin que nadie se escandalizara, un derecho social se hizo transferible entre personas, con el efecto de que el cuidado siguió recayendo sobre las mujeres pero con la apariencia de que era por elección suya o por mal comportamiento de los hombres, nada por responsabilidad de la ley tan sibilantemente trampeada.

En España, hasta 2007, en caso de nacimiento de una criatura, los padres tenían solamente dos días a cargo de la empresa, y

ningún otro permiso ni prestación de la seguridad social para el cuidado. Las madres, en cambio, tenían 16 semanas, prolongadas con el permiso de lactancia (en muchos casos acumulable en jornadas completas) y con la posibilidad de enlazar con excedencias y reducciones de jornada hasta los 12 años de edad de la criatura. Los padres también podrían tomarse excedencias y reducciones de jornada, pero es un hecho que mayoritariamente los hombres no se toman esos “derechos” que les dejan sin sueldo y sin promoción laboral.

Esta situación era escandalosamente incoherente respecto a las declaraciones de los sucesivos gobiernos a favor de la igualdad en el empleo y en los cuidados. ¿Cómo iban los padres a ocuparse de sus criaturas tanto como las mujeres si el Estatuto de los Trabajadores no les concedía el mismo permiso y la Seguridad Social les negaba una prestación contributiva a pesar de haber cotizado durante largos años?

3.3. La experiencia de la Plataforma por Permisos Iguales e Intransferibles de Nacimiento y Adopción (PPIINA)

En 2005 se gestó la organización feminista *Plataforma por Permisos Iguales e Intransferibles de Nacimiento y Adopción* (PPIINA), con un objetivo único: la equiparación del derecho de los padres al de las madres, de tal manera que ellos pudieran cumplir con esa obligación de ocuparse de sus criaturas que se proclamaba, quedándose solos al cargo de sus bebés como lo hacen sistemáticamente las madres.

En 2007, la Ley de Igualdad concedió 2 semanas de permiso a los padres. Era un avance que ya se había conseguido en la mayoría de los países europeos (a la sazón, dos semanas era la duración media del permiso de paternidad en Europa). Suponía un reconocimiento de que los padres también tenían que ocuparse de sus

bebés, ¿pero en qué medida? Si el gobierno y todos los grupos parlamentarios proclamaban que los padres tenían que ser corresponsables, ¿cómo se les concedía un permiso ocho veces más corto que el de las madres?

La respuesta a esa pregunta era que las madres tenían que recuperarse del parto. Algo que fue cierto en los inicios del permiso de maternidad, cuando duraba unas pocas semanas, pero que no se sostenía cuando ya el permiso se había ido ampliando sucesivamente. Contra toda razón, se seguía repitiendo como un mantra que el permiso era para la recuperación del parto, a pesar de que es a todas luces imposible encontrar mujeres que tarden 16 semanas en recuperarse (si a las 16 semanas del parto una mujer sigue incapacitada, es que tiene alguna enfermedad). Aún hoy se mantiene esa ficción en la Unión Europea, donde el permiso de maternidad se considera parte de las medidas de protección de la salud de la madre aunque en algunos países llega a durar 24 semanas.

Ese argumento de la recuperación del parto durante 16 semanas era aún más insostenible por cuanto ya la madre podía ceder al padre hasta 10 de ellas, y el padre tenía derecho a las 16 íntegras en caso de fallecimiento de la madre. De hecho, las dos semanas de permiso de paternidad sí eran para la recuperación del parto de la madre, además de para la adaptación y el inicio de ambos/as ante la nueva situación.

El problema era que, una vez pasado ese periodo de emergencia familiar, el padre se iba a trabajar y la madre se quedaba cuidando en solitario. A nadie parecía importarle ese detalle como, por otro lado, a nadie le había importado hasta ese momento que la madre tuviera que quedarse cuidando en solitario a los dos días de haber dado a luz. Sin embargo, en cuanto los padres tuvieron dos semanas, todo el mundo reconoció que

durante ese periodo era necesaria la concurrencia del otro progenitor/a si existía.

La propuesta de la PPIINA aparecía como lógica: ya que la ley establece que las dos personas progenitoras puedan estar simultáneamente de permiso durante esas dos primeras semanas a partir del nacimiento, y después la madre se queda sola durante otras 14 semanas, concédase al padre sustituirla durante otras 14 semanas cuando se acabe el permiso de ella.

Así ella podrá volver a su puesto de trabajo tranquila y él podrá cuidar en solitario durante 14 semanas como lo ha hecho ella previamente. Así, además de iniciarse en el cuidado y crear el vínculo afectivo con su bebé, los padres se ausentarían de su puesto de trabajo en la misma medida que las madres, lo que era de todo punto necesario ahora que ya hacía varias décadas que se había aceptado que hay que eliminar la brecha salarial de género. Porque, ¿cómo van a tener las mujeres las mismas oportunidades en el empleo si siguen apareciendo ante los empresarios como “mano de obra de alto riesgo de ausencias” en comparación con los hombres?

Por último, pero no menos importante, con la propuesta de la PPIINA la criatura podría estar cuidada en casa no solo durante 16 semanas sino al menos durante 30, que podrían extenderse a la mayor parte del primer año si se añaden las vacaciones de ambas personas progenitoras.

Precisamente porque nuestro país tenía aún un permiso excesivamente corto para la criatura (16 semanas de permiso de maternidad), teníamos la oportunidad de extenderlo concediendo a los otros progenitores/as el mismo permiso que ya tenían las madres. Solo bastaba con conceder a cada persona progenitora un permiso de la misma duración (16 semanas), completamente

intransferible y pagado al 100%, a tomar de la siguiente manera: dos semanas inmediatamente a continuación del nacimiento, y las otras 14 cuando cada persona progenitora/trabajadora decidiera disfrutarlas durante el primer año.

Por tanto, la cuestión que se nos planteaba como sociedad era si de verdad pensábamos que los hombres deben tener el mismo derecho a cumplir con las mismas obligaciones de cuidar a sus criaturas. Por eso, decíamos, también el permiso tiene que ser tan intransferible como la obligación de cuidar, y si los hombres no quieren cumplirla que no la descarguen sobre las mujeres.

Así quedaron invalidadas las dos trampas más usadas hasta entonces: los permisos más largos para las madres y la transferibilidad. Esta posibilidad de transferir un derecho social (nunca antes vista) que, como se ha explicado, fue introducida en Suecia en 1974, justamente en la reforma para equiparar los permisos, había tenido el resultado esperado: la inmensa mayoría de los padres se lo cedían a las madres, no al revés. “Para la igualdad, permisos iguales e intransferibles”, repetíamos. Para cuando Ciudadanos llegó con la “novedosa” propuesta de los permisos transferibles, la sociedad ya había comprendido que esa era una trampa para alargar el permiso de la madre bajo cuerda.

En realidad, pese a esa propuesta “novedosa” de los permisos transferibles por parte de Ciudadanos, ningún gobierno ni grupo parlamentario se opuso explícitamente a la propuesta de la PPIINA, al igual que no lo hicieron los sindicatos ni los partidos (ni siquiera Ciudadanos abiertamente). Al contrario, en las entrevistas y ocasionales declaraciones de los líderes se reconocía la necesidad de la equiparación de los permisos. En repetidas ocasiones se aprobaron proposiciones no de ley en el Congreso de los Diputados en este sentido, por unanimidad de todos los grupos parlamentarios.

Los sucesivos gobiernos se limitaban a declarar que la equiparación sería muy cara. La PPIINA contestó demostrando que el coste estaba sobreestimado y, sobre todo, alegando que el permiso de paternidad de un trabajador es un derecho básico y una prestación contributiva que se gana con las cotizaciones, exactamente igual que el permiso de maternidad. ¿Cómo es que no se pone en cuestión el coste del permiso de maternidad? La PPIINA sugería un periodo transitorio para aumentar el permiso del padre tan paulatinamente como se considerase necesario, subrayando que lo importante era reconocer el objetivo de equiparación y un calendario hasta conseguirlo.

A la vez que seguíamos avanzando en el debate y contradiciendo los argumentos de que la equiparación sería demasiado cara, advertíamos también contra otras trampas que se habían ido introduciendo en diversas reformas anteriores en otros países, todas en el sentido de desactivar los permisos para su uso corresponsable: permisos mal pagados que generalmente solo se toman las mujeres; posibilidad de reducir el pago alargando el tiempo; permisos a utilizar hasta por días sueltos a lo largo de varios años, etc. Seguíamos repitiendo algo elemental: para superar el modelo del hombre ayudante, los hombres tienen que quedarse al cargo de sus bebés en solitario a tiempo completo durante un tiempo sustancial (3 meses y medio serían según la propuesta de la PPIINA), y que ese tiempo sea el mismo que el que se quedan las mujeres.

Desmontadas las viejas trampas, desde la PPIINA también estábamos advirtiendo sobre otras nuevas que se estaban introduciendo calladamente en la reforma que se preparaba en España, aunque esta se anunciaba como la victoria de los permisos iguales e intransferibles que reclamábamos. Nos temíamos que otra vez nos encontráramos frente a una reforma que cambiara la fachada para que nada cambie, como ya había sucedido tantas veces.

4 - CONCLUSIONES

A partir de 2017 quedó patente que la mayoría de la ciudadanía estaba por la equiparación de los permisos, y ya las trabas pasaron a adoptar fundamentalmente la forma de filibusterismo parlamentario. El 4 de enero de 2017 el grupo parlamentario confederal formado por Unidos Podemos, En Comú-Podem y En Marea, registró en el Congreso de los Diputados una Proposición de Ley cuyo contenido se ajustaba a la propuesta elaborada por la PPIINA. Después de sucesivas paralizaciones, la proposición llegó al Pleno del Congreso que la admitió a trámite por unanimidad, pero quedó encallada por diversos avatares.

