



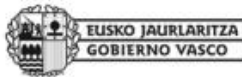
Encuentro Internacional de Cultura, Comunicación y Desarrollo

Bilbao

del 24 al 26 de junio 2013



*“Una mirada a la comunicación
desde la perspectiva de género”*



INDICE DE CONTENIDO

- Presentación del Encuentro..... Pág. 5
- Isabel Moya Richard *“De Greta Garbo a Lady Gaga: la representación de los femenino en los medios de comunicación”*..... Pág. 7
- Arabia Shakif Lotfy *“Las mujeres y La Revolución”* Pág. 10
- Montserrat Boix Piqué *“Por el derecho ciudadano a la información, la comunicación y el conocimiento. Internet y redes sociales en el ejercicio de estos derechos”*..... Pág. 13
- Experiencias comunicativas..... Pág. 16
 - Amanda Andrades González *“Video-forum: Por una ley contra la violencia hacia las mujeres en Marruecos: el documental como una herramienta de sensibilización e incidencia*..... Pág. 16
 - Raquel Rei Branco *“Diez centímetros más cerca del cielo”* Pág. 19
- Mesa Redonda *“Género y Comunicación”* Pág. 20
 - Paula Martínez Mora *“Mujeres por la ciudad”* Pág. 21
 - Carlos Roberto Vargas Cisneros *“Nuevos tipos de violencia de género desde las nuevas tecnologías”* Pág. 22
 - Aizpea Goenaga Mendiola *“El cine realizado por mujeres, un cine necesario”* Pág. 24

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

- Mesa Redonda “Mujeres en la Política” Pág. 25
 - Izarra Martínez Ruiz “*Diferencias de género en la imagen que se proyecta de las formas de liderazgo de la élite política*” Pág. 26
 - Sonia Herrera Sánchez “*Mandatarias de cine: mujeres y política en el séptimo arte*” Pág. 29
 - Milagros Amurrio Vélez “*Las otras participaciones de las mujeres*” Pág. 32
 - Ana Pérez Pérez “*Haciendo política feminista en la calle y lucha sindical*” Pág. 34
 - Izaskun Landaida Larizgoitia “*Mujeres en la política: el poder de decidir*” Pág. 37
- María Teresa Díaz Álvarez “*Hombres que se miran. Experiencia de trabajo de masculinidades en comunidades rurales de Cuba*” Pág. 39
- **Proyecciones del Festival Internacional de Cine Invisible “Filme Sozialak”.** Presentación de la Telenovela “**Loma Verde**” Fundación Luciérnaga de Nicaragua Pág. 42
- Mesa Redonda “Comunicación y Activismo feminista” Pág. 43
 - Marta Caravantes Redondo “*Dando la lata*”. Campaña creativa de concienciación para erradicar la violencia de género Pág. 44
 - Lola Fernández Palenzuela “*Un Altavoz para el Silencio' una experiencia de periodista y comunicadoras*” Pág. 46
 - June Fernández Casete “*De Kazetarion Berdinsarea a Pikara Magazine: periodismo feminista en red*” Pág. 48
 - Cristina Arévalo Contreras “*Miradas alternativas con medios tradicionales. La experiencia del Programa Feminista La Corriente y los Derechos Sexuales y Reproductivos*” Pág.49
 - Estíbaliz Sádaba Murguía “*Reflexiones desde la práctica artística y el activismo feminista*” Pág. 51

KDC ONGD – Kultura, Communication y Desarrollo.

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

- Experiencias Comunicativas..... Pág. 53
 - Clara Morales Rodríguez *"La participación de la mujer en los procesos de Comunicación Comunitaria en Oaxaca"* Pág. 54
 - M^a Luisa Vázquez de Ágredos Pascual **"Vídeo Fórum: Documental BURKINABÉS, íntegros/integras"**Pág. 56

- Mesa Redonda "Mujeres en el Cine" Pág. 58
 - Nerea Uriarte Goitia *"Festival Internacional de Cine Invisible "Filme Sozialak" de Bilbao: Prácticas positivas y lecciones aprendidas"* Pág. 59
 - Arabia Shakif Lotfy Pág. 59
 - Amal Ramsis Labib *"La mujer árabe y el cine político"* Pág. 60
 - Marta Selva Masoliver Pág. 61
 - María Castejón Leorza *"Festivales y muestras de cine y mujeres. De un pasado consolidado a un futuro incierto"* Pág. 62
 - Iratxe Fresneda Delgado *"Abriendo cajas de música"* Pág. 63

- **Taller: "Cambiar la mirada". Análisis de productos comunicativos.** Impartido por Isabel Moya Richard..... Pág. 66

4º ENCUENTRO INTERNACIONAL DE CULTURA, COMUNICACIÓN Y DESARROLLO

Una mirada a la comunicación desde la perspectiva de género

PRESENTACIÓN

El 4º Encuentro Internacional de Cultura, Comunicación y Desarrollo, subtítulo este año “Una mirada a la comunicación desde la perspectiva de género” no es un evento aislado, sino que forma parte de las acciones de KCD ONGD. Entre ellas, podemos encontrar el taller de vídeo del minuto para mujeres, La Caravana de cine Árabe e Iberoamericano hecho por mujeres junto con Klaketa Árabe, o el Festival Internacional de Cine Invisible 'Film Sozialak' de Bilbao.

Ya en la presentación, Carlos Vázquez, director de KCD, manifestó su satisfacción por la materialización de este encuentro, que llevaba gestándose más de un año. Junto a él en la mesa estaba Paul Ortega, director de la Agencia Vasca de Cooperación para el Desarrollo, que quiso trasladar en nombre de la organización su apoyo explícito a lo que considera un “encuentro horizontal desde las distintas realidades”, algo necesario para desarrollar una mirada crítica en un contexto de desigualdad de género como el de hoy en día.

A continuación habló Oihane Aguirregoitia, Concejala Delegada del Área de Igualdad, Cooperación y Ciudadanía del Ayuntamiento de Bilbao. Su mensaje se centró en el papel de las mujeres en la comunicación, y en la idea de que la igualdad es una “condición indispensable para el desarrollo humano”. La Concejala Delegada hizo hincapié en el hecho de que la posición de desigualdad se repite en todos los países del mundo, incluso en aquellos en los que existe una presunta equidad de género, mediante la exclusión de las mujeres en las agendas de información, medios de comunicación, etc.

Miren Gabantxo, Directora de Proyección Universitaria de la UPV-EHU partió de su situación como primera mujer al cargo de su departamento para hacer una reflexión respecto a cómo las mujeres han perdido el papel de liderazgo social que ejercieron en la antigüedad. Incidió también en que este tipo de encuentros son necesarios para reconsiderar el poder que tiene la mujer hoy en día y el que podría tener. Su análisis de la situación actual se centró en el concepto de la “indefensión aprendida” o el fatalismo, en el

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

que influyen factores como el conformismo y la sumisión, la pasividad y la excesiva focalización en el presente. Según Miren Gabantxo, la labor de KCD es fomentar una actitud contraria a este fatalismo: el empoderamiento, o cambiar la realidad tal y como la cambiaron nuestras antepasadas.

Amal Ramsis, realizadora árabe y Directora del Festival de Cine Árabe e Iberoamericano de El Cairo “Entre Cineastas”, intervino brevemente para manifestar su apoyo a la iniciativa de KCD y agradecer su colaboración en distintos proyectos de comunicación en el mundo árabe, que se remonta a los inicios de la primavera árabe.

Isabel Moya Richard es directora de la Editorial de la Mujer de Cuba y Presidenta de la Cátedra Género y Comunicación en el Instituto Internacional de Periodismo José Martí. Su intervención giró en torno a la forma en que se construye el saber: considera que la universidad no debe ser un lugar donde se “aprenden citas”, sino un espacio en el que aprender de manera colectiva. Este “saber colectivo”, sin embargo, no se puede alcanzar si no están representados todos los puntos de vista, incluido el de las mujeres. Así, considera necesario cambiar los contenidos misóginos, sexistas y racistas que imperan en los medios, e insertar mensajes que contribuyan a una sociedad más igualitaria.



KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

ISABEL MOYA RICHARD (CUBA)

“DE GRETA GARBO A LADY GAGA: LA REPRESENTACIÓN DE LO FEMENINO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN”



Los medios de comunicación hoy en día no sólo son centrales por su ubicuidad física (estamos expuestos a la información mediática lo queramos o no), sino también por la forma en que construyen y socializan el conocimiento en la sociedad.

Son “un espacio en el que se negocia el poder”, en el sentido que gobernantes y personas gobernadas no pueden tener siempre una relación de coacción, necesitan de un lugar donde compartir ideas o símbolos y alcanzar así un consenso. En la sociedad actual, ese consenso se alcanza en los medios de comunicación.

En este contexto, lo significativo no son tanto los soportes, que cada día son más diversos y efectivos, sino la manera en la que éstos diseminan el conocimiento. Por otro lado, las nuevas tecnologías de la información han contribuido también a generar nuevas brechas (entre quienes pueden acceder o no a ellas) y a acrecentar las existentes (entre personas ricas y pobres, entre hombres y mujeres, etc.).

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

Conviene tener en cuenta, además, que pese a que la variedad de medios de los que disponemos hoy en día nos da una sensación de “contar con más información”, en realidad estos se concentran en unos pocos grupos mediáticos con ideas bastante uniformes.

A modo de resumen se podría decir que los medios son al mismo tiempo condicionante y condicionado en la sociedad actual, puesto que recogen el pensamiento dominante y lo reproducen y extienden mediante representaciones sociales concretas. El mejor ejemplo de esto es la manera en que los medios de comunicación construyen la imagen de la feminidad: no sólo reflejan lo que la sociedad entiende por femenino, sino que también lo amplifican y socializan.

La imagen de la mujer en los medios:

El título de la presentación no es casual: Isabel Moya eligió a dos divas mediáticas separadas por casi cien años para estudiar cómo ha evolucionado la imagen de la mujer en los medios. La idea es que, más allá de las apariencias externas o detalles como la expresión de la sexualidad, se puede apreciar que el rol básico de la mujer no ha cambiado demasiado.

En cierto sentido, los medios de comunicación homogeneizan a la mujer creando un modelo de belleza único basado en un espejismo de consumo (espejismo en la medida en que no todo el mundo puede acceder a ese consumo). Esta homogeneización no hace más que reforzar los roles tradicionales y sexistas: la madre y esposa sacrificada o la vampiresa devoradora de hombres o *femme fatale*, aunque hoy en día los veamos envueltos en un ropaje de modernidad. De esta manera, este control del patriarcado sobre la imagen de la mujer no se limita al físico a través de ese canon de belleza único, sino también a la edad en la que el cuerpo de la mujer es visible e incluso a las actitudes que se esperan de ella.

La inculcación de estos mandatos culturales desde la infancia (como se puede observar en el caso de las modelos menores de Vogue) provoca “una enfermedad de belleza global”: anorexia, bulimia, cirugía estética, insatisfacción y baja autoestima.

Otro rasgo importante de este problema es su extensión: no se limita a un medio o a un contenido en concreto, sino que afecta tanto a los medios tradicionales como a los nuevos, y tanto a la publicidad como a lo que solemos entender por “información”.

La realidad ficcionada

Existen varios ejemplos de cómo los programas de televisión, especialmente los *realities* que están tan en boga, reproducen y fomentan la imagen tradicional de la mujer, inculcando en las generaciones más jóvenes varios mitos que contribuirán a la

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

construcción de su imagen como mujeres, siempre vinculadas de alguna manera a un hombre. Un buen ejemplo de ello son algunos programas de televisión actuales: “La Belleza Latina”, “Un Príncipe para Corina” y “Plain Jane” (traducido al español como “Una chica del montón”).

En el primer caso se fomenta el mito de la Cenicienta (las chicas aspiran literalmente a la corona), a la par que apela al nacionalismo, tratando de situar la “Belleza Latina” dentro del contexto mediático de los Estados Unidos. En el caso de “Un príncipe para Corina”, se articula el sueño de la Cenicienta con el elemento que no aparece en “Belleza Latina”: el príncipe. De esta manera, no solo se perpetúa el estereotipo de la princesa, sino que se objetifica a la mujer convirtiéndola en premio, aunque en este caso en concreto sea ella quien elija. “Una chica del montón” se aleja ligeramente de este mito de la cenicienta, pero se basa en la asunción de que una mujer sólo puede sentirse realizada a partir de una relación tradicional y heterosexual, y se apropia del concepto de “transformación” que, según el programa, la mujer debe pasar para agradar al hombre de sus sueños.

Las leyes por la igualdad son necesarias pero no suficientes: también es necesario cambiar la construcción social, conseguir un avance a nivel cultural y en la conciencia social. Los medios de comunicación, como no puede ser de otra manera, tendrán un papel central en este cambio.

Ronda de preguntas:

- ¿Cómo se ha trabajado el tema de la mujer en el entorno socialista de Latinoamérica?

Tras grandes desencuentros, los movimientos feministas han llegado a cierto consenso con el socialismo latinoamericano, hasta el punto de que se ha llegado a afirmar que no existe socialismo sin feminismo. A nivel mediático, sin embargo, estos avances del feminismo no se ven reflejados: más allá del periodismo militante, que escribe para las personas ya convencidas, la mujer está muy alejada del panorama mediático y aún tiene un largo camino por recorrer.

- ¿Cómo se traslada a niños y niñas una mirada no sexista?

En Cuba hay una serie de iniciativas en este aspecto, y un ejemplo de ello es un concurso para crear un videojuego igualitario y sin contenidos violentos, que a día de hoy está en proceso de producción. Asimismo, son importantes los esfuerzos que se puedan hacer en este sentido: “hay que educar para la comunicación igual que se educa para la literatura”. El objetivo, en cualquier caso, es crear contenidos que formen audiencias críticas.

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

ARABIA SHAKIF LOTFY (LÍBANO/EGIPTO)

“LAS MUJERES Y LA REVOLUCIÓN”



Arab Lotfi es periodista, directora de cine y activista política de origen libanés y residente en Egipto.

Comenzamos repasando la historia de Egipto en los años de la ocupación, cuando Gran Bretaña trató de dividir el territorio. En respuesta a la ocupación extranjera, el pueblo egipcio fue desarrollando su propia identidad nacional, situación que desembocaría en la revolución de 1919.

El ideal de esta revolución era no sólo la independencia de Egipto, sino también su transformación en un estado moderno, equiparable a los que ya se habían afianzado en Europa. La constitución de esta época, sin embargo, no reflejaba estos ideales: la mujer seguía estando subordinada al hombre (primero a su padre y después a su esposo), no se le reconocía ningún tipo de estatus político y tampoco se la consideraba en el contexto de la economía.

A pesar de las carencias de esta primera constitución, la mujer se fue introduciendo en la vida política, intelectual y mediática de Egipto a lo largo de la primera mitad del siglo XX, aunque esta evolución nunca se vio respaldada por cambios en la ley: sobre el papel, las

KDC ONGD – Kultura, Communication y Desarrollo.

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

mujeres seguían siendo meras subordinadas. En 1952 estalló la segunda revolución, y tras ella la constitución se reformó para reconocer los derechos de la mujer.

