

eman ta zabal zazu



Universidad
del País Vasco

Euskal Herriko
Unibertsitatea

REIVINDICACIÓN Y ACCIÓN COLECTIVA FEMINISTA:
LAS PROTESTAS FEMINISTAS EN LA FOTOGRAFÍA DE LA PRENSA
DIGITAL ENTRE LOS AÑOS 2013 Y 2014

Janire Fernández Santos

2017

Reivindicación y acción colectiva feminista:
las protestas feministas en la fotografía de la prensa digital
entre los años 2013 y 2014

JANIRE FERNÁNDEZ SANTOS

Director:

Patxi Juaristi Larrinaga

“Cuando hay mucho alboroto es porque algo está pasando. Creo que tanto los negros del Sur como las mujeres del Norte están todos hablando de derechos y a los hombres blancos no les quedará más que ceder muy pronto.

Pero ¿de qué estamos hablando aquí?

Los caballeros dicen que las mujeres necesitan ayuda para subir a las carretas y para sortear los charcos en la calle y que siempre se les concede el asiento más cómodo en todas partes. Pero a mí nadie nunca me ha ayudado a subir carretas o a saltar charcos de lodo o me ha dado el mejor puesto.

¿Y acaso no soy una mujer?

¡Mírenme! ¡Miren mis brazos! ¡He arado y sembrado, y trabajado en los graneros y ningún hombre lo hizo nunca mejor que yo!

¿Y acaso no soy una mujer?

Puedo trabajar y comer tanto como un hombre, si es que consigo alimento, y puedo aguantar los latigazos también.

¿Y acaso no soy una mujer?

Parí trece hijos y vi como casi todos fueron vendidos como esclavos. Cuando he llorado mi dolor de madre nadie, excepto Jesucristo, me escuchó.

¿Y acaso no soy una mujer?

Entonces se preguntan, ¿qué es lo que tiene en la cabeza? ¿Qué significa esto? (Una mujer de la audiencia sugiere “intelecto”),

- ¡Exacto querida! ¿Qué tiene que ver todo esto con los derechos de las mujeres y de los negros?

Si mi copa solamente contiene medio litro y la suya un litro entero, ¿no sería muy egoísta de parte de ustedes no dejarme tener mi copa llena?

Entonces el pequeño hombre vestido de negro dice que las mujeres no pueden tener tantos derechos como los hombres, porque Cristo no era una mujer. ¿De dónde vino Cristo? ¿De dónde vino Cristo? ¡De Dios y de una mujer! ¡El hombre no tuvo nada que ver con él!

Si la primera mujer que Dios creó fue lo suficientemente fuerte para poner ella sola el mundo del revés, ¡todas estas mujeres juntas pueden volver a ponerlo del derecho! Y ahora que ellas piden hacerlo, más les valdría a los hombres dejarlas que lo hicieran.

Gracias por haberme escuchado, ahora la vieja Sojourner no tiene nada más que añadir”¹.

Sojourner Truth

Discurso pronunciado en la Convención de los Derechos de la Mujer de Akron (Ohio),
en 1851

¹ Esta versión del discurso improvisado de Sojourner Truth, considerada fundadora del feminismo negro, ha sido tomada de la obra de Itziar Ziga (2015): *Malditas. Una estirpe transfeminista*. Tafalla, Txalaparta, pp. 40 y ss.

AGRADECIMIENTOS

Esta tesis doctoral ha sido el resultado de un trabajo en el que han participado, directa o indirectamente, muchas personas opinando, corrigiendo, dándome ánimo, aguantándome en los momentos de crisis, acompañándome en los momentos de felicidad... En este apartado deseo agradecer vuestro apoyo.

Me permito empezar por mi madre, sin ti no habría llegado hasta aquí. Por tu lucha diaria, tu paciencia, tu dedicación y tus consejos. Gracias por confiar en mí y en mi capacidad de llevar este proyecto a buen puerto. Gracias por ayudarme con todo.

A Patxi, por tu ayuda y tus consejos. Por resaltar primero lo bueno y, luego, enseñarme a detectar y reparar los errores. Gracias por dirigirme estos cuatro años. Gracias por tu infinita paciencia.

A la Universidad del País Vasco (UPV/EHU) por darme esta oportunidad. Gracias por haberme permitido estar este tiempo dedicada y concentrada en esta investigación.

A Josune, por soportarme en los buenos y en los malos momentos. Por aguantar mis crisis y mis enfados, por ayudarme a levantarme. Gracias por estar ahí cuando te he necesitado, por ayudarme con la metodología y la estadística.

Al resto de mi familia y amigas, por las charlas y las discusiones.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
2. MOVIMIENTOS SOCIALES, FEMINISMO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	8
2.1. Participación política, problemas sociales y movimientos sociales	9
2.1.1. En busca de una definición	12
2.1.2. Funciones de los movimientos sociales	17
2.1.3. Modelos viejos, nuevos y en red	19
2.1.3.1. Viejos y nuevos movimientos sociales	21
2.1.3.2. Movimientos sociales en red	26
2.1.4. La acción colectiva	30
2.1.4.1. Antecedentes y definiciones	30
2.1.4.2. Repertorios e historia de la acción colectiva	34
2.1.4.3. Enfoques teóricos de la acción colectiva	40
2.1.5. La identidad colectiva y su construcción	46
2.1.6. Los grandes movimientos sociales en la actualidad	49
2.2. El feminismo como movimiento social	51
2.2.1. ¿Qué es el feminismo?	51
2.2.1.1. Los sujetos del feminismo	54
2.2.1.2. Democracias desiguales	58
2.2.2. Algunos retazos de la historia del feminismo	61
2.2.2.1. Algunas reflexiones anteriores a la primera ola del feminismo	62
2.2.2.2. Primera ola: las raíces ilustradas y la Revolución Francesa	64
2.2.2.3. Segunda ola: feminismo liberal-sufragista	68
2.2.2.3.1. El sufragismo	69
2.2.2.3.1.1. El sufragismo en Estados Unidos	69
2.2.2.3.1.2. El sufragismo en Inglaterra	71
2.2.2.3.1.3. El sufragismo en el Estado español	72
2.2.2.3.2. El feminismo dentro de los movimientos sociales del siglo XIX y XX	76
2.2.2.3.2.1. El feminismo en el movimiento socialista	77
2.2.2.3.2.2. El feminismo en el movimiento marxista	80
2.2.2.3.2.3. El feminismo en el movimiento anarquista	85
2.2.2.4. Tercera ola: el feminismo contemporáneo	89
2.2.2.4.1. Primeras tendencias del feminismo contemporáneo	90
2.2.2.4.1.1. El gran antecedente del feminismo: <i>El segundo sexo</i> (1949), de Simone de Beauvoir	90

2.2.2.4.1.2. El feminismo liberal	92
2.2.2.4.1.3. El feminismo radical	95
2.2.2.4.1.4. Feminismo y socialismo: la nueva alianza	100
2.2.2.4.2. Últimas tendencias del feminismo contemporáneo	102
2.2.2.4.2.1. Feminismo de la diferencia	102
2.2.2.4.2.2. Feminismo institucional	106
2.2.2.4.2.3. Feminismo lesbiano	109
2.2.2.4.2.4. Ciberfeminismo	110
2.2.2.4.2.5. Ecofeminismo	111
2.2.2.4.2.6. Feminismo poscolonial	112
2.2.2.4.2.7. Feminismo negro	114
2.2.2.4.2.8. Teoría <i>Queer</i>	115
2.2.3. Reivindicaciones y acción colectiva feminista	116
2.2.3.1. Reivindicaciones feministas en la actualidad	117
2.2.3.2. Acción colectiva feminista en los siglos XX y XXI	121
2.2.3.2.1. Definición y clasificaciones previas de la acción colectiva feminista	121
2.2.3.2.2. Huellas de la acción colectiva en los siglos XX y XXI	127
2.2.3.2.2.1. Huellas de la acción colectiva a nivel internacional	127
2.2.3.2.2.2. Huellas de la acción colectiva en el Estado español	132
2.2.3.2.2.3. Huellas de la acción colectiva en el País Vasco	137
2.2.3.3. La identidad feminista y su construcción	141
2.3. Medios de comunicación digitales y feminismo	144
2.3.1. El poder de los medios de comunicación en la sociedad red	144
2.3.1.1. Los movimientos sociales en los medios	148
2.3.1.2. El feminismo en los medios: ¿Dónde están las mujeres y cómo aparecen representadas?	156
2.3.1.3. Los medios desde una perspectiva de género: estudios más representativos	158
2.3.1.3.1. Antecedentes internacionales en los estudios sobre medios de comunicación desde una perspectiva de género	160
2.3.1.3.2. Antecedentes europeos y el caso del Estado español en los estudios sobre medios de comunicación desde una perspectiva de género	162
2.3.1.3.3. Antecedentes en el ámbito vasco en los estudios sobre medios de comunicación desde una perspectiva de género	165
2.3.2. Medios de comunicación digitales	167
2.3.2.1. La prensa digital	167
2.3.2.1.1. ¿Qué es un periódico digital?	167
2.3.2.1.2. Breve historia del periodismo digital	168
2.3.2.1.3. Características de los periódicos digitales	169
2.3.2.1.4. Tipología de los periódicos digitales	171

2.3.2.1.5. Géneros periodísticos de los periódicos digitales	173
2.3.2.2. Fotografías: imágenes de prensa	177
2.3.2.2.1. ¿Qué es una imagen?	178
2.3.2.2.2. Fotografías de prensa tradicionales	181
2.3.2.2.3. Fotografías de prensa digitales en la era de internet	184
2.3.2.2.4. Estudios fundamentales sobre la representación de las mujeres en las imágenes	188
3. OBJETIVOS E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	192
3.1. Objetivos generales y específicos	192
3.2. Hipótesis	193
4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	195
4.1. El análisis de contenido	197
4.1.1. El análisis de contenido: definiciones y características	197
4.1.2. El análisis de contenido en la prensa	200
4.2. El análisis de contenido de las imágenes	204
4.2.1. Estudios de análisis de contenido en fotografías de prensa	204
4.2.2. Cómo hacer el análisis de contenido en imágenes de prensa	205
4.3. El análisis de contenido en esta investigación	213
4.3.1. Selección de los periódicos digitales objeto de estudio	213
4.3.1.1. Radiografía histórica de un diario digital	219
4.3.1.2. Radiografía histórica de <i>El País</i>	222
4.3.1.3. Radiografía histórica de <i>ABC</i>	227
4.3.1.4. Radiografía histórica de <i>El Correo</i>	233
4.3.1.5. Radiografía histórica de <i>DEIA</i>	238
4.3.2. Selección de las fotografías objeto de estudio	242
4.3.2.1. Criterios metodológicos para la selección de las unidades informacionales y de las fotografías	242
4.3.2.2. Criterios metodológicos para la selección de las unidades informacionales	245
4.3.2.3. Criterios metodológicos para la selección de las fotografías	248
4.3.2.4. Registro de las fotografías objeto de estudio	250
4.3.3. Sistema de variables y categorías de análisis	251
4.3.3.1. Áreas de análisis generales	251
4.3.3.2. Variables y categorías de análisis	252
4.3.4. Codificación previa: tabla de Excel	281

4.3.5. La codificación: SPSS	283
5. ANÁLISIS DE LAS FOTOGRAFÍAS SOBRE REIVINDICACIONES Y ACCIONES COLECTIVAS FEMINISTAS EN LA PRENSA DIGITAL ESPAÑOLA Y VASCA DE LOS AÑOS 2013 Y 2014	285
5.1. Total de fotografías a analizar según los periódicos	287
5.2. Subgéneros periodísticos de las unidades informacionales a los que pertenecen las fotografías	288
5.3. Secciones a las que pertenecen las imágenes	298
5.4. Autoría de las imágenes	305
5.5. Elementos multimedia adicionales de la unidad informacional	307
5.6. Campos reivindicativos a los que se refieren las fotografías	309
5.7. Tipología de las fotografías	316
5.8. Luz de las imágenes	319
5.9. Tipos de planos de las imágenes	322
5.10. Tipos de ángulos de las imágenes	326
5.11. Escenario en el que se han tomado las imágenes	329
5.12. Cantidad de personas que aparecen protestando en las fotografías	333
5.13. Perfil de las personas que aparecen protestando en las fotografías	337
5.14. Posición de las personas que protagonizan las imágenes	345
5.15. Protagonistas de las imágenes	348
5.16. Lugar geográfico al que hace referencia la reivindicación	352
5.17. Reivindicaciones feministas que aparecen en las imágenes o en las unidades informacionales	360
5.18. Razones por las que se realizan las reivindicaciones feministas	373
5.19. Acciones colectivas feministas que aparecen en las imágenes o en las unidades informacionales	378
5.20. Características de las acciones colectivas feministas que aparecen en las imágenes o en las unidades informacionales	415
5.21. Símbolos que aparecen en las imágenes	419
5.22. Slogans que aparecen en las imágenes	424
6. CONCLUSIONES	432
6.1. Subgéneros periodísticos a los que pertenecen las unidades informacionales y las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas	433
6.2. Secciones a las que pertenecen las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas	437
6.3. Autoría de las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas Feministas	439
6.4. Campos reivindicativos de las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas	441
6.5. Sexo de las personas que aparecen protestando en las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas	444
6.6. Edad de las personas que aparecen protestando en las	

imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas	446
6.7. Lugar geográfico al que se refieren las reivindicaciones de las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas	448
6.8. Reivindicaciones feministas en las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas	450
6.9. Razones por las que surgen las reivindicaciones en las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas	454
6.10. Acciones colectivas feministas en las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas	456
6.11. Últimas cuestiones	460
6.11.1. Reflexiones finales en torno a las imágenes objeto de estudio	460
6.11.2. Limitaciones de la investigación	465
6.11.3. Posibles investigaciones futuras	466
7. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA DE CONSULTA	467
7.1. Bibliografía	467
7.2. Webgrafía	477
8. ANEXOS	483
8.1. Tabla 8.1. Slogans utilizados en las acciones colectivas de las imágenes analizadas	483
8.2. Tabla 8.2. Slogans utilizados por acción colectiva	486
8.3. Imágenes de reivindicaciones y acciones colectivas estudiadas	493

ÍNDICE DE TABLAS, GRÁFICOS E IMÁGENES

2º CAPÍTULO: MOVIMIENTOS SOCIALES, FEMINISMO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

TABLAS

Tabla 2.1. Las fases de un problema social, desde su definición hasta la implantación de un plan de acción en la sociedad, según Blumer (1971)	10
Tabla 2.2. Problemas sociales y movimientos sociales (1960-2000)	11
Tabla 2.3. Comparativa entre algunas de las características que diferencian al viejo movimiento obrero de los nuevos movimientos sociales	23
Tabla 2.4. Características más significativas de los nuevos movimientos sociales, de acuerdo a Dalton, Kuechler y Bürklin (1990); Cahaun (2002) y Casquete (2006)	24
Tabla 2.5. Distinciones entre varias de las características principales de los viejos movimientos sociales, de los nuevos movimientos sociales y de los movimientos sociales en red	28
Tabla 2.6. Elementos principales de la acción colectiva, según Tilly (1978); Aya (1995) y Tarrow (1997)	33
Tabla 2.7. Comparativa de las características del repertorio popular (1650-1850)) y de repertorio moderno (1850-1980), según Tilly (1983)	35
Tabla 2.8. Las diferencias de clasificación de los repertorios de la acción colectiva, Según Tilly (1983), Tarrow (1997) y Cruz (2008)	39
Tabla 2.9. Los tres niveles de análisis de la acción colectiva	41
Tabla 2.10. Principales enfoques teóricos de la acción colectiva, en función de los niveles de análisis	42
Tabla 2.11. Diferencias teóricas entre los roles y las identidades	46
Tabla 2.12. Los grandes movimientos sociales en la actualidad	49
Tabla 2.13. Progreso de las visiones en torno a los distintos sujetos del feminismo a lo largo de la historia del feminismo	56
Tabla 2.14. Las olas del feminismo y sus épocas históricas	62
Tabla 2.15. Primeros estados de EEUU en los que las mujeres tuvieron derecho al Sufragio	70
Tabla 2.16: Tipos de feminismo de la tercera ola, según la época en la que surgieron	89
Tabla 2.17. Clasificación de las acciones colectivas feministas, según su carácter y su interés, de acuerdo a Tilly (1981)	123
Tabla 2.18. Clasificación de la acción colectiva feminista, según los intereses, de acuerdo a Molyneux (2003)	124
Tabla 2.19. Clasificación de las acciones colectivas feministas, según Del Moral (2012)	125
Tabla 2.20. Sujetos de las noticias fotografiados en los diarios, por sexo y año	191

4º CAPÍTULO: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

TABLAS

Tabla 4.1. Ejemplo de registro de fotografías	207
Tabla 4.2. Ejemplo de desarrollo de las áreas de análisis generales, las variables y las categorías	208
Tabla 4.3. Secciones y subsecciones de <i>El País</i>	224
Tabla 4.4. Secciones del <i>ABC</i>	229
Tabla 4.5. Secciones y subsecciones en función de la edición de <i>El Correo</i>	235
Tabla 4.6. Secciones y subsecciones del <i>Deia</i>	239
Tabla 4.7. Número de unidades informacionales a analizar por periódico	247
Tabla 4.8. Número de unidades informacionales y de imágenes a analizar por periódico	249
Tabla 4.9. Ejemplo del registro de fotografías de acuerdo con la unidad informacional a la que pertenecen	250
Tabla 4.10. Ejemplo de desarrollo de las variables y categorías de análisis	252
Tabla 4.11. Ejemplo de registro de fotografías	281

IMÁGENES

Imagen 4.1. Ejemplo de tabla de codificación previa en Excel	210
Imagen 4.2. Visitas a páginas web en el ámbito español en la primera ola de 2013	215
Imagen 4.3 y 4.4. Portadas digitales de <i>El País</i> y <i>ABC</i>	216
Imagen 4.5. Visitas en internet en el ámbito vasco en 2013 y 2014 (en miles)	217
Imagen 4.6 y 4.7. Portadas digitales de <i>El Correo</i> y <i>El Diario Vasco</i>	218
Imagen 4.8. Portada digital de <i>Deia</i>	218
Imagen 4.9. Diseño de las columnas de la portada digital de <i>El País</i>	225
Imagen 4.10. Diseño de las columnas de la portada digital del <i>ABC</i>	231
Imagen 4.11. Diseño de las columnas de la portada digital de <i>El Correo</i>	236
Imagen 4.12. Diseño de las columnas de la portada digital de <i>Deia</i>	239
Imagen 4.13. Ejemplo de entrada o unidad informacional	243
Imagen 4.14. Ejemplo de la codificación de fotografías en Excel	282
Imagen 4.15. Continuación del ejemplo anterior (imagen 4.14.) de la codificación de fotografías en Excel	282
Imagen 4.16. Ejemplo del documento SPSS tras exportar los datos del documento de Excel	284

5º CAPÍTULO: ANÁLISIS DE LAS FOTOGRAFÍAS SOBRE REIVINDICACIONES Y ACCIONES COLECTIVAS FEMINISTAS EN LA PRENSA DIGITAL ESPAÑOLA Y VASCA DE LOS AÑOS 2013 Y 2014

TABLAS

Tabla nº 5.1. Total de imágenes objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País</i> en 2013 y 2014)	287
Tabla nº5.2. Subgéneros periodísticos a los que pertenecen las unidades informacionales objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)	288
Tabla nº 5.3. Subgéneros periodísticos a los que pertenecen las unidades informacionales en <i>El Correo, Deia, ABC y El País</i> en 2013 y 2014	292
Tabla nº 5.4. Secciones a las que pertenecen las fotografías objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)	298
Tabla 5.5. Secciones a las que pertenecen las imágenes objeto de estudio en <i>El Correo, Deia, ABC y El País</i> en 2013 y 2014	301
Tabla nº 5.6. Autoría de las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)	305
Tabla nº 5.7. Elementos multimedia adicionales de las unidades informacionales (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)	307
Tabla nº 5.8. Campos reivindicativos a los que se refieren las fotografías objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)	309
Tabla nº 5.9. Campos reivindicativos a los que se refieren las imágenes objeto de estudio en <i>El Correo, Deia, ABC y El País</i> en 2013 y 2014	313
Tabla nº5.10. Tipos de fotografías objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)	316
Tabla nº 5.11. Escenario en el que se han tomado las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)	329
Tabla nº 5.12. Cantidad de personas que protestan en las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)	333
Tabla nº 5.13. Sexo de las personas que protestan en las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)	337
Tabla nº 5.14. Sexo de las personas que protestan en las imágenes objeto de estudio en <i>El Correo, Deia, ABC y El País</i> en 2013 y 2014	340
Tabla nº 5.15. Edad de las personas que protestan en las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)	341
Tabla nº 5.16. Lugar geográfico al que hacen referencia las reivindicaciones de las unidades informacionales o las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)	352
Tabla nº 5.17. Continentes a los que hacen referencia las unidades informacionales o las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)	356
Tabla nº 5.18. Imágenes objeto de estudio correspondientes a América del Norte, América Central y América del Sur (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)	356
Tabla nº 5.19. Reivindicaciones feministas que aparecen en las unidades informacionales o en las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC</i>	

y <i>El País</i> , 2013-2014)	361
Tabla nº 5.20. Reivindicaciones feministas que aparecen en las unidades informativas o en las imágenes objeto de estudio en <i>El Correo</i> , <i>Deia</i> , <i>ABC</i> y <i>El País</i> en 2013 y 2014	367
Tabla nº 5.21. Razones por las que las mujeres reivindican en las unidades informativas o en las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo</i> , <i>Deia</i> , <i>ABC</i> y <i>El País</i> , 2013-2014)	373
Tabla nº 5.22. Acciones colectivas feministas llevadas a cabo por las mujeres en las unidades informativas o en las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo</i> , <i>Deia</i> , <i>ABC</i> y <i>El País</i> , 2013-2014)	379
Tabla nº 5.23. Reivindicaciones y acciones colectivas feministas en las unidades informativas o en las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo</i> , <i>Deia</i> , <i>ABC</i> y <i>El País</i> , 2013-2014)	381
Tabla nº 5.24. Características de las acciones colectivas feministas que aparecen en las unidades informativas o en las imágenes objeto de estudio en <i>El Correo</i> , <i>Deia</i> , <i>ABC</i> y <i>El País</i> en 2013 y 2014	417
Tabla nº 5.25. Símbolos que aparecen en las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo</i> , <i>Deia</i> , <i>ABC</i> y <i>El País</i> , 2013-2014)	419
Tabla nº 5. 26. Slogans relacionados con el derecho al aborto que aparecen en las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo</i> , <i>Deia</i> , <i>ABC</i> y <i>El País</i> , 2013-2014)	424
Tabla nº 5.27. Slogans relacionados con la violencia machista que aparecen en las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo</i> , <i>Deia</i> , <i>ABC</i> y <i>El País</i> , 2013-2014)	426
Tabla 5.28. Slogans relacionados con FEMEN que aparecen en las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo</i> , <i>Deia</i> , <i>ABC</i> y <i>El País</i> , 2013-2014)	427
Tabla nº 5.29. Otros slogans que aparecen en las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo</i> , <i>Deia</i> , <i>ABC</i> y <i>El País</i> , 2013-2014)	428
Tabla nº 5.30. Slogans relacionados con la homofobia que aparecen en las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo</i> , <i>Deia</i> , <i>ABC</i> y <i>El País</i> , 2013-2014)	428
Tabla nº 5.31. Slogans relacionados con el feminismo que aparecen en las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo</i> , <i>Deia</i> , <i>ABC</i> y <i>El País</i> , 2013-2014)	429