En marzo de 2019, el Gobierno en funciones promulgó el RDL 6/2019 por el que se establece un calendario hasta la equiparación de los permisos en duración para el 1 de enero de 2021 (periodo transitorio de ampliación del permiso de paternidad: 8 semanas el 1 abril 2019; 12 semanas el 1 enero 2020 y 16 semanas el 1 enero 2021. Los permisos quedaban configurados como iguales, intransferibles y pagados al 100%.

Sin embargo, en la letra pequeña de ese RDL se habían colado algunas frases que cambiaban sustancialmente la configuración del permiso en la práctica y, como advirtió la PPIINA al Gobierno a la vista del borrador, desactivarían el potencial de la reforma para conseguir un avance sustancial en la implicación de los hombres en los cuidados.

Las dos trampas fundamentales que se colaron, y que la PPIINA sigue denunciando sin descanso, son: 1) que las primeras 6 semanas deben tomarse necesariamente a partir del nacimiento, y 2) que si se aplazan algunas de las otras 10, la empresa tiene la potestad de negarse a que se tomen a tiempo completo en las fechas que la persona trabajadora (madre o padre) decida.

Estas dos trampas están muy bien diseñadas para conseguir que las empresas no tengan que prescindir totalmente de sus trabajadores hombres. En efecto, si el padre está de permiso simultáneamente con la madre, estará en cierto modo disponible para la empresa. Y, en el caso de que el trabajador se empeñara en utilizar una parte o todo el periodo de 10 semanas que puede aplazar para turnarse con la madre, entonces la empresa puede decidir cuándo se las puede tomar y cuándo no. Naturalmente, eso será según le convenga a la empresa, no al bebé, ni al padre, ni por supuesto a la madre, que se verá obligada a suplir la ausencia del padre en las fechas en las que, si él estuviera, ella podría reincorporarse a su puesto de trabajo.

Como resultado, según datos de la Seguridad Social, más del 75% de los padres se están tomando todo el permiso a partir del nacimiento, simultáneamente con la madre. Así, para ese más del 75% de los bebés, el padre no podrá turnarse con la madre para cubrir un periodo, y la madre se verá obligada a prolongar su permiso con excedencias o reducciones de jornada, exactamente igual que antes. Los padres seguirán siendo ayudantes en el cuidado y no perderán comba en el empleo, pero las madres seguirán siendo precarias en el empleo o peor: terminarán despedidas y dependientes económicamente de sus maridos o en la pobreza.

El 14 de diciembre de 2020, 86 organizaciones (entre ellas las principales asociaciones feministas) entregamos una petición al Gobierno¹⁵¹ para que se eliminaran esas trampas antes de que la reforma se completara el 1 de enero de 2021. Pero el Gobierno, en lugar de escuchar el clamor feminista, dio la espalda a la igualdad para ceder ante las presiones empresariales, dejándo-

¹⁵¹ - Ver el texto de la petición en <https://igualeseintransferibles.org/blog/mas-de-80-organizaciones-apoyan-a-la-ppiina-para-que-el-gobierno-elimine-las-trampas-en-la-reforma-de-los-permisos-antes-del-1-de-enero/>

nos a las puertas de un paso que hubiera sido histórico si esas trampas no lo hubieran desactivado.

Hay que comprender que la paridad en el cuidado es la gran asignatura pendiente del siglo XXI, y el patriarcado se resiste. Pero en la fase actual ya no se resiste frontalmente, sino que ha aprendido a darnos la razón con una mano y a engañarnos con la otra. Los mecanismos de dominación son cada vez más sofisticados y están más escondidos en una redacción engorrosa de las leyes. Los medios de comunicación, atendiendo a las señales del poder, vuelven la vista hacia otro lado.

En el caso de la reforma de los permisos, podríamos decir que la PPIINA ha triunfado en su campaña de pedagogía social pero ahora se encuentra en una situación difícil. El Gobierno actual lleva en el acuerdo de gobierno el compromiso de "*eliminar las trabas a la no simultaneidad*" (punto 7.1 del acuerdo), pero no ha hecho nada al respecto. Más aún, ignorando completamente los problemas y los efectos de esa reforma, ahora habla de aumentar los permisos tan mal diseñados a 6 meses.

Ante la narrativa oficial de que ya tenemos permisos iguales, intransferibles y pagados al 100%, muchas feministas felicitan a la PPIINA y se dan de baja, puesto que aparentemente ya lo hemos conseguido. Los medios de comunicación, siempre atentos a las señales de los gobiernos, ya no conceden atención al objetivo del uso igualitario de los permisos ni se hacen eco de nuestra denuncia.

En resumen, tanto el gobierno como los partidos y los medios de comunicación se alían para dar carpetazo a una reforma que, como otras anteriores, ha convertido la anterior desigualdad explícita de los permisos en una desigualdad implícita escondida en la letra pequeña de una legislación farragosa. Esta refor-

ma torticera potencia (¡una vez más!) la interpretación de que si las mujeres se quedan más tiempo a cargo de sus bebés, y los hombres nada en solitario, es porque ellas y ellos (la familia) así lo elige. Y así vemos avecinarse otros 50 años de desigualdad en los permisos en virtud de tan malas artes por parte del poder patriarcal.

BIODATA

María Pazos Morán. Soy ante todo feminista. Licenciada en Matemáticas por la UCM y Máster en Estadística por la U. de Harvard (EEUU). Desde 2004 hasta 2019 he dirigido la línea de investigación sobre Políticas Públicas e Igualdad de Género en el Instituto de Estudios Fiscales (Ministerio de Hacienda).

Actualmente sigo investigando y escribiendo sobre economía feminista, impartiendo conferencias y cursos en universidades y en organismos públicos, y participando en debates feministas y de movimientos sociales.

Mi tema de investigación principal: cómo las políticas públicas conforman los diferentes modelos de organización social; y en especial los sistemas de patriarcado. Durante los últimos años me he concentrado especialmente en el colapso ecológico que se avecina, agravado y a la vez agravante de la actual emergencia económica y social.

Estoy convencida de que el feminismo es imprescindible para forzar el cambio monumental e inmediato que tendría que operarse en la economía con el fin de ralentizar el colapso civilizatorio al que nos enfrentamos, así como para mitigar sus consecuencias mediante la solidaridad y la justicia social.

Sin embargo, las políticas llamadas "sanitarias" desde la declaración de pandemia han acentuado los problemas sociales, económicos y de salud de la población, con consecuencias especialmente catastróficas para las mujeres. A la vez, las prohibiciones de reunión y manifestación, junto con el pánico infundido, han congelado la ola feminista y ecologista que nos proporcionaba esperanza de que el cambio fuera posible. Por ello, desde Marzo de 2020 dedico esfuerzos a estudiar este asunto.

Las principales conclusiones de mi trabajo se exponen en dos libros de divulgación, ambos descargables gratuitamente en mi web mariapazos.com:

1. «Desiguales Por Ley. Las políticas públicas contra la igualdad de género». 2013. Ed. Catarata.
2. «Contra el Patriarcado. Economía feminista para una sociedad justa y sostenible». 2018. Ed. Katakarak. Empecé mi militancia feminista en el Frente de Liberación de la Mujer, en la Comisión pro-Derecho al

Aborto y en el Fórum de Política Feminista, al que pertenezco desde su fundación en 1985. Actualmente concentro mi voluntariado feminista en la PPIINA (www.igualeseintransferibles.org) y en la PLENT (www.equalandnontransferable.org), de las que soy socia fundadora. También pertenezco a ATTAC, donde soy miembro del Consejo Científico.

La voz de las mujeres más fuerte que nunca en los medios de comunicación en México

Sara Lovera López

1. INTRODUCCIÓN

2. EL CAMINO

2.1 Feminismo y Medios de Comunicación

2.3 El Asomo y las Palabras

2.4 La ruptura del silencio

3. LOS MEDIOS HAN VUELTO LA MIRADA

3.1 La violencia de género

4. LA NUEVA FUERZA DEL MOVIMIENTO

4.1 Hablan periodistas y editoras/os

4.2 Los pies en dos espacios

5. ASALTO A LOS MEDIOS: NO SÓLO LA VIOLENCIA FEMINICIDA

5.1 Luego se queja de la falta de información

6. CONCLUSIONES

1. INTRODUCCIÓN

Ante lo evidente, resulta imposible considerar que un medio pudiera permanecer ajeno. Las mujeres y su problemática, finalmente son noticia

Soledad Jarquín, periodista mexicana

Siempre son intrincados los balances. Pero me he atrevido a escribir en este texto el impacto que en la vida de las mujeres tienen los medios de comunicación, luego que durante 40 años los hemos observado, intervenido, criticado y analizado.

Hoy en México se vislumbra un cambio profundo para la visibilidad de las mujeres en general y de las propuestas y enfoques feministas. Esto es, sin duda, resultado de un largo proceso de acciones realizadas por las comunicadoras feministas, el acumulado de nuestras creaciones, análisis y organización planetaria. Todas hemos elaborado y promovido múltiples iniciativas, herramientas y análisis para incidir en ese cambio.

Se puede afirmar que no ha sido inútil el trabajo de sensibilización y capacitación a periodistas y comunicadoras y comunicadores durante tres décadas. Los cambios positivos, que se observan, cumplen ya un lustro.

La transformación la atribuyo a cuatro factores: la aparición explosiva -mundial por lo demás- del potente nuevo feminismo de las jóvenes; al ingreso creciente en las plantillas laborales de mujeres universitarias sensibilizadas en género en las universidades; a las políticas oficiales de reconocimiento de la desigualdad, y en nuestro país a una coyuntura política, que ha repercutido en los cambios de políticas editoriales en los principales medios de comunicación.

Además, contribuyen a ello el uso de las redes sociales por las colectivas feministas, no sólo para movilizarse, sino para hacerse presentes en espacios múltiples, a veces masivos, en esas redes, que, en el caso de México, se han convertido en fuentes de información de los medios que llamamos generalistas.