Desde la época de la ocupación británica hasta el presente, las mujeres han estado del lado del cambio en Egipto: lucharon junto con los hombres a favor de un Egipto independiente, y después como feministas por la liberación de la mujer.

Tras la revolución de 1952, varios Estados extranjeros (especialmente algunos países europeos y EE.UU) dieron su apoyo a regímenes tradicionalistas “reaccionarios y fascistas”, lo que llevó a Egipto a la revolución de 2011. Para entonces, la mujer ya era una parte esencial del activismo social en Egipto, y como tal participó activamente en las revueltas contra el régimen tradicionalista de Mubarak.

Sin embargo, el movimiento revolucionario de las mujeres no tardó en encontrar una respuesta desde el lado más conservador de la política egipcia: los islamistas se sintieron ofendidos por el rol de liderazgo que la mujer había tomado durante la revolución. En un contexto de movimiento social por la modernización de Egipto, los islamistas no estaban en posición de proponer un retroceso a nivel legislativo de la situación de la mujer, pero utilizaron (y a día de hoy siguen utilizando) otras formas de discriminación, apelando sobre todo a la tradición y a la religión.

De esta manera, la revolución en Egipto se ha convertido en una lucha que va más allá de la dualidad entre lo secular y lo religioso: se trata de un enfrentamiento entre el Islam político y los partidos progresistas, respaldados por el pueblo egipcio y las mujeres se han convertido en un símbolo de esta lucha.

El momento por el que Egipto está pasando últimamente es crucial: si la revolución sigue adelante, el cambio se extendería a toda la región y sería el primer paso hacia la liberación individual de la mujer en el entorno árabe. Por el contrario, si son los regímenes tradicionalistas los que se imponen, la revuelta podría poner en peligro incluso a Europa.

Ronda de preguntas:

- ¿Qué hay de las violaciones que se han reportado durante las manifestaciones?

Aunque las violaciones son un problema de base en Egipto, determinados sectores del islamismo radical han utilizado la violencia contra las mujeres como arma política. Este uso de la violencia, en cualquier caso, no se limita a las mujeres: también se han dado casos de violaciones a hombres contrarios al régimen. Los islamistas utilizan la violencia como parte

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

de un sistema de coacción contra quienes no son afines a su partido, extendiendo el miedo y tratando de evitar que estas posturas se expresen.

El único método para evitar estas violaciones políticas, reside en la documentación y la preparación: documentar cada agresión sexual e identificar a sus responsables, y enseñar a las mujeres formas de defenderse de este tipo de violencia.

- ¿Por qué te refieres a los islamistas como fascistas?

Hay tres razones para el uso de la palabra “fascistas” para referirse a los islamistas: el hecho de que pretenden alcanzar el poder no solo a nivel político sino también religioso, mediático, etc (conseguir un monopolio de poder). En segundo lugar, que apoyan políticas de corte neoliberal, y en tercero que sus doctrinas incluyen sesgos racistas y sexistas.

Del mismo modo, los islamistas no intentan convencer al pueblo para que apoye sus políticas, sino que las imponen, llegando a utilizar la violencia en los peores casos. “Quieren devolver a Egipto a la Edad Media”.



KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

MONTSERRAT BOIX PIQUÉ (CATALUNYA)

“POR EL DERECHO CIUDADANO A LA INFORMACIÓN, LA COMUNICACIÓN Y EL CONOCIMIENTO. INTERNET Y REDES SOCIALES EN EL EJERCICIO DE LOS DERECHOS”

Montserrat Boix Piqué es Periodista en TVE, Investigadora, consultora y formadora en comunicación TICs género y Creadora de mujeresenred.net.

El concepto de género resulta interesante para hacer visible la desigualdad y una vez visibilizada, combatirla. El feminismo es un movimiento social y político que lucha contra esta desigualdad.

Todos los ciudadanos y ciudadanas tienen derecho a la información, la comunicación y el



conocimiento, y todos estos conceptos son diferentes entre sí. La información son meros datos. La comunicación, en cambio, es un intercambio de información que se hace de forma interactiva y bidireccional, lo que amplía el derecho de la ciudadanía a emitir información además de recibirla. Por último, el conocimiento son los datos informativos que se han intercambiado mediante la comunicación ya procesados, es la información evaluada. A partir del procesamiento de los datos se pueden extraer conclusiones y valorar qué utilidad se puede dar a esa información.

Toda esta información que se intercambia debe ser analizada desde una perspectiva de género que valore qué datos ofrecidos interesan a las mujeres o están manipulados desde un punto de vista femenino, puesto que la gestión de la información está realizada la mayoría de las veces por varones.

La intervención en datos desde el activismo feminista puede hacerse viable potenciando que las mujeres tomen parte activa en la generación de información. No sólo es importante que sean consumidoras de información, sino que se conviertan en fuente de la misma, y las TICs facilitan ese proceso. También es necesario identificar qué tipo de datos ayudan a hacer visible la desigualdad real que existe y luchar para que esta información salga a la luz. De esta manera podrán plantearse soluciones para las diferencias de género.

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo*.

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

Existen algunos aspectos estratégicos en la actualidad relacionados con la información, como decidir qué datos son obligatoriamente públicos porque marcarán las vidas de las y los ciudadanos, tema en el que la sociedad civil no tiene voz.

Aún así, está habiendo una modificación del mapa de los medios de información, pues las nuevas tecnologías están cambiando el mercado de la información. Surgen nuevos modelos de empresas con menor coste inicial y otras posibilidades que abren un nuevo territorio de experimentación. Pero al mismo tiempo que surgen nuevos medios interesantes en un nuevo escenario de gestión de datos, se está produciendo por otro lado una situación en la que las grandes corporaciones mediáticas están concentrando aún más su poder comprando medios y uniendo fuerzas, lo que reduce las opciones de mercado a la hora de conseguir información variada y plural.

Gracias a las TICs hay periodistas que generan nuevos espacios en los que compartir la información, lo que les hace ser reconocidos/as como comunicadores/as individuales y no como periodistas especiales por trabajar para ciertos periódicos concretos. De esta manera, es la/el propia/o periodista quien se construye su reputación, y no el periódico. Además, este método permite compartir ciertos datos que los medios masivos no dan a conocer.

Toda la ciudadanía tiene derecho tanto a recibir como a emitir información, lo que supone el derecho a la comunicación, considerado uno de los derechos fundamentales de la llamada "Tercera generación de Derechos Humanos". Así, la ciudadanía debería poder intervenir en la gestión, generación y distribución de la información.

Los medios comunitarios y el periodismo ciudadano son parte de este método de comunicación ciudadana, que gracias a las TICs ayudan a desafiar el monopolio informativo y mediático y a democratizar la información.

Un ejemplo de medio ciudadano creado gracias a las nuevas tecnologías es mujeresenred.net, web creada hace trece años por la propia ponente, Montserrat, con el fin de compartir información que no tiene cabida en televisión, y siempre desde una perspectiva de género.

En la actualidad existen algunos aspectos estratégicos como ciertas leyes de comunicación que ponen límites a las grandes corporaciones mediáticas y al control de los bancos y poderes económicos de los media, para favorecer el desarrollo de medios comunitarios y el reparto de frecuencias para éstos.

En todos estos procesos de creación y distribución libre de la información las voces de las mujeres deben ser escuchadas. Por ello, la creación de nuevos medios suponen una gran

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

oportunidad para la introducción de la mirada feminista y la perspectiva de género. Además, las redes sociales colaboran en la difusión de medios y contenidos feministas que antes sólo eran leídos por aquellas personas que estaban especialmente interesadas en el feminismo.

Una pieza clave en la introducción de la mirada feminista en los medios comunitarios es la formación en nuevas tecnologías y comunicación. No sólo se trata de estar en la red, sino de generar contenidos y distribuirlos de forma estratégica, tanto introduciéndolos en los medios tradicionales como aprovechando los nuevos medios.

Pero la mirada de las mujeres no sólo es necesaria en la información y la comunicación, sino también en el conocimiento, puesto que ha sido históricamente excluida y esto supone que tales conocimientos sean menos plurales y democráticos. Para que esto sea posible hay que tener en cuenta ciertas ideas, como la necesidad de favorecer la independencia tecnológica, la no restricción del conocimiento dejando que éste sea común y colectivo, la solidaridad y cooperación entre la ciudadanía, la libertad e igualdad de derechos y trabajar desde un modelo ético, sostenible, participativo y plural.

La forma de fortalecer el trabajo en red y de fomentar una cultura organizacional horizontal no jerárquica se hace posible desde el uso del Software libre, y es y ha sido, además, la estrategia del movimiento feminista.

La inclusión de la perspectiva de género en la información, comunicación y conocimiento es imprescindible para que todas estas formas de intercambio, procesamiento y difusión de datos sean plurales. En cuanto a conectividad, varones y mujeres están igualados. El problema es el uso que se da a esta conectividad. Mientras que las mujeres utilizan las nuevas tecnologías y los servicios web 2.0 de manera básica, para compartir información personal mediante correos electrónicos, buscar información, etc., los hombres son quienes más utilizan estas herramientas para publicar información y comunicar. Es por ello que el movimiento feminista tiene que plantearse la formación de las mujeres feministas en cuanto a los TICs para promover la participación activa de las mujeres en la creación y difusión de contenidos.

MESA REDONDA: EXPERIENCIAS COMUNICATIVAS

En esta mesa el protagonista fue el documental, herramienta con gran potencial que los dos ponentes no dudan en utilizar a favor del feminismo y para plasmar las realidades actuales de las mujeres.

AMANDA ANDRADES (ANDALUCÍA)

“POR UNA LEY CONTRA LA VIOLENCIA HACIA LAS MUJERES EN MARRUECOS: EL DOCUMENTAL COMO UNA HERRAMIENTA DE SENSIBILIZACIÓN E INCIDENCIA”



Amanda Antrades González, de Andalucía, es licenciada en periodismo, cooperante, feminista y coordinadora de proyectos ONG para la productora afincada en Marruecos “Filmalia Productions”.

Su último proyecto con Filmalia es un documental producido para la ONG Global Rights que profundiza en las carencias legislativas de Marruecos en lo que a violencia de género se refiere: vacíos legales, fallos en la red constitucional, escasa protección de la mujer, promesas incumplidas... etc. Su objetivo es claro: utilizarlo como herramienta política para conseguir una ley efectiva contra la violencia de género en el país árabe.

Según una serie de datos recogidos en Marruecos durante el año 2009, el 62,8% de las mujeres de entre 18 y 65 años de este país han sufrido algún tipo de violencia de género. Este tipo de violencia, además, tiene mayor incidencia en núcleos urbanos, en parejas jóvenes y dentro del matrimonio.

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

Por si estas estadísticas no resultasen preocupantes por sí solas, la violación conyugal no consta como delito en el país, y por tanto tampoco puede ser denunciada. Esto, en la práctica, significa que una vez una mujer se casa, asume que tiene que mantener relaciones sexuales con su marido siempre que éste quiera. Otro efecto secundario de la insuficiente legislación en Marruecos es que la mayor parte de denuncias se refiere al ámbito público (generalmente violaciones) y no al marital, en el que o bien las agresiones no se consideran violencia de género o bien las propias autoridades disuaden a las denunciadas por considerar que el ámbito privado está más allá de la potestad de la policía.

Esta situación ha sido denunciada tanto por las mujeres marroquíes como por distintos organismos internacionales, y en respuesta a esto Marruecos propuso en 2002 una “estrategia nacional de lucha contra la violencia”, convirtiéndose en el primer país árabe con un plan similar. La estrategia incluía varios sistemas de prevención y asistencia a las mujeres que sufrieran este tipo de violencia, desde atención integral en hospitales tanto a las mujeres maltratadas como a sus hijos hasta líneas telefónicas de ayuda para mujeres marroquíes en situaciones similares. Las medidas previstas por este plan, sin embargo, o bien nunca se llegaron a materializar o, como en el caso de la línea gratuita, existió pero se transformó en una línea de atención para cualquier problema social, que después pasó a ser de pago y acabó por desaparecer definitivamente.

A las carencias legislativas, por otro lado, se le suma un problema cultural igual de importante. Tal y como confirman diversos testimonios de mujeres maltratadas, las denuncias por malos tratos se encuentran con todos los obstáculos posibles en el propio seno de la policía: en ocasiones la policía pide dinero a cambio de que se tenga en cuenta su denuncia, tacha a la mujer denunciante como verdadera culpable del acto violento o la “anima” a salir de la comisaría y reconciliarse con su marido.

En el año 2004 se aprobó una ley de familia que extendió los derechos de la mujer. Esto, sin embargo, no vino acompañado por un cambio de mentalidad o un esfuerzo por cambiarla desde el propio Estado. Como resultado, en la mayoría de los casos esta ley no se tiene en cuenta o no se cumple en su totalidad.

Por otro lado, aún quedan leyes que directamente fomentan la violencia conyugal.

- Para que una mujer pueda denunciar un abuso sexual, agresión o violencia, debe de tener testigos oculares que la apoyen y un parte médico que indique “un mínimo de 21 días de incapacidad”. Esta ley excluye directamente cualquier agresión que se dé en el ámbito privado (puesto que es difícil que haya testigos), y reduce los casos denunciados a los más graves (los que provoquen lesiones serias que un médico certifique).

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

- El adulterio por parte de la mujer se considera un delito.
- La ley permite a un violador, incluso si es de una menor, eludir cualquier condena si se casa con la víctima, puesto que se considera que esto restituye la honra de la víctima y la de su familia.
- En Marruecos es ilegal ayudar a una mujer a huir de su marido, hasta el punto de que quien lo hace puede llegar a ser perseguido. Esto deja funcionalmente inoperativas las casas de acogida a mujeres maltratadas que proponía el plan de 2002.
- Cuando uno de los cónyuges es expulsado del hogar, está obligado por el Estado a volver a éste.
- Para que una mujer pueda divorciarse, necesita que su familia comparezca diciendo que han tratado de reconciliar a los cónyuges pero no lo han conseguido.

A lo largo de la historia reciente de Marruecos, se han llevado a cabo una serie de gestos contra la violencia contra las mujeres, como una campaña realizada a finales de 2006 o un anteproyecto de ley en 2008. Estos intentos, sin embargo, siempre quedan en el aire, lo que permite al gobierno afirmar que existe una intención de cambiar la situación de la mujer sin llegar a tomar realmente cartas en el asunto.

Amanda proyectó su documental, en el que varias mujeres dan su testimonio no de cómo las maltrataron, sino de la lucha que supuso sacar adelante una denuncia contra sus maridos.



KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

RAQUEL REI BRANCO (GALIZA)

“DIEZ CENTÍMETROS MÁS CERCA DEL CIELO”

Raquel Rei presentó su documental “Diez centímetros más cerca del cielo”, una pieza audiovisual que trata el tema del género desde una perspectiva innovadora, recurriendo a la sátira y al humor para transmitir un mensaje tan contundente como efectivo.