GRÁFICOS

Gráfico nº 5.1. Luz de las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo</i> , <i>Deia</i> , <i>ABC</i> y <i>El País</i> , 2013-2014)	319
Gráfico nº 5.2. Tipos de planos de las fotografías objeto de estudio (<i>El Correo</i> , <i>Deia</i> , <i>ABC</i> y <i>El País</i> , 2013-2014)	322
Gráfico nº 5.3. Tipos de ángulos de las fotografías objeto de estudio (<i>El Correo</i> , <i>Deia</i> , <i>ABC</i> y <i>El País</i> , 2013-2014)	326
Gráfico nº 5.4. Posición de las personas protagonistas que aparecen en las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo</i> , <i>Deia</i> , <i>ABC</i> y <i>El País</i> , 2013-2014)	345
Gráfico nº 5.5. Protagonistas de las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo</i> , <i>Deia</i> , <i>ABC</i> y <i>El País</i> , 2013-2014)	348
Gráfico nº 5.6. Características de las acciones colectivas feministas que aparecen en las unidades informativas o en las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo</i> , <i>Deia</i> , <i>ABC</i> y <i>El País</i> , 2013-2014)	415

IMÁGENES

Imagen nº 5.1. Ejemplo de unidad informacional en forma de noticia: Activistas de FEMEN protestan ante la embajada de Túnez en Madrid (12 de junio de 2013).	290
Imagen nº 5.2. Ejemplo de unidad informacional en forma de reportaje: “Quieren que las mujeres de Gaza vivan en la Edad de Piedra” (6 de junio de 2013).	292
Imagen 5.3. Ejemplo de reportaje en el que se analiza el cambio de rol de las mujeres en la ficción estadounidense: Heroínas, la nueva mina de oro de Hollywood (14 de julio de 2013).	294
Imagen nº 5.4. Ejemplo de comentario personal referente a las dificultades de las mujeres que juegan al fútbol en Vizcaya: San Mames zah-arra; Neskak San Mames berrira (13 de junio de 2013).	295
Imagen 5.5. Ejemplo de unidad informacional en forma de fotogalería: Manifestación contra la ley del aborto (1 de febrero de 2014).	296
Imagen nº 5.6. Ejemplo de imagen perteneciente al campo reivindicativo de la igualdad de derechos plenos en general: El concurso de Miss Iowa pasa de los estereotipos (12 de junio de 2013).	311
Imagen 5.7. Ejemplo de imagen perteneciente al campo reivindicativo de la salud sexual y reproductiva: Una activista de FEMEN irrumpe en la catedral de Colonia para protestar contra las posiciones antiabortistas del Vaticano (25 de diciembre de 2013).	311
Imagen 5.8. Ejemplo de imagen perteneciente al campo reivindicativo de la cultura: Cate Blanchett acusa a la industria del cine de discriminar a las mujeres (16 de mayo de 2014).	312
Imagen nº 5.9. Ejemplo de un retrato fotográfico informativo: “Me lo dijo la policía: si te quiere matar, te va a matar”, recibió 16 puñaladas de su ex marido (17 de septiembre de 2013).	317
Imagen nº 5.10. Ejemplo de una fotografía como noticia: cientos de personas protestan en Londres contra la ley anti-gay rusa (10 de agosto de 2013).	317
Imagen nº 5.11. Ejemplo de una fotografía ilustrativa: Las mujeres lesbianas carecen de referentes políticos y sociales que hagan visible su opción sexual (4 de noviembre de 2013).	317
Imagen nº 5.12. Ejemplo de una fotografía simbólica: <i>The Unslut project</i> milita contra el afán social por avergonzar la sexualidad femenina. La última oleada de suicidios de jóvenes traumatizadas por el 'bullying sexual', el catalizador (17 de octubre de 2013).	318
Imagen nº 5.13. Ejemplo de fotografía documental: Basauri se rinde a las sufragistas en su almanaque (27 de diciembre de 2013).	318
Imagen 5.14. Ejemplo de imagen realizada en el interior de algún lugar, con luz artificial: La actriz y empresaria, Blanca Marsillach, inicia un nuevo proyecto dentro de su programa de teatro social (27 de octubre de 2013).	320
Imagen 5.15. Ejemplo de imagen realizada en el exterior de algún lugar, con luz natural: Los movimientos feministas turcos reivindican su lugar en la rebelión ciudadana (10 de junio de 2013).	320
Imagen nº 5.16. Ejemplo de fotografía de plano general. Trabajadoras del	

ayuntamiento, alumnas y responsables de la asociación Barró (11 de junio de 2013)	324
Imagen nº 5.17. Ejemplo de fotografía de primer plano. Ibone Bengoetxea, junto a una publicidad de Basqueskola (5 de agosto de 2013).	324
Imagen nº 5.18. Ejemplo de fotografía de plano medio. Famosos heterosexuales posan besándose para una campaña de la revista alemana 'GQ' (13 de diciembre de 2013).	324
Imagen nº 5.19. Ejemplo de fotografía de ángulo horizontal o normal. La directora Haifaa Al Mansour tuvo que esconderse en una caravana para dirigir <i>La bicicleta verde</i> en Arabia Saudí por ser mujer (27 de julio de 2013).	327
Imagen nº 5.20. Ejemplo de una fotografía en ángulo picado. Protesta ante la Embajada de España en París por el cambio en la ley del aborto (13 de enero de 2014).	328
Imagen nº 5.21. Ejemplo de una fotografía en ángulo contrapicado. Ana Ferrer, primera magistrada en la historia de la Sala Segunda del Tribunal Supremo, opina que “la regulación del aborto no puede estar sometida a vaivenes políticos” (11 de mayo de 2014).	328
Imagen nº 5.22. Ejemplo de imagen en la que no se aprecia ni se especifica en el texto el lugar en el que ha sido tomada. España apuesta por la cooperación en otros países para luchar contra la pobreza, en especial, contra la pobreza que afecta a las mujeres (7 de septiembre de 2013).	330
Imagen nº 5.23. Ejemplo de imagen tomada en el exterior, en la calle, pero en un lugar desconocido. En casi ochenta países se castiga por ser gay a base de latigazos, prisión, cadena perpetua e incluso pena de muerte (20 de enero de 2014).	331
Imagen nº 5.24. Ejemplo de fotografía realizada en alguna institución de Estado (en este caso, una embajada). FEMEN pide a <i>Facebook</i> que reabra su página en la red social ya que la consideran “una herramienta para transformar el mundo y proteger los derechos de las mujeres” (3 de julio de 2013).	331
Imagen nº 5.25. Ejemplo de imagen tomada en una asociación u organización. El tribunal ‘Viena +20’ denuncia en Euskadi la vulneración de los derechos de las mujeres (8 de junio de 2013).	332
Imagen nº 5.26. Ejemplo de imagen en las que aparecen dos personas. Dos jóvenes portan pancartas de rechazo al anteproyecto de ley del PP en la manifestación de El Tren de la Libertad en Madrid (1 de febrero de 2014).	334
Imagen nº 5.27. Ejemplo de fotografía en la que aparecen cuatro personas protestando ante una situación que consideran discriminatoria (en esta imagen puede verse que sólo hemos tenido en cuenta a las personas que reivindican una situación y no a todas las que aparecen en la imagen, como hemos señalado al comienzo de este apartado). Varias activistas de FEMEN interrumpen una marcha por la vida (23 de marzo de 2014).	335
Imagen nº 5.28. Ejemplo de imagen en la que aparecen más de 21 personas reivindicando una situación que consideran discriminatoria. Integrantes de la banda rosa, llamada así porque llevan saris de ese color y un palo de bambú, exigen sus derechos en uno de los Estados más pobres de India (21 de marzo de 2014).	335
Imagen nº 5.29. Ejemplo, de fotografía en la que hay más mujeres protestando. Varias decenas de personas se concentran para mostrar su rechazo al ataque sufrido	

ayer por una mujer (10 de octubre de 2013).	338
Imagen nº 5.30. Ejemplo de fotografía en la que aparecen más hombres protestando por los derechos del conjunto de las mujeres. Hombres de la cultura y la academia contra la reforma de la ley del aborto (21 de marzo de 2014).	338
Imagen nº 5.31. Ejemplo de fotografía en la que muestra a igual número de mujeres que de hombres protestando: defensores de los derechos humanos paquistaníes protestan ayer en Islamabad por la lapidación de Farzana Parveen (30 de mayo de 2014).	339
Imagen nº 5.32. Ejemplo de fotografía en la que no se distingue qué sexo predomina: la Conferencia de apoyo a las Mujeres Saharauis resalta su papel en la resistencia (27 de julio de 2013).	339
Imagen nº 5.33. Ejemplo de fotografía en la que aparece una persona joven (tiene 27 años, tal y como se dice en el texto de la unidad informacional): Crystal Renn, la supermodelo que desafía a la báscula (15 de junio de 2013).	342
Imagen nº 5.34. Ejemplo de fotografía en la que aparecen personas de diferentes rangos de edad (en este caso, un niño con personas adultas: 700 personas han participado en la red de conocimientos de Igualdad en Miranda de Ebro (13 de junio de 2013).	343
Imagen nº 5.35. Ejemplo de imagen en la que aparece una persona adulta (entre 36 y 55 años): Izaskun Landaída considera que uno de los retos de la institución es hacer ver a la sociedad que para conseguir la igualdad se necesita la implicación de todos (29 de septiembre de 2013).	343
Imagen nº 5.36. Ejemplo de imagen en la que no se aprecia la edad de las personas que aparecen: "Estamos del lado correcto de la Historia, dentro de 50 años nadie será feminista", según Frida Kahlo y Kathe Kollwitz, miembros de las Guerrilla Girls, en la exposición de Bilbao (1 de enero de 2014).	343
Imagen nº 5.37. Ejemplo de imagen en la que aparece una persona mayor (de más de 55 años): El fotógrafo israelí Ben Hopper capta a mujeres sin depilar para denunciar el "lavado de cerebro" que sufren ellas ante este convencionalismo social (15 de abril de 2014).	344
Imagen nº 5.38. Ejemplo de fotografía en la que el sujeto de la imagen se encuentra en un primer plano. Cuerpos fuera del canon de belleza femenino (24 de noviembre de 2013).	346
Imagen nº 5.39. Ejemplo de fotografía en la que los sujetos de la imagen se encuentran en un segundo plano. Bilbao celebra el día del Orgullo Gay (29 de junio de 2013).	347
Imagen nº 5.40. Ejemplo de fotografía en la que los sujetos que aparecen en ella se encuentran en un tercer plano. FEMEN denuncia la opresión del gobierno ucraniano (29 de agosto de 2013).	347
Imagen nº 5.41. Ejemplo de imagen protagonizada por una o varias personas anónimas: una concentración en contra de la reforma del aborto propuesta por Ruiz-Gallardón (16 de enero de 2014).	349
Imagen nº 5.42. Ejemplo de imagen en la que aparece por una persona conocida: la presidenta del Observatorio Nacional contra la Violencia Doméstica y de Género, Ángeles Carmona, expresa su preocupación por el elevado número de mujeres que renuncian a denunciar a su agresor (8 de marzo de 2014).	350

Imagen nº 5.43. Ejemplo de imagen protagonizada por una o varias personas famosas: Beyoncé, Salma Hayek y Frida Giannini organizan un macroconcierto por los derechos de las mujeres (2 de junio de 2013).	350
Imagen nº 5.44. Ejemplo de imagen que se refiere a las reivindicaciones que se hacen en torno a los derechos de las mujeres del conjunto del planeta: en busca de la naranja entera, deconstruyendo el amor romántico (14 de febrero de 2014).	354
Imagen nº 5.45. Ejemplo de imagen referida a los derechos de las mujeres en el Estado español: feministas y partidos de izquierdas poyan en el Congreso que se mantenga la actual ley frente a la inminente reforma anunciada por el Gobierno (17 de diciembre de 2013).	354
Imagen nº 5.46. Ejemplo de imagen referida a los derechos de las mujeres en EEUU: tras las exhibiciones de Miley Cyrus y Rihanna, las madres del pop cargan contra la industria musical y sugieren que los vídeos lleven calificación moral (27 de octubre de 2013).	355
Imagen nº 5.47. Ejemplo de imagen referida a los derechos de los colectivos tradicionalmente oprimidos en Rusia, en este caso, a los colectivos homosexuales y transexuales: Zinegoak homenajeará al Festival de Cine Gay de San Petersburgo por su valentía (16 de enero de 2014).	355
Imagen nº 5.48. Ejemplo de fotografía del continente europeo. El 'manifiesto de los 343 cabrones', titulado <i>No toques a mi puta</i> , incendia el debate de la prostitución en Francia (12 de noviembre de 2013).	357
Imagen nº 5.49. Ejemplo de fotografía del continente americano. La Habana desfila por los derechos de las personas homosexuales. La isla está esperanzada con la futura legalización del matrimonio entre personas del mismo sexo (11 de mayo de 2014).	358
Imagen nº 5.50. Ejemplo de fotografía del continente africano. Las niñas no pueden soñar: los terroristas islamistas de Boko Haram las han secuestrado para impedirlo (11 de mayo de 2014).	358
Imagen nº 5.51. Ejemplo de fotografía del continente asiático. La directora de una ONG de ayuda a la mujer en Pakistán recibe amenazas de muerte casi diarias (24 de junio de 2013).	358
Imagen nº 5.52. Ejemplo de imagen en la que se reivindica el derecho al aborto: simulación de abortos en directo para protestar contra el anteproyecto de ley del PP (30 de enero de 2014).	363
Imagen nº 5.53. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la igualdad real de hombres y mujeres en todos los ámbitos de la vida: Santurtzi se vuelva con la integración y la igualdad (8 de marzo de 2014).	363
Imagen nº 5.54. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la necesidad de denunciar las agresiones y discriminaciones que sufren las mujeres: Laura Bates crea el proyecto <i>Everyday Sexism Project</i> , una plataforma que anima a las mujeres a denunciar cualquier tipo de conducta agresiva contra ellas (24 de junio de 2013).	364
Imagen nº 5.55. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la importancia de que las mujeres puedan decidir sobre su propio cuerpo: porno feminista para el mandato de “no tocarnos ahí” (24 de noviembre de 2013).	364
Imagen nº 5.56. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la necesidad de terminar	

con la violencia machista: diecinueve mujeres de Urduliz reciben un curso de autodefensa para detectar la violencia machista (30 de julio de 2013).	365
Imagen nº 5.57. Ejemplo de imagen en la que se reivindican los derechos de la comunidad homosexual: Windsor, el rostro de la victoria por la igualdad al demandar al Estado por negarle la deducción de impuestos a la que tendría derecho de haberse casado con un hombre (27 de junio de 2013).	365
Imagen nº 5.58. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la necesidad de visibilizar el papel de las mujeres en la sociedad: la escritora Sofi Oksane afirma que hasta ahora la historia siempre la han escrito los hombres (4 de octubre de 2013).	366
Imagen nº 5.59. Ejemplo de imagen en la que las mujeres luchan por conseguir un derecho que nunca han tenido, por ejemplo, la necesidad de dejar de juzgar a las mujeres por su aspecto físico, algo que históricamente ha sido atribuido a las mujeres (la belleza, la elegancia...): la foto de Rosea Lake se convirtió en viral al poner de manifiesto cómo se juzga moralmente a las mujeres en función de su vestimenta (17 de octubre de 2013).	374
Imagen nº 5.60. Ejemplo de imagen en la que se lucha por mantener un derecho que, en este caso, se ha eliminado, por ejemplo, una protesta en la que se exige la derogación de la ley contra la propaganda homosexual en Rusia: una pareja de activistas de los derechos de los <i>gays</i> se besa mientras es detenida en San Petersburgo (27 de octubre de 2013).	375
Imagen nº 5.61. Ejemplo de imagen en la que se protesta por un asesinato, si éste no hubiese ocurrido esta acción colectiva no se hubiese realizado: el colectivo nigeriano y el feminista salen a la calle para denunciar la situación de "invisibilidad" que sufrían las víctimas y para apoyar a la mujer que continúa grave en el Hospital (4 de junio de 2013).	375
Imagen nº 62. Ejemplo de imagen en la que se lucha por la visibilidad y el reconocimiento del papel que cumplen las mujeres en un ámbito concreto: Miranda de Ebro conmemora el Día de la Mujer Trabajadora con homenajes de carácter reivindicativo (8 de marzo de 2014).	376
Imagen nº 5.63. Ejemplo de imagen en la que se reivindica el empoderamiento de las mujeres: el Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas ha aprobado una resolución que establece medidas más firmes para permitir que las mujeres participen en la resolución de conflictos y la recuperación (1 de noviembre de 2013).	376
Imagen nº 5.64. Ejemplo de la reivindicación que hace referencia a la necesidad de denunciar las agresiones y discriminaciones hacia las mujeres: la presión por ceñirse al canon de delgadez lleva, y más a las mujeres, a cometer locuras (25 de agosto de 2013).	385
Imagen nº 5.65. Ejemplo de la necesidad de visibilizar las situaciones de machismo que sufren muchas mujeres: el CIS suspende a los hombres que dejan a las mujeres todas las labores familiares, lo que sugiere la necesidad de un cambio de toda la sociedad (9 de abril de 2014).	386
Imagen nº 5.66. Ejemplo de la necesidad de poner fin a las convenciones tradicionales del género: el macho veloz (27 de julio de 2013).	386
Imagen nº 5.67. Ejemplo de la lucha por la igualdad real de hombres y mujeres en todos los ámbitos de la vida: <i>El Correo</i> distingue como alavesa de octubre	

a Begoña Muruaga, fundadora del Fórum Feminista María de Maeztu que cumple 25 años (16 de noviembre de 2013).	387
Imagen nº 5.68. Ejemplo de la necesidad de denunciar las agresiones y las discriminaciones hacia las mujeres: la superstición religiosa del valle de Katmandú, en Nepal, idolatra a vírgenes preadolescentes como avatares de diosas. La tradición las aísla de la sociedad hasta que alcanzan la pubertad (27 de abril de 2014).	388
Imagen nº 5.69. Ejemplo de que las mujeres deben poder decidir sobre su propio cuerpo: Crystal Renn, la supermodelo que desafía a la báscula: sabe lo que es que te critiquen por pesar mucho y por pesar demasiado poco (15 de junio de 2013).	388
Imagen nº 5.70. Ejemplo de la necesidad de terminar con la violencia contra las mujeres: Izaskun Landaida, directora de Emakunde, “Las fiestas no son excusa para el maltrato a las mujeres” (7 de agosto de 2013).	389
Imagen nº 5.71. Ejemplo de imagen en la que unas mujeres se manifiestan por el derecho al aborto. Indignación general con la nueva ley del aborto del Gobierno de Rajoy: manifestación en Gasteiz contra la nueva ley del aborto (22 de diciembre de 2013).	390
Imágenes nº 5.72. Ejemplos de dos imágenes en las que aparecen mujeres manifestándose por el derecho a decidir lo que quieran hacer con su cuerpo si ser juzgadas por ello: las calles de Quito (Ecuador) se llenaron de mujeres y hombres luchando contra la violencia de género y la sociedad patriarcal en la denominada Marcha de las Putas (4 de abril de 2014).	390
Imagen nº 73. Ejemplo de imagen en la que se culpa a la víctima de violencia machista por defenderse: una periodista somalí denunció su violación y un juez la ha condenado a seis meses de cárcel por difamación e insultos a las instituciones del Estado (1 de enero de 2014).	391
Imagen nº 74. Ejemplo de imagen en la que se denuncian las situaciones de machismo diario que sufren muchas mujeres: La tercera Marcha de las Putas en Quito (Ecuador) exige el fin del machismo en el país tras las palabras del policía canadiense Michael Sanguinetti quien afirmó que las mujeres deben evitar vestirse como putas, para no ser víctimas de violencia sexual (7 de abril de 2014).	391
Imagen nº 5.75. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la visibilización del papel de las mujeres es la sociedad a través de una exposición fotográfica: una de las imágenes de la exposición sobre vanguardia feminista de los años 70 (5 de agosto de 2013).	392
Imagen nº 5.76. Ejemplo de imagen en la que se exige la igualdad de mujeres y hombres a través de proyecto fotográfico: Getty Images y la fundación Lean In han firmado un acuerdo para ofertar una galería de fotografías en las que el empoderamiento y la actividad profesional de las mujeres se represente sin caer en los clichés habituales (12 de febrero de 2014).	393
Imagen nº 5.77. Ejemplo de imagen en la que se denuncian las agresiones y las discriminaciones a través de un proyecto de lectura: Cinco escritoras plasman las biografías inacabadas de un quinteto de mujeres líderes de sus comunidades en Asia (7 de diciembre de 2013).	393
Imagen nº 5.78. Ejemplo de imagen en la que FEMEN reivindica el derecho al aborto exhibiendo el cuerpo semidesnudo: Activistas feministas interrumpen	

a pecho descubierto en el Pleno del Congreso reivindicando el aborto (9 de octubre de 2013).	394
Imagen nº 5.79. Ejemplo de imagen en la que FEMEN reivindica poder decir sobre su propio cuerpo exhibiendo el cuerpo semidesnudo: La organización feminista denuncia el cierre de su perfil en Facebook por parte de la red social bajo el motivo formal de publicar pornografía y promover la prostitución (26 de junio).	395
Imagen nº 5.80. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la necesidad de terminar con los aspectos religiosos patriarcales que son hostiles con las mujeres a través de la exhibición del cuerpo semidesnudo: La polémica foto que Amina publicó en su Facebook (16 de agosto de 2014).	395
Imagen nº 5.81. Ejemplo de imagen en la se exige el derecho al aborto en una concentración: Unas 300 personas solicitan esa pena en el Obispado de Tenerife en protesta por la postura de la Iglesia (7 de marzo de 2014).	396
Imagen nº 5.82. Ejemplo de imagen en la que se exige el fin de la violencia contra las mujeres: activistas protestan en memoria de la joven violada y asesinada en la India (16 de diciembre de 2013).	396
Imagen nº 5.83. Ejemplo de imagen en la que se exige la igualdad de derechos de los colectivos homosexuales: Organizaciones de homosexuales se movilizan contra la legislación discriminatoria rusa antes de los Juegos de Sochi (6 de febrero de 2016).	397
Imágenes nº 5.84-5.85. Ejemplos de la misma performance simbólica en la que se reivindica el derecho al aborto: cientos de mujeres registran sus cuerpos en contra de la reforma del aborto en ciudades como Madrid, Bilbao, Barcelona, Sevilla, Pamplona y Pontevedra (6 de febrero de 2014).	398
Imagen nº 5.86. Ejemplo de performance simbólica en la que se pide la igualdad de derechos de la comunidad homosexual: Bar Refaeli pelea con besos por la comunidad de gays, lesbianas, homosexuales y transexuales de Israel (19 de julio de 2013).	398
Imagen nº5.87. Ejemplo de performance simbólica en la que se pide la necesidad de denunciar las agresiones y discriminaciones hacia las mujeres: Un beso moviliza en la Red a la juventud marroquí (13 de octubre de 2013).	398
Imagen nº 5.88. Ejemplo de imagen en la que se quiere impulsar el empoderamiento de las mujeres a través de la asistencia a formaciones, en este caso, de defensa personal: una veintena de mujeres asiste a un curso de defensa personal para mujeres organizado por la Escuela de Judo 'Jiu Jitsu' (24 de noviembre de 2013).	399
Imagen nº 5.89. Ejemplo de imagen en la que se quiere luchar por la igualdad real de hombres y mujeres a través de la asistencia a formaciones: Tras una preparación casi militar en técnicas de desobediencia civil, a partir de septiembre intensificarán sus acciones en España (12 de agosto de 2013).	400
Imagen nº 5.90. Ejemplo de imagen en la que se quiere luchar por la igualdad real de mujeres de distintas etnias a través de la realización de un informe: Beyoncé escribe un ensayo sobre la desigualdad que sufren las mujeres (en general y las mujeres hispanas en particular) en un informe coordinado por Maria Shriver en el que también participan Eva Longoria y otras famosas	