Este texto lo hago desde México 2021, cuando mi país vive grandes reacomodos políticos que podrían echar abajo los avances para la igualdad y los derechos humanos de las mexicanas, amenazados por un gobierno “populista” que pone en riesgo la tímida e irregular política oficial de género, su marco legal, sus instituciones, todo ello construido tenazmente por las diversas corrientes feministas y lo que la historiadora Gabriela Cano¹⁵² llamó feminismo de Estado.

También lo hago en el escenario vivido en apenas año y medio en todo el planeta a causa de la pandemia de Covid 19 y las revelaciones de lo que somos como humanidad y las repercusiones específicas en las mujeres.

En este escenario se han revolucionado certezas y dudas, nos ha cimbrado en todos los órdenes de la vida económica y social; ha marcado los límites del diagnóstico sobre la condición social de las mujeres en el qué discurríamos. Fenómeno que ya había irrumpido en México -2017-2020- con la potente aparición de lo que nombramos como nuevo movimiento feminista.

Estas circunstancias también muestran hasta qué punto las tecnologías de la información se revolucionaron y expandieron, cómo su operación, planetaria, ha dado paso a una comunicación instantánea que influye en la marcha de la sociedad

152 - Cano, Gabriela, Amalia Castillo Ledón, *Mujer de letras, mujer de poder*, México, Conaculta, 2011, p.10

y convive con los medios de comunicación tradicionales, de la prensa a la televisión, día a día, para bien y para mal.

Desde ahí arma y desarma las imágenes y la narrativa acerca de la vida y desarrollo de la propuesta feminista; trastoca el discurso sobre la condición social de las mujeres.

Sí, en México los medios cambiaron: las mujeres son noticia

Para desarrollar este texto acudí a las únicas herramientas con las que cuento, como periodista. Primero me hice una hipótesis, basada en la presunción de que algo estaba sucediendo¹⁵³.

Los hechos parecían derrumbar todo lo que cómo periodista feminista había desarrollado como propósitos, frente a personajes siniestros, en los medios de comunicación. No atinaba a explicarme cómo, estos personajes y otros y otras, de pronto aparecieron como aliados de la huelga feminista de 2020. Las narrativas, al paso de los días, fueron de novedosas a interesantes y duraderas.

El gobierno, en cambio, endurecía su discurso. Me pregunté si lo que parecía nuevo y sistemático en los medios de comunicación ¿era sólo una coyuntura política, entre hombres? Resultado de una confrontación entre poderes patriarcales, ¿o qué?

Mis cavilaciones cobraron sentido cuando Cristina Fraga me propuso hacer este escrito. Lamentablemente no tenía más que mis percepciones, probablemente emocionales, que transitaban un contexto nacional donde los grupos afectados por

¹⁵³ - En marzo de 2020 se realizó la marcha más nutrida que no imaginamos en México, las jóvenes irrumpieron y fue un éxito mediático la huelga. Inopinadamente ésta fue convalidada por todas las empresas de medios y promovida en redes sociales, prensa y radio y televisión

el gobierno del presidente de la República, le cobraban una factura por sus acciones, elaboraban respuestas mediáticas sólo para confrontarlo, donde las mujeres eran un pretexto y si solo se trataba de actos oportunistas marcados por la misoginia de Andrés Manuel López Obrador, que se tradujo en acciones que lesionaron los intereses y los derechos de las mujeres.

De las observaciones cotidianas, me fui al pasado cercano. ¿Cómo era la narrativa mediática en los últimos cuatro o cinco años, antes de que llegara este personaje -verdaderamente un animal político patriarcal - frente a, lo que yo consideré como positivo, en el régimen anterior -la política de género y su institucionalización en el gobierno de Enrique Peña Nieto¹⁵⁴- y qué sucedió tras las movilizaciones de las jóvenes feministas, las acciones inductivas de las numerosas instituciones feministas. ¿Nuestra permanente incidencia en las periodistas, tenía efectos?

Mira yo creo que son dos momentos distintos, yo te diría, cuando estuve en El Universal, pues empezabas de estar en juntas editoriales de los comentarios misóginos sobaban, y entonces empezabas tú a decir, pues mejor me salgo, ¿no? o estábamos muy incomodas, así no debe de ser y hasta ahí. Entonces, si había alguien como Roberto -Rock¹⁵⁵- pues a lo mejor decía así no debe de ser y corregía el camino, no; no sucedía con todos los directores, esa es la verdad, pero eso era. Luego actuamos, la primera vez que decidimos hacer ruido, fue un 8 de marzo, ¡sí, que las mujeres tomen el control del periódico! Y los cabrones se tomaron el día, no y yo creo que lo hicimos mal.

Martha Ramos, Directora Editorial de la OEM

154 - Entre 2012 y 2018, el gobierno priista de Enrique Peña Nieto hizo una reingeniería total al plan de su gobierno. El tema de género se colocó entre las 5 prioridades de la administración pública

155 - Un periodista liberal que era el director del diario El Universal y fue jefe de Martha Ramos en los años 90, del siglo pasado

Este texto, entonces, tendría que construirse como un reportaje. Mirar el cambio en el tratamiento que los medios de comunicación daban a las voces y acciones de las mujeres, las feministas y las iniciativas del gobierno, las campañas de Naciones Unidas y nuestra parafernalia. Su reflejo y cómo se transformaba en los medios generalistas.

Constatar los cambios que percibía, era sustantivo. Sólo diré, por ejemplo, que hay un periódico nacional¹⁵⁶ que todos los días publica en portada un asunto de las mujeres, desde la perspectiva de género. Así me dispuse a averiguar. Hice entrevistas con directores de medios, responsables de la política editorial de otros y entre periodistas, hombres y mujeres.

El contexto del reportaje tenía que abordar, necesariamente, lo relativo a nuestras creaciones: la llegada de las mujeres a los periódicos, los medios feministas, revistas, la intervención en las redes desde lo informativo y la interacción, entre nosotras, interesadas y hacedoras de medios, y las protagonistas del movimiento, nuestra materia prima. ¿Qué nos plantean estos hechos para continuar, detenernos o repensar cuáles serán o deben ser las nuevas estrategias para incidir efectivamente?

Aunque sin la profundidad requerida, retomo brevemente los antecedentes de nuestro camino, cómo se abrieron espacios, la inmensa tarea en la formación de comunicadores y comunicadoras; nuestras investigaciones y libros sobre la dinámica de los medios y la siempre presente crítica a sus producciones, tanto como la denuncia sistemática de cómo hemos sido acalladas, invisibilizadas y la forma cómo nos maltratan mediáticamente.

Lo que se lee en mi texto, producto de una indagación periodística, fuentes documentales y directas, de hechos, sumando un

¹⁵⁶ - todos los periódicos hoy son multimedia

ramillete de entrevistas con responsables de medios y periodistas; tanto como algunos sucesos en los que directamente he participado, como la creación del primer Consejo Editorial de Género en una cadena multimedia llamada Organización Editorial Mexicana, OEM, -único en su tipo en México- que cuenta con 37 diarios impresos y portales informativos, un canal de YouTube y redes sociales; la construcción de un Observatorio de Medios de Comunicación en Materia de Perspectiva de Género y Derechos Humanos en el estado de Michoacán, también único en su tipo¹⁵⁷ que me permitió desde 2018 establecer comunicación, con periodistas de pequeñas capitales y poblaciones, ahora enlazadas a los medios digitales.

¿Con qué herramientas contamos? Es la pregunta general de este texto; ¿cuáles de nuestras propuestas mantienen su vigencia? ¿Hay cambios? ¿Cuáles? ¿Dónde y por qué hemos incidido?

Mujer es Más es solamente digital y tenemos un gravísimo problema de que entra muy poca gente a la página, lo que subimos a Facebook y a twitter, tenemos el grave problema para poder vender la publicidad de que hay poca gente que tiene abierta la pantalla, ¿sí me explico? Como tienen abierto el Universal, como tiene abierto Proceso, como tiene abierto Animal Político y me imagino que agencias como la tuya, en su momento CIMAC, otras similares tal vez para el nicho al que se dirigen, sí está abierto siempre, pero no para el gran público, hay una dificultad para la difusión, eso te diría en términos generales.

Ivonne Melgar, directora de Mujer es Más y reportera de Excélsior

157 - Los observatorios que existen en México, son temáticos, sólo sobre violencia, sólo sobre las Alertas de Violencia de Género contra las Mujeres, o los procesos electorales y la violencia política. Incluso reducidos, en casos especiales, a monitoreos temporales

Constaté así mis hipótesis: 1) hay cambios más allá de la impronta política; 2) la participación creciente de mujeres periodistas en los medios puso a discusión su trato laboral y periodístico o creativo al poner en la mesa su discriminación, 3) que las posiciones de poder en algunas de ellas -a veces secundario- influyeron en los contenidos; 4) que la movilización de las jóvenes feministas puso a responsables editoriales a reflexionar y a definir cambios en contenidos, porque encontraron en las mujeres un nuevo nicho de lectoras; 5) el cambio generacional en las plantillas laborales empieza a hacer la diferencia - egresadas y egresados de universidades donde el profesorado les instruyen en perspectiva de género. Pero, lo que parece sumamente importante, es el reconocimiento de las voces de las mujeres, que son noticia y su condición obliga al análisis, en tiempos de crisis económica de las empresas.

Uno de los entrevistados, me dijo, con toda claridad: *“hay cambios, no suficientes, pero llegaron para quedarse, porque las voces de las mujeres son muy potentes”*.

2. EL CAMINO

2.1 Feminismo y Medios de Comunicación

La relación del feminismo y los medios de comunicación de la guerra de independencia a la etapa de la transición democrática¹⁵⁸ ha sido difícil, está llena de escollos, encuentros colosales y desencuentros lastimeros.