A lo largo del documental aparecen distintas personas, sobre todo mujeres, hablando de lo que para ellas supone llevar tacones, desde aquellas que directamente los



consideran instrumentos de tortura a las que afirman que ponen a la mujer “diez centímetros más cerca del cielo”, pasando por otras que no tienen una opinión formada o simplemente consideran que los tacones “son más sexys”. Todo esto, junto con la opinión de un experto sobre los peligros que este tipo de calzado puede suponer para la salud, crea un mosaico en el que el tacón también pasa a ser una metáfora sobre la posición de la mujer en la sociedad.



MESA REDONDA: GÉNERO Y COMUNICACIÓN



- **Paula Martínez Mora** (México). Coordinadora de Comunicación social del Instituto Poblano de las Mujeres, especializada en género y comunicación.
- **Carlos Roberto Vargas Cisneros** (México). Comunicólogo y asesor en temas de género y comunicación por Inclusión ciudadana AC y García Gaytán y asociadas.
- **Aizpea Goenaga Mendiola** (Euskadi). Directora del Instituto Vasco Etxepare, Actriz, guionista y directora de cine. Integrante de la asociación Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales (CIMA).

En un mundo permanentemente conectado como el de hoy en día, la comunicación resulta tan importante como la lucha por la igualdad de género en sí misma. En la mesa redonda que abrió la segunda jornada del Encuentro Internacional de Cultura, Comunicación y Desarrollo, varios ponentes se acercaron al tema desde distintos puntos de vista.

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

PAULA MARTÍNEZ MORA (MÉXICO) “MUJERES POR LA CIUDAD (CAMPAÑA EN CIUDAD DE PUEBLA, MÉXICO)”

La Coordinadora de Comunicación social del Instituto Poblano de las Mujeres (México) y especialista en género y comunicación, trajo un ejemplo de hasta qué punto puede aumentar la efectividad de cualquier campaña una estrategia de comunicación bien cuidada: la campaña “Mujeres por la ciudad”, una iniciativa contra la violencia comunitaria que se llevó a cabo en Ciudad de Puebla, México.

El objetivo principal de esta campaña era sensibilizar a la población de Puebla respecto a las agresiones que sufren las mujeres en las calles, hasta el punto de que un 63,8% de las mujeres se sienten inseguras en ellas.



Para ello, se recortaron 32 de siluetas blancas con la forma icónica de la mujer a tamaño real y se repartieron por distintos puntos estratégicos, sin dar ningún tipo de explicación a la población al respecto. Durante las dos semanas que las siluetas pasaron en la calle, sufrieron todo tipo de “vandalismo”: desde pintadas y ralladuras hasta robos y desmembramientos.

Pasado este plazo de dos semanas, se colocaron carteles informativos junto a las siluetas que aún quedaban en pie, explicando que la violencia que habían sufrido estas estatuas era la misma que sufrían día a día las mujeres poblanas.

Esta conceptualización de la violencia no tardó en calar en la población: se inició un movimiento contra la violencia contra las mujeres y, con ayuda de varios voluntarios se creó el foro “mujeres por la ciudad”, al que se unieron varios artistas locales para dignificar las siluetas. A día de hoy algunas siluetas se han colocado en lugares emblemáticos como parques o plazas, y otras van pasando por centros de arte y colegios. Con el tiempo, las siluetas maltratadas se han convertido en un símbolo que marca el lugar donde se encuentra como “zona libre de violencia contra las mujeres.”

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

CARLOS ROBERTO VARGAS CISNEROS (MÉXICO) “NUEVOS TIPOS DE VIOLENCIA DE GÉNERO DESDE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS”

El comunicólogo y asesor en temas de género y comunicación por Inclusión Ciudadana AC y García Gaytán y asociadas, aborda el tema de la comunicación desde la óptica de las nuevas tecnologías.

Partiendo de la Plataforma de acción de Beijing de 1995, recordamos que en su apartado “J” se reconoce la importancia de “aumentar el acceso de la mujer a las nuevas tecnologías de la comunicación” y “fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada”. En cierto sentido estas declaraciones se adelantaron a su época, puesto que en 1995 los medios de comunicación eran bastante más limitados que en la actualidad. A partir de ese año y hasta la actualidad, se fueron introduciendo a velocidad cada vez mayor una serie de mejoras en la comunicación: correos electrónicos, cibercafés, telefonía móvil, tecnología portátil, chats, blogs, televisión en alta definición, democratización del vídeo, fotografía digital, educación a distancia...



Este cambio se podría conceptualizar con el título de la presentación: “Del murmullo al grito”. En los últimos años se ha pasado de una serie de conversaciones privadas más o menos aisladas a una comunicación masiva, en la que cualquiera puede estar en contacto con el resto. Como resultado de esto, tenemos herramientas para democratizar la información, hacer boicot publicitario, eliminar algunas brechas... en resumen, estamos un paso más cerca de lo que se viene conociendo como el “empoderamiento ciudadano”.

Como no podía ser de otra manera, estas nuevas herramientas traen consigo nuevas amenazas como la violencia comunitaria o el sexting, y agravan otras de las que ya existían, como la trata y la perpetuación de estereotipos. Los nuevos medios son, al fin y al cabo, un canal más para transmitir productos comunicativos, sean éstos positivos o negativos.

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

A día de hoy existen infinidad de ejemplos de lo nocivos que pueden llegar a ser los nuevos medios. Existe una página de Facebook titulada “odio a las mujeres”, que tuvo más de 50.000 *likes* en pocas horas. En Twitter circulan *hashtags* como #Síalmaltratoalasmujeres. Aunque muchos de ellos tengan un carácter lúdico, la forma de violencia contra la mujer que proponen es evidente.

La solución en estos casos no es tanto suprimir los nuevos procesos de comunicación como apelar al “deber de autorregulación en Internet”, por ejemplo: para impedir que un *hashtag* llegue a *trending topic* hay que evitar usarlo, incluso si es para dar una opinión contraria a la que propone.

Es necesario entender que la comunicación y el desarrollo van siempre de la mano, y que es inevitable que surjan debates en torno a la libertad de expresión y sus límites. La labor a día de hoy es concienciarnos de la importancia que tiene todo lo que decimos en Internet y tratar de hacer efectiva la autorregulación, a la par que se proponen nuevos esquemas socioculturales y se fomenta en feminismo en las redes.



KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

AIZPEA GOENAGA MENDIOLA (EUSKADI)

“EL CINE REALIZADO POR MUJERES, UN CINE NECESARIO”



Aizpea Goenaga Mendiola es directora del Instituto Vasco Etxepare, actriz, guionista, directora de cine e integrante de la Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales. Se acerca al tema del género desde su área de trabajo empezando por afirmar que debemos desterrar conceptos como “cine de mujeres” o “cine para mujeres”, pues no hacen más que señalarlos como un género menor. Lo interesante es un cine creado y protagonizado por mujeres.

A pesar de que la mujer se ha ido instalando en el mundo del cine, lo masculino sigue sobrevalorado, mientras que lo femenino es sistemáticamente subexpuesto. Se repiten una y otra vez los mismos estereotipos: la mujer malvada y seductora, la mujer en un sistema patriarcal, la mujer como objeto de deseo, la “chica bond”, etc. Además, el cine no se limita a perpetuar estos esquemas sexistas, sino que incluso muestra violencia explícita contra las mujeres, en ocasiones como forma de denuncia, pero otras veces como violencia socialmente aceptada, con el peligro que ésta puede entrañar.

En este contexto, se puede empezar por visibilizar a las realizadoras de cine, puesto que no es difícil de comprobar que cuanto más se asciende en el escalafón audiovisual, menos mujeres hay, y las que consiguen trabajar tras las cámaras como guionistas, editoras, productoras, etc., no tienen el reconocimiento que merecerían.

La conclusión es que resulta esencial abogar por la presencia de la mujer no solo en el cine, sino también en el resto de artes, en la literatura... de esta forma se irá introduciendo en la sociedad un cambio de mentalidad, se logrará “liberar al hombre de la rigidez de sus propias estructuras” y desarrollar una sociedad más igualitaria.

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

MESA REDONDA: MUJERES EN POLÍTICA

En este apartado, varias ponentes, la mayoría de ellas vinculadas al mundo de la política ya sea por cargo o por estudios, nos hablaron del papel que la mujer ha desempeñado durante años en la política y el que desempeña hoy en día. También se habló del tratamiento que se hace en los medios de estas mujeres y de las diferencias que existen con respecto al tratamiento que se hace de los hombres en el mismo cargo o la misma situación.



- **Izaskun Landaida Larizgoitia** (Euskadi). Directora del Instituto Vasco de la Mujer-Emakunde.
- **Ana Pérez Pérez** (Euskadi). Bizkaiko Emakume Asanblada /Asamblea de Mujer de Bizkaia y Secretaría de la Mujer del sindicato STEE-EILAS.
- **Milagros Amurrio Vélez** (Euskadi). Profesora del Departamento de Sociología y Trabajo Social de la UPV/EHU.
- **Izarra Martínez Ruíz** (Euskadi). Doctorada en el departamento de Ciencias Políticas y de la Administración de la UPV/EHU.
- **Sonia Herrera Sánchez** (Catalunya). Comunicadora audiovisual, especializada en cine y género.

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

IZARRA MARTÍNEZ RUIZ (EUSKADI)

“DIFERENCIAS DE GÉNERO EN LA IMAGEN QUE SE PROYECTA DE LAS FORMAS DE LIDERAZGO DE LA ÉLITE POLÍTICA”

Izarra Martinez Ruiz es Doctoranda en el departamento de Ciencias Políticas y de la Administración en la UPV/EHU.

Para comenzar a hacer cambios en la perspectiva de género en la rama política es necesario estudiar cuál ha sido hasta ahora el papel de la mujer en este ámbito. Para ello hay que tener en cuenta que este punto de vista en la política es muy reciente y desde hace muy poco se han comenzado a hacer investigaciones cualitativas sobre las mujeres en estos puestos.



Cuando se habla de liderazgo político, no nos referimos únicamente al poder que otorga el desempeño de un cargo político, sino también y sobre todo a la influencia que esta persona tiene sobre el resto, a quienes puede dirigir hacia la dirección que desee.

Para llegar a este puesto de influencia es necesario combinar las oportunidades y las habilidades. Las primeras son algo externo que no se puede controlar y frecuentemente hostiles para las mujeres, pues son estructuras masculinas hechas por y para hombres. Las segundas están relacionadas con las actitudes, los valores y los comportamientos y nos sirven para decidir si un político o política nos gusta o nos representa.

Según la persona con cargo político sea hombre o mujer cumplirá (supuestamente) unas expectativas y estereotipos ligados a su género. Al modelo masculino se le presenta como competitivo, en una estructura jerárquica, con una actitud no emocional, que acumula poder y que hace política para causar efectos concretos. Al modelo femenino se le presenta como cooperativo y colaborativo, en una estructura de equipo, con una actitud emocional basada en la empatía, que otorga poder y que hace política para resolver conflictos buscando sus causas.

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

Los medios de comunicación suponen un problema a la hora de avanzar con la perspectiva de género en política, puesto que la representación femenina en puestos de poder es escasa.

Una de las fuentes que analiza este problema es un documental dirigido por Jennifer Siebel titulado “Miss Escaparate” cuya premisa principal es “Los medios son el mensaje y el mensajero y cada vez tienen más poder”.

La mayor parte de la población tiene una opinión presuntamente elaborada sobre la política y la figura de la mujer en ella, aunque nunca se haya parado a pensar en ello y a crearse una imagen de la situación. Esta opinión proviene de los medios, dirigidos mayoritariamente por hombres y en los que en consecuencia, escasea la mirada femenina.

Así, son estos medios los que cosifican a la mujer y transmiten un ideal de mujer inalcanzable al que hay que aspirar. Quien no se acerca a tal ideal es despreciada e infravalorada, no sólo por los hombres, sino también por las mujeres y por ellas mismas, lo que crea una sensación de no ser suficientemente buena y consecuentemente se convierte en menor efectividad política. De esta manera, las mujeres deciden no participar en política.

Las mujeres no se muestran en los medios, pero tampoco aparecen representadas en las élites políticas. Pese a conformar el 52% de la población, la representación de la mujer en política es casi nula. Todo aquello que se ve, se oye y se sabe está interpretado por hombres y la perspectiva de la mujer es inexistente, lo que se traduce en una invisibilización.

Las pocas mujeres políticas suelen ser obviadas y no se muestran en los medios, por lo que los pequeños cambios que sacan adelante la perspectiva de género y la participación de la mujer en la política desde dentro no se hacen visibles. Esto provoca una falta de referentes.

En la ficción ocurre algo similar. La mayor parte de los políticos son hombres y cuando una mujer es política suele proyectarse una imagen negativa de ésta.

Algo parecido ocurre cuando se menciona a Margaret Thatcher. Suele crear rechazo por sus políticas, pero el hecho de ser mujer no evitó que ganara tres elecciones de manera consecutiva y reorganizara el panorama político británico obteniendo casi todas sus metas. Ejerció su cargo de manera eficaz, se compartía la línea política o no, pues consiguió sus objetivos.

Cuando una mujer sí se visualiza en los medios, se la juzga en varios aspectos antes de escucharla, aunque no estén relacionados con su cargo, como puedan ser su valía, su aspecto, su forma de vestir o su vida privada. Se la compara con los hombres haciendo

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

evidente la idea de que el cargo que está desempeñando está diseñado para ser ocupado por un hombre. Además, desde los medios de comunicación se utilizan insultos sexistas, estereotipos, etc.

Otro caso interesante fue el de las primarias en USA, donde se analizó el tratamiento de Hillary Clinton y Sarah Palin. De la primera se cuestionaron sus credenciales y se afirmó que un hombre la había ayudado a llegar donde estaba, puesto que por ser mujer no valía para estar en ese cargo. A la segunda, quien vendió una imagen muy femenina, se la sexualizó, pornificó y tontificó. Ambas fueron trivializadas y recibieron insultos sexistas, al igual que ocurre habitualmente con Angela Merkel, toda una estrategia para hacer parecer menos fuertes a estas mujeres.

La mayor parte de las veces, la prensa saca de contexto lo que dicen las mujeres. Los medios escriben de forma diferente si se trata de un político o de una política. Muchas veces se utilizan argumentos misóginos, paternalismo, estereotipos...Además, la cantidad y calidad de la información y de los titulares sobre mujeres en altos cargos es menor que cuando se trata de hombres. Las mujeres aparecen menos en portadas, se les dedica menos espacio en los periódicos y muchas veces aparecen en secciones que no son políticas.

En conclusión, los medios cargan con una gran responsabilidad en cuanto a la posición e imagen de la mujer política, puesto que no tratan igual a hombres y mujeres con estos cargos. Además asocian a las mujeres políticas a entornos familiares, domésticos y a su apariencia física, lo que condiciona su imagen de líderes. Por último, a las mujeres que ascienden en política no se las reconoce, sino que se las trata como amenaza, provocando que muchas se alejen para no ser catalogadas de feministas y tener que defenderse.

SONIA HERRERA SÁNCHEZ (CATALUNYA)

“MANDATARIAS DE CINE: MUJERES Y POLÍTICA EN EL SÉPTIMO ARTE”

Sonia Herrera Sánchez es Comunicadora audiovisual especializada en cine y género.