(15 de enero de 2014).	400
Imagen nº 5.91. Ejemplo de imagen en la que se reivindica el fin de la violencia contra las mujeres a través de la creación de un proyecto artístico, en este caso, un corto documental: la montaña que devora a las mujeres (24 de enero de 2014).	401
Imagen nº 5.92. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la igualdad real de hombres y mujeres a través de la creación de un proyecto artístico, en este caso, una película de ficción: El caso viral del hombre oprimido en un mundo de mujeres opresoras (12 de febrero de 2014).	401
Imagen nº 5.93. Ejemplo de imagen en la que se reivindica que las mujeres deben poder decidir sobre sus propios cuerpos a través de la creación de un proyecto artístico, en este caso, un documental: Un documental para que no me llames puta. <i>The Unslut Project</i> milita contra el afán social por avergonzar la sexualidad femenina (17 de octubre de 2013).	402
Imagen nº 5.94. Ejemplo de imagen en la que se reivindican las agresiones y las discriminaciones que sufren las mujeres a través de plataformas virtuales a las que se les ha dado un fin reivindicativo. Nada al-Ahdal, de 11 años, cuenta en un vídeo de YouTube denuncia a su familia por obligarla a casarse (25 de julio de 2013).	403
Imagen nº 5.95. Ejemplo de imagen en la que se pide el fin de la violencia contra las mujeres a través de un acto organizado por una empresa (llamada Muebles Boom). 16.000 besos inmortalizados que llevan recorriendo Twitter e Instagram desde el lunes pasado con el fin de recaudar fondos para luchar contra el maltrato (6 de febrero de 2014).	403
Imagen nº 5.96. Ejemplo de imagen en la que se lucha por la igualdad de mujeres de distintas etnias a través de plataformas virtuales: <i>After my garden grows</i> cuenta cómo un programa de huertos en la India está ayudando a las mujeres a casarse más tarde y a no depender de un hombre (8 de mayo de 2014).	404
Imagen nº 5.97. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la igualdad real de hombres y mujeres en un acto institucional: tres mujeres tan diferentes, tres mujeres tan iguales (7 de marzo de 2014).	405
Imagen nº 5.98. Ejemplo de imagen en la que se reivindica el terminar con la infrarrepresentación de las mujeres como usuarias y como desarrolladoras de contenidos digitales a través de un acto institucional: Audiencia de Doña Letizia a una representación de los organizadores del evento Mujeres conectadas (17 de marzo de 2014).	405
Imagen nº 5.90. Ejemplo de imagen en el que se reivindica el derecho al aborto en un acto de precampaña electoral: según Elena Valenciano, "está en riesgo cierto la libertad de las mujeres" (16 de abril del 2014).	406
Imagen nº 5.100. Ejemplo de imagen en la que se reivindica el papel de las mujeres en la historia a través de la narración de acontecimientos históricos: ¿Cómo ha evolucionado el feminismo en España? ¿Quiénes han sido sus impulsoras? Anna Caballé traza la historia de este movimiento dentro de nuestras fronteras (23 de julio de 2013).	407
Imagen nº 5.101. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la necesidad de	

denunciar las agresiones y discriminaciones hacia las mujeres a través de la narración de acontecimientos actuales protagonizados por mujeres: Europa reconoce a la joven Malala por su coraje frente al fanatismo talibán (11 de octubre de 2013).	407
Imagen 5.102. Ejemplo de imagen en la que se reivindica que las mujeres deben poder decidir sobre su propio cuerpo a través de la narración de acontecimientos históricos protagonizados por mujeres: Una minifalda en Teherán (14 de diciembre de 2013).	408
Imagen nº 5.103. Ejemplo de imagen en la que se reivindica el derecho al aborto a través de la interrupción de una manifestación: Cinco activistas de Femen protestan en una marcha antiabortista en Madrid (17 de noviembre de 2014).	409
Imagen nº 5.104. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la igualdad de hombres y mujeres a través de la interrupción de un discurso: Tres mujeres interrumpen el mitin de Cañete al grito de “machista” (20 de mayo de 2014).	409
Imagen nº 5.105. Ejemplo de imagen en la que se reivindica el derecho al aborto a través de la firma de un documento: Intelectuales y artistas piden la retirada de la reforma del aborto a través de un documento en el que piden recuperar la ley de plazos (23 de enero de 2014).	410
Imagen nº 5.106. Ejemplo de imagen en la que se hacen dos reivindicaciones: por un lado, se reivindica la igualdad real de hombres y mujeres y, por otro lado, se reivindica la necesidad de terminar con los aspectos religiosos patriarcales que son hostiles con las mujeres. Ambas reivindicaciones se realizan desobedeciendo una ley: Las mujeres de Arabia Saudí desafían la prohibición de conducir (19 de octubre de 2013).	410
Imagen nº 5.107. Ejemplo de imagen en la que se reivindica el derecho al aborto obstruyendo la aprobación de una ley restrictiva con dicho derecho: La senadora Wendy Davis se convierte en un referente en EE UU por lograr parar una ley restrictiva del aborto (29 de julio de 2013).	411
Imagen nº 5.108. Ejemplo de imagen en la que se reivindica el fin de la violencia contra las mujeres a través de una representación teatral reivindicativa (1 de junio de 2013).	411
Imagen nº 5.109. Ejemplo de imagen en la que se reivindica el derecho al aborto a través de la colocación de una pancarta en una institución religiosa: Varias jóvenes colocan carteles con proclamas en favor de la interrupción del embarazo en la Catedral de Santiago (8 de marzo de 2014).	412
Imagen nº 5.110. Ejemplo de imagen en la que reivindican los derechos de las personas homosexuales a través del boicot: La directora de Vogue se suma al boicot a los hoteles de Hassanal Bolkiah por su anuncio de implantar la ley islámica que permite lapidar a homosexuales hasta la muerte (27 de mayo de 2014).	413
Imagen nº 5.111. Ejemplo de imagen en la que se hacen otro tipo de reivindicaciones a través de la huelga de hambre: Tolokónnikova, miembro del grupo Pussy Riot, sostenía en una carta abierta que las presas son tratadas como esclavas (29 de septiembre de 2013).	413
Imagen nº 5.112. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la igualdad de derechos de las personas homosexuales a través de la lucha en los tribunales:	

La mujer demandó al Estado por negarle la deducción de impuestos a la que tendría derecho de haberse casado con un hombre (27 de junio de 2013).	414
Imagen nº 5.113. Ejemplo de acción colectiva institucional. En el día Internacional de la Mujer, premio de las instituciones madrileñas a ocho mujeres fuertes (8 de marzo de 2014).	416
Imagen nº 5.114. Ejemplo de acción colectiva simbólica. Varias mujeres de un colectivo feminista realizaron una acción simbólica en Virgen del Camino para denunciar y rechazar la reforma de la ley del aborto (12 de mayo de 2014).	417
Imagen nº 5.115. Ejemplo de imagen en la que se utiliza el cuerpo desnudo como símbolo de protesta. Protesta para la liberación de una de las componentes del grupo ruso Pussy Riot (30 de julio de 2013).	420
Imagen nº 5.116. Ejemplo de imagen en la que aparecen la bandera y el puño cerrado en alto como símbolos. Mujeres de El tren de la Libertad llegan a la estación de Atocha (1 de febrero de 2014).	421
Imagen nº 5.117. Ejemplo de imagen en la que dos mujeres reivindican el derecho al aborto con el puño en alto y una pancarta en la que aparece en espejo de Venus. Encadenadas en Santa María del Mar contra la ley del aborto (7 de marzo de 2014).	421
Imagen nº 5.118. Ejemplo de imagen en la que aparece el símbolo de un triángulo realizado con las manos. Miles de personas se manifiestan en contra y a favor del aborto (24 de marzo de 2014).	421
Imagen nº 5.119. Ejemplo de imagen en la que unas jóvenes llevan la cara y las manos pintadas de rojo simulando sangre. Varias jóvenes protestan contra la reforma del aborto en un mitin de Rajoy (8 de marzo de 2014).	422
Imagen nº 120. Imagen en la que se destruyen portadas de libros como símbolo del rechazo a la ideología del mismo. Las personas asistentes rompen portadas falsas para escenificar su rechazo al contenido del libro (25 de noviembre de 2013).	422
Imagen nº 5.121. Ejemplo de imagen en la que se muestran tarjetas rojas como símbolo de rechazo a la violencia machista. Protesta el 25 de noviembre, Día Internacional de la Eliminación de Violencia contra la Mujer (22 de noviembre de 2013).	422
Imagen nº 5.122. Ejemplo de imagen en la que se muestran lápidas y cruces como símbolo de las mujeres asesinadas por sus parejas o exparejas. Protesta el 25 de noviembre, Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer (22 de noviembre de 2013).	423
Imagen nº 5.123. Ejemplo de imagen en la que aparecen varios slogans, entre ellos, “La mujer decide, la sociedad respeta, el Estado garantiza, las iglesias no intervienen”, en una manifestación por el derecho al aborto en Madrid (1 de febrero de 2014).	430
Imagen nº 5.124. Ejemplo de imagen en la que aparece, entre otros, el slogan “Free Femen” en la acción colectiva en la que se muestra el cuerpo desnudo o semidesnudo como herramienta de reivindicación. Activistas de FEMEN protestan ante la embajada de Túnez en Madrid (12 de junio de 2013).	430
Imagen nº 5.125. Ejemplo de imagen en la que aparece el slogan “Eraso sexistei erantzun!” en una concentración en Getaria tras la creciente preocupación por las agresiones machistas ocurridas en fiestas durante este verano (27 de agosto de 2013).	431

6º CAPÍTULO: CONCLUSIONES

IMÁGENES

Imagen 6.1. Ejemplo de unidad informacional en forma de noticia: Activistas de FEMEN protestan ante la embajada de Túnez en Madrid (12 de junio de 2013).	434
Imagen 6.2. Ejemplo de unidad informacional en forma de reportaje: “Quieren que las mujeres de Gaza vivan en la Edad de Piedra” (6 de junio de 2013).	434
Imagen nº 6.3. Ejemplo de imagen perteneciente al campo reivindicativo de la igualdad de derechos plenos en general: El concurso de Miss Iowa pasa de los estereotipos (12 de junio de 2013).	441
Imagen 6.4. Ejemplo de imagen perteneciente al campo reivindicativo de la salud sexual y reproductiva: Una activista de FEMEN irrumpe en la catedral de Colonia para protestar contra las posiciones antiabortistas del Vaticano (25 de diciembre de 2013).	442
Imagen 6.5. Ejemplo de imagen perteneciente al campo reivindicativo de la cultura: Cate Blanchett acusa a la industria del cine de discriminar a las mujeres (16 de mayo de 2014).	442
Imagen nº 6.6. Ejemplo, de fotografía en la que hay más mujeres protestando: varias decenas de personas se concentran para mostrar su rechazo al ataque sufrido ayer por una mujer (10 de octubre de 2013).	444
Imagen nº 6.7. Ejemplo de fotografía en la que aparece una persona joven (tiene 27 años, tal y como se dice en el texto de la unidad informacional): Crystal Renn, la supermodelo que desafía a la báscula (15 de junio de 2013).	447
Imagen nº 6.8. Ejemplo de imagen que se refiere a las reivindicaciones que se hacen en torno a los derechos de las mujeres del conjunto del planeta: en busca de la naranja entera, deconstruyendo el amor romántico (14 de febrero de 2014).	448
Imagen nº 6.9. Ejemplo de imagen en la que se reivindica el derecho al aborto: simulación de abortos en directo para protestar contra el anteproyecto de ley del PP (30 de enero de 2014).	450
Imagen nº 6.10. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la igualdad real de hombres y mujeres en todos los ámbitos de la vida: Santurtzi se vuelva con la integración y la igualdad (8 de marzo de 2014).	451
Imagen nº 6.11. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la necesidad de denunciar las agresiones y discriminaciones que sufren las mujeres: Laura Bates crea el proyecto <i>Everyday Sexism Project</i> , una plataforma que anima a las mujeres a denunciar cualquier tipo de conducta agresiva contra ellas (24 de junio de 2013).	451
Imagen nº 6.12. Ejemplo de imagen en la que las mujeres luchan por conseguir un derecho que nunca han tenido, por ejemplo, la necesidad de dejar de juzgar a las mujeres por su aspecto físico, algo que históricamente ha sido atribuido a las mujeres (la belleza, la elegancia...): la foto de Rosea Lake se convirtió en viral al poner de manifiesto cómo se juzga moralmente a las mujeres en función de su vestimenta (17 de octubre de 2013).	454
Imagen nº 6.13. Ejemplo de análisis del medio de comunicación en el que se reivindica la necesidad de denunciar las agresiones y discriminaciones hacia las mujeres: la presión por ceñirse al canon de delgadez lleva, y más a las mujeres,	

a cometer locuras (25 de agosto de 2013).	457
Imagen nº 6.14. Ejemplo de testimonio individual que el medio considera importante en el que se reivindica la igualdad real de hombres y mujeres en todos los ámbitos de la vida: <i>El Correo</i> distingue como alavesa de octubre a Begoña Muruaga, fundadora del Fórum Feminista María de Maeztu que cumple 25 años (16 de noviembre de 2013).	457
Imagen nº 6.15. Ejemplo de imagen en la que las mujeres llevan a cabo una manifestación para reivindicar el derecho a decidir lo que quieran hacer con su cuerpo si ser juzgadas por ello: las calles de Quito (Ecuador) se llenaron de mujeres y hombres luchando contra la violencia de género y la sociedad patriarcal en la denominada Marcha de las Putas (4 de abril de 2014).	458

8º CAPÍTULO: ANEXOS

TABLAS

8.1. Slogans utilizados en las acciones colectivas de las imágenes analizadas	483
8.2. Slogans utilizados por acción colectiva	486

1. INTRODUCCIÓN

Esta tesis doctoral es un acercamiento al análisis de las reivindicaciones y acciones colectivas feministas a través del análisis de las imágenes de prensa de los medios de comunicación digitales más consultados (en concreto, *El País*, *ABC*, *El Correo* y *Deia*) en los años 2013 y 2014. Por lo tanto, esta investigación se nutre de tres ejes teóricos principales que se encuentran interrelacionados: los movimientos sociales, el feminismo y los medios de comunicación.

Definir por qué he elegido este tema y no otro me resulta difícil. Las razones son muchas, se entrecruzan unas con otras y algunas de ellas, o muchas de ellas, son, probablemente, inconscientes. ¿Por qué medios de comunicación? ¿Por qué prensa escrita? ¿Por qué feminismo? ¿Por qué análisis de imágenes de prensa y no de texto? Algunas de las respuestas a estas preguntas tienen que ver con mi vida personal y profesional, otras tienen que ver con decisiones metodológicas que he ido tomando, que hemos ido tomando, gracias a la incalculable ayuda de Patxi Juaristi. Estas decisiones metodológicas han sido obstáculos a sortear y la toma de decisiones y los cambios se nos han ido haciendo necesarios en el avance de la investigación. A continuación, intentaré responder a todas estas preguntas.

¿Por qué medios de comunicación? Los medios de comunicación me interesan desde hace años. Estudié Comunicación Audiovisual en la universidad porque no tenía claro qué estudiar, qué se me daba bien. Pronto descubrí la importancia de los medios de comunicación en la sociedad a la hora de transmitir, no sólo contenidos que pueden ser más o menos vacuos, sino también mensajes más hondos y la influencia que éstos tienen en las personas.

¿Por qué prensa escrita? La carrera universitaria me ayudó a darme cuenta de que lo que más me gustaba era escribir, por lo que la salida más lógica era dedicarme a la prensa escrita. Esta revelación me llevó a pedir hacer las prácticas en algún periódico. En el verano de 2009 hice las prácticas en el *Diario de Noticias de Álava*. Aquello no tenía nada que ver con la universidad y quizá por eso lo disfruté tanto. Podía dedicarme a escribir, pero no siempre podía hacerlo libremente; normalmente, me retocaban los títulos y, a veces también el contenido de las noticias. Pero estaba haciendo lo que me gustaba y con eso me daba por satisfecha.

Cuando terminé las prácticas, la carrera universitaria continuó. Pronto encontré otro tema que me apasionó rápidamente. Recuerdo que tenía una asignatura que se llamaba *Zinemaren Historia* y me fascinaban los trabajos que teníamos que hacer sobre los significados ocultos y las metáforas de las películas. Esa fue una de las razones principales por las que el trabajo de fin de carrera lo enfoqué hacia la evolución de los papeles de las mujeres en el cine: *Emakumea zinemaren mendean* (2011). En él, analicé tres películas: *Sólo el cielo lo sabe* (1955), *Norma Rae* (1979) y *Erin Brockovich* (2000). Como puede desprenderse del título del trabajo, las mujeres y la evolución de su situación en el cine de Hollywood fueron los temas principales. La elección de que quería hacer algo relacionado con el papel de las mujeres vino de la mano de una de las mejores decisiones que he tomado en mi vida: decidí hacer el máster en Estudios *feministas y de Género* (UPV/EHU).

¿Por qué feminismo? Hacer este máster, además de ser la puerta que me permitió realizar la presente tesis doctoral, supuso una revolución personal. Cosas que me habían pasado, cosas que les habían pasado a mujeres cercanas o lejanas, decisiones vitales de unas y otras... todo se iluminó ante

mis ojos. El feminismo me dio respuestas y muchos interrogantes también. Acerca de todo. Creo que, ante todo, el feminismo me cambió la vida, la forma de pensar, la forma de hacer, la forma de relacionarme con las demás personas. Sin embargo, estos cambios no me simplificaron la vida, tampoco me la complicaron. Ahora había luz donde antes simplemente no había nada, ni siquiera oscuridad. Ahora me planteaba cosas que antes ni siquiera entendía que pudiera o debiera plantearme. El feminismo me trajo todo eso, y me trajo también contradicciones conmigo misma. El feminismo me hizo ver todo con otros ojos y, como no podía ser de otra forma, también mi futuro.

Tras el máster, vino el doctorado. Pocas cosas tenía claras en aquel momento. Tenía miles de ideas y de temáticas en mi cabeza y tan sólo una cosa que no ponía en duda: tratase de lo que tratase la tesis, el feminismo tendría un papel fundamental en ella. Y así ha sido.

Esta tesis recorre la historia del feminismo ampliamente para centrarse en los años 2013 y 2014. Desde los comienzos de dicha historia (en la Revolución Francesa) hasta la actualidad, muchos aspectos de las vidas de las mujeres han cambiado; sin embargo, otros aspectos continúan siendo iguales y otros tantos han evolucionado y han buscado formas más modernas, y menos reconocibles, de reproducirse. Al feminismo todavía le queda camino que recorrer, y a nosotras, las feministas, todavía nos quedan normas que romper y revoluciones que protagonizar.