La memoria de generaciones de mujeres escritoras y periodistas, nos muestra un pozo inagotable de hechos, situaciones y

158 - En México después de 1984, muchos analistas definen como un periodo político y social de transición a la democracia, considerando que se agotó la Revolución Mexicana [1988-1977]

experiencias, a través de sus escritos. Primero con el diálogo consigo mismas - poemas, cartas, diarios, crónicas de viajes - difundidas en diarios y revistas de cada época; ahí podemos ubicar a las pioneras, luego podemos documentar el diálogo con otras, alimentando posturas libertarias que transgredieron los límites socialmente impuestos.

Las investigaciones feministas descubren a mujeres que fundaron escuelas, editoriales, revistas, universidades y difundieron sus ideas¹⁵⁹. Muchas abrieron un camino de lo que hoy llamamos periodismo y comunicación feminista.

A partir del siglo XIX numerosas mujeres lograron espacios para difundir sus pensamientos y explicar su condición de mujeres, subordinadas, violentadas y confinadas por siglos al silencio.

El periodismo feminista, al despuntar el siglo XX, estuvo ligado al proceso de cambio social y político que abrió la Revolución Mexicana -1910-1921- fue glamoroso y experimentó momentos estelares. *Mujer Moderna*, dirigida por Hermila Galindo, logró circular por toda la República enarbolando las ideas radicales del feminismo de Hermila Galindo.

La crítica feminista a partir de los años setenta identificó claramente que los mass media distorsionan nuestra realidad de mujeres, sistemáticamente.

¿Qué hemos hecho para transmitir el pensamiento, la filosofía y el sentido político del feminismo?

Trato de conjeturar cómo se impidió o propició la difusión del feminismo en el marco de tensiones y dificultades en que vivimos las mujeres.

¹⁵⁹ - Imposible documentar aquí y con precisión esa historia...

La comunicóloga asturiana M^a Isabel Menéndez, a quien encontré en las ya emblemáticas sesiones de comunicación y género del Instituto Internacional de Periodismo “José Martí” de La Habana, Cuba, me dijo que mucho hemos hablado de lo que falta y muy poco de nuestras construcciones feministas en la comunicación sin detenernos en analizar y evaluar nuestras creaciones y su impacto¹⁶⁰.

Hemos producido montones de medios. Nuestra palabra ha corrido en los últimos cuarenta años en emisiones de radio, barras de televisión, revistas, espacios periodísticos, hemos reportado nuestras acciones y difundido el pensamiento feminista, no obstante todavía millones de personas nos evitan y desconocen. Una experiencia repetida en todo el mundo.

La crítica feminista a los medios reconoce en las comunicaciones una importancia sustantiva. Y lo es.

2.2 El Asomo y las Palabras

Ser periodista y ser feminista en el México, mujeres que a lo largo de dos centurias han intentado construir soberanía nacional, independencia e identidad de Estado, tienen una inmensa historia y muchas protagonistas¹⁶¹. La presencia de las mujeres en los medios¹⁶², como la ha estudiado y documentado la

160 - Una tarea que tampoco haré ahora. Mi propósito es generar la urgencia de ese análisis

161 - Las feministas de los años setenta del siglo pasado han abierto, con sus investigaciones un inmenso panorama de las acciones en el campo de lo público que las mujeres hicieron a través de toda clase de escritos, y existen historias muy precisas, tesis y ensayos analizando sus vidas y sus textos. Cosa que no intentaré en este artículo

162 - Medios de comunicación son todas las publicaciones periódicas en este periodo, porque hasta finales del siglo XIX nació el telégrafo que dio pie a las agencias de noticias; Luego vino la radio, la televisión y la red que ha significado un sistema global de comunicaciones

doctora Elvira Hernández Carballido¹⁶³, no pude rastrearse al infinito, pero el ingreso de las mujeres a educación, a la vida laboral, a las universidades determinó la posibilidad de escribir sus experiencias, sus pensamientos y sus opiniones, lo que significó dejar testimonios de su condición real y simbólica.

Fueron momentos históricos –siglos XVII al XIX– en que las mujeres no tenían posibilidades de ocupar los espacios externos a su vida doméstica o conventual y contrario a lo que se esperaba de ellas, los medios ofrecieron la posibilidad de expresarse y, lo más importante, difundir su pensamiento.

Sin embargo, su sola presencia, su manifiesta decisión de escribir sobre lo que veían, oían, investigaban y documentaban, llevaron su palabra y sus críticas a la primera plana de un periódico, un informativo, un diario revolucionario, una revista partidaria y otros medios, así lograron crear “un espacio para las mujeres a los ojos del público en general”¹⁶⁴, sumado libros y textos como cartas personales, crónicas íntimas, diarios, reflexiones, escritos individuales, algunas crónicas de viajes y ensayos literarios¹⁶⁵.

A partir de la consolidación del nuevo Estado mexicano (1922-25), las mujeres en la comunicación y la comunicación de cara a las demandas feministas produjo muchos impresos y menupearon las ejecutoras de esos productos mediáticos, en dos

163 - Tesis y artículos de Elvira Hernández Carballido de lectura obligada
<https://www.google.com/search?q=elvira+hern%C3%A1ndez+carballido&oq=elvira+hern%C3%A1ndez+carballido&aqs=chrome..69i57j0i22i30i2005j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8>.

Ello para contextualizar este texto.

164 - Cita de Thea Pitman en *Identidad Nacional y Feminismo en el Periodismo de Mujeres*. Universidad de Leeds, Inglaterra 1990.

165 - Textos que no fueron públicos y que la investigación feminista ha rescatado y publicado frecuentemente

grandes corrientes: las mujeres que se enfrascan en la toma de espacios “en igual condición que los hombres”¹⁶⁶ y mujeres que tienen como objetivo promover, difundir e historiar para el gran público los hechos y las demandas de las mujeres como un acto consciente.

La agenda mediática feminista había aparecido en la historia reciente de México. Como ejemplo en la mitad del siglo XX; años después (1958-1982) circuló la revista *Mujeres: Expresión Femenina*, dirigida por una de las fundadoras del Frente Único Pro Derechos de la Mujer, Marcelina Galindo Arce, una de las primeras cinco diputadas al Congreso de la Unión -1955-. La revista Mujeres es un abarcador documental de las acciones de las mujeres de la época. Se publicó durante 24 años.

Tuvieron que pasar muchos años antes que las reflexiones de Rosario Castellanos aparecieran por primera vez en Excélsior en 1963, así como las de Antonieta Rascón y Martha Acevedo¹⁶⁷ en las páginas editoriales del mismo diario en 1972, y para que Elena Poniatowska¹⁶⁸ afirmara con seguridad que “en el mundo actual, quizá sea a las mujeres a quienes toque decir lo indecible. Después de haber guardado silencio tanto tiempo.

En la década de los años ochenta nació, por obra y gracia, de las militantes del nuevo feminismo, la difusión y la comunicación feminista, con todas las letras.

166 - Tomado de Sara Lovera, en Tejedoras de la Palabra, publicado por Cimac en el año 2000

167 - Tres pioneras de la difusión feminista en los años 70

168 - Feminizando el Periodismo: La Mujer a Ocho Columnas. Artículo publicado en Doble Jornada, marzo de 1997

2.3 La ruptura del silencio

Yo tuve como madre una mujer que me tuvo muy joven, que se movía mucho a nivel político, se autoidentificaba como feminista y escribía, escribía mucho.

Leí un libro que tocó su biografía, dice que fue articulista del Sol de San Luis desde 1987 a 1988, y luego estuvo escribiendo para el Pulso Diario de San Luis desde 1998 a 2008. De aquel tiempo no podría obviamente darte una visión adulta, yo la recuerdo sentada por las noches con su máquina de escribir, fumando con una copita de Amaretto en el tiempo que vivíamos solas en el centro de la ciudad. Recuerdo mucho, eso sí, que a mi mamá la sacaron de escribir en El Pulso por haber escrito en contra de un Juez Penal. Dos tipos habían matado a una niña en la zona media y el funcionario judicial solicitó una prueba que implicaba exhumar el cadáver de la víctima con un argumento de esos que todavía tienden a culpar a las mujeres de ser violadas y asesinadas. No sé exactamente como le dijeron que se fuera, pero obviamente hubo hombres de poder involucrados en aquella decisión.

Por eso cuando yo comencé a escribir en 2011 para un medio electrónico, era claro que quien me invitó, sabía que lo haría sobre mujeres, aunque al principio creo que yo misma comencé no dedicando mi columna solo a ello, me daba miedo que a mí también me sacaran, luego comprendí que no se me ponía mucha atención, quiero decir ha habido siempre un respeto más o menos funcional: yo escribo, ellos me publican.

Nadie comenta nada.

Claudia Espinosa Almaguer, columnista en San Luis Potosí

Hacer periodismo feminista no sólo es crear espacios para hablar de y para mujeres sino implica practicar una nueva forma

de hacer periodismo y comunicación, con base en una nueva relación entre los sexos; implica romper el lenguaje críptico, propio iniciadas o especialistas. No lo hicimos. Nuestras iniciativas no lograron llegar al gran público. Pero sí con esas acciones logramos, entonces, romper el silencio.

De los primeros grupos: Mujeres en Acción Solidaria (MAS), el Movimiento Nacional de Mujeres (MNM) -constituido por un grupo de editorialistas y periodistas-, así como el Movimiento de Liberación de la Mujer (MLM) surgieron las primeras publicaciones de lo que podríamos denominar periodismo y comunicación feminista intencional.

Las ideas centrales de esa estrategia era llevar a las mujeres comunes y lectoras del diario, los debates que planteaba el nuevo feminismo, poner a la pública reflexión asuntos como la socialización sexual y el sistema sexo género, el derecho a interrumpir un embarazo y deconstruir los entramados de la violencia contra las mujeres, el patriarcado y la subordinación como fuente de la discriminación femenina. Y denodadamente crear la costumbre de nombrar en femenino.