Desde hace años las mujeres han ido tomando parte en la vida política y cada vez su presencia es mayor, pero esos papeles que han desempeñado no se han mostrado en la gran pantalla. Es cierto que existen películas que retratan la vida de mandatarios políticos y



altos cargos del Estado, pero la mayor parte de las veces están protagonizadas por hombres. De esta manera, el cine invisibiliza a las mujeres políticas no mostrándolas o presentándolas como meras acompañantes sin valor, manteniendo una mirada patriarcal y androcéntrica sobre la realidad.

Para explicar el papel de las mujeres políticas en el cine, se utilizó una referencia a unos conocidos libros, refiriéndose a la representación de éstas mediante tres elementos: el varón, la bruja y el armario. El varón es el hombre protagonista de la historia; se apodera del relato y lo monopoliza. Se convierte en el centro de la vida política, pública y de la acción social. Hoy en día se sigue considerando que el hombre es más trascendente que la mujer para el funcionamiento social. La bruja es la mujer que alcanza el poder a la que se le supone haber hechizado al pueblo con malas artes o haberse convertido en hombre adoptando sus roles y sus conductas. Por último, el armario se refiere al patriarcado y el cine, que han escondido a la mujer en el fondo dejándolas al margen de la historia. De esta manera, además de estar invisibilizadas en la propia historia, se las esconde en los relatos de cine, o como mucho se las dedica un apartado especial, tratándolas como a un grupo excluido.

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

La invisibilización de la mujer en el cine consiste en ocultar, no nombrar o silenciar su discurso y su papel en la historia. Para conseguir esto, existen tres formas: la desvalorización, la exclusión y la subexposición. Todas ellas son constantes, especialmente en los *biopics* o filmes biográficos sobre mandatarios políticos y altos cargos, que normalizan la universalidad masculina en los puestos de poder y que promueven la idea del rol tradicional de la mujer madre-esposa.

Pero el cine también puede utilizarse como megáfono, mostrando lo que hasta ahora se ha ocultado y recuperando la historia de las mujeres invisibilizadas.

En el mundo sólo una quinta parte de los escaños están ocupados por mujeres. En 2012 el 5,3% de jefes de Estado han sido mujeres, porcentaje que ha ido subiendo desde que en 1960 Sirimavo Bandaranaike llegó a la presidencia de Sri Lanka, siendo la primera mujer presidenta electa de la historia. Hasta hoy, más de 50 mujeres han sido elegidas como presidentas y primeras ministras en distintos países. De todas ellas, sólo dos han sido representadas en el cine (Margaret Thatcher y Golda Meir), tratándolas como una excepción o una anécdota, lo que dificulta la normalización de la imagen de la mujer en puestos de poder.

Se tiende a creer, y así se plasma en el cine, que la mujer no está capacitada para dirigir porque es más emocional, lo que se traduce en un desprecio por la inteligencia emocional haciendo que se desligue lo político de lo personal y lo humano, y que así caiga en el olvido aquel lema que rezaba “Lo personal es político”.

Habitualmente, cuando la mujer relacionada con la política ha sido representada en el cine ha sido como acompañante, y su historia ha sido narrada en función de la de su marido, sin dejar nunca de lado su rol de mujer-madre-esposa. Esta mujer renuncia a su propia carrera profesional para impulsar la de su cónyuge, cosa que no ocurre cuando es la mujer la que tiene poder político, pues nunca se ha presentado a un hombre cuya carrera profesional estuviera subordinada a la de su esposa, lo que podría llamarse un “primer caballero”.

La creación de esa imagen que se proyecta de las mandatarias y de esos estereotipos vienen dados por una elección de determinados elementos discursivos y estrategias narrativas. La industria cinematográfica está formada mayoritariamente por hombres, de modo que todo está narrado desde un punto de vista masculino. Para conseguir mayor diversidad y pluralidad en los modos de narración es necesario que haya más mujeres directoras, guionistas, productoras, críticas, etc. que ocupen los puestos que hasta ahora sólo han sido ocupados por hombres. De este modo surgirán más contenidos en los que la mujer sea visibilizada. De lo contrario, seguirán faltando referentes y modelos de conducta

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

femeninos, lo que supondría una menor influencia y, por ende, un menor compromiso político por parte de las mujeres.

Es necesario un empoderamiento audiovisual de las mujeres, donde se las presente como protagonistas y se las visibilice como mandatarias para así, romper el estereotipo de mujer como mero objeto de contemplación, a la vez que se las revaloriza y se quiebra el sistema patriarcal y las estructuras de poder masculino. Para ello también resulta imprescindible crear y aplicar nuevas formas de estudio y análisis histórico donde las perspectivas feministas tengan un papel fundamental. Un liderazgo político ejercido por mujeres que reproducen valores patriarcales es igual que un liderazgo político ejercido por hombres. Las mujeres que no tienen una formación crítica sobre género reproducen los mismos estereotipos machistas que los hombres. Por ello, es necesario visibilizar y empoderar a las mujeres políticas tanto en la realidad como en el cine, para pluralizar los puntos de vista y crear referentes femeninos que consigan una posición de igualdad.



KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

MILAGROS AMURRIO VÉLEZ (EUSKADI)

“LAS OTRAS PARTICIPACIONES DE LAS MUJERES”



Milagros Amurrio Vélez es profesora del Departamento de Sociología y Trabajo Social en la UPV/EHU.

El modelo de democracia liberal representativa es el modelo político más extendido a nivel global y está construido sobre un sujeto autónomo e independiente, varón y blanco, pero que es cada vez más cuestionado en un mundo complejo y plural. En este cuestionamiento, la práctica feminista ha participado de forma muy importante. La participación local en la política por parte de las mujeres va en aumento y junto a ello se va implementando la mirada feminista.

Se vende al hombre como figura representante en política porque se le supone una persona ajena a las ataduras emocionales. Esto se traduce en un modelo de ciudadanía excluyente y por ello se vuelve necesario reivindicar la igualdad e insistir en las experiencias diferenciales desde los aspectos que la ciudadanía liberal ha excluido.

La participación de la ciudadanía en los asuntos públicos es un elemento esencial de los sistemas democráticos actuales. Los gobiernos locales se consideran propicios para revitalizar la democracia, puesto que han tenido que adoptar nuevas estrategias dirigidas a la inclusión de la ciudadanía en la gestión y decisión de los asuntos públicos. Aún así, muchas participaciones tienen grandes carencias en cuanto a la inclusión de las mujeres, así como en la introducción de la perspectiva de género en modelos de análisis y actuación.

Para la investigación sobre la participación ciudadana en Bilbao se han tomado como base dos hipótesis. La primera, que la política de género ayuda a configurar la estructura de oportunidad participativa local, y que por el contrario, cuando no se tiene en cuenta el factor de género, se excluye a las mujeres del acceso y la práctica participativa ciudadana. La segunda, que el diseño de determinados escenarios institucionales condicionan las posibilidades de participación ciudadana que incluye a las mujeres.

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

Las asociaciones para la participación ciudadana tienen una doble llamada: por un lado, instruyen, capacitan e implican a la ciudadanía en los asuntos públicos, y por otro, funcionan como interlocutores entre la ciudadanía y los poderes locales.

Las asociaciones ciudadanas mixtas funcionan como doble filtro y no como doble oportunidad. Para las mujeres, la práctica asociativa está caracterizada por dos dinámicas contradictorias pero complementarias en la realidad: la infrarrepresentación y la sobrerrepresentación sectorial (que lleva intrínseca la infrarrepresentación de los varones).

Los estudios sobre movilización colectiva destacan que los sujetos de la acción son grupos sociales que sufren una situación de desventaja, pero también resaltan los grupos “maternalistas” y de cuidado que se centran en los intereses y las necesidades de otras personas. El hecho de que la participación de las mujeres sea más notoria en estos casos pone en cuestión varios presupuestos. En primer lugar, se cuestiona la suposición de que las mujeres son poco participativas. Muchas veces se vincula el desinterés hacia la política por parte de las mujeres a su modo de vida y a las relaciones sociales de género. Por otro lado, su participación en ciertos ámbitos se asocia a las tareas y roles que socialmente han sido asignados a los géneros. En segundo lugar, la sobrerrepresentación sectorial rompe con la suposición de que la participación implica necesariamente la manifestación de comportamientos visibles en el espacio público convencional. Algunas formas de participación han quedado invisibilizadas porque la participación ha sido definida como actos o actividades realizados por ciudadanos que tratan de influir directa o indirectamente en las decisiones de las autoridades políticas y sociales.

Partiendo de esta situación, la perspectiva de género plantea como uno de sus retos llegar a definir y conceptualizar qué es y en qué consiste la participación desde la experiencia de las propias mujeres. Otra de sus metas principales es cuestionar los paradigmas y conceptos androcéntricos que conciben, valoran y definen la participación en la esfera pública desde las experiencias y las normas masculinas.

La división sexual del trabajo se hace evidente en el mundo asociativo mediante la construcción de modelos participativos que dividen los asuntos de interés en privado-doméstico (en el que participan una gran mayoría de mujeres) y público no doméstico (donde se encuentran más hombres). Además, diferencian los tiempos de actividad participativa reflejando las relaciones de desigualdad entre hombres y mujeres en cuanto a gestión temporal incompatible con las cargas de trabajo.

También existe una división genérica de trabajo en las asociaciones, puesto que éstas cuentan con algunos puestos de liderazgo que apenas están repartidos equitativamente en cuanto a género, aún tratándose de asociaciones que habitualmente representan la diversidad de las personas asociadas.

Este tipo de jerarquías tienen su raíz en la política profesional, donde a las pocas mujeres que llegan a puestos de poder se les aplica un elemento añadido de exigencia. Las asociaciones cuentan en sus actividades de liderazgo con un patrón de actuación masculino culturalmente aceptado y delegan en las mujeres tareas de trabajo, gestión y actividades informales de menor reconocimiento.

Para llegar a una democracia genérica, es imprescindible integrar la perspectiva feminista en el diseño participativo, y uno de los mejores modos es aprovechar la pluralidad social de las asociaciones locales para enraizar la equidad de género que debe llegar hasta las élites políticas y su forma jerárquica de funcionamiento.

ANA PÉREZ PÉREZ (EUSKADI)

“HACIENDO POLÍTICA FEMINISTA EN LA CALLE Y LUCHA SINDICAL”

Ana Pérez Pérez es miembro de la Asamblea de Mujeres de Bizkaia, y de la Secretaría de la Mujer en el sindicato STEE-EILAS.

La lucha feminista comenzó en la calle con reivindicaciones que interesaban a todas las mujeres y que atravesaban cualquier barrera que hubiera entre ellas. Ese fue el momento en que se construyó un sujeto colectivo de mujeres fuerte y cohesionado.

Otra gran aportación fue la premisa con la que se trabajaba: “lo personal es político” que incorporaba como eje de lucha lo cotidiano.

Después de esto, las mujeres dejaron de tener los mismos intereses y forma de lucha. De aquí surgieron distintos modos de reivindicación, y la calle dejó de ser el lugar principal donde luchar por el feminismo. Así surgieron grupos más



KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

vinculados a la política, ONGDs, otros que aún siguen su acción en la calle... Estos diferentes colectivos se alían con otros para reforzar su lucha e influencia y poder llegar a más ciudadanos y seguir adelante.

Los movimientos feministas de Euskal Herria y España son muy jóvenes, nacidos en los años 70, debido al régimen dictatorial que hubo durante los años anteriores. Además, esta forma de política estaba estrechamente ligada a la Iglesia y entre ambas se negaban todo tipo de derechos a las mujeres, puesto que eran tratadas como menores de edad durante toda su vida. Durante el franquismo, la mujer necesitaba siempre autorizaciones de un varón, ya fuera padre, hermano o esposo, para cualquier cosa, como por ejemplo, abrir una cuenta en el banco a nombre de la mujer.

En 1975 el movimiento feminista hizo su primera aparición pública, pero no fue hasta un año más tarde cuando en Bilbao se celebraron las primeras asambleas provinciales y se conmemoró el primer 8 de marzo. En este tema, la autonomía ocupó un lugar central, puesto que pretendía crear un espacio donde las protagonistas fuesen las mujeres y se discutiesen sus problemas, hasta entonces invisibilizados.

Así nació la Asamblea de Mujeres de Bizkaia y en 1977 se celebraron las Primeras Jornadas Feministas de Euskal Herria en Leioa, siempre formada por mujeres de izquierdas. En ellas se trataban temas como la educación y el sexismo, la legalización de los anticonceptivos, el derecho al cuerpo, al divorcio... Este último derecho fue aprobado durante la República y abolido en el franquismo. Hasta el año 2006 no se reconoció el divorcio por mutuo acuerdo y sin culpabilidad de ninguno de los cónyuges.

Para conseguir los objetivos relacionados con la desigualdad son necesarias distintas formas de lucha. Por ello, el movimiento feminista se coordinaba regularmente y luchaba contra la ideología heteropatriarcal y capitalista mediante asambleas, manifestaciones, encerronas, encarteladas, fiestas, etc.

Para difundir sus ideas y defender los derechos de la mujer se abrieron en diferentes barrios centros de planificación. Hay que recordar, que hasta 1977 los anticonceptivos y el aborto eran considerados delito y que se castigaba con penas de cárcel tanto a las mujeres que abortaban como al equipo médico que realizaba el aborto. Como ejemplo sirve el caso de la campaña "Yo también he abortado" en defensa de las once mujeres de Basauri que duró desde 1979 a 1982 y que fue un éxito del movimiento feminista, pues consiguió la absolucón de todas las personas implicadas en el caso.

Las Instituciones no reconocen al Movimiento Feminista como sujeto político, aunque gracias a él se hayan conseguido derechos que de otra manera no se hubieran conseguido,

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

como el derecho al divorcio o al aborto. Teniendo en cuenta que éste último (el derecho al aborto) quiere ser recortado por el actual gobierno del PP, significaría volver negar a las mujeres el derecho a decidir sobre sus cuerpos y los derechos sexuales y reproductivos.

Desde 2004 existe una ley de Medidas de Protección Integral contra la violencia de Género y desde 2005 en Euskadi y 2007 en el Estado español existe una ley de igualdad que se queda en simple teoría, puesto que el acceso al mercado laboral es un apartado que aún está por igualar. Las mujeres no tienen los mismos derechos que los hombres en el trabajo: todavía existe la brecha salarial, el techo de cristal, desigualdad de prestaciones, acoso sexual en el trabajo, etc.

Los grupos sindicalistas y los feministas no siempre han tenido relaciones fluidas. Los sindicatos estaban mayoritariamente formados por hombres y no incluían perspectiva de género ni tenían en cuenta necesidades específicas de las mujeres, especialmente en el plano de los horarios. Más tarde, los grupos feministas comenzaron a colaborar con el sindicalismo y a incluir en él lo que hasta entonces habían sido carencias en el trabajo para las mujeres y combatir la discriminación laboral.

Actualmente, con la crisis, las mujeres están sufriendo un ensañamiento mayor y un claro ejemplo es lo que ocurre con el desmantelamiento de los servicios públicos. Estos servicios como la sanidad, en los que los principales trabajos están relacionados con el cuidado de niños, personas mayores, enfermos o discapacitados, las principales empleadas son mujeres. Los recortes y la privatización hacen que la mayor parte de personas que se quedan sin trabajo sean mujeres, y una vez más son ellas las que sufren las consecuencias del sistema heteropatriarcal capitalista.