¿Por qué análisis de imágenes de prensa y no de texto? Este es el último interrogante de este apartado. La respuesta a esta pregunta obedece a una cuestión metodológica, principalmente. Tras establecer que la tesis tendría una temática relacionada con los medios de comunicación, la prensa escrita y el feminismo, llegó el momento de decidir cuáles serían los datos a analizar. Evidentemente, lo primero en lo que pensamos fue en los textos de la prensa digital. Sin embargo, pronto entendimos que dichos textos se habían analizado en numerosas investigaciones y que podía ser una buena idea centrarnos en otro elemento muy importante de los periódicos digitales: las imágenes fotográficas. Éstas se habían estudiado mucho menos, lo cual también dificultó su análisis en un primer momento. Además, todo esto unido a los conocimientos en torno al análisis de las imágenes en películas que me habían aportado tanto el trabajo de fin de carrera (*Emakumea zinemaren mendean*, 2011) como el trabajo de fin de máster (*La representación de la violencia contra las mujeres en la filmografía de Pedro Almodóvar*, 2012), hizo que me decantara, más convencida si cabe, por el estudio de las imágenes de prensa.

Por lo tanto, varios aspectos a nivel personal han motivado la realización de esta tesis doctoral. Sin embargo, no son los únicos. Por un lado, me parece de vital importancia no olvidar el contexto político, económico, social... en el que nos encontramos en la actualidad. Creo que, a nivel internacional, estamos viviendo un momento muy preocupante en el que los valores de la ultraderecha están creciendo e incluso han comenzado a tener representación en los gobiernos de varios países. No es objetivo de esta investigación ahondar en dichos valores, pero no puedo dejar de apuntar que los derechos de las mujeres y de otros colectivos tradicionalmente oprimidos (personas homosexuales o transexuales, personas de otras razas, personas migradas, etc.) suelen ser vilipendiados y restringidos cuando la ultraderecha llega al poder. De hecho, creo que los colectivos tradicionalmente oprimidos estamos viviendo un retroceso, tanto a nivel de derechos formales como a nivel simbólico. Es por ello que esta tesis quiere contribuir a la firme resistencia que el feminismo está oponiendo para que los derechos logrados en las últimas décadas no sean eliminados y podamos continuar en el camino de alcanzar la igualdad plena para todos los seres humanos.

Así, teniendo en cuenta el contexto globalizado y mediatizado por los medios de comunicación² en el que nos encontramos, el análisis de los medios de comunicación es absolutamente necesario. Éstos contribuyen decisivamente a la creación de la cultura y tienen un papel socializador cada vez mayor (en la medida que los consumimos cada vez más debido a la generalización de internet). Por lo tanto, conocer qué tipos de contenidos consumimos, qué mensajes ocultos puede haber tras esos contenidos, cómo influyen en las personas (desde los/as pequeños/as hasta los/as mayores), etc. es indispensable para no ser direccionados/as³ acríticamente hacia aquello que los medios de comunicación deseen.

Además, esa direccionalidad por parte de los medios de comunicación tiene consecuencias tanto a nivel personal como a nivel colectivo. En cuanto a la direccionalidad que ejercen los medios de comunicación a nivel personal, éstos crean y desarrollan discursos sobre cómo las mujeres y los hombres nos construimos socialmente, más allá de los datos biológicos. En este sentido, los medios de comunicación crean imaginarios colectivos sobre lo que es ser mujer y lo que es ser hombre, se encallan en estereotipos y roles de género anticuados, pero baratos de comprar y fáciles de consumir por jóvenes y no tan jóvenes. Así, una vez comprados y consumidos repetidamente dichos estereotipos y roles de género (evidentemente otros factores externos a los medios de comunicación ayudan o dificultan esta tarea), la ciudadanía corre el peligro de volverse acrítica y convertirse en aquello que consume.

En cuanto a la direccionalidad que ejercen los medios de comunicación a nivel colectivo, es cada día más evidente, creo, que los medios de comunicación moldean, y direccionan también, la conciencia política de la ciudadanía. A modo de ejemplo, no todos los acontecimientos son transformados en noticias, sólo aquellos que son elegidos por los medios. Por lo tanto, en la mayoría de los temas de relevancia social o política, los medios de comunicación eligen las noticias a contar y retransmiten la parte de la realidad que creen conveniente, pudiendo haber intereses de distintos tipos en juego. Así, los medios de comunicación influyen en el debate público otorgando importancia a determinados asuntos, estableciendo de esta forma la agenda política y social.

Por consiguiente, teniendo en cuenta los posicionamientos personales y contextuales explicados hasta el momento, esta investigación se inserta en una serie de posicionamientos teóricos concretos. Así, debe tenerse en cuenta que ésta se ha llevado a cabo en dos direcciones: por un lado, la tesis se inserta en los *Women's Studies* y, en concreto, en los Estudios feministas y medios de comunicación; y, por otro lado, en lo relativo a los movimientos sociales, esta investigación se inserta tanto en la Teoría de la movilización de recursos como en la Teoría de la oportunidad política o del proceso político.

En lo referente a los *Women's Studies*, éstos tuvieron como objetivo legitimar temas de estudio que hasta el momento habían sido vilipendiados, por ejemplo, la sexualidad, el cuerpo o la relación de las mujeres con los medios de comunicación. En este caso, me baso en los *Women's Studies* porque entienden el género como una construcción social y cultural que, históricamente, ha contribuido a crear desigualdades entre los sexos, así como entre los géneros, las orientaciones

² Entiendo por contexto mediatizado por los medios de comunicación aquella intervención en el entorno, por parte de los medios, que impide la libertad de actuación de personas, siendo éstas dirigidas hacia los intereses de los medios de comunicación.

³ Entiendo la direccionalidad como aquello que puede ser dirigido u orientado hacia una dirección determinada y prefijada.

sexuales, las identidades de género, las razas... En este sentido, se le atribuye más importancia al género que a las diferencias biológicas de los sexos. De este modo, estos estudios también critican las desigualdades por razón de raza, de orientación sexual, de status social, de religión..., al igual que lo hemos hecho en esta investigación.

En cuanto a los Estudios feministas y los medios de comunicación, éstos comenzaron denunciando la representación sexista y opresiva de las mujeres en los medios de comunicación. En esta investigación nos aproximamos a los medios de comunicación desde una perspectiva feminista porque tenemos como objetivo analizar cómo se representa a las mujeres que protestan por sus derechos en los cuatro periódicos españoles y vascos. En consecuencia, los Estudios feministas y los medios de comunicación nos han servido en esta investigación para saber si se continúa representando a las mujeres y a otros colectivos tradicionalmente oprimidos de forma estereotipada y desigual respecto a los hombres heterosexuales, blancos, de clase media...

En cuanto a los movimientos sociales, en primer lugar, la Teoría de la movilización de recursos pretende encontrar respuestas en la forma en la que los movimientos sociales son capaces de movilizar de forma eficaz y continua los recursos de los que disponen (humanos, materiales y simbólicos) para lograr sus objetivos (De Miguel, 2008: 290). En esta investigación, nos interesan, principalmente, los aspectos humanos, es decir, nos interesa profundizar en la forma en la que se crea la identidad colectiva de las personas participantes (en los movimientos sociales en general y en el feminista en particular), entendida ésta como uno de los elementos impulsores de las reivindicaciones y acciones colectivas.

Sin embargo, en cuanto a los recursos materiales, también nos interesan las relaciones entre los movimientos sociales y las nuevas tecnologías, y la relación de los primeros con los movimientos sociales.

En segundo lugar, la Teoría de la oportunidad política o del proceso político apunta a la importancia de los contextos políticos como factores que propician o inhiben el desarrollo de los movimientos sociales (De Miguel, 2008: 290). En esta tesis doctoral consideramos muy relevante el contexto político en el que se desarrollan los movimientos sociales y, en concreto, el feminismo, ya que dicho contexto resalta las relaciones de conflicto y entendimiento entre los colectivos que plantean nuevas demandas y las autoridades que poseen el poder político. Un ejemplo claro de estos conflictos, y que analizaremos en esta tesis, es el intento de eliminación del derecho al aborto por parte del gobierno del Partido Popular en 2013. Este hecho produjo numerosas protestas y acciones colectivas; en consecuencia, la modificación de la ley no fue tan restrictiva como se planteó en un principio.

Además de los posicionamientos teóricos en los que se inserta esta tesis doctoral, es de vital importancia definir algunos conceptos que serán utilizados a lo largo de esta investigación y que, por tanto, consideramos básicos. Entre ellos, se encuentran los términos feminismo, reivindicación y acción colectiva.

En cuanto al feminismo, entendemos que éste es un movimiento social y político que busca la igualdad de derechos de todas las personas. Históricamente, el feminismo se ha centrado en la lucha por los derechos de las mujeres; sin embargo, en la actualidad, el feminismo centra sus esfuerzos en batallar por la igualdad de todos los seres humanos, y entiende que el sexo no es la

única forma de opresión. Es decir, las opresiones (de sexo, de raza, de orientación sexual, de identidad sexual o de género, de clase social, de religión,) interactúan entre ellas y dan lugar a otras. Por lo tanto, el feminismo pretende luchar por la desaparición de todas las opresiones y, en consecuencia, por el derecho de todas las personas a vivir dignamente, a pesar de las diferencias que puedan existir entre ellas.

Por otra parte, las reivindicaciones son reclamaciones de algo a lo que se cree tener derecho. En este caso, entendemos por reivindicaciones feministas aquellas reclamaciones de justicia a las que creen tener derecho las mujeres u otros colectivos tradicionalmente discriminados y oprimidos por razón de sexo, raza, orientación sexual, identidad sexual o de género, clase social, religión, ...

Finalmente, en cuanto a la acción colectiva entendemos que es aquella desplegada por un grupo de personas unido por unas identidades construidas en común, como resultado de un proceso continuo de negociación entre sus integrantes que plantean reivindicaciones nuevas o no aceptadas, utilizando todas las estrategias a su alcance frente a las autoridades o a otros grupos.

Entendemos por acciones colectivas feministas todas aquellas acciones desplegadas por grupos de mujeres u otros colectivos tradicionalmente discriminados y oprimidos unidos en virtud de unas identidades comunes, que plantean reivindicaciones nuevas o no aceptadas, utilizando todas las estrategias y actividades a su alcance frente a las autoridades o a otros grupos. Dichas actividades representan una amenaza al orden establecido debido al repertorio que utilizan para su consecución, al contenido de sus demandas, a su intención declarada o bien a todos esos elementos juntos (Del Moral, 2012: 45).

Para llevar a cabo esta investigación hemos utilizado el análisis de contenido. Esta metodología nos ha permitido analizar las imágenes de prensa de las reivindicaciones y acciones colectivas feministas que aparecían en las ediciones digitales de los periódicos *El País*, *ABC*, *El Correo* y *Deia* en los años 2013 y 2014.

El análisis de contenido es una metodología que tiene como objetivo general el estudio de las comunicaciones que surgen en la sociedad. En cuanto al análisis de contenido de imágenes y, en concreto, de fotografías de prensa, nos hemos centrado en el análisis denotativo de las imágenes de prensa, es decir, hemos estudiado las cuestiones que pueden verse en dichas imágenes y hemos dejado de lado el análisis simbólico o connotativo, mucho más subjetivo.

Finalmente, tras estas consideraciones previas, presentaremos la estructura de esta tesis doctoral, que consta de ocho capítulos. El primer capítulo es la *Introducción* de la investigación y está formado por las razones por las que hemos seleccionado este tema; el objetivo general de la investigación; los posicionamientos teóricos en los que se inserta la tesis; la explicación en torno a la metodología utilizada; y, por último, la estructura de la investigación.

El segundo capítulo de esta investigación es el marco teórico, titulado *Movimientos sociales, feminismo y medios de comunicación*, y consta de tres apartados principales. El primero de ellos, titulado *Participación política, problemas sociales y movimientos sociales*, tiene como objetivo centrar los movimientos sociales en el seno de la participación política ciudadana, así como crear una correlación entre la existencia de los problemas sociales y la creación de los movimientos sociales. En este sentido, el apartado consta de las definiciones y de las funciones de los

movimientos sociales; las distinciones temporales realizadas por varios autores; la acción colectiva; la identidad colectiva; y, finalmente, los grandes movimientos sociales en la actualidad.

El segundo apartado del marco teórico, denominado *El feminismo como movimiento social*, se compone de las definiciones en torno al feminismo, así como quiénes lo forman y de qué formas se producen y se reproducen las desigualdades en las sociedades formalmente igualitarias. También se incluyen algunos retazos de la historia del feminismo; las reivindicaciones y la acción colectiva feminista; y, por último, la identidad colectiva feminista y su construcción.

El tercer apartado, bajo el epígrafe *Medios de comunicación y feminismo*, versa sobre el poder de los medios de comunicación y el lugar que ocupan los movimientos sociales y el feminismo en ellos; los estudios que se han realizado en torno a los medios de comunicación y a las imágenes de prensa con perspectiva de género; y, finalmente, los medios de comunicación digitales, tanto en lo referente a la prensa digital como a la fotografía de prensa.

El tercer capítulo de esta investigación, titulado *Objetivos e hipótesis*, enumera el objetivo general de la investigación, así como los objetivos específicos y las hipótesis de la misma.

El cuarto capítulo titulado, *Metodología de la investigación*, tiene como objetivo explicar la forma en la que hemos diseñado la metodología de análisis de las fotografías objeto de estudio. Así, por un lado, estudiamos los aspectos básicos del análisis de contenido (definiciones, características, investigaciones realizadas...); y explicamos cómo hemos realizado el análisis de contenido en esta investigación. Por otro lado, en este capítulo también explicamos cómo hemos llevado a cabo la selección de los periódicos objeto de estudio y desarrollamos la historia y las características de cada uno de los periódicos. Asimismo, detallamos los criterios según los cuales hemos realizado la selección de las entradas o unidades informacionales de los periódicos y de las imágenes objeto de estudio; explicamos cómo hemos realizado el registro de las imágenes seleccionadas y cómo hemos establecido el sistema de variables y categorías. Finalmente, justificamos la forma en la que hemos llevado a cabo la codificación previa de las imágenes objeto de estudio y explicamos la codificación propiamente dicha.

El quinto capítulo, titulado *Análisis de las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas en la prensa digital española y vasca de los años 2013 y 2014*, tiene como objetivo estudiar la información extraída de las variables y categorías diseñadas en el capítulo anterior. Salvo excepciones, a cada variable se le ha otorgado un apartado en el que hemos introducido las tablas con las frecuencias y porcentajes correspondientes, así como el análisis y las imágenes que ejemplifican nuestro análisis.

El sexto capítulo, titulado *Conclusiones*, pretende, por una parte, definir las conclusiones a las que hemos llegado tras el análisis de las imágenes y las hipótesis planteadas y, por otra parte, buscar explicaciones a dichas conclusiones. Además, debemos establecer las limitaciones de la investigación, así como plantear soluciones al problema y realizar aportaciones para posibles investigaciones futuras.

El séptimo capítulo, titulado *Bibliografía y Webgrafía consultada*, contiene la lista de publicaciones referenciales utilizada en esta investigación. Este capítulo está dividido entre la

bibliografía y la webgrafía, es decir, las publicaciones de origen electrónico utilizadas como referencias en esta tesis, principalmente, los enlaces a las páginas web.

Finalmente, el octavo capítulo, titulado *Anexos*, tiene como objetivo adjuntar algunas tablas que pueden ser de interés para comprender la presente investigación y las imágenes de prensa objeto de estudio.

2. MOVIMIENTOS SOCIALES, FEMINISMO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El marco teórico de esta investigación consta de tres apartados. El primero de ellos, titulado *Participación política, problemas sociales y movimientos sociales*, tiene como objetivo centrar los movimientos sociales en el seno de la participación política ciudadana, así como crear una correlación entre la existencia de los problemas sociales y la creación de los movimientos sociales. En este sentido, el apartado consta de las definiciones y funciones de los movimientos sociales; las distinciones temporales realizadas por varios autores; la acción colectiva; y, finalmente, los grandes movimientos sociales en la actualidad.

El segundo apartado de este marco teórico, denominado *El feminismo como movimiento social*, se compone de las definiciones en torno al feminismo, así como los sujetos a los que engloba y de qué formas se producen y se reproducen las desigualdades en las sociedades formalmente igualitarias. También se incluyen algunos retazos de la historia del feminismo dividida en tres etapas; y, por último, las reivindicaciones y la acción colectiva feminista.

El tercer apartado, bajo el epígrafe *Medios de comunicación y feminismo*, versa sobre el poder de los medios de comunicación y el lugar que ocupan los movimientos sociales y el feminismo en ellos; los estudios que se han realizado en torno a los medios de comunicación y a las imágenes de prensa con perspectiva de género; y, finalmente, los medios de comunicación digitales, tanto en lo referente a la prensa digital como a la fotografía de prensa.

2.1. Participación política, problemas sociales y movimientos sociales

La noción de participación política no tiene una definición clara y consensuada; por el contrario, las investigaciones ofrecen una gran variedad conceptual debido a que la participación política es un concepto relativo y aplicado al análisis concreto que se esté llevando a cabo (Elizondo, 2004: 75). Sin embargo, el concepto teórico en el que se sustenta la noción de participación hace referencia al contenido de la definición de democracia, esto es, *el poder del pueblo* (Elizondo, 2004: 75). Así, la participación política significa “tomar parte o intervenir en la gestión de lo colectivo, de lo que afecta a la sociedad en su conjunto” (Elizondo, 2004: 75).

Sin embargo, no es sencillo establecer qué es lo que afecta a la ciudadanía y cuándo lo que afecta a ciertos grupos de personas pasa a ser un problema social. Como norma general, una situación se nos aparece como injusta cuando se define como una desigualdad ilegítima (Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 321), es decir, cuando se considera inmerecida y se atribuye a un agente externo (Major, 1994; visto en Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 321). En este sentido, toda sociedad implica normas y valores que resultan más beneficiosas para unas personas que para otras (Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 16). Sólo si los grupos en desventaja, a partir de valores y criterios antagónicos, definen colectivamente la situación como algo negativo que debe ser corregido podremos decir que ha emergido un problema social (Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 16). En otras palabras, entendemos que existe un problema social “cuando un grupo de influencia [que tiene un impacto significativo] conoce la existencia de una situación que afecta a sus valores, [y] puede solucionarse interviniendo de forma colectiva” (Sullivan et. al., 1980; visto en Morales et. al., 2007: 778).

Asimismo, un problema social debe tener las siguientes características (Sullivan et. al., 1980; visto en Morales et. al., 2007: 778): todos los miembros de la sociedad tienen que estar de acuerdo en que se trata de un problema social; tiene que identificarse claramente el grupo que lo considera como tal; deben clarificarse la prioridad de los valores del grupo que percibe el problema social en comparación con los valores de otros grupos; y, por último, los problemas sociales deben ser diferenciados de los problemas personales. Así pues, un problema social es una cuestión que afecta a un número significativo de personas. Además, para solucionarlo es necesario tanto un cambio de actitudes, valores y estilos de vida que sustentan dicho problema como una intervención de toda la sociedad (desde los poderes públicos hasta las personas de a pie).

En este sentido, cuando la sociedad percibe que una situación es desagradable e injusta para determinados grupos, se procederá a su corrección, teniendo siempre en cuenta una serie de pasos que Herbert Blumer (1971) estableció en su artículo titulado *Social Problems and Collective Behaviour* (1971). Dichos pasos, como muestra la tabla 2.1., serán los siguientes:

Tabla 2.1. Las fases de un problema social, desde su definición hasta la implantación de un plan de acción en la sociedad, según Blumer (1971)		
Primer paso	Definición del problema social	La ciudadanía debe ser consciente de la existencia de un problema que afecta a determinados grupos de personas.
Segundo paso	Legitimación del problema social	Una vez que ha sido definido, debe adquirir legitimidad a través del apoyo y reconocimiento social. Debe ser admitido por instituciones sociales y medios de comunicación.
Tercer paso	Movilización para la acción	El problema social, tras ser legitimado, debe convertirse en objeto de controversia para ir adquiriendo respetabilidad en la sociedad.
Cuarto paso	Realización de un programa de acción	El orden social decidirá, según el tipo de problema, un programa para la acción a través de negociaciones, compromisos, concesiones, juicios, etc.
Quinto paso	Implementación del programa de acción en la sociedad	El programa de acción se implementará en la sociedad y podrá sufrir cambios y mejoras.

Fuente: Elaboración propia a partir de Blumer (1971: 301 y ss.)

Así pues, los problemas sociales se corrigen, entre otras formas posibles, a través de la participación política de las personas que conforman los grupos afectados (aunque no únicamente) por determinados problemas sociales. Dicha participación política se manifiesta de diferentes formas entre las que se incluyen el ejercicio del voto o formar parte de una candidatura o de una asociación u organización que tenga como objetivo influir directa o indirectamente en la toma de decisiones de los poderes públicos (Elizondo, 2004: 76) y en la percepción de la sociedad. La variedad de estas formas de participación está relacionada con el nivel de implicación de la ciudadanía (Elizondo, 2004: 76). Las personas se implican a distintos niveles en el ejercicio político por distintas causas, como pueden ser la disposición de tiempo, de recursos económicos, de habilidades personales, etc. (Elizondo, 2004: 76). En este sentido, afirma Xabier Ballart, que, en una sociedad democrática y desarrollada, la mayoría de los/as ciudadanos/as tiene la capacidad y los recursos para participar activamente en política si así lo desea (2012: 97). Sin embargo, coincide Ballart con Elizondo al sostener que lo más probable es que no lo hagan por falta de recursos como el tiempo, el interés o al no verse afectados/as directamente (2012: 97).