En los años setenta¹⁶⁹ se abrieron las redacciones de los diarios para las mujeres, que ya habían egresado de las escuelas de periodismo. Se vivía la primera fase de la institucionalización del feminismo, cuando los Estados parte de Naciones Unidas empiezan a discurrir sobre la condición femenina y a planear lo que hoy se conoce como Políticas Públicas de Género a favor del avance de las mujeres. El acontecimiento para una prensa militantemente conservadora, era oponerse a los nuevos postulados del feminismo. Paralelamente nacieron en las emisoras

169 - Además de la historia vivida en ese proceso, por ser una de sus protagonistas, es numerosos estudios de la prensa de la época se reconoce este ingreso masivo de las mujeres a las salas de redacción de todos los diarios.

culturales y universitarias los primeros programas radiofónicos con contenidos feministas; incluso barras en la programación de la televisión estatal (Canal 13), eran construcciones culturales transgresoras, además de hacer buen periodismo. La revista FEM fue paradigmática.

Ante concepciones distintas de lo que significaba construir y difundir la condición social de las mujeres y el pensamiento feminista, había que caminar por dos sendas. La interna, de nuestras publicaciones, y la de incidir en todos los medios para llegar a todas las mujeres.

En los años 90 nacieron las iniciativas para formar periodistas y comunicadoras de manera inducida. Con acciones estratégicas, al lado de nuestra incidencia global. Este movimiento entre feministas y periodistas, logró construir el capítulo J del Plan de Acción Mundial de la IV Conferencia Mundial de la Mujer. También estuvimos en las discusiones sobre un nuevo orden informativo y en la construcción de marcos jurídicos.

Cuatro décadas después, el catálogo de acciones es infinito. Un sector de las periodistas feministas armamos un programa y diversas metodologías para desplegar un catálogo de actividades que fueran directamente a las periodistas, de todos los medios y de los medios feministas: pusimos en el centro a las constructoras de contenidos¹⁷⁰:

Las dos perspectivas, la exclusivamente militante y la híbrida profesional periodística y militante, habrían de contribuir a la expansión de la información sobre la condición de las mujeres.

De ese modo durante cuatro décadas la presencia femenina

170 - Es absolutamente imposible hacer una lista de los cientos de talleres y encuentros de comunicación

en la factura informativa ha ido creciendo geométricamente. La estrategia de elaborar medios feministas, hacia adentro de nuestras organizaciones y del movimiento, hoy se reproduce en las redes sociales y las alternativas digitales, círculos definidos que tienen impactos diferenciados si se piensa en toda la población. Por ello no fue posible, al despuntar el siglo XXI y sus primeras dos décadas llegar al gran público.

3. LOS MEDIOS HAN VUELTO LA MIRADA

En las últimas dos décadas del siglo XX y las dos primeras del siglo XXI, hay al menos tres generaciones de periodistas que han impulsado, en México, el periodismo feminista, el periodismo de la condición social de las mujeres y el periodismo sobre el “tema” de las mujeres. Es decir, donde las mujeres y su entorno son la fuente de la información.

La primera generación es muy amplia en el tiempo, se puede contabilizar desde las primeras periodistas que aparecieron en los medios industriales quizá en la década de los cincuenta y que se interesaron por las mujeres.

La segunda generación se componía de periodistas de todo el país. En el caso de Oaxaca, éramos menos de 30 periodistas. En las entidades del país, lo que en principio resultó novedoso en las redacciones pronto se convirtió en un problema. Las periodistas que queríamos reflejar lo que estaba pasando con las mujeres en nuestro entorno social, debíamos cumplir con las encomiendas asignadas cada mañana –podían ser cuatro, cinco o seis notas-, además, de llevar “las otras notas” y convencer sobre su importancia periodística, porque en los ochenta visibilizar a las mujeres en los medios de comunicación no era una prioridad.

Entonces las notas de mujeres no tenían para los editores “ninguna importancia”, estaban de más. Hubo vituperios, agresiones, despidos y toda clase de acoso por esas notas, que como decía el editor del periódico El Sur, donde yo trabajaba, “eran cosas del demonio”.

Dos cosas importantes: una, las mujeres de la segunda generación de periodistas, en una gran mayoría de los casos, se identificaron con el feminismo y se volvieron activistas; dos, las mujeres de la tercera generación solo algunas se consideran feministas, su “acompañamiento periodístico” es desde una perspectiva de “empatía” y ante un hecho fundamental: no se puede ocultar el sol con un dedo. Porque creció mucho, en parte por las redes sociales y el movimiento feminista, plagado de nuevas voces jóvenes que exigen el respeto a sus derechos fundamentales o de nuevos sujetos en el escenario: las familias, las madres, y algunos padres, exigiendo justicia para sus hijas.

Soledad Jarquín Edgar, premio nacional de periodismo

Hay que decir que hemos caminado, desde la explosión del feminismo de los años setenta, a grandes zancadas, en un breve lapso de la historia occidental, las mujeres conseguimos dar una vuelta de 180 grados a la rueda, en muchos aspectos. Hemos logrado explicarnos casi todas las aristas de la discriminación y la injusticia para las mujeres.

Lo cierto es que, en un año, en más de doscientas ocasiones el diario El Universal -uno de los más influyentes y antiguos- ha publicado en primera plana los hechos del feminicidio, las demandas de los grupos feministas e historias de discriminación femenina; el diario Milenio desplegó una campaña contra un personaje que pretendía ser gobernador, tras una acusación de violación, del que las feministas lanzaron una campaña me-

diática, conocida como Rompe el Pacto, que tuvo impacto nacional. Lo mismo sucede en otros ocho medios generalistas y nacieron nuevas iniciativas como La Cadena de Eva en *La Silla Rota* y, en septiembre de 2020, el primer Consejo Editorial de Género en la influyente cadena de la Organización Editorial Mexicana OEM, con una sección de análisis de género cada martes en sus páginas generales; consejos similares se han creado en los diarios locales de la cadena. Y realiza un seminario permanente para el personal directivo y jefaturas de área, cada 20 días.

Sin método o monitoreo formal, en 24 meses conté más de cinco mil informaciones, propias de nuestra tarea de periodistas feminista, en diarios y noticiarios de radio y televisión. Según quienes hacen estudios de medios, la empresa Multimédios Milenio, tiene cinco millones de lectores/as, ahí la periodista Azucena Uresti, todos los días pone en las noticias, en primer plano asuntos de las mujeres y de las feministas; narra casos y cuestiona duramente al patriarcado, así lo dice. Produce un programa de radio y, lo más importante, da seguimiento, cuestiona cómo se reparte el poder político entre hombres y mujeres. Tiene, cierto, un espacio privilegiado. La empresa también publica una plana cada semana y se ocupa en impresos y su cadena de radio.

Este cambio, arreció en 2019, cuando llegó al poder Andrés Manuel López Obrador, ya que, en febrero de ese año, quitó recursos multimillonarios a las estancias infantiles; cuando apareció la información del aumento de la violencia durante la pandemia y el aumento desmedido de la violencia en casa contra las mujeres, dijo que las llamadas de auxilio eran falsas. Ahí nació un grupo híbrido de feministas institucionales y nuevas feministas llamado **Nosotras Tenemos Otros Datos** y su narrativa no ha cesado, con discusiones a distancia cada semana. Entiendo que

ello fue por la coyuntura, sin embargo, con ayuda de los medios ha logrado algunas importantes iniciativas¹⁷¹, sus dueños y comentaristas, en mayoría tienen una postura muy crítica a todas las acciones del presidente de la República. Entiendo que los cambios y enfoques, los espacios en crecimiento para información y análisis en los medios para nuestra palabra, también responden a una situación política y de confrontación. Esos medios hicieron una difusión masiva para la huelga de mujeres 8M de 2020.

Recientemente, el monitoreo formal del Instituto Nacional Electoral, informó que la publicidad de los partidos incluyó las propuestas de las candidatas, en datos que, comparativamente a otras campañas electorales, es superior al 75 por ciento.

Y ese, el de las acciones gubernamentales, durante dos décadas, incluso las campañas oficiales de igualdad, también son un factor para que los medios mexicanos hayan variado su mirada. Ello, además, si consideramos que en este país los medios tradicionales recibían cuantiosas aportaciones económicas, vía la contratación de publicidad.

Nos importa porque la comunicación pública, la información y la difusión, es la vía más influyente, que al lado de la educación, construye el pensamiento de las masas, tanto para generar cambios culturales, como para reafirmar las ideas de las personas, para mantener a las mujeres en las condiciones de desigualdad que aún padecemos, para justificar la violencia contra las mujeres, para sostenernos en una condición de inferioridad o para reconocernos como humanas con derechos

171 - En 2020 lograron que el Instituto Nacional Electoral obligara a los partidos políticos a no registrar a ningún candidato sospechoso o denunciado por haber ejercido violencia de género o incumplir con el pago de alimentos

y capacidades.

Otra cosa que pude probar, al hacer un sondeo con hombres y mujeres reporteras, es que, las nuevas directrices de sus medios, les gustó. Me contaron que habían asistido a los talleres de sensibilización que mi organización ha promovido 25 años atrás.

Todo lo importante fue cuando un grupo de compañeras quiso hacer un manual interno contra el acoso sexual y se integró un equipo de mujeres que redactó ese manual; tuvimos denuncias específicas y despidos de compañeros que, insisto, estaban muy dominados por una cultura. Yo recuerdo que en algún momento este comité, que era la primera instancia para recibir denuncias, me dijo que un señor que era corrector de estilo hacia comentarios morbosos al paso de una mujer o se acercaba y le susurraba algo, era un hombre relativamente mayor, muy apocado, muy introvertido y dije:

--Hablemos con él y traigamos a el jefe de personal para que escuche, es necesario hacer algo”.