Dentro de las estructuras de los sindicatos la mayor parte de las direcciones generales están formadas por hombres, lo que refleja la realidad política actual. También es cierto que en STEE-EILAS y en LAB las secretarías generales son mujeres, pero no es lo habitual dentro del sindicalismo. Las mujeres de los sindicatos ven imprescindible crear alianzas con el movimiento feminista para colaborar y luchar por unos derechos laborales dignos.

El sujeto feminista se construye desde la toma de conciencia y la práctica política como sujetos políticos, lo que se traduce en que la teoría feminista no hace a las personas feministas, sino que es el ejercicio del feminismo lo que hace a las personas feministas.

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

IZASKUN LANDAIDA LARIZGOITIA (EUSKADI)

“MUJERES EN POLÍTICA: EL PODER DE DECIDIR”



Izaskun Landaida Larizgoitia, desde su posición como Directora del Instituto Vasco de la Mujer – Emakunde, nos habló de la importancia de la participación de la mujer en los órganos de toma de decisiones y en los puestos de poder en general.

La importancia de la participación de la mujer en la política ha sido reconocida por diversos órganos internacionales y foros en torno a la mujer a lo largo de toda la historia reciente, desde México hasta Beijing. En la declaración de Beijing se llegó a afirmar que los objetivos de igualdad, desarrollo y paz no podrían conseguirse sin antes alcanzar la inclusión de la mujer en todos los órganos de representación.

En España la mujer consiguió el derecho a voto en 1931, pero aun así existe un “déficit democrático” que se extiende hasta hoy en día, puesto que la participación de las mujeres sigue siendo marginal en muchos ámbitos, y la cultura política sigue condicionada por los patrones de conducta en función del sexo.



KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

A pesar de todo, la aprobación de la ley de igualdad fue un avance importante en la inclusión de la mujer en los puestos de responsabilidad política, con datos como los del Parlamento Vasco, que pasó a tener de un 7% de mujeres en 1980 a un 53% en su octava legislatura. En la legislatura de 2012 había una repartición prácticamente equitativa entre hombres y mujeres: 38 y 37 respectivamente.

Otro dato interesante es que a medida que se desciende en el escalafón político, la paridad aumenta, lo que significa que las mujeres han comenzado a introducirse en el panorama de la representación política desde abajo, y van avanzando poco a poco hacia los puestos de más poder. Buen ejemplo de ello son los ayuntamientos, en los que las mujeres participan cada vez más como alcaldesas, especialmente en localidades pequeñas.

En cuanto a los puestos de mayor responsabilidad política, cabe decir que el lehendakari ha sido siempre un hombre, aunque a día de hoy cuenta con 5 consejeras y 5 consejeros.

En los últimos años Emakunde ha trabajado en distintas áreas para aumentar la inclusión de la mujer en política. Uno de los trabajos más importantes es su informe anual, un análisis de la situación de la mujer en política que pone a disposición del público datos rigurosos sobre este tema. Al mismo tiempo, Emakunde trata de sensibilizar a la sociedad, pues entiende que la responsabilidad de aumentar la participación de las mujeres en política no recae solamente en las propias mujeres, sino en todo el ámbito público.

El último eje de acción es la formación de mujeres con responsabilidades políticas, no solo en temáticas relacionadas con la mujer, sino también en técnicas de liderazgo como tal. En este sentido ha tenido gran importancia la iniciativa Baskeskola, que proporciona conocimientos y espacios de reunión a las mujeres políticas, de forma que puedan desarrollar su labor de forma más eficiente.

Para terminar, cabe hacer una reflexión sobre el motivo por el que la mujer tiene una presencia tan reducida en el panorama político: puede ser que la política tal y como está planificada simplemente no resulte atractiva para las mujeres. No se trata de un problema de capacidades, sino de un problema de estructura. De ahí la necesidad de cambiar estas estructuras tradicionales y basadas en el modelo paternalista para que las mujeres puedan acceder cada vez más fácilmente a puestos de responsabilidad política.

MARÍA TERESA DÍAZ ÁLVAREZ (CUBA)

“HOMBRES QUE SE MIRAN. EXPERIENCIA DE TRABAJO DE MASCULINIDADES EN COMUNIDADES RURALES DE CUBA”

María Teresa Díaz Álvarez, Psicóloga, sexóloga y comunicadora cubana, nos habló de un proyecto que llevó a cabo en las comunidades rurales de Cuba, con el objetivo de trabajar la perspectiva de género no solo a las mujeres sino también a los hombres.

Para conseguir la equidad no sólo es importante trabajar con mujeres y desde el punto de vista de éstas, también es necesario el estudio de las masculinidades y el trabajo con los hombres. La investigación científica y el trabajo directo con los varones han creado importantes referentes conceptuales.



Las masculinidades tienen que ver con todo un discurso acerca de las construcciones sobre lo que significa ser varón, pero también se refieren a los vínculos interpersonales, sociales e intergeneracionales que existen entre hombres y mujeres y entre los propios hombres. Además, hacen referencia al poder configurado por un orden patriarcal que coloca a los hombres en posiciones de ventaja con relación a las mujeres.

Las relaciones de poder crean exclusión social debido a su conformación vertical que fomenta la subordinación a través del dominio patriarcal. La violencia tiene su origen en estas relaciones desiguales prescritas por el sexo y el género y desembocan en un problema social que afecta a las relaciones entre diferentes personas tanto en la vida pública como privada. Además, perjudica a las personas de manera individual desde un punto de vista moral y físico.

Estas situaciones empujan a trabajar con hombres, actividad que realiza el Grupo de Reflexión y Solidaridad Oscar Arnulfo Romero (OAR), potenciando el trabajo comunitario y favoreciendo la inserción en Talleres de Transformación Integral del Barrio de la Capital (TTIB). Esta asociación también fomenta las experiencias locales y territoriales donde conviven y se articulan grupos de hombres.

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

Gracias a estos espacios de sensibilización se han diagnosticado contradicciones intergenéricas sobre el desempeño de roles en espacios públicos y privados, relaciones discriminatorias, modelos de sexualidad excluyentes y violencia hacia mujeres, niños y niñas y entre hombres invisibilizados.

El trabajo de esta organización con varones fue difícil debido a las resistencias que ofrecen los hombres para socializar experiencias y emociones durante los primeros encuentros. Así, el primer paso fue quebrar la armadura de “masculinidad ya hecha” que llevaban de manera permanente y obligada por los estereotipos de poder.

El segundo paso fue desarrollar las masculinidades de manera saludable y no discriminatoria y haciendo especial hincapié en las experiencias reflexivas, emocionales y corporales.

El trabajo se hizo con catorce grupos de hombres que sumaban un total de 150 personas de diferente procedencia y que conformaban grupos muy heterogéneos en cuanto a raza, condición sociodemográfica, sexualidad, credo, ocupación, etc.

Los temas tratados en los talleres se escogieron partiendo de hechos, situaciones y eventos con conexión en las vidas de los hombres que participaban, de modo que pudieron analizar las representaciones de la masculinidad en ellas, así como la resolución de conflictos y la propuesta otros nuevos modos de resolución de los mismos.

Nunca se trabaja desde la imposición del cambio, sino que se hace entender al hombre la situación actual y la necesidad de cambio.

La vivencia de la sexualidad masculina fue otro tema que resultó importante en cuanto a la construcción de las relaciones entre hombres y mujeres. En la sociedad cubana se da gran importancia a la masturbación como modo de crecer como hombre, al igual que a la penetración y la imagen que se proyecta del miembro viril como un órgano sexual de fuerza y potencia. El hombre, por poseer tales genitales y ser quien penetra y quien tiene capacidad de embarazar, se glorifica, y esto supone un sometimiento de la mujer o de otro hombre.

Para los hombres supone un gran esfuerzo intentar vivir la sexualidad de una manera alternativa, aceptar su cuerpo y su pene tal como son y promover los vínculos afectivos y un placer que no suponga daños físicos o psicológicos de los hombres hacia sí mismos y hacia otras personas.

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

Este tipo de comportamientos tratan de “prevenir una posible homosexualidad” a través de una educación muy “masculina”, en la que se niegan mimos y tratos afectivos a los hijos varones, de modo que se prohíbe a los hombres vivir cualquier sexualidad alternativa a la heterosexualidad.

Muchos hombres participantes en los talleres, se reconocen como no heterosexuales y defienden su condición de masculinos, rompiendo con las realidades sociales establecidas para los hombres y asumiendo criterios desde una moral propia.

La violencia es algo que se aprende desde temprana edad y que se interioriza y vincula a la superioridad y el poder mediante el uso de la misma por parte de los padres hacia los hijos. Esto afecta a sus relaciones interpersonales y legitima la violencia como forma de relación. En los grupos de trabajo se vio cómo los hombres tenían interiorizada la subordinación de la mujer y los comportamientos violentos contra ellas mediante comentarios sexistas como el siguiente: “Hay mujeres que propician que se sea violento con ellas”.

La conclusión a la que se llega es que la violencia no es parte del ADN de los varones, sino que proviene de una educación y una cultura muy patriarcal, y que se extiende tanto a ámbitos privados como públicos. Esto se resume en una frase que tuvo gran impacto y aceptación entre el público que acudió a las jornadas: “La ira es un sentimiento y la violencia un comportamiento”.

Otro tema que surgió fue el relacionado con la violencia entre hombres. Algunos asumen comportamientos agresivos para probar su hombría y reforzar su sensación de superioridad mediante la violencia con otros varones más “débiles”.

La conclusión fue que de aquel sitio donde haya desigualdad o discriminación puede haber situaciones de violencia, y para evitar esto, hay que trabajar la equidad entre hombres y mujeres y entre los propios hombres. Los roles inculcados impiden ver la violencia oculta, por lo que los comportamientos pueden ser removidos a partir de la identificación y el reconocimiento de la misma, para que después pueda ser totalmente eliminada.

Los hombres deben conocerse a sí mismos y vivir su masculinidad desde una perspectiva no agresiva ni violenta, en situación de igualdad respecto a las mujeres y a aquellos hombres que deciden vivir su sexualidad o masculinidad de manera alternativa. El primer paso para esto, es cuestionar la jerarquía patriarcal y pensar y actuar desde un punto de vista crítico con este modo de vivir culturalmente extendido y aceptado.

PROYECCIONES DEL FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE INVISIBLE 'FILME SOZIALAK' PRESENTACIÓN DE LA TELENVELA “LOMA VERDE”



“Loma verde” es una telenovela que se presentó durante el encuentro por encajar con la temática propuesta: el uso de la comunicación (en este caso una serie de ficción) para combatir la desigualdad de género.

Esta iniciativa de la Fundación Luciérnaga, en la que KCD ONGD ha participado muy activamente, convirtió a “Loma verde” en la primera novela rural producida en el país nicaragüense.

Se trata de una telenovela que toca temas de la vida cotidiana, como el machismo, las dinámicas culturales y sociales, los factores de riesgo ante el VIH y SIDA, la violencia de género, sexual y psicológica que viven las mujeres jóvenes y adultas, o la explotación sexual comercial.

La idea de producir una telenovela en lugar de una serie o una película surgió de la necesidad de enganchar al espectador, de crear una historia y unos personajes que empujaran al público a seguir viendo la serie, porque venderla como una serie educativa no hubiera dado tantos frutos. Y el resultado no ha podido ser mejor. “Loma verde” ha tenido gran acogida y se ha convertido en un éxito gracias a su entretenido argumento y la dinámica de sus personajes, lo que ayuda a que la audiencia pueda ser sensibilizada en estos temas tan delicados desde una actividad tan sencilla como ver una telenovela.

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

MESA REDONDA: COMUNICACIÓN Y ACTIVISMO FEMINISTA

En esta sesión participaron varias ponentes que hablaron sobre sus experiencias en activismo feminista mediante la comunicación. Gracias a esta dinámica, no sólo explicaron las formas de lucha en las que participan o las ideas que defienden a través del activismo, sino que pudieron verse ejemplos de ello, los cuales se mostrarán en cada uno de los resúmenes que se ofrecen a continuación.



- **Marta Caravantes** (Madrid). Periodista y formadora en comunicación social.
- **Lola Fernández Palenzuela** (Andalucía). Periodista, directora de comunicación de la Fundación EuroÁrabe de Altos Estudios de Granada.
- **June Fernández Casete** (Euskadi). Periodista, bloguera feminista y Directora de la Revista digital Pikara.
- **Cristina Arévalo Contreras** (Nicaragua). Socióloga, teatrera y parte del Programa Feminista La Correinte, de Nicaragua.
- **Estíbaliz Sádaba Murguía** (Euskadi). Artista audiovisual y cofundadora del colectivo “Erreakzioa- Reacción”.

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

MARTA CARAVANTES (MADRID)

“DANDO LA LATA: CAMPAÑA CREATIVA DE CONCIENCIACIÓN PARA ERRADICAR LA VIOLENCIA DE GÉNERO”

Marta Caravantes es periodista y formadora en comunicación social.

El objetivo principal de la campaña “Dar la lata”, al igual que el de cualquier campaña de concienciación social, no es únicamente darse a conocer por un corto periodo de tiempo, va mucho más allá. Se trata de concienciar a toda la población, de llegar a todas

las personas sin importar su condición y de conseguir un compromiso diario para luchar, en este caso, contra la violencia de género. No sirve con rebelarse un día Internacional o cuando se produce una agresión, sino que se trata de un trabajo que hay que llevar a cabo cada día.

Gracias a esta estrategia ha habido grandes avances a lo largo de la historia e incluso existen nuevas propuestas como la que últimamente se repite y a la que se da gran importancia: no centrarse únicamente en los aspectos negativos de este problema, sino dar a conocer los logros y avances que se han conseguido gracias a tanto tiempo de lucha continua.

El segundo objetivo se centra más en el plano institucional, y es que es necesario dar a conocer el trabajo que realiza “Paz y desarrollo” (ONG responsable de la campaña) tanto entre el público como entre periodistas y líderes de opinión.

Para saber cómo funciona “Dar la lata” desde el principio, pudimos conocer los pasos que se siguieron durante el proceso creativo. En primer lugar, la preparación, fase en la que se escoge el enfoque que se quiere dar a la campaña, se reúnen las ideas y se proponen los medios. Después de que la idea principal haya nacido, se entra en una situación de frustración en la que empiezan a surgir problemas que aparentemente no se pueden resolver y que hacen creer que el proyecto no se puede sacar adelante. De aquí se salta al paso de la incubación, en el que el pensamiento actúa de forma inconsciente buscando



KDC ONGD – *Kultura, Communication and Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

soluciones, lo que hace que pasemos sin darnos cuenta a la iluminación. Esto no quiere decir que surjan ideas de la nada, sino que sin darnos cuenta, hemos tenido intuiciones que se convertirán en ideas cuando las desarrollemos mediante nuevos caminos.