Aun así, hay personas que sí ejercen su derecho a la participación política, y una de las modalidades que poseen para influir en los poderes públicos y en la percepción que pueda tener la sociedad de los problemas sociales y de las personas que los sufren, es la creación de movimientos sociales. La actividad de éstos arranca de la definición de un problema social (Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 274), y continúa con la participación tanto individual como colectiva, así como organizada. Escribe el sociólogo francés Alain Touraine que “es propio de los movimientos sociales producir una ideología, es decir, una representación, conforme a sus objetivos, de la situación en la que están comprometidos [esto es, los problemas sociales]” (1990: 17). En la siguiente tabla

podemos observar el paralelismo problemas sociales-movimientos sociales como forma de hacer frente a dichos problemas (Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 18):

Tabla 2.2. Problemas sociales y movimientos sociales (1960-2000)		
Décadas	Problemas sociales	Movimientos sociales
1960	Discriminación de la población negra en EEUU	Movimiento de derechos civiles
	Apartheid sudafricano	Movimiento anti-apartheid
	Discriminación de la mujer	Movimiento feminista
	Discriminación de homosexuales	Movimiento de gays y lesbianas
	Autoritarismo en la universidad	Movimiento estudiantil
	Persistencia del colonialismo	Movimientos independentistas
1970	Crisis ecológica global	Movimiento ecologista
	Penalización del aborto	Movimiento pro legalización del aborto
	Violaciones de derechos humanos	Movimiento de derechos humanos
	Centralismo del Estado moderno	Movimiento nacionalistas
	Malos tratos a animales	Movimiento de liberación animal
1980	Despliegue de misiles nucleares	Movimiento pacifista
	Legalización del aborto	Movimiento pro-vida
	Occidentalización de países árabes	Movimientos fundamentalistas islámicos
	Pobreza, hambre y subdesarrollo	Movimientos de solidaridad
	Discriminación de inmigrantes en Europa	Movimiento anti-racista
	Epidemia del SIDA	Movimiento contra el SIDA
1990	Globalización económica	Movimiento contra la globalización
	Eutanasia y suicidio asistido	Movimiento por el derecho a morir
	Manipulación genética (clonación, etc.)	Acciones colectivas contra la manipulación genética

Fuente: Javaloy, Rodríguez y Espelt (2001: 18)

Si bien es cierto que algunos problemas sociales vienen de épocas anteriores, según Javaloy, Rodríguez y Espelt (2001: 17-18), en los sesenta fueron formulados y reformulados muchos de ellos y dieron lugar al surgimiento de los nuevos movimientos sociales, como veremos en el apartado 2.1.3. *Modelos viejos, nuevos y en red*. La tabla 2.2 muestra, por un lado, que los problemas sociales más significativos han dado lugar a la creación de movimientos sociales y, por otro lado, que los problemas sociales no son nuevos, puesto que el racismo, el machismo y el colonialismo ya existían con anterioridad (Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 18). Lo que sí es nuevo es “la definición social de tales hechos [racismo, machismo y colonialismo, entre otros], o su reformulación, como problemas intolerables que reclaman una solución inmediata” (Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 18), a través de los movimientos sociales y de sus acciones colectivas.

Es necesario tener en cuenta, tal como afirman Javaloy, Rodríguez y Espelt (2001: 17), que no siempre el orden establecido quiere resolver los problemas sociales, especialmente cuando éstos ponen dicho orden en cuestión: “los gobernantes pueden ocultar la naturaleza del problema y, por tanto, su responsabilidad en él echando la culpa a quienes lo están sufriendo o etiquetándolos como

desviados o enfermos” (Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 17) o, en otras palabras, *culpabilizando a la víctima* (Caplan y Nelson, 1973; visto en Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 18). Ésta es una táctica que se haya profundamente arraigada, a través de estereotipos y prejuicios disfrazados de argumentaciones razonables, y que desnaturaliza el carácter social de los problemas y dificulta su solución (Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 17). Otra estrategia utilizada históricamente por el orden establecido es la de la medicalización, por ejemplo, en el caso de las personas homosexuales (Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 17).

Por lo tanto, la toma de conciencia social de que existe un problema y el surgimiento de movimientos sociales no es una vía que vaya a provocar soluciones y mejoras en la vida de las personas de forma automática y sencilla. En consecuencia, ha sido necesaria la creación de distintos frentes de acción, que aunaran la teoría y la práctica, para buscar soluciones.

En la vertiente teórica, durante las décadas de los ochenta y noventa, se realizaron un gran número de estudios que pretendían clarificar, entre otras muchas cosas, qué es y qué no es un movimiento social; en qué condiciones sociales, políticas, económicas... surge; qué factores lo componen; las formas de acción colectiva que se deben utilizar para conseguir los objetivos del mismo; etc. El debate acerca de estas cuestiones ha sido intenso y fructífero. Sin embargo, como suele ocurrir en las ciencias sociales, los desencuentros también han sido habituales. Aun así, las diferencias entre las personas investigadoras de esta materia no han hecho sino enriquecer las controversias surgidas y ampliar un panorama imposible de analizar con un solo par de ojos.

Teniendo en cuenta la existencia de numerosos desencuentros entre autores/as, seguidamente, trataremos de definir lo que en esta tesis entendemos por movimientos sociales.

2.1.1. En busca de una definición

Antes de nada, es necesario que definamos lo que entendemos por movimientos sociales. En primer lugar, conviene aclarar que éstos se incluyen en la categoría de actores políticos, junto con los partidos políticos, los sindicatos o las patronales. Todos ellos comparten una serie de rasgos como son, la participación voluntaria de los miembros, una actividad relativamente estable, unos objetivos específicos que confieren cierta homogeneidad a las personas que lo integran, una acción coordinada y organizada, y una intervención más o menos frecuente en el ámbito político con el objetivo de incidir en un conflicto social concreto. Según Alberto Melucci, sociólogo y psicólogo clínico italiano, “los ‘movimientos’ contemporáneos toman la forma de redes de solidaridad, con poderosos significados culturales, y son precisamente éstos últimos los que los distinguen de manera tan rotunda de los actores políticos o de las organizaciones formales” (1999: 11). Para el historiador Manuel Pérez, los movimientos sociales se encuentran a medio camino entre las organizaciones formales, esto es, los sindicatos, los partidos políticos o los grupos de presión, y las protestas espontáneas, de escasa continuidad (1993: 147).

Ahora bien, los rasgos que diferencian a los movimientos sociales de los demás actores políticos y de cualquier otro actor de carácter social o cultural, son numerosos y determinantes. Para indagar más sobre este tema procedemos a definir lo que se entiende por movimiento social para después detallar cómo lo entendemos en esta tesis.

Como es lógico pensar, ofrecer una definición que abarcase todos los movimientos sociales surgidos a lo largo de la historia ha sido una de las grandes tareas de los/as expertos/as, por lo que es necesario realizar un breve recorrido para determinar cuál es la definición que más se ajusta a lo que en esta tesis plantearemos.

Según el sociólogo e historiador Charles Tilly, los movimientos sociales tienen una historia única e interrelacionada (2010: 33) que comienza a finales del siglo XVIII en los países occidentales. Para este autor ésta es una curiosa manera de hacer política pública que terminó de cuajar masivamente en Europa Occidental y Norteamérica a principios del siglo XIX, y se consolidó hasta convertirse en un conjunto duradero de elementos a mediados de ese mismo siglo. Asimismo, fue evolucionando lenta y progresivamente a partir de ese momento, se propagó por todo el mundo occidental y acabó recibiendo el nombre de movimiento social (2010: 28-29). Este constructo político combinaba, según Tilly, tres elementos: en primer lugar, campañas de reivindicaciones colectivas contra las autoridades afectadas; en segundo lugar, un abanico de actuaciones para llevar a cabo esas reivindicaciones que incluyen a asociaciones con un fin específico, concentraciones públicas, declaraciones en los medios y manifestaciones; y finalmente, manifestaciones públicas del valor, la unidad, el número y el compromiso de la causa (en inglés, Tilly utiliza las siglas WUNC)⁴. Este *constructo históricamente concreto* es, para Tilly, un movimiento social.

Para Sidney Tarrow los movimientos sociales son “desafíos colectivos planteados por personas que comparten objetivos comunes y solidaridad en una interacción mantenida con las elites, los oponentes y las autoridades” (1997: 21). La definición de Tarrow hace referencia a cuatro propiedades que él mismo define en su obra *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Dichas propiedades son (1997: 22 y ss.):

- Desafío colectivo: corresponde a la interrupción, la obstrucción o la introducción de incertidumbre en sus actividades con el fin de convertirse en el punto focal de las personas que les siguen y atraer la atención de sus oponentes y de otras terceras partes.
- Objetivo común: normalmente, la ciudadanía se adhiere a un movimiento social para plantear exigencias comunes a los gobernantes o a las elites, si bien pueden existir algunos movimientos de carácter juvenil, por ejemplo, que pretendan desafiar a la autoridad. Por tanto, el reconocimiento de una serie de intereses comunes a un grupo de personas es la característica principal para el surgimiento de un movimiento social.
- Solidaridad: las personas que lideran los movimientos sociales explotan los sentimientos más enraizados y profundos de solidaridad o identidad de los grupos.
- Acción colectiva: es aquel conjunto de formas de acción, conocidas tanto por los activistas como por sus oponentes, que se convierten en aspectos habituales de su interacción. La acción colectiva es la propiedad indispensable para que el movimiento social se mantenga en el tiempo.

Melucci (2001) se distancia de Tarrow (1997) y Tilly (2010) al entender los movimientos sociales como generadores de códigos culturales alternativos a los dominantes. En cambio, tanto

⁴ Rafael Cruz (2008: 22) ha traducido las siglas WUNC (valor, unidad, número y compromiso de la causa) al castellano como RUNC (respetabilidad, unidad, número de participantes y compromiso).

para Tarrow (1997) como para Tilly (2010), la actividad principal de los movimientos es la confrontación con las autoridades. Melucci (2001), en concreto, entiende los movimientos sociales como la movilización de un actor colectivo con los siguientes rasgos (Melucci, 2001: 21):

- viene definido por una solidaridad específica;
- está comprometido en un conflicto con un adversario por la apropiación y control de recursos valorados por ambos; y,
- sus actividades implican una ruptura de los límites de compatibilidad del sistema en el que acontece la acción, límites definidos por el abanico de variaciones que el sistema puede tolerar sin ver modificada su estructura.

Otro de los autores centrales de los movimientos sociales, Enrique Laraña, completa la definición de Melucci (2001) y concluye que el concepto de movimiento social se refiere a una forma de acción colectiva que (1999: 126-127):

- apela a la solidaridad para promover o impedir cambios sociales;
- es en sí misma una forma de percibir la realidad, ya que vuelve controvertido un aspecto de ésta que antes era aceptado como normativo;
- implica una ruptura de los límites del sistema de normas y relaciones sociales en el que se desarrolla; y,
- tiene capacidad para producir nuevas normas y legitimaciones en la sociedad.

Según Jesús Casquete, profesor de la Universidad del País Vasco, sería la voluntad de intervenir en el proceso de cambio social la característica más importante de un movimiento social. Casquete lo define como “una red interactiva de individuos, grupos y organizaciones que, dirigiendo sus demandas a la sociedad civil y a las autoridades, interviene con cierta continuidad en el proceso de cambio social mediante el uso prevaeciente de formas no convencionales de participación” (1998: 22). Este autor realiza algunas aclaraciones respecto a la definición (1998: 22 y ss.). En primer lugar, en tanto que los movimientos sociales son redes movilizadas de individuos, grupos y organizaciones que persiguen unos objetivos concretos, poseen un sentido muy desarrollado de la identidad colectiva. Esto es, poseen un sentido del *nosotros/as* muy desarrollado. Esta primera aclaración se correspondería con el rasgo de solidaridad al que se refería Tarrow.

En segundo lugar, los movimientos sociales siguen una estrategia dualista, según la cual entran en interacción con la esfera política (el Estado) y la esfera sociocultural (la sociedad civil). En tercer lugar, para Casquete, los movimientos sociales suelen presentar una estructura organizativa informal, descentralizada y horizontal, algo que no ocurre con el resto de los actores colectivos. Además, poseen un repertorio de acción colectiva más amplio que las típicas formas convencionales de participación, como son las elecciones. Así pues, los movimientos sociales tienden a enriquecer el panorama con formas no convencionales de participación (tanto legales, como es normalmente la

manifestación, como ilegales, como la desobediencia civil). Sin embargo, conviene tener en cuenta que, en ocasiones (las menos), entre las tácticas y las estrategias que emplean los movimientos sociales, se incluye la “opción electoral” (McAdam y Tarrow, 2011: 165). Esto suele ocurrir, sobre todo, en sistemas políticos basados en la representación proporcional. Según explican McAdam y Tarrow (2011: 165), dichos sistemas son multipartidistas, es decir, no hay un solo partido que posea la mayoría de los escaños legislativos. Es por eso por lo que los partidos pequeños pueden conseguir poder suficiente como coalición de gobierno. Un ejemplo es el de los Verdes, partido político que ha alcanzado una importante prominencia política en Alemania (McAdam y Tarrow, 2011: 165).

Por otra parte, los movimientos pretenden intervenir deliberadamente en el cambio social, a nivel local, afectando a las estructuras del Estado-nación; a nivel global, afectando a las relaciones internacionales; o a ambos a la vez. Asimismo, es necesario que exista una continuidad en la acción colectiva. Casquete establece como válida una referencia temporal de varios años. Por lo tanto, quedarían excluidas manifestaciones concretas y episódicas. Finalmente, los movimientos sociales no son entidades uniformes y homogéneas. Al contrario, conviven con numerosas tendencias y organizaciones con las que a menudo se sienten enfrentados en aspectos ideológicos o estratégicos.

Tanto la definición de Laraña (1999) como de Casquete (1998) nos parecen las más adecuadas para determinar lo que en esta tesis entendemos por movimiento social, teniendo en cuenta nuestros objetivos. Sin embargo, tenemos algunas puntualizaciones. La definición de Casquete nos parece más completa porque incluye el *cómo*, es decir, incluye el hecho de que el cambio social (objetivo máximo del movimiento social) debe realizarse a través de una serie de acciones no convencionales de participación, unas formas de protesta que no se ajustan a las normas sociales y a los valores dominantes de la sociedad, por lo que no se utilizan los canales de participación institucionalizados (Anduiza y Bosch, 2004: 28).

Por otra parte, de la definición de Laraña (1999) nos interesa destacar un punto. Nos parece interesante que explique lo que implica un cambio social: una ruptura de los límites del sistema de normas y relaciones sociales para que, a partir de ahí, se generen nuevas normas y legitimaciones en la sociedad.

Así pues, si retomamos la definición de Casquete (1998) y añadimos esta pequeña aclaración, lo que entendemos por movimiento social quedaría de la siguiente forma: una red interactiva de individuos, grupos y organizaciones que, dirigiendo sus demandas a la sociedad civil y a las autoridades, interviene con cierta continuidad en el proceso de un cambio social que implique una ruptura normativa, mediante el uso prevaleciente de formas no convencionales de participación. Por lo tanto, las características centrales de los movimientos sociales son:

- Organización: flexible, informal y variante.
- Discurso: de ruptura de las normas que el movimiento social considera injustas.
- Espacio de acción: la calle o cualquier espacio que no sea de ámbito institucional. En ocasiones, el espacio de acción puede ser de ámbito institucional, pero porque se utiliza dicho espacio para realizar una acción de protesta.
- Tiempo de acción: más o menos continuo. Las manifestaciones de los movimientos tienden a reproducirse al verse vulnerados ciertos derechos que el colectivo considera básicos.

- Formas de acción colectiva: no convencionales (manifestaciones, huelgas, sentadas, acampadas...).
- Relación con el poder (el gobierno, las autoridades, las élites): conflictiva, ya que se persigue presionar a los gobiernos y a las autoridades.

Por lo tanto, los movimientos sociales, en su intención de conseguir cambios sociales en aquellos aspectos que considera injustos, cumplen una serie de funciones políticas en la sociedad. A continuación, reflexionaremos en torno a dichas funciones.

2.1.2. Funciones de los movimientos sociales

Según Casquete, en la sociedad, los movimientos sociales pretenden, por una parte, contribuir al enriquecimiento del debate político y, por otra parte, apuntalar la democracia (2006: 10). Para llevar ambas cuestiones a cabo, Casquete establece cinco funciones políticas que desempeñan los movimientos sociales (Casquete, 2006: 10 y ss.):

- Identificación de problemas y/o riesgos

Los movimientos sociales constituyen un indicador de problemas que no han sido satisfechos o que no han sido afrontados, ni por los medios de formación de opinión en la esfera pública ni por las instituciones encargadas de solucionar los problemas que afectan a la ciudadanía o a grupos concretos de la misma. En este sentido, tienen una función indispensable: sacar a la luz y hacer visible lo que hasta el momento pertenecía al ámbito privado de cada persona para, en consecuencia, ser sometido a decisiones colectivas. De esta forma, los movimientos sociales se encargan de detectar los déficits del sistema y, en escenarios muy optimistas, consiguen la adopción por parte de las autoridades de las medidas necesarias para luchar contra los problemas y/o riesgos previamente identificados.

- Representación de grupos discriminados o de sus intereses

Las reivindicaciones de grupos sociales insuficientemente estructurados e históricamente ignorados son, a menudo, relegadas a un segundo plano. Por lo tanto, los movimientos sociales se erigen en representantes que luchan por hacer valer los intereses de grupos discriminados. Así pues, desde esta perspectiva, los movimientos sociales son considerados como responsables de la expansión de los derechos de ciudadanía de diferentes grupos sociales que, a lo largo de la historia, han sufrido y siguen sufriendo discriminación por razón de raza, sexo, orientación sexual, clase social, etc.

- Ejercicio de un contrapoder crítico

Los movimientos sociales ejercen controles y son un contrapoder crítico frente a las fuerzas sociales y políticas establecidas. Presionan a las autoridades para que justifiquen sus decisiones o la ausencia de ellas delante de la opinión pública. En un escenario carente de instrumentos con los que ejercer un control sobre las autoridades, los movimientos sociales se convierten en uno de las escasas herramientas a disposición de la ciudadanía para hacer un seguimiento democrático crítico de los gobernantes y demás autoridades. Una de las ventajas de los movimientos sociales es que, al estar sujetos a la lógica del número y de la protesta y no a la lógica electoral, son más libres para realizar críticas, exigir responsabilidades y, si es necesario, formular alternativas.

- Propuesta de alternativas

A menudo, los movimientos sociales crean formas creativas e innovadoras de hacer frente a los problemas del conjunto de la sociedad. Puede ocurrir que las propuestas que realicen sean ensoñaciones con remotas posibilidades de realizarse; sin embargo, lo normal suele ser

que las alternativas propuestas por los movimientos sean, en un principio evaluadas como ensoñaciones, pero realizables en un futuro cercano. Por ejemplo, la abolición de la esclavitud o la consecución del voto para las mujeres fueron propuestas tachadas de disparatadas en su momento.

- Función educativa en tanto que potenciales escuelas de democracia

Los movimientos sociales ofrecen una oportunidad de aprendizaje de las prácticas democráticas. Según Casquete (2006: 16), fue Rousseau el primero que afirmó que el ciudadano debía participar en las decisiones políticas para garantizar que las autoridades no realizaban excesos. Además, la participación tenía una función educativa porque el ciudadano debía aprender que sus propios intereses estaban en estrecha relación con los intereses colectivos.

Según Casquete (2006: 16), John Stuart Mill también insistió en la función educativa de la participación política. Este autor entendía que, para que la ciudadanía tomase decisiones responsables, debía con anterioridad adquirir la preparación en la administración local, instancia en la que, por cercanía, se materializa su educación política. Así pues, la función educativa es una función indispensable porque repercute directamente en la calidad de la democracia.

En resumen, la función principal de los movimientos sociales es su orientación al cambio social (Laraña, 1999: 94). Según Laraña, los cambios sociales afectan al *orden social* (Gusfield, 1970; visto en Laraña, 1999: 94), es decir, los cambios no tienen por qué afectar a toda la sociedad, sino más bien a algún aspecto del sistema de normas y relaciones sociales que configuran el existente (Laraña, 1999: 95).

Conforme las sociedades van avanzando y desarrollándose, los cambios sociales ocurren en mayor o menor grado o en una dirección o en otra, incluso en la que no era la deseada por los movimientos sociales; por lo tanto, los propios movimientos sociales se ajustan a lo que en cada sociedad y en cada momento histórico se necesita. En este sentido, a continuación, veremos los cambios históricos más significativos de los movimientos sociales.

2.1.3. Modelos viejos, nuevos y en red

En el estudio de los movimientos sociales y la acción colectiva, lo común ha sido dividir los movimientos sociales en viejos y nuevos. Este hecho ha generado una importante polémica en las últimas décadas, principalmente, desde los movimientos surgidos en los ciclos de protesta de la década de los 60. Por un lado, se encontraban los/as sociólogos/as que defendían la novedad de las formas de acción colectiva, debido a la difícilmente negable evolución de las sociedades; por otro lado, se encontraban los/as historiadores/as, quienes defendían una perspectiva de cambio social de largo alcance, pero para quienes lo nuevo era tan sólo aparente (Casquete, 2001: 191). Así pues, mientras unas teorías hablan de evolución histórica, otras hablan de continuidad histórica (Casquete, 2001: 191-192). A nuestro entender, tal y como afirma Casquete, ambos grupos dan un contenido diferente a la idea de novedad, o quizá sea que hablan de lo mismo, pero en diferentes términos. Por resumir nuestra posición, pensamos que las sociedades se han desarrollado en múltiples direcciones y, en consecuencia, los movimientos sociales se han adaptado a esos cambios y han creado estrategias nuevas, no tanto en el contenido como en la forma. Huelga decir que, todavía hoy, permanecen muchos de los problemas y de las insatisfacciones que impulsaron a los primeros movimientos sociales. Es por eso por lo que probablemente deberíamos hablar de evolución, más que de cambio o, como afirma el sociólogo estadounidense Craig Calhoun, “es posible que el ciclo continúe” (2002: 241).

En este sentido, Tilly hace referencia a que las formas y las reivindicaciones del movimiento varían y están sujetas a un proceso de evolución histórica (2010: 41). Asimismo, establece tres fuentes de cambio y variación en los movimientos sociales, diferenciados pero interrelacionados, que provocan variaciones tanto en términos de espacio como de tiempo (Tilly, 2010: 41-42):

- los entornos políticos globales (incluida la democratización y la pérdida de democracia) alteran parcialmente la independencia del movimiento social e inciden en su carácter;
- en las interacciones que se producen en el seno de los movimientos sociales (manifestantes y policía, por ejemplo), el cambio responde cada vez más a la innovación constante, la negociación y el conflicto; y,
- quienes participan en los movimientos sociales (activistas, autoridades...) se comunican entre sí y adoptan y adaptan las ideas, los mecanismos de ayuda, la retórica y los modelos de actuación. También adoptan, adaptan e innovan al tiempo que compiten entre sí para obtener unas determinadas ventajas.