El señor respondió: --“No, yo no, lo que pasa es que ellas me sonríen o ellas pasan muy cerca de mí”.

Y mientras más hablaba, yo más me espantaba. Él continuo: --“Son ellas las que me provocan y me sonríen, quieren decir, que quieren”.

Le dije --“Oiga, pero ¿cómo qué quieren, entonces? ¿cuántas personas cree que quieren con usted?

Él respondió: todas las que se están quejando aquí”, ahí fue despedido.

Roberto Rock, ex director de El Universal, cuenta cómo las

reporteras se organizaron contra el acoso interno

3.1 La violencia de género

¿Y que hicimos? ¿Cuáles herramientas hemos construido? En el año 2000, a cinco años de la IV Conferencia Mundial de Pekín, un puñado de comunicadoras latinoamericanas, les dijimos a los gobiernos “Nosotras cumplimos” y ustedes qué, refiriéndonos al Capítulo J.

Veinte años después es exponencial el crecimiento de las tecnologías de la comunicación, que derribaron todas las barreras del silencio. Lo que se dice en las redes, se convierte en información de prensa. En México yo encuentro cambios positivos. No puedo seguir diciendo que somos invisibles, ni que nuestra voz se ha nulificado. No es lo que esperamos, pero tenemos que hacernos cargo de que cualquier avance.

Yo creo que estamos a la mitad, mi impresión sería está en la agenda, es una preocupación que ocupa y no sé qué tanto esto sea garantía de que no se va a retroceder en la visibilización, pero creo que hay una generación que era reacia, que es incluso una generación más joven que yo, un poquitito, pero que era reacia a auto afirmarse feminista, a asumir la agenda como tal y que los últimos cinco años la ha hecho suya.

Ivonne Melgar, reportera de asuntos políticos y columnista de Excélsior. Directora del portal Mujeres es Más.

4. LA NUEVA FUERZA DEL MOVIMIENTO

El asalto del nuevo feminismo se conoció y su presencia se hizo indispensable por las redes sociales. Nos sorprendió y puso en duda todas nuestras creaciones, así aparecieron con una fuerza impresionante en los medios. Las marchas sucesivas -2017-

2020-, se hicieron presentes tanto que una revista empresarial consideró a las redes sociales como el nuevo megáfono de las protestas feministas mexicanas¹⁷²; luego hubo una campaña conocida como *Mi primer acoso*¹⁷³ y otras¹⁷⁴. Los editores empezaron internamente a discutir su perspectiva noticiosa y comercial. Las y los entrevistados narran qué les pasó con la impronta callejera de las nuevas feministas y cómo el uso de redes sociales, hace de sus propuestas, noticia.

Si se escribe en redes sociales o en Google el nombre de Ingrid Escamilla, una mujer de 24 años asesinada por su pareja en el departamento en el que ambos vivían, se encuentran imágenes del cosmos, paisajes naturales o dibujos de su rostro. Fue gracias a un movimiento convocado por mujeres usuarias de Twitter que se logró cambiar el algoritmo para evitar que al teclear este nombre se encontrarán fotografías de su cuerpo desollado, que se sospecha, fueron filtradas por elementos de la policía de la Ciudad de México.

Este es apenas uno de los movimientos a través de redes sociales que han sido impulsados por mujeres y colectivos de feministas que denuncian la violencia a la que están sometidas de forma cotidiana o que buscan convocar a protestas en espacios públicos

Texto de la Revista Forbes México¹⁷⁵

172 - <https://www.forbes.com.mx/redes-sociales-el-nuevo-megafono-de-las-protestas-feministas-mexicanas/>

173 - https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/04/160425_mexico_hashtag_mi_primer_acoso_violencia_mujeres_jp

174 - <https://luchadoras.mx/internetfeminista/2021/03/05/poner-el-cuerpo-digital-este-8m/>; <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5644/564464532011/html/index.html>; <https://infoactivismo.org/miprimeraacoso/>; http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/panel_1_4_luisa_velazquez_spanish.pdf

175 - Redes sociales, el nuevo megáfono de las protestas feministas mexicanas · Forbes Women · Forbes México

4.1 Hablan periodistas y editoras/os

Mostré preocupación sobre la cobertura y sobre lo que yo sentía, que era una involucración importante de un grupo de compañeras, decidimos que la cobertura de estos eventos y que sus redes personales interactuaban mucho por la información relacionada con esto, entonces tomamos algunas medidas para discutir el tema, ajustamos el criterio de autoridad, el que no habría desautorización o difuminarían de estas protestas femeninas.

Acordamos que la cobertura la hicieran solo mujeres tanto reporteras como fotógrafas o video fotógrafas, también generamos un manual para sistematizar las políticas laborales en materia de acoso sexual y laboral, pusimos a cargo a mujeres, entre ellas una compañera llamada Frida Mendoza y Diana Juárez; no fue un proceso fácil.

Esto evolucionó y después se normalizó nuestra visión sobre esos temas, la cobertura, un código contra el acoso que tiene varias páginas, pero se puede resumir en que un comité de mujeres recibe las denuncias, entrevista a la persona señalada y puede determinar la publicación de notas y reportajes... Básicamente después hemos marchado con cierta tranquilidad en ese tema y, a partir de ahí, derivó en la propuesta de hacer énfasis o talleres de cobertura para temas de género y después en la sección de La Cadera de Eva por iniciativa propia de las compañeras.

Roberto Rock, director de La Silla Rota, ex director de El Universal, columnista político

Operábamos en los medios hasta hace muy poco, porque si tenemos que hacer la comparación para ver el cambio que

se ha hecho, es un cambio enorme, pero falta más todavía. Al principio había que hacer suplementos de mujeres para mujeres, aunque fueran suplementos con una muy buena densidad intelectual e informativos, no frívolos sino importantes, no dejaban de ser un tema encajonado en suplemento, esto fue cambiando, lentamente. Lo vimos cuando empezamos a ver las manifestaciones feministas y empezamos a ver que había un grupo que era muy violento, la cobertura inicial y durante varios días fue sobre la violencia, no sobre feminicidio en sí mismo, hasta que caímos en cuenta en los medios que la violencia no era un acto de violencia per se, no era un grupo de pandilleros, ni era un grupo de maleantes, la violencia era un grito para decir oigan volteen a vernos, pero después de voltear a vernos volteen a ver, por qué estamos protestando. Así cambió la cobertura de los medios y entonces se empezó a hablar del tema del feminicidio, pero como tema de feminicidio ahora este es un avance. Es un avance grande, ¿esto quiere decir que estamos ya en un estado aceptable? No y lo que creo es que todavía tenemos muchísimo que aprender, practicar, establecer con criterios generales de capacitación, incluso cursos; que lo que tenemos que hacer es convertir el tema de las mujeres en todos los sentidos, un tema en el cual estemos ideológicamente comprometidos; cuando pienso en ideológicamente es que, a la gente como yo, nos llene hasta el fondo. No es una ideología política, sino que estemos comprometidos con algo de tal manera que nosotros seamos incluyentes, que nuestro lenguaje sea incluyente, que nuestra cobertura sea incluyente que tratemos de entender bajo una perspectiva de género una serie de fenómenos sociales que atañen a las mujeres, eso no lo tenemos, no tenemos todavía esta conciencia, nos falta mucho camino por aprender, si es que llegamos a aprender.

Raymundo Riva Palacio, director de Eje Central, ex director de Milenio, Notimex, Jefe Editorial de El Universal, columnista y

director de Estrictamente Personal, un diario de Canal 4 de TV.

4.2. Los pies en dos espacios

Con Mujeres, es Más, incluso hice un experimento, te lo cuento rápidamente, porque creo que esa es parte que ilustra esta discusión: capitalizando la experiencia electoral me inventé unas entrevistas en Instagram de Retrovisor Electoral, ahora sí que, extendiendo mi marca de opinión de mi columna, le llamé Retrovisor Electoral 2021 y me inventé, todos los sábados, hacer una serie de entrevistas, conversaciones con actores y actrices políticas de la escena. ¿Qué quería yo experimentar? Esto de que, si en tu espacio no hay chance, porque paradójicamente a mí no me pelaron este año en la empresa, haz de cuenta que para el periodismo que pensaban hacer era como demasiado profundo.

La claridad de mi materia es incidir en mi trabajo o sea hacerlo con incidencia tradicional si quieres, me impidió aceptar cualquier otra oferta o planteármela, es decir, para mí, sí es claro que en el transito tener un aterrizaje, un abordaje, un pie en el periodismo industrial es relevante todavía y, finalmente, pude construirme un espacio de opinión, que es mi ancla que más cuido y siento que quizá podamos estar ya en la antesala de ingresar a un independencia total, pero yo me formé en esa escuela y desde esa plataforma, sí construí otras por eso entiendo la fortaleza de la alternativa y de la independencia, porque si la he vivido, si la he visto y soy feminista.

Ivonne Melgar, feminista, desde de los 90, hoy directora de Mujer es Más y periodista del diario Excelsior

5. ASALTO A LOS MEDIOS: NO SÓLO LA VIOLENCIA FEMINICIDA

Hasta ahora, la mirada mundial, es la que nos da el Monitoreo

de Medios que se realiza desde 1995 la WACC Global. Este ejercicio no da cuenta de lo que sucede por dentro de las publicaciones o los portales, se restringe a mirar las primeras planas o los *teaser*, durante un día al año. Nos da números, pero no ahonda.

Sabemos lo que sucede en las redacciones, solamente por nuestras experiencias, las que nos han contado las compañeras con las que trabajamos en los talleres y los encuentros. En México no tenemos una sistematización académica o un estudio sobre ello. Conozco el trabajo de Juana Gallego¹⁷⁶, muy ilustrativo sobre lo que sucede en las mesas de redacción a la hora de jerarquizar la información, sobre lo que se cubre o cómo se cubre. Nos hace falta mirar por dentro a los medios.