La estrategia siempre incluye sacar el mayor partido a la idea. Para ello es necesario cuidar todos los detalles. Sobre “Dar la lata” supimos algunos de los más importantes como su imagen de campaña (una lata de conserva), el lema (“Dar la lata”) y el mensaje impreso en dicha lata (“Conserva tu conciencia intacta contra la violencia de género”). Todas las ideas están directamente relacionadas y vinculadas a la imagen de la lata, de modo que se expresen al máximo las posibilidades de jugar con el lenguaje que ofrece la palabra.

Uno de los actos de estrategia más importantes fue repartir 2000 latas en la calle junto con otro material de la campaña como camisetas, etc. La convocatoria se realizó en la Plaza Reina Sofía de Madrid, un domingo a las 11 de la mañana. El lugar, día y hora no fueron escogidos al azar, sino que se eligieron estratégicamente para que el acto fuera nombrado en los medios, puesto que la hora era perfecta para que periodistas y reporteros se acercasen a documentar lo que ocurría. En la actividad colaboraron entre 20 y 30 voluntarios que no entregaban las latas de manera indiscriminada, pues aceptar la lata implicaba un compromiso individual de esa persona en la lucha contra la violencia de género.

Cada lata contenía semillas de violeta, debido a que es el color que se vincula a la lucha contra la violencia de género. Estas semillas iban acompañadas del lema “Plántale cara a la violencia de género”

Otra parte de la estrategia, además de habilitar una página web oficial de la campaña (www.daralata.org) fue producir un vídeo con fragmentos de películas en los que se mostraba violencia de género. El vídeo fue titulado “La mayor historia de desamor jamás contada” y su elaboración fue posible gracias al préstamo de los derechos de las películas utilizadas.

Uno de los puntos más importantes fue enviar 100 latas a diferentes líderes de opinión, junto con una carta y un dossier de la campaña. De esta manera se consiguió que el acto fuera promocionado en “Las Noticias de La 2” gracias a que una de las presentadoras había recibido una lata de la campaña.

Los resultados que se consiguieron en cuanto a repercusión mediática fueron bastante buenos. El acto en el que se repartieron las latas en Madrid apareció en varias cadenas de televisión (Cuatro, Telemadrid, Telecinco, La Sexta y La 2) con una audiencia estimada de 4,5 millones de espectadores. Se hicieron entrevistas en ocho programas de radio

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

diferentes que llegaron a unos 2 millones de oyentes aproximadamente. Por último, todo el material fue difundido por Internet mediante redes sociales, YouTube, la web oficial de la campaña y otras páginas y blogs.

El método por el que se consiguieron tan buenos resultados no fue únicamente la estrategia, sino la creatividad mediante la cual se llevó a cabo la campaña, gracias a unas originales ideas tanto de forma como de medio, que resultaron atractivas al público de la calle, periodistas, líderes de opinión, medios de comunicación y espectadores.

LOLA FERNÁNDEZ PALENZUELA (ANDALUCÍA)

“UN ALTAVOZ PARA EL SILENCIO, UNA EXPERIENCIA DE PERIODISTAS Y COMUNICADORAS”

Lola Fernández Palenzuela es periodista y directora de comunicación en la Fundación EuroÁrabe de Altos Estudios de Granada.

Su trabajo en la campaña “Un altavoz para el silencio” es parte de la Fundación EuroÁrabe que colabora con mujeres de zonas en conflicto y postconflicto para que sean ellas mismas quienes den la información real de lo que ocurre. El trampolín que impulsó a Lola a trabajar en este tema fueron las noticias en las que se explicaba cómo la violación a mujeres se utilizaba como arma de guerra en las zonas de conflicto.

Este proyecto fue llevado a cabo en 2008 en Granada con mujeres de distintos sitios, con el objetivo de crear una red que sensibilizase a la sociedad y los medios sobre la situación



de la mujer. Además, se planteó garantizar un espacio documental e informativo para romper la brecha en nuevas tecnologías respecto al género. Las zonas de implementación del proyecto fueron dentro del área del mediterráneo, en África y Oriente Próximo. Para ello, primero se desarrolló e implantó la idea en estos países, y después se extendió a otros nuevos.

KDC ONGD – Kultura, Communication y Desarrollo.

Este proyecto cuenta con cierta variedad de idiomas, puesto que se lleva a cabo en castellano, francés y árabe, para que cada mujer pueda expresarse cómodamente en su propia lengua, lo que es posible gracias a la voluntad de entendimiento de todas las participantes.

Gracias a esto, se generó una red de mujeres, periodistas y comunicadoras de la zonas geográficas tratadas, que aún se mantiene y autogestiona.

Debido a problemas de financiación no ha sido posible seguir adelante con las jornadas, pero la fundación no ha dejado de trabajar: organiza talleres, crea contactos con periodistas, realizan pequeños proyectos, etc., y todo ello en torno al mismo tema, para que no se deje de explotar y así no sea olvidado. Además de la situación de la mujer y de la violación como arma de guerra, hay otros temas muy importantes que se trabajan desde la Fundación EuroÁrabe, como las guerras olvidadas, los niños soldado o la situación general de la República Democrática del Congo.

El mayor problema a la hora de conseguir financiación para seguir adelante es que se trata de un proyecto muy caro, puesto que la formación y capacitación de las mujeres que toman parte, incluye un equipo informático que se proporciona a cada una de ellas para trabajar, lo que supone un coste muy alto.

En cualquier caso, la formación de estas personas y su inclusión en los medios de comunicación mediante las nuevas tecnologías resulta muy importante, especialmente en el contexto de desinformación en el que se vive actualmente respecto a ciertos temas, como los anteriormente mencionados.

Ahora, el objetivo principal es conseguir las herramientas necesarias para la formación de mujeres comunicadoras que saquen la verdad de sus situaciones a la luz y poder así luchar contra la intencionada falta de información por parte de los medios masivos.

JUNE FERNÁNDEZ CASETE (EUSKADI)

“DE KAZETARION BERDINSAREA A PIKARA MAGAZINE: PERIODISMO FEMINISTA EN RED”



June Fernández Casete es Periodista, Bloguera feminista y Directora de la Revista digital Píkara.

El objetivo de Kazetarion Berdinsarea (kazetarionberdinsarea.blogspot.com.es) es que periodistas a favor de la igualdad debatan sobre la violencia, los estereotipos machistas, etc. Para ello crearon esta red vasca de periodistas feministas donde se comparten estrategias y formas de funcionamiento, puesto que las comunicadoras que se juntan provienen de diferentes medios de comunicación.

En Pikara Magazine (www.pikaramagazine.com) se hace periodismo responsable con la igualdad de género, y se pueden incluir contenidos que no tienen cabida en otro tipo de medios. El hecho de incorporar la perspectiva de género hace que la publicación sea consciente del tratamiento de las noticias desde el punto de vista femenino, pero no se construye como periodismo por, sobre y para mujeres. En Pikara se analizan y cuestionan también otras formas de violencia normalizadas no tratadas en los medios tradicionales.

Dos de sus primeros reportajes marcaron mucho su estilo y línea, tratando temas como el modo en que afectó la catástrofe de Haití a las mujeres, o el nacimiento de los bebés sin género definido, los cuales son intervenidos por la sanidad pública para que puedan encajar en un género u otro.

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

Una de las premisas más importantes con las que trabajan en Pikara Magazine es que a las mujeres “no nos interesa victimizarnos aún más, nos interesa dar voz a las supervivientes de la violencia machista”.

Hacer buen periodismo es imposible si no se es consciente del sexismo. Por ello, la revista ha evolucionado, y ha pasado de ser una revista con visión de género a una revista feminista, que entiende el feminismo como un movimiento vinculado al anticapitalismo y antirracismo.

El objetivo es doble, puesto que se trata de una publicación para personas ya vinculadas al feminismo, pero al mismo tiempo sirve también para acercarse a personas reacias a él a través de la atracción a gente menos concienciada.

En esta revista, hacen una fuerte apuesta por el humor y el placer junto a la reivindicación feminista, y publican contenidos tan importantes como los debates que éstos crean en las redes sociales.

Una vez más, la financiación supone un problema, así que la austeridad es uno de los puntos principales. Pikara Magazine no cuenta con plantilla fija de periodistas asalariadas, las trabajadoras escriben sus artículos de manera gratuita y tampoco existe redacción física, sino que las voluntarias trabajan desde sus casas en sus ordenadores personales. Las colaboraciones por parte de periodistas ajenas sí son pagadas. Para ello, la revista cuenta con una subvención de Emakunde (Instituto Vasco de la Mujer), la publicidad y el apoyo individual mediante la suscripción a la publicación y el carnet de Pikara.

CRISTINA ARÉVALO CONTRERAS (NICARAGUA)

“MIRADAS ALTERNATIVAS CON MEDIOS TRADICIONALES. LA EXPERIENCIA DEL PROGRAMA FEMINISTA LA CORRIENTE Y LOS DERECHOS SEXUALES Y REPRODUCTIVOS”

Cristina Arévalo Contreras es Socióloga, teatrera y parte del Programa Feminista “La Corriente” de Nicaragua.



KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

El proyecto Miradas Alternativas es parte del colectivo feminista “La Corriente”. Se trata de una iniciativa centroamericana que acabó por afincarse en Nicaragua. Es una asociación feminista con pocos miembros que trata de alentar la rebeldía de las mujeres nicaragüenses.

El enfoque principal que se da a este movimiento está basado en la libertad del cuerpo, la diversidad sexual, la maternidad voluntaria y la necesidad de una cultura laica, ya que el peso de la religión impide mirar desde ciertos puntos de vista.

El desafío más importante de Miradas Alternativas es comunicar el feminismo con mensajes claros, sencillos y visualmente atractivos, que consigan llevar estas ideas a la gente “común”. Pero existen problemas para divulgar sus campañas, puesto que los medios de comunicación les ponen trabas y dificultades. Un ejemplo claro sobre esto es el caso de la campaña “Lucía se enamora de María”, en favor de la aceptación del lesbianismo, que hizo que algunos diputados se manifestaran. Otro caso es la campaña que hubo por la defensa de una cultura laica, donde sólo pudieron mostrar sus anuncios en ciertas vallas publicitarias y en radios donde las participantes tenían conocidos que podían conseguir que se promocionara su movimiento. Debido a que las barreras les impedían divulgar su mensaje mediante medios de comunicación tradicionales, diseñaron bolsos, camisetas, pegatinas, etc. y utilizaron las redes sociales para promover la campaña.

Para llevar a cabo las diferentes campañas, se colabora con mujeres de distintos colectivos, teniendo siempre presente que no todos los ciudadanos de Nicaragua tienen acceso a Internet, lo que dificulta la puesta en común así como la divulgación de ideas y movimientos que tan beneficiados suelen estar gracias al uso de las nuevas tecnologías.

Otra forma de plasmar y divulgar su visión e ideas es mediante el teatro. Desde hace cuatro años existe Teatro Cabaret Feminista, desde donde se hacen propuestas de activismo potente y divertido. Se basa en la risa sobre los sinsentidos del machismo y el poder. De esta manera, llegan tanto a mujeres como a hombres no relacionados con el feminismo.

Como anécdota de las acciones que se llevan a cabo desde Miradas Alternativas, ésta representa no sólo la acción en sí, sino también la reacción que provoca. Algunas mujeres de este colectivo feminista hicieron una canción, que fue subida a YouTube, dedicada al obispo Mata, de Nicaragua, como respuesta a sus declaraciones sobre la ley de la violencia contra las mujeres.

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

ESTÍBALIZ SÁDABA MURGUÍA (EUSKADI)

“REFLEXIONES DESDE LA PRÁCTICA ARTÍSTICA Y EL ACTIVISMO FEMINISTA”



Estíbaliz Sádaba Murguía es Artista audiovisual y cofundadora del colectivo “Erreakzioa-Reacción”

La base de todos los proyectos recientes de la artista vasca Estíbaliz Sádaba es el estudio y la deconstrucción de lo que siempre se ha vendido como arquetipos femeninos, de modo que esto contribuya a la creación de una estrategia contra el discurso dominante, especialmente en el mundo del arte. Para ello, utiliza tanto trabajos artísticos como escrituras, organización de actividades, edición o publicación.

La precariedad laboral de las mujeres es una constante que se da en todos los ámbitos, incluido en el mundo del arte, que reproduce las mismas pautas sociales que se dan en otros campos.

Estíbaliz utiliza su cuerpo para criticar abiertamente el modo en que se le exige a la mujer mantener un cuerpo canónico en el que la delgadez es obligatoria. Para ello desarrolla sus trabajos grabando en vídeo *performances* en las que utiliza su propio cuerpo como instrumento. Así, el cuerpo se convierte en acción y ésta se vuelve a transformar mediante el uso de la herramienta tecnológica.

Otra de las formas de expresión que utiliza la artista es el “*detournement*” (desvío) mediante el cual se arranca artefactos estéticos de su contexto original y los desvía hacia contextos de creación propia. Para ello entremezcla titulares de prensa femenina y fragmentos de escritos feministas creando un mensaje que haga una crítica implícita mediante el choque de sentido. Aborda lo político desde una perspectiva creativa, y mediante sus acciones propone más preguntas que respuestas, haciendo que su objetivo principal sea denunciar, visibilizar y provocar la reflexión sobre la precariedad laboral de las mujeres. Un ejemplo de este tipo de arte es su pieza de vídeo “Acción nº2 (con mi *especulum* soy fuerte, yo puedo luchar)”. En ella utiliza frases del colectivo activista de los años 60 W.I.T.C.H., mezcladas con frases de la “prensa femenina” y otros textos feministas. A esto le añade unas imágenes en las que unos pies femeninos caminan sobre diferentes

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

muebles y en diversos espacios del ámbito doméstico. Así, se evidencia cómo el género se construye gracias a la *performance* cotidiana, en la que situaciones y actitudes son repetidas en diferentes lugares y momentos. La mujer, presa en ese espacio durante siglos, se presenta como una prótesis de la casa.

El colectivo Erreakzioa al que pertenece Estíbaliz surgió en 1994 con el propósito de generar espacios en torno a la teoría y la práctica artísticas y el activismo feminista. Su objetivo principal fue cuestionar la hegemonía de la representación dominante, desde contextos culturales y políticos para generar espacios de empoderamiento para las artistas y las mujeres.

Hasta el año 2000, el grupo dedicó gran parte de su esfuerzo a la edición de fanzines. Pero no ha sido ese su único método, sino que han sacado adelante proyectos como conferencias, exposiciones, vídeos, talleres o seminarios. Además, destaca la coordinación del seminario-taller “Sólo para tus ojos: el factor feminista en relación a las artes visuales” para el centro de arte Arteleku, así como el seminario “La politización del espacio sexual en las prácticas artísticas contemporáneas”.

Las artistas que lucharon por el arte feminista durante los años 60, lo hicieron por defender su derecho a producir y mostrar su arte. Esta lucha renovó profundamente el paisaje artístico. Pero la crítica feminista no sólo pone de manifiesto el fracaso de mucho de lo realizado en la historia del arte, sino también en la historia en general. Aún así, hoy en día sigue sin lograrse el mismo nivel de representación y visibilidad entre hombres y mujeres dentro del mundo del arte. Para conseguirlo, es imprescindible visibilizar el trabajo de muchas artistas y continuar llevándolo al espacio público. En Erreakzioa se defiende la idea de que mostrando, visibilizando y reflexionando sobre los modos de producción, el trabajo de muchas artistas puede servir para elaborar cambios políticos y sociales a través de su obra.