Sea como fuere, lo cierto es que la necesidad de hacer dos distinciones quedó patente, según Casquete (1998: 59), durante la década de los cincuenta con la irrupción del movimiento por los derechos civiles en EEUU y, sobre todo, durante los años sesenta con la aparición del movimiento estudiantil (ver tabla 2.1.). En este hecho coinciden varios autores. Para Karl-Werner Brand desde principios de los años 60 “various and sequential waves of new movements have changed social and political life in Western democracies. Among those which sprang up in the 1960s were public interest and citizen-action groups, community action, neighborhood and self-help groups, civil rights, anti-Vietnam war, and students movements” (1990: 23). Por su parte, Doug McAdam también

coincide con Brand (1990) y Casquete (2001) cuando afirma que “the 1960s saw a level of social movement activity in the United States unparalleled since the depression decade of the 1930s. Blacks, students, women, farm workers, and a variety of other groups struggled to effect basic changes in the political and economic structures of society as well as to redefine minority status” (1999: 1). Y es que, los movimientos que comenzaron durante esta etapa no encajaban exactamente con los que se habían producido hasta aquel momento, por ejemplo, el movimiento obrero. Esto último es ratificado por la filósofa española Ana De Miguel (2008: 279) quien afirma que la lucha de clases o la cuestión obrera ha dejado de ser el eje de las luchas y conflictos sociales, para dejar paso a personas y grupos cuyo fin último tiende a ser la distribución justa de los recursos materiales pero también, y de forma cada vez más consciente, la lucha por el reconocimiento. En este sentido, Charles Taylor (visto en De Miguel, 2008: 279) afirma que el no reconocimiento o el reconocimiento equivocado pueden ser en sí mismos formas de opresión porque aprisionan a las personas en formas de ser falsas, distorsionadas y reducidas.

También es importante añadir que, mientras que en el siglo XIX las sociedades eran muy desiguales tanto económicamente como en derechos de todo tipo, a lo largo del siglo XX, la clase media se extendió notablemente. Como consecuencia, estos movimientos sociales no podían entenderse como la lucha contra el privilegio económico como eje central de las reivindicaciones, sino contra las desigualdades que habían creado un sistema opresor imperialista, racista, sexista, homófobo, violento... (De Miguel, 2008: 281). Es decir, las luchas en las sociedades prósperas económicamente se dirigieron contra el sistema y el orden establecido con el objetivo de transformar los que hasta el momento habían sido los sólidos cimientos de la sociedad (De Miguel, 2008: 281). Estos eran los nuevos movimientos sociales.

Sin embargo, ahora creemos que es necesaria una tercera clasificación. Las sociedades occidentales han evolucionado de tal forma que, algunas de las características centrales de los movimientos de finales de los años noventa, en la actualidad, han quedado obsoletas. Con esta afirmación no queremos plantear que los movimientos sociales han cambiado radicalmente. Como afirma De Miguel (2008: 280), todos los movimientos sociales pueden considerarse radicalizaciones del proyecto ilustrado de igualdad, libertad y solidaridad de todos los seres humanos. Así pues, las características centrales continúan siendo las mismas: los movimientos se crean como consecuencia de las contradicciones y de los conflictos de las sociedades, con la idea de ampliar los derechos de la comunidad humana. Sin embargo, al mismo tiempo, lo que ha cambiado ha sido el papel de la comunicación en la formación y práctica de los movimientos sociales. Como veremos más adelante, en la actualidad vivimos en sociedades red, y esto ha influido sin duda en los movimientos sociales: “Porque las personas sólo pueden desafiar a la dominación conectando entre sí, compartiendo la indignación, sintiendo la unión y construyendo proyectos alternativos para ellas y la sociedad en su conjunto. Y la forma fundamental de comunicación horizontal a gran escala en nuestra sociedad se basa en Internet y las redes inalámbricas” (Castells, 2012: 219).

Tal y como plantea el sociólogo y economista Manuel Castells, el motivo principal por el que, a nuestro juicio, es necesaria esta tercera clasificación tiene que ver con el uso de Internet. Este conjunto de redes de comunicación ha cambiado nuestras vidas de tal forma que nos es imposible asimilar todos los cambios, e indudablemente también ha cambiado la forma en la que los movimientos sociales se forman, se desarrollan y actúan. Castells los ha denominado *movimientos sociales en red* (2012: 211).

Dado que en esta investigación nos interesan más éstos últimos movimientos sociales, nos detendremos brevemente en los modelos viejos y nuevos, y después analizaremos en profundidad el que propone Castells. De esta forma, tendremos una visión global de los cambios que se han ido dando en los últimos tiempos en los movimientos sociales.

2.1.3.1. Viejos y nuevos movimientos sociales

Se considera que los movimientos sociales viejos son los surgidos antes de los años 60 del siglo XX, a saber, el movimiento obrero, el movimiento agrario o el movimiento antiesclavista (Dalton, Kuechler y Bürklin, 1990: 12)⁵. Por lo tanto, a partir del siglo XVIII fueron creándose los primeros movimientos sociales, evocaciones de lo que hoy en día conocemos. Según Tilly, quien realizó un exhaustivo estudio acerca de la historia de los mismos en su obra *Los movimientos sociales, 1768-2008*, “los movimientos sociales nacieron con el proceso de democratización parcial que llevó a los súbditos británicos y a los colonos norteamericanos a plantar cara a sus gobernantes durante el siglo XVIII. A lo largo del siglo XIX, los movimientos sociales florecieron y prosperaron, por lo general, allá donde se estaban dando más pasos en pos de la democratización, y retrocedieron en aquellos lugares en los que los regímenes autoritarios recortaban los derechos democráticos” (2010: 245). Según el sociólogo norteamericano, este patrón, que hace que los movimientos sociales consolidados se solapen con las instituciones democráticas, se mantuvo durante el siglo XX y se mantiene durante este siglo XXI (2010: 245). Autores como Tarrow (1997) y McAdam (1999) siguen a Tilly (2010) y defienden también que los movimientos sociales y los sistemas políticos institucionales se construyen mutuamente.

De acuerdo con el recorrido histórico que realiza Tilly de los movimientos sociales de Francia, Bélgica, Reino Unido y EEUU en el siglo XIX, este autor concluye que (2010: 122 y ss.):

- muchas de las actividades del movimiento social se inspiraban en la cultura local y regional (canciones, eslóganes, símbolos, vestuario e insignias);
- el pueblo fue poco a poco apostando por nuevas formas de reivindicar, ya que las autoridades endurecieron la represión contra las viejas formas de reivindicación, y, además, con las viejas (saqueos de casas, ceremonias de humillación, incendios provocados, ataques directos...) no obtenían reformas políticas a escala nacional;
- la parlamentarización parece haber sido un aliciente para la creación de movimientos sociales en los cuatro países estudiados. Tilly define la parlamentarización en base a dos elementos: primero, un aumento del poder absoluto de las instituciones representativas en relación con actividades gubernamentales como los impuestos, la guerra, la oferta de servicios públicos...; y, segundo, un aumento en el poder relativo de las instituciones representativas en comparación con los gobernantes hereditarios, los grandes patronos, los sacerdotes y los gobernantes a escala local. Los parlamentos se organizaron territorialmente, en

⁵ La mayoría de los autores no tienen en cuenta el feminismo como movimiento social antes de los años sesenta del siglo XX. Sin embargo, como veremos en el apartado 2.2. *El feminismo como movimiento social*, éste surgió, a nivel teórico, a finales del siglo XVII y, a nivel práctico y de acción, en la Revolución Francesa.

la mayoría de los casos, por lo que las reivindicaciones se centraron en llevar sus representantes regionales al parlamento; y,

- los líderes se organizaban a escala internacional y los contactos internacionales entre gobernantes y aspirantes al gobierno incidieron en la actividad del movimiento social, porque tanto los unos como los otros buscaban refrendo externo a sus políticas.

Por otra parte, los derechos políticos más reivindicados por los movimientos sociales durante el siglo XIX fueron los derechos de reunión, de asociación y de expresión (Tilly, 2010: 116 y ss.). Todos ellos resultaban fundamentales para los movimientos sociales ya que necesitaban reunirse, asociarse y poder expresarse con libertad para dar a conocer sus reivindicaciones, manifestarse, hacer propaganda...

Para Tarrow, la existencia de los movimientos sociales obedecía a cambios estructurales asociados con el capitalismo, pero anteriores a la industrialización generalizada (1997: 93). Este autor dibuja un puente entre los viejos y los nuevos movimientos sociales por la importancia que confiere al desarrollo de los medios impresos comerciales y a los nuevos modelos de asociación y socialización.

McAdam resume las características principales de los viejos movimientos sociales de la siguiente forma (1999: 9):

- responden a una reacción colectiva a la presión perturbadora del sistema;
- el descontento individual prendía la mecha para la acción del movimiento; y,
- la motivación para participar estaba sujeta, no tanto a conseguir derechos políticos, como a conseguir gestionar las tensiones psicológicas sufridas tras una situación estresante.

Ahora bien, como ya hemos apuntado, a partir de los años 60 del siglo XX, comenzó a hablarse de los *nuevos movimientos sociales* (ver tabla 2.2.). Éstos operaban al margen de los canales institucionales y ponían el acento en el estilo de vida y en preocupaciones identitarias más que en metas económicas (Calhoun, 2002: 193). Así pues, se desarrollaron en EEUU un amplio abanico de movimientos diferentes en forma, contenido, bases sociales y significado para sus participantes (Calhoun, 2002: 230). Según los expertos en la materia, los movimientos sociales más importantes de la época fueron el movimiento feminista, el ecologista, los movimientos pacifistas y los juveniles: “Ante todo, eran nuevos en contraste con el movimiento de los trabajadores, paradigma del movimiento ‘antiguo’, y con el marxismo y el socialismo, que afirmaban la clase como cuestión fundamental de la política y estaban convencidos de que la mera transformación económica resolvería todo el abanico de enfermedades sociales. También eran nuevos en comparación con el liberalismo convencional y su afirmación de identidades e intereses individuales fijos” (Calhoun, 2002: 193-194). En este sentido, la siguiente tabla recoge los rasgos que distinguen a los viejos movimientos sociales de los nuevos movimientos sociales:

Tabla 2.3. Comparativa entre algunas de las características que diferencian a los viejos movimientos sociales de los nuevos movimientos sociales		
	Viejos movimientos sociales	Nuevos movimientos sociales
Localización	Cada vez más, dentro de la política	Sociedad civil
Objetivos	Integración política/justicia social	Cambios en valores y estilos de vida/defensa de la sociedad civil/calidad de vida
Organización interna	Formal/jerárquica	En forma de redes/de base
Medios de acción	Movilización política	Acción directa/innovación cultural
Base social	Obreros especializados	Nueva clase media
Modelo de régimen	<ul style="list-style-type: none"> • Socialismo democrático • Estado de bienestar capitalista y democrático 	Difuso (sociedad activa, sociedad civil, etc.).

Fuente: Elaboración propia a partir de Casquete (1998: 102)

En la tabla 2.3 podemos ver algunas de las características más relevantes de los viejos y de los nuevos movimientos sociales. Si hacemos una comparación entre ambos, observamos que las diferencias son numerosas. Probablemente, la diferencia más significativa sea que mientras que los viejos movimientos sociales veían la solución a muchos de sus problemas en la integración política e institucional; los nuevos movimientos sociales entendían que para conseguir cambios sociales debía de mantenerse la división entre la política y las instituciones y la sociedad civil, ya que era ésta la que debía ser la protagonista de la lucha por los cambios sociales.

Los nuevos movimientos sociales pueden considerarse *nuevos* también por las reivindicaciones que proclaman, por los ámbitos en los que actúan o por las tácticas que utilizan. A este respecto, resulta interesante hacer referencia a una de las similitudes observadas entre los nuevos movimientos sociales: la estética (Calhoun, 2002:230). La estética, lo bello, para cada movimiento social tenía significados diferentes. En este sentido, Calhoun habla del movimiento estudiantil de los años 60, para el cual la música folk y el rock fueron centrales a la hora de definir sus compromisos personales y sociales; el feminismo, por su parte, se distinguió por una amplia producción estética ligada al movimiento (literatura, drama, música, artes gráficas,...); y el movimiento ecologista creó un juicio estético acerca de la naturaleza y los estilos de vida adecuados que no deberían quedar reducidos a una mera preocupación por el medio ambiente (2002: 230-231).

Lo que queda claro es que estos movimientos sociales incluyen, entre sus máximos objetivos, problemas y modos de actuación que hasta entonces habían quedado fuera de la definición convencional de política. De hecho, la obra de Tilly conectaba desde el principio (desde su tesis doctoral en 1964) la política institucional y la política de los movimientos sociales (McAdam y Tarrow, 2011: 161).

A continuación, con el objetivo de simplificar las distintas visiones que han tenido varios autores centrales en los análisis de los nuevos movimientos sociales, hemos realizado una tabla con las características más significativas para cada uno de ellos:

Tabla 2.4. Características más significativas de los nuevos movimientos sociales, de acuerdo a Dalton, Kuechler y Bürklin (1990); Brand (1990); Calhoun (2002); y Casquete (2006)				
Autores	<i>Russell J. Dalton, Manfred Kuechler y Wilhelm Bürklin (1990, 10 y ss.)</i>	<i>Karl-Warner Brand (1990, 23 y ss.)</i>	<i>Craig Calhoun (2002, 205 y ss.)</i>	<i>Jesús Casquete (2006, 23-24)</i>
Reivindicaciones	Ideología libertaria	Reivindicación de un contexto laico, plural y de valores posmodernos	Importancia de la identidad, la autonomía y la autorrealización	Primacía de la búsqueda de la identidad
Movilización	Búsqueda del apoyo de personas que compartan sus objetivos, no por ventajas socio-económicas	Reclutamiento de personas de la nueva clase media, para establecer relaciones con grupos sociales marginados	Movilización sin clase o de clase media. No se atrae o se moviliza con criterios clasistas	Movilización sin referencia específica de clase
Motivación para la participación	Motivaciones variadas (individuales, colectivas...)	Preocupación por cuestiones como la calidad de vida, no tanto por cuestiones económicas	Politización de la vida cotidiana y crítica a la división existente entre la esfera pública y la esfera privada	Politización de la vida privada a través de reivindicaciones de aspectos de la vida cotidiana
Estructura organizacional	Descentralizada, abierta, democrática y antijerárquica	Descentralizada y autónoma	Formas de organización que ejemplifiquen los valores que el movimiento trata de promulgar	Descentralizada y autónoma
Tipo de participación política	Rechazo a participación política convencional. Mayor preferencia a la presión política y a la opinión pública.	Participación política no convencional	Participación política no convencional y tácticas novedosas	Participación política no convencional

Fuente: Elaboración propia a partir de Dalton, Kuechler y Bürklin (1990: 10 y ss.); Brand (1990: 23 y ss.); Calhoun (2002: 205 y ss.) y Casquete (2006: 23-24)

La tabla 2.4. ha sido incluida a modo de resumen de los distintos puntos de vista que han adquirido algunos de los autores más representativos de los nuevos movimientos sociales. Todos ellos están de acuerdo en que los nuevos movimientos sociales están formados tanto por personas

que comparten los objetivos del grupo como por personas que no se encuentran motivadas por cuestiones económicas o de clase social, sino por aspectos que tienen que ver con la calidad de vida y, en concreto, con la vida privada cotidiana. Estos autores también sostienen que la estructura según la cual se organizan los nuevos movimientos sociales es descentralizada y autónoma. Asimismo, llevan a cabo la participación política a través de acciones de protesta no convencionales. Finalmente, Calhoun (2002) y Casquete (2006) enfatizan la importancia de la búsqueda de la identidad en las personas participantes de los nuevos movimientos sociales.

Teniendo en cuenta los aspectos que definen a los nuevos movimientos sociales, a continuación, analizaremos los movimientos sociales en red, esto es, los movimientos sociales de la actualidad que utilizan los avances de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación para llevar a cabo sus objetivos. Asimismo, reflexionaremos acerca de las características de los movimientos sociales en red y estudiaremos las diferencias entre los viejos movimientos sociales, los nuevos movimientos sociales y los movimientos sociales en red.

2.1.3.2. Movimientos sociales en red

Para analizar los movimientos sociales en red nos basamos en la obra de Castells, *Redes de indignación y esperanza* (2012). En ella, este autor analiza los movimientos que surgieron a partir de dos cataclismos: por un lado, la crisis financiera global de 2008, originada a partir de una crisis económica estructural y de una profunda crisis de legitimidad. En este punto Castells analiza el movimiento de las indignadas en España y el movimiento *Occupy Wall Street*. Por otro lado, estudia la crisis mundial de alimentos que en 2010 afectó a la población de los países árabes. En lo que se refiere a esta crisis, como consecuencia surgieron, de diciembre de 2010 a diciembre de 2011, levantamientos en países árabes como Túnez, Yemen, Egipto, Libia, Marruecos, Baréin y Siria. Según Castells los levantamientos ocurrieron debido a que “la desigualdad social rampante en todas partes se volvió intolerable para muchos que sufrían la crisis sin esperanza ni confianza. La caldera de la indignación social y política llegó a su punto de ebullición” (2012: 211). Hasta ese momento, nada parece diferente a otros momentos históricos en los que la ciudadanía, llena de ira y de desesperación, se levanta contra las autoridades y los gobiernos.

Sin embargo, los movimientos sociales surgidos tras la crisis de 2008 y las revoluciones árabes tienen algo de excepcional: las imágenes y los mensajes de cada revuelta se transmitieron por Internet. Independientemente de dónde surgieron dichos movimientos, y de las innegables diferencias de los contextos en los que se produjeron, podemos afirmar que “hay ciertas características comunes que constituyen un patrón común” (Castells, 2012: 211), esto es, los movimientos sociales en la era de Internet o, como los denominamos aquí, los *movimientos sociales en red*. He aquí sus características más importantes (Castells, 2012: 212 y ss.):

- Están conectados en red de numerosas formas. Esta conexión incluye redes sociales online y offline, así como otras redes sociales ya existentes durante las acciones del movimiento. Las tecnologías de conexión en red permiten que los/as integrantes se coordinen, deliberen y tomen decisiones en la red, para después ocupar espacios urbanos y realizar la acción colectiva. Además, las oportunidades de que más personas se unan al movimiento se multiplican porque son redes abiertas, sin límites definidos.
- Se convierten en movimiento al ocupar el espacio urbano, mediante la ocupación de lugares públicos, manifestaciones, sentadas populares, etc., a pesar de surgir en Internet.
- El espacio de autonomía, es decir, el híbrido entre el ciberespacio y el espacio urbano, es la nueva forma espacial de los movimientos sociales en red. La autonomía sólo se puede garantizar mediante la organización en el espacio de libertad de las redes de comunicación; y a la vez, la autonomía sólo se puede ejercer si se desafía el orden institucional disciplinario recuperando el espacio de la ciudad para la ciudadanía.
- Los movimientos son locales y globales a la vez. Empiezan en determinados contextos, por determinadas razones y creando sus propias redes; pero, al estar conectados en Internet, están conectados en todo el mundo, aprenden de las experiencias de las demás personas y a veces, incluso, convocan manifestaciones conjuntas en espacios locales.

- Son atemporales y combinan dos tipos de experiencias: por un lado, viven el momento (en las manifestaciones, en las acampadas...), y, por el otro, proyectan sus expectativas en el futuro, ya que abren un horizonte de posibilidades ilimitadas de nuevas formas de vida y de relaciones.
- Son en gran medida espontáneos en su origen, desencadenados por lo general bien por la indignación relacionada con un acontecimiento concreto o bien por haber llegado al límite de la indignación ante el comportamiento de los gobernantes.
- Los movimientos son virales. Más que por los mensajes o las imágenes movilizadoras, los movimientos muestran su efecto contagio al funcionar como modelos para otras partes del mundo. El contagio se da entre países, ciudades e instituciones cuando se ven o se oyen las protestas de otros lugares y se enciende una chispa de esperanza ante la posibilidad de un cambio.
- La transición de la indignación a la esperanza se consigue mediante la deliberación en el espacio de la autonomía. La toma de decisiones se produce en asambleas y comisiones.
- La horizontalidad de las redes favorece la colaboración y la solidaridad, socavando la necesidad de un liderazgo formal. En este sentido, la poca confianza hacia cualquier forma de delegación del poder hace que se rechacen a los líderes. La horizontalidad se trata, al mismo tiempo, de un procedimiento organizativo y de un objetivo político.
- Las redes horizontales dan lugar a la unidad para superar el miedo. La unión es un punto de partida y una fuente de empoderamiento.
- Son movimientos altamente autorreflexivos. Se interrogan continuamente sobre sí mismos como movimientos y como individuos: quiénes son, qué quieren, qué tratan de conseguir, cómo quieren conseguirlo, a qué tipo de democracia aspiran, etc. Tratan de contestar a estas preguntas, no sólo en las asambleas, sino también en los foros o blogs de Internet.
- En principio son movimientos no violentos que llevan a cabo una desobediencia civil pacífica. Sin embargo, tienen que ocupar espacios públicos y participar en tácticas al margen de la institucionalidad para presionar a las autoridades. Puede haber distintos niveles de violencia dependiendo del contexto institucional y de la intensidad del desafío para el movimiento.
- Estos movimientos raramente son pragmáticos. Tienen numerosas reivindicaciones y motivaciones ilimitadas, pero no poseen un programa de demandas concretas porque su necesidad es resultar atractivos al máximo de personas posibles.
- Tienen como objetivo cambiar la sociedad. Pretenden cambiar el Estado, no apoderarse de él. Expresan sentimientos y agitan el debate, pero no crean partidos ni apoyan gobiernos.
- Son muy políticos, especialmente, cuando proponen y practican una democracia deliberativa directa basada en la democracia en red. Proyectan una utopía basada en comunidades locales y virtuales en interacción, es decir, una utopía de la autonomía del sujeto frente a las instituciones de la sociedad.