En el hilo de este texto me he referido a dos hechos que podrían significar cambios duraderos y sostenidos. La creación en septiembre de 2020 de un Consejo Editorial de Género, en la cadena de diarios y portales de la Organización Editorial Mexicana OEM, una empresa con más de 50 años, conocida como de corte conservadora, pero que consiguió crear medios locales en casi toda la República Mexicana, se atrevió a cambiar.

Como otras grandes empresas, ahora todas multimedia, con gran penetración en la opinión pública, desde antes, sus redacciones se llenaron de mujeres. En la OEM hubo otra mujer en la dirección editorial; las hay hasta directoras de medios, sin que la línea editorial o la perspectiva de contenidos sean de género o se intente. Este Consejo surgió, precisamente de la impronta feminista. Pero venía de una reciente preocupación de la empresa por modernizarse. Lo explica, claramente, Martha Ramos,

176 - Juana Gallego, *La prensa por dentro: Producción informativa y transmisión de estereotipos de género*. Led. Los Libros de la Frontera, 1ª. edición 2002, Barcelona, España

directora general editorial:

Digamos que lo que nos llevó hacer un Consejo Editorial de Género, primero porque llego yo a esta empresa, una empresa con prácticas viejas, pero con aires nuevos, con proyectos para renovarse, influye su dinámica y la dinámica en los estados¹⁷⁷, muy pronto nos damos cuenta que no hay ningún interés, ya no digamos por un lenguaje más o menos moderno. Ni siquiera por buscar una forma distinta de cubrir todo lo que estaba pasando en la sociedad, específicamente en materia de género.

Lo que sucede después es que las feministas empiezan una serie de manifestaciones bastantes rudas y una de ellas, a partir de una portada que nosotros publicamos¹⁷⁸. Eso nos indicó que evidentemente el discurso de cambiar los aires de la empresa, de hacer un nuevo periódico, de que tenga una nueva imagen, iba totalmente en contra de lo que nos estaban reclamando, entonces si hubo una llamada de atención interna de que debíamos modificar, que no estábamos poniendo atención, sin tener mucho camino hacia dónde hacerle, sabíamos lo que queríamos ver, no sabíamos cómo llegar a eso, y empezamos a ver en algunos estados que coincidían con la dinámica conservadora local, cuando se empezaron a discutir en los Congresos Locales temas como legalización del aborto o matrimonio del mismo sexo o adopción, la línea editorial que los directores marcaban era tremendamente radical en contra de estas discusiones en el Congreso, nos esta-

177 - En México los estados son las entidades de la República, como las autonomías en España. Con un o una gobernadora, una constitución y un congreso. Presupuesto propio y dividido en municipios (o comunidades), también autónomas

178 - En la cadena se publica un diario policiaco, La Prensa. Ahí en marzo de 2019, se publicó la fotografía de una mujer asesinada, llena de sangre, y donde se veía totalmente su rostro. Eso indignó a las colectivas feministas que ya marchaban sistemáticamente en la capital del país

ban dejando fuera de la conversación de la comunidad y atendían un grupo muy pequeño en el que seguramente siempre se habían movido. Ayudó que el trabajo que estamos haciendo en la OEM se empezó a dispersar, que todos los periódicos se montan en diez editoras -los 44 diarios de entonces-, que había otros ojos viendo lo que sucedía en los periódicos. Eso nos permitió ver muy bien que es lo que estaba pasando, eso nos alertó. 'Oye están llevando de ocho -columnas- una manifestación contra legalización del aborto y son tres monitas en la calle, no, no tiene la fuerza que ellas le están dando', de ahí se fue abriendo el camino, como tener la luz al final del túnel, porque se me acercó gente de la UNESCO para unos foros que estaban haciendo en materia de mujeres y luego surgió la posibilidad de unirnos a una iniciativa que ellos traían de compromiso para hacer cambios en torno a una cobertura incluyente y me provocaron muy bien, porque me dijeron ustedes serían los únicos medios privados que estarían en eso y en el afán de volver a poner a la OEM en el lugar, que yo creo le corresponde, pues le entramos, luego vino esta manifestación de feministas contra la portada de La Prensa, que era en realidad contra todos los periódicos de corte popular, porque todos trajimos esa misma información con tratos un poco distintos, pero al final del día era la misma.

El siguiente paso, fue pensar en invitar a columnistas feministas y finalmente el Consejo, que se reúne cada 25 días, para discutir lo que sucede a las mujeres, desde la perspectiva de género, en los ámbitos en que se desarrollan.

Además, esa fotografía, y el movimiento llevó a modificaciones legales; y que el director de La Prensa, también es otro que tiene una visión también distinta, mucho más moderna de lo que está pasando a su alrededor y decidimos abrir un diálogo con ellas, ahí entró la Comisión de Derechos de la

Ciudad de México, es decir si nos fueron llevando mucho de la mano y luego un amigo en común, Alejandro Jiménez hizo favor de ponerme en mi mesa para platicar largo y tendido, a una tal Sara Lovera y eso lo que hizo aterrizar todas las preocupaciones con todas las posibilidades y ponernos a trabajar conjuntamente en un proyecto y ese proyecto fue el Consejo de Género, un poco entendiendo, yo, que el diálogo con los directores que ya lo tenía roto, porque decían como nos da lata, es decir, ya no pasaba nada, ¿no? y abrir otras voces y que conocieran los casos, conocieran la preocupaciones de los temas de expertas o de terceros o externos, ¿no?, de modo que les abriera el panorama y esa era nuestra intención, así empezamos, empezamos con un foro que hablaba sobre Violencia Política en materia de género, ya que empezaban las campañas electorales y de ahí nos fuimos con otros temas, se empezaron a interesar más.

*Las reuniones empezaron con 60 personas conectadas, ahora – de y los resultados, aunque no los puedo cuantificar, que yo te diga tantas notas se hicieron a partir de entonces-, sí te podría decir que en diez meses lo que yo tengo ahora es que las reporteras, no los directores, las reporteras nos buscan para saber cuándo es el siguiente consejo, porque ellas quieren estar. En la última, reunión se conectaron más de 120 personas y empiezan a entrar algunos externos ligados a alguno de nosotros, el consejo editorial de Cuernavaca, gente invitada por **SemMéxico**, gente que quieren invitar ahora de Chihuahua para que conozcan estas pláticas y empezamos a ver cómo se logró hacer el de género, un tema importante en la agenda editorial de cada periódico.*

Y es muy fácil que lo sea porque esta palpable la discusión, está permanentemente allá afuera, pero no lo estaban cubriendo, entonces o les quitó el miedo o les quitó la venda de

los ojos, no sabría decir o es una combinación de ambas y empezaron verdaderamente a reportearlo. Así empiezo a tener el tema de género con mucha más frecuencia en las portadas de los periódicos, surgen dudas de cómo abordar esos temas, surgen dudas del lenguaje que debemos usar, cuál el vocabulario que debemos usar. Pasan cosas cómo que me habla un director y me dice, "oye jefa hay unas feministas haciendo grafiti aquí en el puente cerca de Palacio de Gobierno ¿y si las invito que nos pinten la fachada del periódico?"

Y qué genera en las y los otros la inquietud y la visión de cómo reportar lo que sucede, como dice Martha Ramos, allá afuera:

Sí es cierto, es muy interesante, si tiene que ver con esta cultura muy pesada, es cómo crecimos, cómo nacimos, cómo no nos metimos a este tema, cómo llegamos siempre tarde a los cambios en el mundo, cómo llegamos tarde a estas nuevas corrientes que en realidad es una nueva corriente que se está dando en el mundo, ya vamos tarde en esto, pero qué bueno que lo estamos discutiendo, porque cuando te digo, qué bueno es, porque durante 10 años el mundo discutió sobre el pensamiento único, una gran discusión que nunca la tuvimos aquí en México, entonces ésta discusión global nos pasó de noche; esta discusión tan fuerte -la de las mujeres- si nos pegó y nos pegó yo creo que fundamentalmente por el fenómeno #MeToo y porque mujeres muy prominentes salieron a dar la cara a hablar con su voz y hacer las denuncias. Y creo que esto generó también una serie de movimientos en todos los países, aquí también con denuncias y nos ha ayudado a crear una conciencia. En un principio ha sido una conciencia de miedo y del miedo vamos a ir nosotros teniendo una posición mucho más racional, mucho más consistente, mucho más congruente, mucho más mecánica, ¿en qué sentido digo mecánico? A que a mí no me gustaría nada más que hablar

con perspectiva de género, como respiro, que ni siquiera tuviera que pensar cómo puedo yo hablar de tal manera, pero lo que es, es que vaya al fondo, que no agreda, porque soy un cretino o que no agreda porque quiera abordar las cosas desde un nivel intelectual, que en realidad ni siquiera entiendo, sino que lo hiciera de manera absolutamente natural, también estamos en una etapa y en mucho forcejeo, como cuando las mujeres dicen es que me critican, porque es un asunto de género, no. A Rosario Robles Berlanga¹⁷⁹ que siempre dijo es que 'me atacan por ser un tema de género', no la atacaban por ser mujer, sino por la forma que actuaba y como gobernaba, es irrelevante que sea mujer u hombre, para alguien que tiene una serie sobre el cual hay sospechosas imputaciones o acusaciones, sobre presuntos actos irregulares, pero también en este campo ha habido un abuso que también genera una visión nueva, ¿qué tanto vamos a tardar?, pues nos vamos a tardar bastante, pero los cambios tan fortuitos no se dan en unos años se dan en una generación.

Raymundo Riva Palacio, director de Eje Central, de Estrictamente Personal en la TV y columnista

El periodista que ha sido director de varios medios y que participa cada semana en una tertulia política llamada Tercer Grado, conocido por sus grandes reportajes en el extranjero, autor de varios libros, un hombre polémico, contó cómo él ha dado “oportunidad” a muchas mujeres, en los espacios que ha dirigido.