Aún hoy es necesario buscar nuevos procesos que permitan trabajar y buscar nuevos contextos y utilizar nuevas iniciativas que permitan cambiar la realidad existente. El arte es uno de ellos, y mediante éste, se podrá seguir avanzando dejando atrás los lastres pasados pero aún cercanos.

MESA REDONDA: EXPERIENCIAS COMUNICATIVAS



- **Clara Morales Rodríguez** (México). Representante de Ojo de Agua Comunicación indígena y productora de radio.
- **MªLuisa Vázquez de Agredos Pascual** (Valencia). Vicepresidenta Autonómica de Diplomacia Humanitaria de Cruz Roja – Valencia.

En esta mesa el tema principal fue el uso de la comunicación en favor de las mujeres, tanto siendo ellas las protagonistas como las mediadoras. Las ponentes dejaron claro que tanto si las mujeres son solamente retratadas como si forman parte de la producción de un texto comunicativo, lo imprescindible es la formación. La educación fue retratada como un elemento imprescindible para llevar a cabo las experiencias comunicativas.

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

CLARA MORALES RODRÍGUEZ (MÉXICO)

“LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA EN OAXACA”



Clara Morales Rodríguez es Representante de Ojo de Agua Comunicación Indígena y productora de radio.

La participación de la mujer en los medios de comunicación comunitaria es importante para fomentar formas de vida más participativas. El objetivo de la participación de la mujer en la comunicación comunitaria es dar a conocer la situación real de las mujeres, niñas y niños, al igual que contabilizar y exponer

casos de agresiones a éstas y éstos.

Gracias a estas comunicadoras se puede saber que cada seis días muere una mujer a causa de la maternidad. Otros datos importantes que deben darse a conocer son los relacionados con la violencia. Durante este año ha habido 172 ataques sexuales a mujeres y niñas, siendo la violación el tipo de ataque más común. Aún así, este tipo de ataque es el menos denunciado por vergüenza de la persona agredida, y por ello son más de los contabilizados en la estadística. Por otro lado, la violencia intrafamiliar es una de las más comunes. Debido a que no se denuncian todos los casos, la brecha entre la información que dan los medios y la realidad es muy amplia.

Se ha calculado que casi el 48% de las noticias refuerzan los estereotipos de género debido a que se proporciona una imagen distorsionada y paternalista de la realidad. En la mayoría de los casos, son los hombres quienes hablan sobre la vida de las mujeres desde el punto de vista de los varones, lo que fomenta los prejuicios machistas.

Existe una conciencia sobre la subordinación de la mujer que en el caso de los pueblos indígenas resulta más compleja, pues se le agrega el racismo. En esos casos surgen reivindicaciones que enfrentan en lugar de ayudar.

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

Ojo de Agua Comunicación, organización a la que pertenece Clara Morales, forma comunicadoras indígenas e impulsa la participación de la mujer en los medios de comunicación para que puedan tener herramientas con el fin de contar sus historias y dar a conocer sus problemas como mujeres. Además, la asociación colabora con los medios comunitarios para incorporar la perspectiva de género.

En Oaxaca hay cuarenta radios comunitarias aunque no estén reconocidas por el Estado. En ocasiones son perseguidas, por lo que no resulta sencillo que las pequeñas comunidades tengan sus propios medios de comunicación. Ojo de agua trata de cambiar estas políticas públicas, tratando de hacer valer el derecho de las comunidades indígenas a tener sus propios medios de comunicación.

La difusión es muy importante para ayudar a las comunidades indígenas a mejorar sus condiciones de vida. Hablan sobre equidad y la situación social y económica de los pueblos indígenas para que ésta se dé a conocer. La perspectiva de género debe ser utilizada de forma sutil para no suscitar reacciones por parte de las autoridades.

Otras actividades como talleres de capacitación de comunicadores y comunicadoras indígenas de radios de Oaxaca son importantes, a pesar de que la organización se ha encontrado mucho desconocimiento y rechazo a la iniciativa. Mediante estos talleres, los participantes han empezado a producir programas con un enfoque de género, de modo que sin hablar de feminismo, se están haciendo acciones feministas.

Una de las principales producciones fue una radionovela sobre desigualdad de género, violencia, etc., que utiliza una historia sobre una mujer que escapa de un matrimonio concertado y recoge testimonios de mujeres maltratadas basadas en hechos reales. La novela fue tan bien recibida y tuvo tanto éxito que se tradujo a las lenguas indígenas mazateco y mixe.

La formación de los radialistas, tanto mujeres como hombres, se lleva a cabo con ayuda de la Diputación Foral de Bizkaia y de KCD ONGD, teniendo en cuenta siempre que la presencia de la mujer tanto como formadora como en el papel de alumna es importante. También se insiste en que las mujeres tomen parte en la producción desde un puesto visible. Para ello, se generan condiciones en las que las mujeres puedan participar activa y relajadamente, por ejemplo, creando espacios en los que las mujeres dejen a sus hijos e hijas mientras toman parte en la formación o producción.

El proceso es difícil y los resultados de estos talleres son lentos porque antes de nada es necesario normalizar la perspectiva de género. La formación tiene que continuar y la producción de este tipo de materiales tiene que acelerarse. Además, se ha comenzado a

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

hacer coproducciones con algunas radios comunitarias y en algunos casos se plantean llevar a cabo reportajes, gracias a la colaboración de los compañeros que envían información sobre lo que ocurre en otras comunidades y ponen al resto al tanto de su situación.

Para terminar, en la ronda de preguntas posterior a la ponencia, se aclaró que Ojo de Agua Comunicación no posee ninguna de las radios de Oaxaca, sino que éstas son proyectos independientes. La función de la asociación es poner en contacto a estos grupos y aportarles ayuda, pero es cada radio por sí misma la que consigue financiación por parte de su propio pueblo para los gastos mínimos que supone la producción radiofónica. KDC y la Diputación Foral de Bizkaia aportan ayuda para poder conseguir herramientas para desarrollar este trabajo.

MARIA LUISA VÁZQUEZ DE ÁGREDOS PASCUAL (VALENCIA)

“VIDEO FORUM: Documental Burkinabés, íntegros/íntegras. Historias de mujeres y hombres de una misma comunidad de Burkina Faso que se convierten en actores principales de su propio desarrollo”

M^a Luisa Vázquez de Ágredos Pascual, de Valencia, es Vicepresidenta Autónoma de Diplomacia Humanitaria de la Cruz Roja de Valencia, y se acercó al encuentro a hablar de un documental que la Cruz Roja produjo sobre sus proyectos en Burkina Faso.



Antes de empezar con el documental en sí mismo, cabe aclarar que esta pieza audiovisual fue encargada por la sección de sensibilización de la Cruz Roja, un departamento que se encarga de difundir los proyectos que la organización está realizando en distintos puntos del planeta. Este documental en concreto habla de los proyectos de la Cruz Roja en Burkina Faso, y su realización se sacó a concurso público. El director terminó siendo un hombre porque no se presentó ninguna mujer a la

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

convocatoria, pero en cualquier caso estuvo acompañado en todo momento por la colaboradora local de la Cruz Roja.

En cuanto al proyecto de colaboración al desarrollo, se trata de un proyecto que la Cruz Roja emprendió para mejorar la situación de las mujeres en Burkina Faso, puesto que la organización las consideró uno de los colectivos más vulnerables de la zona. Sin embargo, el trabajo no se limita a las mujeres: también se realizaron talleres de masculinidad, algo necesario cuando se quiere abarcar el género en toda su amplitud.

Otro rasgo importante del documental es que fueron los propios burkineses los que eligieron su temática. La Cruz Roja tiene varios proyectos en marcha en la zona, especialmente centrados en soberanía alimentaria, pero tras los primeros talleres de género los habitantes de Burkina Faso consideraron más importante tratar estos proyectos desde la perspectiva de género.

Tras esta introducción, se proyectó el documental “Burkinabés, íntegros/íntegras”, una película que no se limita a mostrar los proyectos que la Cruz Roja ha puesto en marcha durante los últimos años en la zona, sino que también se trata la visión de quienes han experimentado los cambios en la región, haciendo especial hincapié en la opinión de las mujeres. El mensaje es claro: Burkina Faso es una región en pleno desarrollo, y aún le queda un largo camino por recorrer, y tanto sus hombres como sus mujeres han tomado la decisión consciente participar activamente en ese proceso.

MESA REDONDA: MUJERES EN EL CINE



- **Iratxe Frenesa Delgado** (Euskadi). Facultad de Ciencias Sociales y de la comunicación. Departamento de Comunicación Audiovisual de la UPV/EHU.
- **María Castejón Leorza** (Nafarroa). Historiadora, especialista en representaciones de género en el audiovisual. Redactora en Revista Píkara. Responsable de Comunicación de la Muestra internacional de Cine y Mujeres de Pamplona.
- **Amal Ramsis** (Egipto). Realizadora Árabe y directora del Festival de Cine Árabe Iberoamericano de El Cairo “Entre Cineastas”.
- **Marta Selva Masoliver** (Catalunya). Historiadora y profesora. Forma parte de la Cooperativa promotora de medios audiovisuales, Drac Magic y Codirectora de la Mostra Internacional de Films de Dones de Barcelona.
- **Arab Lotfi** (Libano/ Egipto). Periodista, directora de Cine y activista política.

El mundo del cine, por progresista y liberal que pueda parecer, también lleva la lacra de la subexposición de la mujer, tanto en contenidos que muestren a la mujer desde una perspectiva de género como en películas realizadas o coproducidas por mujeres. Esto, por supuesto, no significa que la mujer no pueda entrar en este mundo, y lo cierto es que cada vez se realizan más esfuerzos para llenar ese hueco en el audiovisual: cada vez son más las mujeres realizadoras que aprovechan espacios alternativos como el documental para expresarse, y al mismo tiempo afloran los festivales y muestras que centran su atención en el cine de mujeres y para mujeres.

KDC ONGD – *Kultura, Comunicación y Desarrollo*.

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

NEREA URIARTE GOITIA (EUSKADI)

“FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE INVISIBLE “FILM SOZIALAK” DE BILBAO”

En nombre de Kultura, Communication y Desarrollo, KCD, y mediante la presentación del Festival Internacional de Cine Invisible 'Film Sozialak' que se celebrará en septiembre de este mismo año, se explicó que el objetivo de este tipo de festivales es hacer visible el cine que no tiene espacio en los circuitos comerciales, así como a los y las realizadores que hacen este tipo de cine.



La de este año será la quinta edición del festival, que con el tiempo ha ido creciendo hasta ocupar trece sedes diferentes, con 340 obras de distintos géneros presentadas que cuentan historias de más de 40 países. Al menos el 30% de ellas están subtituladas al castellano y son accesibles para personas sordas.

El del género es un factor muy importante para el comité selector, que después de visionar todas las obras recibidas, decidió seleccionar entre un 45 y un 50% de películas realizadas por mujeres para visibilizar su trabajo e igualar la oportunidad de optar a los premios. Asimismo, el jurado que decidirá los premios está formado por mujeres en más de un 60%, lo que asegura que la visión femenina estará representada también en los premios.

ARABIA SHAKIF LOTFY (EGIPTO/LÍBANO)



Históricamente El Cairo, junto con Alejandría, ha sido la capital cultural del mundo árabe, incluso para el resto de países de este entorno. Desde los años 60 fue el principal centro del cine árabe, y está entre los cinco mayores productores de cien a nivel mundial. En este ámbito artístico egipcio las pioneras, allá por los años 20, fueron mujeres: artistas que venían de otros campos como la pintura o la fotografía y empezaron a trabajar en cine. De las tres primeras personas que se han considerado cineastas en Egipto, dos fueron mujeres.

KDC ONGD – Kultura, Communication y Desarrollo.

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

Desde entonces la mujer ha jugado un rol muy importante en el cine egipcio, no solo sacando adelante la industria como guionistas, directoras, editoras... etc, sino también contribuyendo al debate político desde el terreno del arte.

En este contexto, resulta muy importante la película “The open door”, que algunos consideran la película clásica más importante del cine egipcio. Esta película está basada en una novela homónima, y su guionista es una conocida activista política marxista que también tiene lazos con los movimientos de las mujeres en Egipto. Pese a que el director fue un hombre, la película habla de la lucha de una mujer por el divorcio, y refleja a la perfección la situación de la mujer en el mundo árabe.

El cine egipcio necesita más películas como “The open door”, películas que expresen el punto de vista de las mujeres sin importar que estén realizadas por hombres o por mujeres. Buen ejemplo de esto es “The silence of the palace”, una película tunecina cuyo guionista es un hombre feminista, lo que demuestra que en los países árabes también hay hombres que apoyan los movimientos de las mujeres.

A pesar de que se están haciendo avances en este sentido, aún existen problemas con la censura.

AMAL RAMSIS LABIB (EGIPTO)

“LA MUJER ÁRABE Y EL CINE POLÍTICO”



Amal Ramsis empezó su ponencia haciendo una pregunta dirigida a Arab: ¿Durante su historia en el cine político, ha tenido algún problema con la censura? La respuesta de Arab es un rotundo “sí”.

Lo cierto es que ninguna de las películas de corte político de Arab Loutfi ha sido proyectada en Egipto, mientras que otros documentales de la misma autora pero que tocan temáticas más “ligeras” pasaron por las salas sin ningún problema.

El sistema de censura funciona de la siguiente manera en Egipto: a la hora de escribir un guión es necesario mandarlo a la censura, para que el gobierno

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

dé permiso para filmarlo. El siguiente paso es mandarlo también a la policía para obtener un permiso de rodaje, cosa que en el caso del documental es completamente imposible. Sin embargo, la censura no acaba en la fase de “preproducción”, sino que, una vez la película está terminada, hay que mandar una copia a la censura para que ésta confirme que se ha rodado conforme a lo que se propuso en el guión.

Muchos productores renuncian a pagar buenas producciones con salidas comerciales por miedo a la censura, que podría impedir la proyección de su obra una vez finalizada y arruinarlos. De ahí que en los últimos años el cine haya quedado en manos de la producción privada, lo que ha provocado por un lado que se produzca un cine de ficción ligeramente estancado y reacio a asumir riesgos, y por otro, la aparición del cine documental.

Y es precisamente en estos circuitos alternativos del cine documental donde la mujer ha adquirido mayor protagonismo en los últimos años, con piezas audiovisuales que desafían la censura y abordan temas políticos y de actualidad. Buen ejemplo de ello es el documental “Carta a mi hermana”, una obra argelina de cine documental, feminista y político en el que la protagonista es una mujer cuya hermana fue asesinada por ser activista feminista.

Lo que el cine documental y especialmente las mujeres documentalistas han conseguido ha sido plasmar la realidad del mundo árabe, con todos sus matices y conflictos. De alguna manera, las mujeres egipcias ya hacían cine revolucionario incluso antes de la revolución.