Como hemos expuesto hasta el momento, no sólo se han visto modificadas las técnicas de movilización; sin embargo, éstas poseen vital importancia porque son el primer paso para que, tras las demandas de protesta de una población, las personas conozcan y lleguen a participar en la acción colectiva de un determinado movimiento social: “La globalización, el desarrollo de la sociedad red y la sociedad de la información han transformado radicalmente las técnicas de movilización” (Klandermans y van Stekelenburg, 2011: 193). La movilización no sólo consta de los/as activistas, también la conforman la ciudadanía en general que en un momento señalado se siente agraviada por las autoridades y gobernantes y decide salir a la calle para protestar. Por lo tanto, la movilización es una etapa esencial que se ha visto favorecida y engrandecida por el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Mientras que, tradicionalmente, se utilizaban octavillas o panfletos realizados por la propia organización; en la actualidad, es más habitual que esa movilización se realice en las redes, es decir, en Internet, las redes sociales online o los teléfonos móviles (Klandermans y van Stekelenburg, 2011: 193).

Como hemos apuntado, ha habido una evolución en las sociedades y, por tanto, también en los movimientos sociales. Utilizaremos la tabla 2.5., para ilustrar y resumir las características de los tres grupos de movimientos sociales estudiados en esta investigación (viejos y nuevos movimientos sociales y movimientos sociales en red). De esta forma, podrán apreciarse claramente los cambios y la evolución. Para ello, siguiendo la tabla 2.3., estas son las características que hacen específicos a los movimientos sociales en red:

Tabla 2.5. Distinciones entre varias de las características principales de los viejos movimientos sociales, de los nuevos movimientos sociales y de los movimientos sociales en red			
	Viejos movimientos sociales	Nuevos movimientos sociales	Movimientos sociales en red
Localización	Cada vez más, dentro de la política	Sociedad civil	Híbrida: (1º) a través de Internet (2º) ocupación urbana
Objetivos	Integración política/justicia social	Cambios en valores y estilos de vida/defensa de la sociedad civil/calidad de vida	Cambio en valores y estilos de vida de las sociedades y los Estados
Organización interna	Formal/jerárquica	En forma de redes/de base	En forma de redes/de base
Medios de acción	Movilización política	Acción directa/innovación cultural	Acción no convencional de desobediencia civil
Base social	Obreros especializados	Nueva clase media	Clase media con conocimientos básicos de informática
Modelo de régimen	<ul style="list-style-type: none"> • Socialismo democrático • Estado de bienestar capitalista y democrático 	Difuso (sociedad activa, sociedad civil, etc.).	Difuso (sociedad en red, sociedad civil, etc.).

Fuente: Elaboración propia a partir de Casquete (1998: 102) y Castells (2012: 212 y ss.)

Como vemos en la tabla 2.5., los cambios de los movimientos sociales en red no difieren en exceso de los nuevos movimientos sociales, pero sí poseen algunas características específicas, como

ha demostrado Castells (2012). En general, el rasgo más notable es el empleo de Internet y de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, y los usos y los cambios sociales que a través de dichos medios se pueden conseguir.

Las formas de acción colectiva han evolucionado debido a distintas razones. Siguiendo la tabla 2.5., los viejos movimientos sociales utilizaban la movilización política como forma de acción colectiva, mientras que los nuevos movimientos sociales utilizaban la acción directa y los movimientos sociales en red la desobediencia civil. Seguidamente, trataremos de definir la acción colectiva, así como trazar una breve historia de los elementos básicos que tienen los movimientos sociales para realizar sus demandas y llegar a la ciudadanía y a los poderes públicos.

2.1.4. La acción colectiva

El análisis de la acción colectiva es un acto central en cualquier movimiento social. Según Tarrow, la acción colectiva es el principal recurso y, con frecuencia, el único del que dispone la gente para enfrentarse a adversarios mejor equipados (1997: 19-20). Como veremos en el siguiente apartado, la acción colectiva no es una categoría abstracta que pueda analizarse al margen de la historia y de la política (Tarrow, 1997: 20), más bien, debe tenerse en cuenta el contexto histórico y político en el que es creada.

En este apartado estudiaremos, por una parte, lo que entienden por acción colectiva varios autores/as y sus antecedentes, repertorios e historia; y, por otra parte, los diferentes enfoques teóricos desde los que se aborda su análisis.

2.1.4.1. Antecedentes y definiciones

La acción colectiva ha sido denominada por los/as autores/as de distintas maneras, por ejemplo, acción de protesta o protesta a secas, repertorio de confrontación, acción contestataria, etc. La acción colectiva es la forma que utilizan los movimientos sociales para hacer llegar sus reivindicaciones a la ciudadanía y a las autoridades. La acción colectiva en sí misma no tiene por qué pertenecer a un movimiento social en concreto, es más, pueden ocurrir, aunque no es lo más habitual, acciones colectivas aisladas en el tiempo que no pertenezcan a ningún movimiento en particular; sin embargo, en el seno de cualquier movimiento deben de organizarse acciones colectivas. Es decir, la acción colectiva es un elemento básico de los movimientos sociales. Podríamos decir que sin ella el movimiento no existe. Rafael Cruz sostiene que las personas se enfrentan a sus oponentes y defienden sus reclamaciones e ideas participando en un movimiento social; pero que las personas, los grupos, las reclamaciones y las ideas no son el movimiento social (2008: 21). Sin embargo, conforman una pieza indispensable del movimiento social

La acción colectiva es un ámbito central en los análisis sociológicos, históricos y políticos. Muchos de estos análisis consideran que el estudio de la acción colectiva comenzó tras las reacciones de algunos teóricos franceses ante los horrores de la Revolución Francesa y los excesos de las masas (Tarrow, 1997: 36). En este sentido, en los análisis tradicionales de la acción colectiva se aprecian dos énfasis diferentes (Beriain, 2007: 182-183). El primero de ellos hace referencia a que la acción colectiva aparece como *acción sin actores*, como una suma accidental de eventos individuales (Beriain, 2007: 183). Así lo manifiestan los analistas de la conducta de masas, entre ellos, Le Bon, Tarde o Freud (Beriain, 2007: 182). A modo de ejemplo, para Freud (1921), el comportamiento de la multitud con su líder es semejante al comportamiento entre el hipnotizador y el hipnotizado (Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 93). En lo que a la conducta de los individuos reunidos en multitud se refiere, Freud creía que eran infantiles (Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 93).

Según Beriain, para los autores clásicos citados, los motivos que surgen en el seno de la acción colectiva son el producto de una muchedumbre irracional (2007: 183). En este sentido, la acción social se plantea como una reacción a una crisis o a un desorden del sistema social. Probablemente, Marx y Engels fueron los más modernos al presentar el problema de la acción colectiva como un problema enraizado en la estructura social (Tarrow, 1997: 36). De hecho, en el

marxismo existe una teoría de los movimientos sociales (Wood y Jackson, 1982; visto en Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 120). Para Marx las desigualdades producidas por el desarrollo económico en las sociedades industriales crearon focos de trabajadores descontentos que constituían una reserva para la acción colectiva (Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 120). Gracias a la concentración de obreros en las fábricas, había una constante comunicación entre ellos y, en consecuencia, incrementó su conciencia de clase, es decir, una percepción compartida y solidaria de que el capital era la causa de su opresión (Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 120). En este sentido, la proximidad entre los trabajadores hizo que formarían organizaciones socialistas y comunistas con el objetivo de luchas contra el capital (Fernbach, 1974; visto en Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 120).

Así pues, el segundo énfasis se fundamenta en el marxismo, y acentúa los fundamentos sociales *objetivos* de la acción colectiva. Tal y como apunta Beriain (2007: 183), el significado de la acción nace del análisis de las condiciones sociales que los actores parecen tener en común. Al contrario que el enfoque anterior, la acción colectiva aparece como *actores sin acción*. Así pues, este punto de vista no resuelve, como señala Beriain (2007: 183), el viejo problema que planteaba Marx: cómo explicar el proceso de devenir de *clase en sí* en *clase para sí*. En este sentido, Marx intentó explicar la idea de que el movimiento de los trabajadores no tendría éxito a menos que un número significativo de sus miembros cooperaran en una acción colectiva. Esa cooperación era, normalmente, poco habitual e insuficiente. Marx creía que el dilema se resolvería tras años de trabajo juntos y tras los enfrentamientos sociales y la solidaridad que surgiría entre ellos (Tarrow, 1997: 37). Sin embargo, “hoy sabemos que, al ir desarrollándose, el capitalismo produjo divisiones entre los trabajadores y mecanismos institucionales que los integraron en la democracia capitalista. A través del nacionalismo y el proteccionismo, los trabajadores incluso se aliaban a menudo con los capitalistas, lo que sugiere que hace falta algo más que la lucha de clases para generar una acción colectiva en su beneficio. Era necesario crear una forma de conciencia capaz de trascender la limitada conciencia sindical de los trabajadores y transformarla en una acción colectiva revolucionaria” (Tarrow, 1997: 37).

Tarrow cita a tres teóricos (Marx, Lenin y Gramsci) que, en sus análisis, hicieron hincapié en un elemento diferente del fundamento estructural de la acción colectiva (1997: 39). La combinación de esos tres elementos forma lo que hoy en día consideramos la teoría moderna de los movimientos sociales. En el caso de Marx, escribió sobre las contradicciones o divisiones fundamentales de la sociedad capitalista que producían la movilización; Lenin teorizó sobre la organización necesaria para estructurar el movimiento e impedir su dispersión en pequeñas demandas corporativas; y Gramsci analizó el fundamento cultural necesario para obtener un amplio consenso en torno a los objetivos del partido (Tarrow, 1997: 39-40).

Además de los elementos analizados por Marx, Lenin y Gramsci, Tarrow afirma que se le debería añadir uno más que, tanto Lenin como Gramsci ya habían anticipado: la política de los movimientos sociales debe ser vista como un proceso interactivo entre los trabajadores y el Estado (Tarrow, 1997: 40). Es decir, no era en la fábrica donde se tomaban las decisiones del movimiento de los trabajadores, sino en la interacción con el Estado.

Este mismo autor define de diferentes formas la acción colectiva. En su obra *El poder en movimiento* comienza definiéndola como la actuación de determinados individuos en aras de un beneficio colectivo (1997: 33): “El acto irreductible que subyace a todos los movimientos sociales y revoluciones es la acción colectiva contenciosa” (Tarrow, 1997: 19) y se produce “en el marco de las

instituciones por parte de grupos constituidos que actúan en nombre de objetivos que difícilmente harían levantar la ceja a nadie” (1997: 19); asimismo, se convierte en contenciosa cuando “es utilizada por personas que carecen de acceso regular a las instituciones, que actúa en nombre de reivindicaciones nuevas o no aceptadas y que se conduce de un modo que constituye una amenaza fundamental para otros” (1997: 19).

Además, Tarrow defiende que la acción colectiva no es “una categoría abstracta que pueda situarse al margen de la historia y de la política en todo tipo de empeño colectivo” (1997: 20). Por el contrario, la acción colectiva asociada a los movimientos sociales es histórica y sociológicamente distintiva, según el autor. “[Las formas de acción colectiva] tienen poder porque desafían a sus oponentes, despiertan solidaridad y cobran significado en el seno de determinados grupos de población, situaciones y culturas políticas” (Tarrow, 1997: 20).

Por otra parte, para Tilly, la acción colectiva tiene el mismo significado que para Tarrow: “[collective action] consists of people’s acting together in pursuit of common interests” (1978: 7). Según Tilly, estos grupos poseen una oportunidad para actuar aplicando un conjunto de recursos frente a otros grupos antagónicos o frente al Gobierno, que ostentan el poder sobre la cuestión que se disputan. La acción colectiva, según este mismo autor se compone de cinco elementos (Tilly, 1978: 7):

- Interés: las ganancias y las pérdidas que resultan de la interacción entre los grupos.
- Organización: la estructura de un grupo, la cual afecta a su capacidad de acción.
- Movilización: proceso por el cual un grupo adquiere el control colectivo de las fuentes necesarias para la acción. Esas fuentes pueden ser la fuerza laboral, armas, bienes, votos o cualquier otro elemento que pueda ser utilizado para actuar por los intereses compartidos del grupo.
- Oportunidad: afecta a la relación entre el grupo y el mundo que le rodea. Los cambios en dicha relación, en ocasiones, pueden amenazar los intereses del grupo.
- Acción colectiva: consiste en que las personas actúen conjuntamente en la consecución de intereses comunes. La acción colectiva es el resultado de la combinación de los intereses, la organización, la movilización y la oportunidad. El mayor problema a la hora de analizar la acción colectiva es que es un concepto que, al ser trasladado a una realidad concreta, varía fácilmente. Por ejemplo, las personas no actúan de una forma concreta y coherente en todas las ocasiones; a veces se involucran intensamente en un acto de protesta y, otras veces, se muestran pasivas.

Rod Aya, antropólogo de la Universidad de Ámsterdam, distingue la acción colectiva del acto de protesta (1995: 107). Para este autor la acción colectiva es cualquier acción que la gente emprende, en contra de otra gente, para alcanzar metas comunes; y protesta es cualquier acción colectiva de confrontación que se emprende para remediar injusticias. Así pues, tal y como sostiene Aya, lo que diferencia a una acción de otra es la intención de corregir las injusticias. Según este punto de vista, las protestas serían las acciones llevadas por un movimiento social (uno de los aspectos incluidos en nuestra definición de movimiento social es el de un discurso de ruptura de las

normas que el movimiento considera injustas), ya que tras una acción colectiva cualquiera no tiene por qué haber una intención de enmendar unas injusticias (si bien es cierto que suele ser lo más habitual).

Siguiendo a Aya, los elementos de la protesta son los siguientes: acción colectiva, intención política, capacidad de actuación concertada y oportunidades de éxito (1995: 107 y ss.). En primer lugar, las acciones colectivas son consideradas como selectivas en sus objetivos (personas o autoridades a las que se culpa de injusticias específicas), metódicas en sus técnicas (procesos estándar realizados por las minorías militantes) y oportunas en su configuración temporal (la ocasión de actuar coincide con la aparición de los aliados o del estímulo, tolerancia, debilidad o colapso del gobierno).

En segundo lugar, las intenciones políticas de las personas que llevan a cabo las acciones colectivas son obtener o mantener las demandas a las que creen tener derecho. La capacidad de actuación hace referencia al poder actuar colectivamente gracias a sus propios recursos, su organización y su conocimiento práctico o experiencia. Y finalmente, existe la oportunidad de conseguir lo reivindicado gracias a aliados poderosos, a la laxitud oficial o a ambos a la vez.

En definitiva, cada autor analizado (Tilly, 1978; Aya, 1995; y Tarrow, 1997) proponen una serie de elementos en el seno de la acción colectiva; algunos son comunes y otros no. He aquí un pequeño resumen para aclarar esta cuestión:

Tabla 2.6. Elementos principales de la acción colectiva, según Tilly (1978), Aya (1995) y Tarrow (1997)		
Tilly (1978)	Aya (1995)	Tarrow (1997)
Interés Organización Movilización Oportunidad Acción colectiva	Acción colectiva Intenciones políticas Capacidad de actuación concertada Oportunidades de éxito	Transformación de la capacidad de movilización en acción por medio de la organización Movilización por consenso Estructura de oportunidades políticas

Fuente: Elaboración propia a partir de Tilly (1978: 7); Aya (1995: 107 y ss.) y Tarrow (1997: 40)

Tarrow critica de los análisis de Tilly que incluya al movimiento social como una forma de acción colectiva, al mismo nivel que la huelga, la apropiación del grano o el mitin electoral (1997: 69). Por otra parte, Cruz está de acuerdo con Tilly, ya que entiende el movimiento social como una forma de movilización colectiva, parte de un repertorio cosmopolita, con sus propias características y distintas de los otros repertorios (Cruz, 2008: 21). Asimismo, entiende la propia acción colectiva, no como un acto de protesta (tal y como lo entendemos en esta tesis) sino como un “proceso por el cual las personas realizan esfuerzos conjuntos dirigidos a influir en la distribución existente de poder” (2008: 209) o una “dinámica de iniciativas, respuestas, interferencias y negociaciones que ofrece vida propia y entidad suficiente a los acontecimientos y a los desenlaces producidos” (2008: 210). En este sentido, como apunta Tarrow (1997), considerar el movimiento como una forma de

acción colectiva o como un proceso o como una dinámica, dificulta contestar al interrogante que Tilly plantea en sus investigaciones: *¿cuál es la relación entre los cambios producidos en el repertorio de acción colectiva y el nacimiento del movimiento social nacional?* (Tarrow, 1997: 69). Coincidimos en la crítica a Tilly a este respecto y pensamos que en realidad es al contrario de lo que éste afirma. Entendemos el movimiento social como un ente abstracto o un “sujeto colectivo” (Cruz, 2008: 70) que engloba dentro de sí formas concretas tanto de acción colectiva como de demandas, personas, idearios...

Por lo tanto, la acción colectiva en esta tesis se entiende como aquella desplegada por un grupo de personas unido a través de unas identidades construidas en común, como resultado de un proceso continuo de negociación entre sus integrantes que plantean reivindicaciones nuevas o no aceptadas, utilizando todas las estrategias a su alcance frente a las autoridades o a otros grupos (Del Moral, 2012: 19).

2.1.4.2. Repertorios e historia de la acción colectiva

En el año 1983 Tilly describió, en un artículo titulado *Speaking your mind without elections, surveys, or social movements*, los cambios producidos en los repertorios de acción colectiva que utilizaba el pueblo para luchar contra las injusticias de las autoridades, tanto en la Europa occidental como en Norteamérica. Tilly defendía que el pueblo posee un repertorio limitado de acción colectiva, es decir, una serie de recursos alternativos limitados para actuar todos/as juntos/as en aras de conseguir unos intereses compartidos. Así pues, el repertorio existente constriñe la acción colectiva, ya que las personas actúan sabiendo hasta donde pueden llegar: “These varieties of action [electoral campaign, demonstrate, strike, held a meeting, build an influence network...] constitute a repertoire in something like the theatrical or musical sense of the word (...) People know the general rules of performance more or less well, and vary the performance to meet the purpose at hand” (Tilly, 1983: 4).

Por su parte, Cruz denomina a los repertorios de acción colectiva *repertorios de movilización* (Cruz, 2008: 11), y los define como “conjuntos de actuaciones y movilizaciones de carácter discontinuo, agrupado, aprendido, creativo y adaptado, que relacionan reclamaciones, protagonistas, espacios, formas de movilización y gobiernos. Varían conforme se produzcan esas relaciones, el lugar y el tiempo en los que se pongan en práctica, así como las experiencias previas y ajenas” (Cruz, 2008: 11). Asimismo, coincide con Tilly (1983) al afirmar que los repertorios tienen un carácter limitado ya que las formas de movilización no son infinitas, aunque puedan originarse innovaciones dentro de los mismos límites del tiempo, el lugar y las relaciones expuestas. “Cada repertorio disponible forma parte de una auténtica cultura del enfrentamiento, de las luchas sociales, al consistir en un conjunto de herramientas y sus símbolos con los que las personas construyen, expresan y otorgan significados a los conflictos, permitiéndoles pensar y adoptar estrategias” (Cruz, 2008: 11-12).

Dado que los repertorios revelan el carácter histórico, cultural y político de la movilización colectiva (Cruz, 2008: 28), volvemos a Tilly (1983), quien, en su artículo, estableció dos grupos temporales que le permiten explicar la evolución histórica del repertorio de acción colectiva: por un lado, el repertorio popular (1650-1850) y, por el otro, el repertorio moderno (1850-1980). En la tabla

que proponemos a continuación se resumen las características que Tilly observó en los repertorios de los diferentes países que analizó (1983: 6 y ss.):

Tabla 2.7. Comparativa de las características del repertorio popular (1650-1850) y del repertorio moderno (1850-1980), según Tilly (1983)	
Características del repertorio popular (1650-1850)	Características del repertorio moderno (1850-1980)
Uso frecuente de los individuos de formas de acción utilizadas por las autoridades, como una caricatura o como una aceptación deliberada de los privilegios de las autoridades en nombre de la comunidad local	Uso de formas de acción relativamente autónomas, las cuales nunca serían utilizadas por las autoridades
Apariencia de los/as participantes como miembros o representantes de grupos corporativos y no como de grupos con intereses especiales	Aparición frecuente de intereses especiales y asociaciones o pseudo-asociaciones
Tendencia a solicitar a los patrones una rectificación por los males causados	Desafíos directos a los rivales o a la autoridad, especialmente a las autoridades nacionales y sus representantes
Realización de celebraciones y asambleas autorizadas y públicas para presentar las demandas	Organización deliberada de asambleas para articular las demandas
Adopción repetida de simbolismos irreverentes en forma de efigies, pantomimas y objetos rituales para expresar las demandas	Exposición de programas, eslóganes y símbolos de afiliación compartida
Reuniones en residencias de delincuentes o en los lugares en los que se produce algún crimen, en oposición a las sedes o a símbolos públicos de poder	Llevar a cabo las acciones en lugares públicos y visibles
Ejemplos del repertorio popular	Ejemplos del repertorio moderno
Disturbios por el precio de los alimentos, invasiones colectivas de propiedades privadas (campos, bosques...), ataques a máquinas, expulsión del cobrador de impuestos u otros personajes, enfrentamientos entre pueblos, saqueos de casas privadas, actuar al margen de los procedimientos legales populares...	Huelgas, manifestaciones, carreras electorales, mítines públicos, insurrecciones planeadas, invasión de asambleas oficiales, movimientos sociales, campañas electorales...
Características generales	Características generales
Provincial y dependiente totalmente del patrocinio (se apoyaba en el patronazgo de las personas con poder)	Nacional y autónomo

Fuente: Elaboración propia a partir de Tilly (1983: 6 y ss.)

En la tabla 2.7. podemos examinar tanto las características como los ejemplos de cada repertorio. Por una parte, encontramos el periodo de tiempo que va desde los años 1650 hasta 1850 y, por otra parte, el que va de 1850 hasta 1980. Tilly afirmaba que, en el siglo XIX, en los países occidentales, se perdió el repertorio de acción colectiva que se había utilizado hasta el momento y se adoptó el que conocemos en la actualidad. La razón principal de este cambio de repertorio vino de la mano de las grandes variaciones de los intereses, las oportunidades y la organización de la

acción colectiva; y éstos a su vez venían condicionados por las transformaciones de los estados (penetración del Estado nacional en la sociedad para hacer la guerra y recaudar impuestos) y por el capitalismo (concentración de una gran número de personas en las ciudades, con demandas y recursos que les permitían actuar colectivamente) (Tilly, 1983: 10; Tarrow, 1997: 66).