Sigue reflexionando sobre la tarea y dice:

Yo recuerdo haber solicitado en trabajos, reportajes hace 25

179 - Ex secretaria de Desarrollo Social, en el gobierno anterior, de Enrique Peña Nieto, acusada de omisión administrativa y responsable de una estafa gubernamental, llamada Estafa Maestra, que en el gobierno actual ha sido detenida, está en proceso judicial y encarcelada, hace casi dos años

años sobre la desigualdad laboral, eso no fue inductivo, eso fue porque evidentemente había un problema ahí de desigualdad.

No por eso -por conciencia de género- sino porque la desigualdad laboral fue uno de los principales temas y, posteriormente, ya con más información, cuando empezó a mejorar el trabajo de información por parte de las instituciones, entonces lo que pudimos ver y se conoce en trabajos, fue sobre racismo, sobre discriminación en donde decían bueno, yo recuerdo un reporte, en un reportaje hace como 20 años o 15, de sí eres mujer y eres indígena y además eres madre soltera y adicional estas discapacitada, pue es la discriminación mayor que pueda existir, pero la diferencia que había en las mujeres, yo me acuerdo haber escrito una columna, sobre cuál fue la razón por la cual se frustraron los acuerdos de San Andrés Larráinzar allá en Chiapas y la columna era de como el EZLN al final se retiró de la mesa porque en los acuerdos se apuntaban a igualdad de la mujer y en ese momento el EZNL, en esa cultura chiapaneca, dijo eso no lo podemos permitir, es decir sí había evidencia que no era empírica y después ya científica sobre este tema, era hacia donde estas volteando.

5.1. Luego se queja de la falta de información

Eso sí puede ser, porque no es que hubiera una negación a los temas, es que no había temas, te voy platicar una anécdota en el diario Reforma, yo estuve de 93 a 96 y una vez se publica en la sección de Ciudad una fotografía grande, donde está un señor con una sexo servidora, entonces yo pregunté qué porque no se había digitalizado, en ese entonces no se digitalizaban las caras, pero yo dije porque no se digitalizó la fotografía de ella y me preguntaron, ¿pero por qué? y digo ¿cómo que por qué?, es un tema ético, de minimizar el daño, porque nosotros aquí

desde este Palacio Municipal, que es ahí la oficina de Reforma, pues vemos esto y lo vemos muy separado, muy lejano, muy distante, pero si esta fotografía la ve su madre, su hermana, su hija, su hijo, si se dan cuenta ustedes se imaginan el impacto que esto tiene y ni siquiera sabemos cuál es la razón por la cual es sexo servidora, nosotros tenemos que respetar esa parte de su vida y no dañarla, bueno por supuesto que fracasé. Fíjate que tiempo después apareció una foto similar y la persona que estaba con ella se veía muy parecido al entonces Director General Lázaro Ríos, hasta ese momento entendieron, cuando se vieron reflejados en la fotografía, ahí por las razones que tú quieras dijeron vamos a empezar a digitalizar, pero fue hasta que se vieron expuestos que vieron esa posibilidad, yo no me podía explicar y no fui capaz de persuadirlos de que se tenía que haber hecho desde antes. Tiene que ver con el dónde termina tu libertad y en dónde empieza la de los otros, en dónde dañas y dónde no, en dónde tú puedes medir de manera pareja y en dónde hay un abuso dentro de lo que tú eres.

6. CONCLUSIONES

La exploración de cambios en los medios de comunicación en México, las charlas con los directores, la experiencia cotidiana en la OEM, las aportaciones de mujeres periodistas de los estados de la República, las entrevistas y la numeralia de las informaciones, aun es apenas una pincelada de lo que está sucediendo. No es que la meta esté a la vuelta de la esquina, pero todo ello nos plantea reflexionar sobre las estrategias que emprendimos en el pasado.

Las redes sociales no son la solución mágica, a ellas tiene acceso grupos de interés. Ha cambiado el mecanismo, que es mucho más grande, pero llega a quienes están interesados o interesa-

das en un tema. Cumplen el papel que hicieron durante décadas los medios feministas, no rompen los espacios, no van mucho más allá, a todo público. Debemos reflexionar sobre ello.

Nos toca entrenar a las nuevas generaciones en cómo trabajar en los llamados medios industriales -ahora todos multimedia- con las mejores herramientas profesionales de la comunicación y la perspectiva feminista. Sin suponer una exponencial influencia de las redes sociales, tal como funcionan ahora. En cambio, sabemos que expresan asuntos, que las convierten en fuentes de información. Enseñar a las periodistas a usarlas con efectividad, podría mantener el camino a la diferencia y el asalto a los medios.

La directora de la Facultad de Ciencias Políticas de la Universidad Nacional Autónoma de México Carola García Calderón, responsable del monitoreo del Instituto Nacional Electoral, señala que, en México, la televisión sigue siendo el medio más visto por las y los mexicanos.

Las narrativas de las y los entrevistados, nos dejan varias lecciones: que la potente voz de las nuevas feministas ha de conservarse desde ellas, para saltar a los medios; que aún debemos recorrer un ancho camino, para insistir en nuestra propuesta de sensibilizar, de formar a las y los periodistas.

Innovar las metodologías y el discurso, trabajar más con la realidad, que permita a las y los comunicadores darse cuenta de que otra es la realidad y otra la oferta informativa.

En el caso de México, creo que la gran tarea es armar una estrategia para dialogar, discutir, capacitar a las mujeres y a los hombres en la toma de decisiones en los medios. No lo hemos conseguido todavía. Son los editores y dueños de los medios

los que marchan el camino editorial.

No son suficientes las enseñanzas de la teoría de género, sino de las ciencias sociales, los nuevos escenarios de discriminación, como las migraciones y explicar, profundizar y analizar las ominosas cifras de la violencia contra las mujeres. Los medios son coadyuvantes indispensables. No bajar los brazos, pero ampliar los horizontes.

BIODATA

Sara Lovera López (Ciudad de México, 30 de septiembre de 1949), conocida como Sara Lovera, es periodista y feminista mexicana. Distinguida por su tarea profesional y militante a favor de los derechos humanos de las mujeres. Ha laborado en diarios, revistas, agencias de noticias, noticiarios y programas de televisión y medios digitales desde hace 53 años, como reportera, editora, editorialista, columnista, coordinadora y directora de diversos medios. Por vocación y convicción es sobre todo reportera.

Fue corresponsal del Servicio Especial de Noticias (SEM) desde 1978. Socia fundadora del diario La Jornada, donde creó, con un grupo de periodistas y feministas, el suplemento Doble Jornada, que vivió 11 años. En 1988, fundó CIMAC, y en 1995, la agencia multimedia de Cimacnoticias. Impulsó con otras colegas la creación de las Redes de periodistas con visión de género, en México y en el mundo. Es funcionaria de la agencia feminista La Independent de Cataluña, España; secretaria de Comunicación, Educación y Desarrollo para la Igualdad CEDI.

Coordinó la investigación que sobre Feminicidio realizó la Cámara de Diputados (2005-2007).

En 2014, condujo la serie de TV Techo de cristal, producida y transmitida en Televisión Educativa, los canales del Congreso y la televisión abierta. En marzo de 2015, impulsó la construcción de la plataforma informativa, ligada a SEMlac, llamada SemMéxico, es Coordinadora Regional de SEMlac y directora de SemMéxico.

Tiene 30 años empeñada en transformar la visión de hombres y mujeres periodistas para colocar, con mirada de género las noticias.

Versátil y ambiciosa fue militante política, promotora de campañas, conferencista, tutora de cientos de jóvenes comunicadoras. Colaboradora y asesora de proyectos públicos y privados, formó parte en febrero del 2020, del Comité Técnico de Evaluación del Instituto Nacional Electoral (INE), responsable de calificar la idoneidad de los nuevos consejeros renovados en agosto.

En septiembre de 2020 fue invitada a inaugurar el Consejo Editorial de Género de la Organización Editorial Mexicana, y desde entonces en esa cadena de 43 impresos y portales, publica Palabra de Antígona, cada martes. Imparte talleres y participa de un seminario permanente para el personal, de más de 200 periodistas. Este Consejo es el único en su tipo en América Latina y lo preside Martha Ramos, directora editorial de la OEM.

Agradecida con la vida tiene más de 30 reconocimientos y premios, entre los que destacan el Hermila Galindo de la Comisión de Derechos Humanos de Distrito Federal, la medalla al Mérito Hermila Galindo del Congreso de la Ciudad de México 2021; Premio Nacional de Periodismo 2015 por su trayectoria. En 2005, fue nominada al Premio Nobel de la Paz, entre otras mil mujeres del mundo.

Docente en género, tiene experiencia en organización e impartición de talleres, seminarios y diplomados de género, educación y comunicación.

Estudió periodismo, trabajo social, teoría del Estado y educación para Adultos.

Autora, coordinadora y editora de más de 40 publicaciones. También agradece a la vida sus viajes como periodista, a reuniones feministas y de vacaciones, por 3 de los 4 continentes. Su ilusión es que pronto podamos establecer una República Feminista donde las libertades de las mujeres estén en el centro. A los 72 años piensa dedicarse a escribir historias, ficticias y no periodísticas.

A hand with a black and white eye-patterned wristband holds a glowing, multi-faceted geometric shape. Inside the shape, the title text is displayed.

VARIAS ESPECIALISTAS TRATAN LOS DISTINTOS ASPECTOS DE LA COMUNICACIÓN DE GÉNERO Y SUS ENFOQUES



Subvencionado por:



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES
Y AGENDA 2030



APOYO AL TERCER SECTOR DE ACCIÓN SOCIAL
CON CARGO AL 0,7 DEL IMPUESTO DE SOCIEDADES