MARTA SELVA MASOLIVER (CATALUNYA)

La catalana Marta Selva Masoliver, historiadora, profesora y miembro de Drac Màgic, nos habló de la *Mostra Internacional de Films de Dones de Barcelona* que codirige. La Mostra ha cumplido 21 años, en esta ocasión bajo el título “La historia que el cine destaca”, una revisión de varias películas de autoras españolas y catalanas, así como cortos realizados por mujeres.

Esta muestra, también conocida como la Mostra Dona, ha hecho de su falta de estatus de festival una virtud: se ha eliminado el componente competitivo de los festivales y ha puesto el acento en visibilizar a las autoras que participan en la misma.



KDC ONGD – Kultura, Communication y Desarrollo.

En este sentido, las organizadoras hacen un gran esfuerzo en la fase de planificación, de forma que cada programa tenga su espacio y su tiempo, para que el público se reparta conforme a sus intereses. Además, este año se ha reservado en cada proyección un tiempo para explicar la razón por la que se programó la película en cuestión, y se dio la oportunidad de expresarse tanto al público como a las realizadoras que así lo deseen. El principal objetivo de este año, por tanto, ha sido orientar la Mostra de cara al público, guiándolo en la interpretación de las películas expuestas y dando lugar al debate.

Como ejemplo se puede aportar la obra de Virginia García del Pino “El Jurado”, que no sólo toca directamente el tema de la Mostra al ser su tema principal un juicio sobre violencia machista, sino que además innova en la forma, lo que revela cierta libertad en las autoras a la hora de explorar nuevos métodos de expresión que podría desembocar, si las tendencias se mantienen, en una ola de vanguardia cinematográfica.

MARÍA CASTEJÓN LEORZA (NAFARROA)

Es historiadora y especialista en representaciones de género en el audiovisual. Trabaja como redactora en Revista Píkara y es responsable de comunicación de la Muestra Internacional de Cine y Mujeres de Pamplona.

La muestra nació con una serie de objetivos muy claros. El primero y más importante es el de visibilizar el trabajo de las cineastas, pero también se pretende aportar un punto de vista de género al audiovisual en general, crear nuevas representaciones de identidades de género, y por supuesto promover la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.



Sobre estas bases, se ha construido una muestra que no solo es un lugar de exhibición, sino también un espacio para la reflexión y el debate: procuran que cada proyección cuente con la presencia de su directora o, en su defecto, alguna experta en la película. Además la organización del festival realiza entrevistas tanto a las directoras como al público que asiste a las proyecciones, y tras acabar la muestra se lanza una publicación online que reúne estas entrevistas junto con una serie de ensayos feministas.

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

El público que atrae cada año esta muestra es cada vez mayor y, lo que resulta más interesante, está compuesto tanto de hombres como de mujeres, haciendo los debates aún más enriquecedores. Pese a todo, tanto la Muestra Internacional de Cine y Mujeres de Pamplona como las iniciativas similares en todo el Estado se siguen encontrando con el reto de la financiación.

IRATXE FRESNEDA DELGADO (EUSKADI)

“ABRIENDO CAJAS DE MÚSICA”

Desde el Departamento de Comunicación Audiovisual de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la UPV/EHU, nos habló del problema de la subexposición de la mujer en los grandes festivales.



Históricamente los festivales han sido controlados por hombres: además de ser organizadores y jurados, la mayoría de películas están también dirigidas por hombres, lo que descarta cualquier tipo de mirada que no sea la masculina. En este contexto, cabe preguntarse por qué la mujer, tanto en el ámbito artístico como en cualquier otro, tiende a ser comparada o contrapuesta al hombre en lugar de ser considerada por sí misma. Esto, traducido al mundo de los

festivales, significa que las mujeres deben reivindicar un espacio en los grandes festivales tradicionalmente controlados por hombres, además de mantener otros “reductos de Amazonas” como las muestras de cine de mujeres de las que se ha hablado previamente.

Emily Dickinson es el mejor ejemplo de cómo las mujeres son sistemáticamente subexpuestas en el mundo del arte. Esta escritora produjo cerca de 2000 poemas a lo largo de su trayectoria, pero la mayoría no se hallaron hasta después de su muerte. Aunque tiempo después Harold Bloom la reconoció como una de las poetisas más importantes de su época, esta mujer nunca conoció el éxito que hubiera merecido en vida.

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

La historia de Emily Dickinson se repite aún a día de hoy, cuando muchas mujeres hacen cine pero muy al margen de los circuitos tradicionales, y por tanto de manera prácticamente invisible.

Para otorgar a la mujer la visibilidad que debería tener en estos circuitos tradicionales, es necesario centrarse en dos ejes fundamentales: por un lado el del contenido y por otro el de la manera en que se construye este contenido.

Para abordar el primero, sería necesario abandonar los estereotipos pasados, pues su repetición no hace más que perpetuarlos. Para comprobarlo se propone el sencillo “Test de Bechdel/Wallace”. Este test consiste en pensar en dos películas que reúnan las siguientes características:

- a) aparecen dos mujeres
- b) ambas mujeres hablan en algún momento
- c) hablan de algo que no esté relacionado con un hombre

Aunque en apariencia son características básicas de cualquier película, lo cierto es que muchas de las películas que vemos, incluso entre las realizadas por mujeres, no las cumplen.

En cuanto al segundo eje, el que se refiere a las formas de construir el contenido, viene a cuento la siguiente cita de Agnes Varda: “Es un mal debate pensar que hay cine femenino, cine feminista y cine de hombres. Hay cine de simple representación”. Si efectivamente aceptamos que clasificaciones como “cine feminista” o “cine de mujeres” son meramente instrumentales, nos encontramos con que cada autor, sea hombre o mujer, desarrolla su propia forma de representación. Sin embargo, en este campo las mujeres también se encuentran con un obstáculo que no se les presenta a los hombres, puesto que se critican más duramente los errores de una mujer que los de un hombre. Buen ejemplo de ésto son Leni Riefenstahl y Griffith, ambos filofascistas, pero mientras que la mujer fue tachada como la “realizadora oficial del nazismo”, a Griffith se le pasó por alto y se le recuerda como a un genio.

En este sentido, es necesario que las artistas y realizadoras reivindiquen su derecho al “ensayo error”, de forma que puedan experimentar y desarrollar sus propias formas de representación sin que el mundo del audiovisual las castigue por excentricidades o experimentos fallidos.

Para finalizar esta reflexión sobre la posibilidad de incluir a la mujer en los circuitos de cine tradicionales, cabe hacernos una última pregunta: ¿Es posible jugar en la misma liga que los hombres sin abandonar los espacios colaborativos para mujeres que ya existen?

Ronda de preguntas:

-En relación a los festivales, da la sensación de que ese debate es de la prehistoria: ¿Por qué no se trasladan los festivales a Internet (de manera legal)? ¿Se plantea alguna organizadora de muestras feministas esta opción?

En general, existen varias iniciativas por parte de las mismas organizadoras de las muestras feministas, pero llevar un festival completo a Internet no sólo resulta mucho más caro, sino que además habría problemas con los derechos de autor.

TALLER CON ISABEL MOYA “CAMBIAR LA MIRADA” - Análisis de productos comunicativos.



En este taller titulado “Cambiar la mirada” el objetivo principal fue analizar productos comunicativos desde una perspectiva de género. El estudio que se hizo no fue sólo para acercarse a la realidad sino también para cambiarla mediante la acción participativa. Para ello se comenzó con el visionado de un videoclip que Isabel calificó como misógino debido al modo de representación que se hacía de la mujer y de la posición en la que se le coloca, como un objeto sexual conquistable.

Para poder analizar este tipo de productos comunicativos, no hay que tener en cuenta sólo el estudio cuantitativo, sino también la construcción del discurso. Es necesario diseñar las categorías modélicas de cada ámbito y ver cuáles pueden desvelar mejor lo que se está buscando, todo ello para facilitar el trabajo de análisis.

Los pasos concretos que se propusieron para el estudio y que más tarde se utilizaron en la actividad práctica fueron los siguientes:

Antes de analizar un texto en concreto, es imprescindible tener una imagen global del medio: leer el periódico o la revista, ver el programa o el canal de televisión... De esta manera conseguimos tener clara la línea editorial y el código ético del medio que aloja el fragmento que vamos a analizar.

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

Una vez tenemos escogido el texto concreto, ya sea un artículo en prensa, un vídeo en televisión u otros formatos en radio e internet, empezamos a analizar el contexto en el que se encuentra dicho fragmento dentro del medio, lo que le otorga desde el principio un valor u otro.

Una parte muy importante del estudio consiste en definir los roles que se les asignan a hombre y mujeres, es decir, tener en cuenta quiénes son periodistas, entrevistados, fuentes, expertos, etc. Del mismo modo, en el campo de la publicidad es necesario fijarse en qué espacio aparece la mujer: privado o doméstico, público o institucional, público de recreación, indefinido...

Tener en cuenta todos estos detalles es interesante debido a que en los medios los atributos que se confieren a mujeres y hombres parecen estar predeterminados. Sobre las mujeres siempre se destaca su rol, el espacio donde se las coloca, el estado civil en el que se encuentran, el físico y su forma de vestir. Respecto a los hombres, en cambio, se aporta información sobre su físico, sus habilidades intelectuales, su fuerza, su independencia... El hombre en los medios nunca aparece asociado a su estado civil ni es presentado como padre, sino como hombre independiente y libre, mientras que la figura de la mujer se muestra como dependiente y ligada a roles de madre y esposa.

Por último, se analizan los elementos de construcción del discurso periodístico. No sólo importa el artículo en sí, sino también las fotografías que lo acompañan, el titular, los infográficos, el género periodístico, el tono del lenguaje, el enfoque de la noticia, etc.

No hay que olvidarse de estudiar los roles que desempeñan las mujeres en esa información que estamos analizando, si aparecen como víctimas, supervivientes, activas, pasivas, tradicionales, emergentes, transgresoras, voceras, expertas, citadas...

Resultados del análisis

Para llevar a cabo la actividad propuesta por Isabel, se organizaron cinco grupos compuestos por los asistentes al Encuentro. Cada uno de ellos analizó un tema relacionado con el género a partir del contenido y la forma del artículo, la publicidad o cualquiera de los objetos de estudio que se les asignaron.

Los resultados para cada uno de los temas fueron los siguientes:

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

El primero analizaba la representación de las mujeres en las revistas, especialmente a la importancia que se da a su estado civil.



Para ello se escogió una conocida revista del corazón en la que la mayor parte de las noticias abarcan el tema de las bodas, los divorcios, las familias... Se habla de las mujeres como novias o mujeres de alguien y en caso de que no tengan pareja, como hijas o nietas de hombres, no como personas independientes. Además, en las fotografías las mujeres siempre van acompañadas, mientras que en el único par de artículos en los que se habla de hombres, se les presenta como personas independientes, no vinculados a ninguna mujer y apareciendo solos en las

fotografías. Por último, se destaca el hecho de que en las fotografías de familia, el hombre siempre aparece significativamente en el centro.

El segundo tema para analizar fueron las páginas deportivas de deportistas masculinos y femeninas.

En el periódico escogido para hacer el ejercicio, sólo tres de las periodistas son mujeres. De 62 noticias deportivas en este mismo diario, sólo un 2% eran referidas a mujeres. Aún así no se hacía referencia a éstas en los titulares sino que se las mencionaba en el artículo.

Una de las noticias publicadas sobre deportistas femeninas hace referencia a las tenistas Sarapova y Williams. Su titular es "Pelea de gatas", y es que en ningún momento el artículo habla de sus cualidades como tenistas o de ningún partido disputado entre ambas, sino de una discusión que hubo debido a que la pareja de una de ellas se había besado con la otra deportista.

Otro de los tratamientos que se hace de la mujer en este periódico destaca debido a que la ministra de



KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

deporte es llamada “puta” por evadir impuestos. Este tipo de calificativo nunca se utiliza para un hombre en la misma situación, pero en el medio está normalizado.

Por último, se destacaron las fotografías y la publicidad. Sobre las primeras se dijo que aquellas en las que aparecían hombres, el eje central eran siempre los genitales. Las mujeres en cambio eran cortadas por la cintura. Respecto a la publicidad, están publicados dos anuncios que llaman la atención: el primero es de viagra, que se presenta válida tanto para uso masculino como femenino. El segundo anuncia una novela negra cuyo eslogan dice: “Él las mata, un final perfecto”. En ambos casos la posición y la imagen de la mujer es dudosamente aceptable.

En tercer lugar, se estudió el tratamiento de la noticia sobre la nueva medida en escuelas primarias de Euskadi por la cual se precisa al menos un profesor de sexo masculino para que hable sobre la igualdad de género.

En este caso el artículo fue correcto tanto en contenido como en forma desde la perspectiva de género. En la fotografía que acompaña al texto aparecen tres mujeres, todas identificadas tanto en nombre como en cargo y presentadas en un contexto político. Como punto a favor, la periodista que trata el tema también es mujer.



El cuarto tema que se analizó en prensa fue sobre la mujer árabe. Para ello se escogieron dos artículos que lo abordaban de manera distinta.

En el primero, el titular y la foto se contradicen, puesto que el titular afirma que apenas asisten jóvenes a las elecciones, mientras que en la fotografía se muestra a una mujer joven con una pancarta protestando de manera activa. En esta noticia las mujeres no son especificadas, sino que se utiliza un lenguaje genérico que no deja saber si el artículo se refiere únicamente al colectivo de los hombres o si se utiliza el masculino para referirse tanto a mujeres como a hombres. Se habla sobre un candidato iraní de la corriente conservadora que da un mitin sólo a mujeres y se refiere a ellas como “animadoras”.

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68

También es importante destacar que pese a ser una noticia sobre un país árabe, la información tiene un tratamiento occidental.

En la segunda noticia, en cambio, se contrapone la imagen de la mujer musulmana respecto al artículo anterior.

Para terminar, se estudió el tratamiento en la prensa de la condena de Berlusconi y de la figura de la menor de edad.

Uno de los artículos está acompañado de una fotografía de gran tamaño en la que se muestra al italiano tapándose la cara con la mano. Lo que al principio puede parecer un gesto de vergüenza se convierte en una mueca insultante cuando se descubre que por debajo de la mano está sonriendo. La muchacha aparece en una fotografía más pequeña debajo de la principal. Su pose y su mirada son provocativas y consideradas desafiantes por



algunos por el hecho de ser mujer y marroquí. También puede ser considerada una persona emergente por haberse atrevido a denunciar. Según otro punto de vista, la fotografía de la mujer puede ser utilizada de esa manera y en ese contexto para que la muestren como una prostituta.

El segundo artículo es mucho más breve, teniendo en cuenta que el primero ocupa una página completa. La noticia corta está firmada por una mujer, mientras que la larga ha sido asignada a un periodista de sexo masculino, quien parece intentar justificar los actos de Berlusconi y que además cosifica a la mujer marroquí.

Agradecimientos

A Iera Díaz Fernández y Raúl Campos Martín por elaborar esta Relatoría.

A todas las personas que nos han apoyado y han acudido a este Encuentro.

KDC ONGD – *Kultura, Communication y Desarrollo.*

www.kcd-ongd.org e-mail: info@kcd-ongd.org Tel. / Fax: 94 602 46 68