En su obra, Tarrow, se pregunta si se trata simplemente, tal y como sostenía Tilly en 1983, de que las formas de acción populares fueran locales y patrocinadas mientras que las nuevas son nacionales y autónomas. Para este profesor de Ciencias Políticas y Sociología la diferencia es importante, pero afirma que Tilly pasa por alto qué fue lo que permitió la evolución de unas formas a otras. Tarrow argumenta que en el concepto de repertorio va implícito que éste sea más o menos general, pero el repertorio popular y el moderno no son generales por igual (1997: 70). Es decir, las formas de acción antiguas, como por ejemplo los ataques contra los molineros y comerciantes de grano, no fueron utilizadas tan generalizadamente como las huelgas o las manifestaciones de los dos siglos siguientes: “He aquí una clave de la naturaleza del repertorio moderno. Era precisamente la *falta* de generalidad de las viejas formas de acción colectiva lo que impedía el nacimiento del movimiento social nacional. Y fue la naturaleza general de las nuevas lo que dio a los movimientos un basamento cultural y de conducta común” (Tarrow, 1997: 70).

Para Tarrow las características principales del repertorio popular son la inflexibilidad, la acción directa y la organización basada en el corporativismo. De la combinación de ellas surgieron cuatro tipos de revueltas que dominaron el panorama hasta bien entrado el siglo XVIII: los conflictos en torno al pan, las creencias religiosas, la tierra y la muerte (1997: 74). En este sentido, el historiador francés Marc Bloch (visto en Tarrow, 1997: 72-73), defendía la existencia de una vinculación entre la estructura social y la acción colectiva, es decir, las formas de acción colectiva estaban vinculadas con el contenido de las demandas ciudadanas que se derivaban de la estructura de la sociedad. El ejemplo de Bloch a este respecto es clarificador: “la revuelta agraria parece ser tan inseparable del régimen señorial como la huelga lo es de la gran empresa capitalista” (visto en Tarrow, 1997: 73). En la línea de Bloch, Cruz, quien se refiere más en concreto a la familiaridad, a la innovación de la acción colectiva y la vinculación entre ambas, sostiene que las dos dependen de los procesos políticos y la vida social en general (Cruz, 2008: 15). En concreto, afirma que, en épocas de cambio político rápido, aumenta el peso de las innovaciones limitadas con respecto a la repetición de movilizaciones previas; y, en épocas de rutina política, el peso de la familiaridad de las experiencias previas es superior a la innovación. Por lo tanto, ambos autores coinciden en dar importancia a la estructura social a la hora del surgimiento de la acción colectiva.

Sin embargo, a la hora de analizar el repertorio de acción moderno, el argumento de Bloch, que vinculaba las formas de acción con la estructura social, no parece ser válido (Tarrow, 1997: 80). Tanto en Europa como en Norteamérica poco a poco se fue desarrollando, según Tarrow, un nuevo repertorio que era general en vez de específico, indirecto en vez de directo y flexible en vez de rígido (1997: 80). La formulación de nuevas reivindicaciones y la capacidad, cada vez más considerable, de las personas de participar en la acción colectiva fueron los motivos principales por los que surgió dicho cambio en el repertorio, al que Tarrow denominó *repertorio modular* (1997: 80). Tarrow señala varias formas de acción colectiva en esta época, por ejemplo, el ahorcamiento de efigies, el boicot, las peticiones masivas en Gran Bretaña o la insurrección urbana en Francia (1997: 80 y ss.). A continuación, explicaremos brevemente cada una de ellas.

En primer lugar, el ahorcamiento de la efigie del recaudador designado para Massachusetts se utilizó como protesta por la imposición de un nuevo y oneroso impuesto (Tarrow, 1997: 81). El árbol en el que se hizo el ahorcamiento sería conocido más tarde como *Liberty Tree*. Esta representación se contagió rápidamente por las colonias, en las que se comenzaron a celebrar *funerales* en nombre de la libertad y se paseaban efigies. Estos actos solían ir acompañados de graves revueltas. Sin embargo, ese mismo año, el ministro George Grenville perdió el poder y el impuesto desapareció, por lo que las oleadas de violencia cesaron (Tarrow, 1997: 81).

En segundo lugar, el boicot comenzó en esta época cuando los comerciantes coloniales llegaron a acuerdos de *no importación* para protestar contra la Ley de Azúcar de 1764, y solicitaron una reducción en la importación de mercancías de lujo de Inglaterra (Tarrow, 1997: 81). A partir de ese momento, se organizaron asociaciones para boicotear la importación en otros centros comerciales. “La no importación y el boicoteo se convirtieron en las armas modulares de la rebelión americana (...) Las asociaciones que se formaron para llevar [los boicots] a efecto fueron las primeras organizaciones del movimiento social de la revolución, y empleaban una combinación de imposición y agitación” (Tarrow, 1997: 82). La práctica del boicot existía mucho antes que el propio término; los colonos empleaban el término *no importación* (Tarrow, 1997: 81). La terminología moderna se remonta tan sólo a 1880, cuando la práctica fue usada contra un tal capitán Boycott en las controversias sobre tierras en Irlanda (Tarrow, 1997: 81). El término se extendió rápidamente.

En tercer lugar, otro dato interesante acerca de los comienzos del boicot ocurrió a finales del siglo XVIII en Gran Bretaña donde éstos se realizaban contra el azúcar cultivado por esclavos (Tarrow, 1997: 82 y ss.). Sin embargo, la importancia de la acción colectiva no radicaba en el boicot en sí mismo, sino en cómo se consiguió la transformación de una petición privada (la abolición de la esclavitud) en una herramienta para convocar campañas de acción colectiva a nivel nacional (Tarrow, 1997: 82). La petición era una antigua forma de solicitar desagravios a los patronos o al Parlamento por parte de particulares o grupos sociales (Tarrow, 1997: 82). Como tal, la petición era culturalmente aceptada y de escasa conflictividad. Las peticiones fueron extendiéndose cada vez más y convirtiéndose en actos públicos de demandas de justicia (Tarrow, 1997: 82). En 1790 se planteaban peticiones en mítines públicos e iban acompañadas de boicoteos, anuncios en prensa y presiones a través de campañas de movilización (Tarrow, 1997: 83). La petición se convirtió en una herramienta de acción colectiva cuando se lanzó, en Manchester, una campaña contra la esclavitud, lo que supuso un salto cuantitativo en el número de peticiones y de signatarios (Tarrow, 1997: 83). En diciembre de 1787, once mil personas (casi un veinte por ciento de la población) firmaron la primera gran petición abolicionista (Tarrow, 1997: 83). Además, se empleó la red británica de prensa local para hacer pública la petición, lo que puso en marcha un proceso de difusión que tuvo eco en todo el país (Tarrow, 1997: 84). Dos años después, una nueva campaña contra la esclavitud quintuplicó el número de peticiones. La acción colectiva consistió en una recogida organizada de firmas ciudad por ciudad, seguida de una presentación conjunta de muchas peticiones locales ante el Parlamento y coordinada con la exposición y defensa por parte del político abolicionista inglés Wilberforce (Tarrow, 1997: 84).

En cuarto y último lugar, antes de la Revolución Francesa, se estaba gestando un repertorio de insurrección urbana que comenzó en París (Tarrow, 1997: 85-86). Unos años antes, los disturbios comenzaron por el intento de la Corona de sustituir el sistema político del momento por un nuevo sistema de Cortes Nacionales y por las condiciones económicas locales. En un principio, las formas

de acción empleadas eran familiares, directas y físicas, por ejemplo, ataques a edificios y a funcionarios. Cuando llegaron las tropas para terminar con el motín, fueron recibidas con una lluvia de tejas (de hecho, esta primera insurrección urbana es conocida como *Día de las tejas*). Poco después se creó un grupo de liderazgo ilegal que emitió un manifiesto presionando al rey para que convocara los Estados Generales. En 1789 comenzó la Revolución Francesa. Para ese momento ya habrían hecho su aparición en Francia el boicoteo, la petición masiva y la insurrección urbana, junto a otras formas modernas de acción colectiva indirectas, flexibles y autónomas.

Cruz también ofrece en su obra *Repertorios. La política de enfrentamiento en el siglo XX* (2008) dos repertorios perfectamente divididos de los tres últimos siglos. Si Tilly (1983) utilizaba los términos *popular y moderno*, y Tarrow (1997) hacia lo propio con los términos *tradicional y modular*; Cruz (2008) utiliza los términos *comunitario y cosmopolita*, haciendo una clara referencia al lugar o al territorio en el que ocurría la acción colectiva. Para Cruz, el término *cosmopolita* se refiere al alcance supralocal de la movilización (2008: 18). Este autor entiende que los repertorios de acción colectiva se fueron desarrollando al producirse de manera simultánea la extensión de la vida social a ámbitos que rebasaron con amplitud lo estrictamente local (Cruz, 2008: 18). Así, en la medida en que las transformaciones sociales fueron haciéndose más importantes, las herramientas para enfrentarse a los conflictos cambiaron. Entre esas transformaciones se encuentran la concentración del capital y del trabajo en la producción de bienes y en las ciudades, el crecimiento demográfico, la migración, la urbanización, la expansión del Estado, la aparición de la esfera pública, las redes de transporte, los medios de comunicación, etc. Como consecuencia, emergieron nuevos conflictos sociales y nuevas formas de hacerles frente.

Las características generales del repertorio cosmopolita son el carácter flexible y menos violento que el repertorio comunitario (Cruz, 2008: 18). En concreto, las formas de acción colectiva son las manifestaciones, mítines, concentraciones, marchas, ocupaciones de fábricas o de universidades, centros de poder político y económico, peticiones, sentadas, sabotajes, boicots, barricadas... (Cruz, 2008: 18).

En cuanto al repertorio *comunitario*, Cruz explica que la formación de los Estados, las transformaciones económicas, el aumento demográfico... fueron las causantes de numerosos conflictos sobre la producción, distribución y adjudicación de recursos en diferentes lugares (2008: 18). Sigue a Tilly y a Tarrow al mencionar la requisita del pan, la destrucción de medios de transporte para el trigo, los ataques a lugares del cobro de impuestos, las ocupaciones de tierras, el incendio de cosechas, el *charivari* o cencerrada, los desfiles corporativos, los castigos ejemplares, la destrucción de maquinaria, los ataques a trabajadores forasteros, las humillaciones, las amenazas y agresiones a dueños de taller,... y muchas más actuaciones constituyeron buena parte de la cultura de movilización en la Europa del siglo XVIII. Las características principales fueron la naturaleza local, rígida y violenta de las acciones llevadas a cabo (Cruz, 2008: 16-17).

A continuación, a modo de resumen, repasaremos los repertorios de acción colectiva, según Tarrow (1997) y Cruz (2008), además del ya citado Tilly (1983). Para comprender en qué pone énfasis cada autor en los repertorios de la acción colectiva, se ha llevado a cabo la siguiente tabla:

Tabla 2.8. Las diferencias de clasificación de los repertorios de la acción colectiva, según Tilly (1983), Tarrow (1997) y Cruz (2008)					
Tilly (1983)		Tarrow (1997)		Cruz (2008)	
Repertorio popular	Repertorio moderno	Repertorio tradicional	Repertorio modular	Repertorio comunitario	Repertorio cosmopolita
Se pone el acento en el tiempo.		Se pone el acento en la generalidad del repertorio (por ejemplo, los ataques contra molineros no fueron utilizados tan generalizadamente como las huelgas).		Se pone el acento en el territorio.	

Fuente: Elaboración propia a partir de Tilly (1983: 6 y ss.); Tarrow (1977: 72 y ss.) y Cruz (2008: 18)

La tabla 2.8. muestra las distintas denominaciones y significados que los tres autores analizados han dado a los repertorios de la acción colectiva. Cada uno de estos autores ha resaltado la relevancia de unos asuntos respecto a otros. Por ejemplo, Tilly (1983) da importancia a la evolución histórica, y, por tanto, al tiempo, a la hora de clasificar los repertorios de la acción colectiva. Tarrow (1997), por su parte, entiende que la diferenciación debe realizarse en función de qué acciones colectivas se llevaban a cabo en más ocasiones y qué acciones se utilizaban menos. Finalmente, Cruz (2008), da importancia al lugar en el que se realizan las acciones colectivas. Lo que parece que para los tres autores es un punto en común es el hecho de que ha habido un cambio en los repertorios de la acción colectiva propiciado por diversas causas.

Como se ha apuntado en el apartado anterior, en la actualidad han surgido movimientos sociales en todo el mundo que, a pesar de sus diferencias contextuales, tienen algo en común: las imágenes y los mensajes de cada revuelta se transmiten por Internet. Los movimientos sociales en sí mismos y la movilización, decíamos, se han visto favorecidos por el uso de las nuevas tecnologías; lo mismo ocurre con la acción colectiva. Podemos afirmar que, muy probablemente, no sean las formas de acción colectiva en sí mismas las que han cambiado con la generalización de las nuevas tecnologías; más bien, lo que ha cambiado (y lo que está cambiando) es la manera en la que esas acciones colectivas surgen, se expanden entre las personas que participan en el movimiento, cómo se organizan y se coordinan, hasta finalmente llegar a la calle. En este sentido, podemos decir que las formas modernas de protesta de las que hablaba Tilly, han sido influenciadas no tanto en su forma (manifestaciones, huelgas, sentadas...) como en su desarrollo. Jose Guadalupe, profesor de la Universidad de Guadalajara en México, apunta a que estas formas de protesta son instrumentalmente mediáticas, ya que las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación influyen en ellas mediante la regeneración de las temáticas que constituyen el objeto de la lucha política para ejercer mayores efectos globales (2003: 529). Además, las nuevas tecnologías contribuyen a “afirmar y mantener lazos emocionales y de identificación entre los diferentes actores políticos mediante redes de interacción que legitiman la transmovilización política” (Guadalupe, 2003: 529). En este sentido, las características de las formas de acción colectiva modernas influenciadas por las nuevas tecnologías son las siguientes (Guadalupe, 2003: 529-530):

- regeneración de la temática;
- mantenimiento de lazos emocionales y de identificación entre los actores políticos;
- articulación de nuevos escenarios y nuevos proyectos reivindicativos y, en ocasiones, aunque no siempre, nuevas reivindicaciones;
- cambio en las dimensiones espaciales y temporales de la organización de la acción colectiva;
- nuevas configuraciones problematizadas de las identidades sociales y comunitarias;
- cuestionamiento de los nuevos estilos de vida y significados culturales; y,
- énfasis en los conocimientos, saberes y códigos culturales.

Por lo tanto, como ya ocurría con los movimientos sociales (clasificados como viejos, nuevos y en red), la acción colectiva también ha cambiado y se ha desarrollado en función del contexto histórico, social, político, etc. en el que se encontraba. Coincidimos con Tilly (1983: 10) cuando afirma que las grandes variaciones de los intereses, las oportunidades y la organización de la acción colectiva, así como la transformación de los estados y el capitalismo influyeron de forma primordial en la evolución de la acción colectiva. Estos cambios permitieron, además, que las reivindicaciones se ampliasen y se extendiesen para abarcar a un número mayor de personas.

Tal y como apuntábamos al comienzo de este apartado, la acción colectiva no es una categoría abstracta que pueda analizarse al margen de la historia y de la política (Tarrow, 1997: 20). Debe analizarse, pues, teniendo en cuenta el contexto histórico y político en el que es creada. En consecuencia, teniendo en cuenta dicho contexto (además de otras cuestiones) varios autores han llevado a cabo enfoques teóricos desde los que estudiar los movimientos sociales y la acción colectiva. A continuación, revisaremos dichos enfoques, teniendo en cuenta los análisis que atienden al individuo (nivel micro), a los grupos (nivel meso) y al contexto o estructura de oportunidad política (nivel macro). Asimismo, posicionaremos esta tesis en las teorías correspondientes.

2.1.4.3. Enfoques teóricos de la acción colectiva

En los últimos años, los planteamientos teóricos desde los que se estudian los movimientos sociales han sido modificados y desarrollados en otras direcciones, tanto en lo que se refiere a los objetos de estudio como a las formas de interpretar los procesos históricos en los que tienen lugar (Del Moral, 2012: 22). Los cambios más importantes han sido los siguientes: en primer lugar, interesan las perspectivas de análisis en las que se integran varios modelos explicativos; en segundo lugar, se pone el acento en los sujetos y no tanto en las clases sociales como ocurría anteriormente; finalmente, los nuevos planteamientos defienden que los factores culturales tienen mayor peso en la aparición y desarrollo de conflictos, por encima de las coyunturas económicas y la lucha de clases (Del Moral, 2012: 22).

Según Marta Del Moral (2012: 23 y ss.), profesora de Historia en la Universidad Complutense de Madrid, encontramos entre los enfoques teóricos de la acción colectiva, ideas desarrolladas desde la historiografía, la sociología, la ciencia política, la filosofía, la psicología, etc. Estas ideas o teorías fueron respaldadas en EEUU por los movimientos por los derechos civiles, de mujeres y

antimilitaristas, más centrados en los recursos, en la elección racional en base al coste-beneficio y en cuestiones de tipo estratégico (García, s.f.: 5). Por su parte, en Europa surgieron movimientos estudiantiles, ecologistas o anti-imperialistas que abonaron las teorías de autores/as europeos/as, más orientados a cuestiones como la identidad, la cultura y la generación de significados (García, s.f.: 5).

Según el sociólogo Néstor García (s.f.: 5), ambas corrientes, la norteamericana y la europea, ofrecen marcos de interpretación útiles e interesantes para el análisis de la acción colectiva, y desde finales de los 80 y principios de los 90 se viene intentando integrar las visiones de uno y otro enfoque (McAdam, McCarthy y Zald, 1999, visto en García, s.f.: 5). Así, este autor concluye que existen tres niveles de análisis planteados para el estudio de la acción colectiva (ver tabla 2.9).

Siguiendo a García (s.f.: 6 y ss.), se han realizado dos tablas para resumir de la forma más clara posible los enfoques y los autores principales. La primera tabla sirve para clarificar los tres niveles de análisis ya citados y las teorías correspondientes a cada uno de los niveles (tabla 2.9.), mientras que la segunda tabla tiene como objetivo especificar los autores principales y el significado de cada teoría (tabla 2.10.). He aquí la primera tabla:

Tabla 2.9. Los tres niveles de análisis de la acción colectiva		
Atendiendo a...	Nivel de análisis	Teorías
Individuo-intereses	Micro	elección racional, identidad, sociología creativa y construcción social de la protesta
Grupo-organización y movilización	Meso	movilización de recursos y análisis de redes sociales
Contexto-estructura de oportunidad política	Macro	teorías de la democracia, capital social, nuevos movimientos sociales y proceso político

Fuente: García (s.f.: 6)

Según la tabla 2.9., existen tres niveles de análisis de los movimientos sociales. En primer lugar, el nivel micro-sociológico se refiere a los aspectos individuales, esto es, los objetivos e intereses de los/as participantes en una acción colectiva, sus motivaciones, actitudes, valores, habilidades y procesos de socialización. En segundo lugar, el nivel meso-sociológico se ocupa de los aspectos grupales, relacionados con la organización, las pautas de reclutamiento, las estrategias de movilización y los repertorios de acción. Finalmente, el nivel macro-sociológico se refiere a los aspectos sistémicos y estructurales, es decir, al contexto político-social-cultural-económico en que se ubica un movimiento de protesta y la estructura de oportunidad política que ofrece al movimiento (García, s.f.: 5-6).

Para el análisis de los intereses y motivaciones de los individuos que deciden participar en una acción colectiva de protesta, García (s.f.: 7 y ss.) expone el siguiente cuerpo teórico que hemos resumido en la tabla 2.10. En dicha tabla encontramos, además de los niveles de análisis y de las

teorías que conforman los movimientos sociales, los autores y las definiciones de cada una de las teorías de origen tanto norteamericano como europeo:

Tabla 2.10. Principales enfoques teóricos de la acción colectiva, en función de los niveles de análisis				
Nivel de análisis	Se refiere a...	Principales enfoques		
Nivel micro	Aspectos individuales: intereses, valores, habilidades, motivaciones, procesos de socialización...	Nombre	Autor(es) principal(es)	Definición
		Teoría de la elección racional	Olson, <i>La lógica de la acción colectiva</i> (1965)	Aplicación racional del coste/beneficio. Expectativas personales de obtener beneficio propio
		Teoría de la identidad	Melucci (1989)	Sentirse parte de un todo que promueve la participación social. La identidad colectiva influye en la atribución de significado a los hechos sociales.
		Sociología creativa	Morris (1977)	El individuo crea su propia realidad social a partir de la interacción con otros.
		Construcción social de la protesta	Klandermans (1994)	La existencia de un conflicto no es una realidad objetiva sino una construcción subjetiva. Se ocupa de cómo se construyen las creencias colectivas y los marcos interpretativos que definen una situación como conflictiva y mueven a la acción.
Nivel meso	Aspectos grupales: organización, pautas de reclutamiento, estrategias de movilización y repertorios de acción.	<u>Teoría de la movilización de recursos</u> (origen norteamericano)	McAdam y Tarrow (2011)	La insatisfacción y el conflicto político y social son inherentes a la sociedad, por lo que la existencia de problemas y de movimientos sociales depende de los recursos disponibles para organizarse. Aspectos estratégicos, organizacionales y movilizadores.
		Análisis de redes sociales	--	Aporta valoración de las posiciones, relaciones e interacciones entre actores sociales como elementos a considerar.
Nivel macro	Aspectos sistémicos y estructurales: contexto político-social-cultural-económico en que se ubica el movimiento y estructura de oportunidad política que ofrece al movimiento.	Teorías de la democracia	Rousseau, Stuart Mill o Toqueville	Democracia directa que se concreta en la democracia participativa y democracia asociativa.
			Schumpeter	Democracia de élites, la ciudadanía debe limitarse al voto para elegir a los mandatarios.
			Bobbio (1992)	Intenta conciliar ambas, participación directa en determinados aspectos pero combinada con la representatividad y la delegación.
		Teoría del capital social	--	Densidad de relaciones e interacciones que se dan en una estructura social. A mayor densidad de relaciones de reciprocidad, cooperación y confianza, mayor capital social y mayor predisposición para la participación.
		Teoría de los nuevos movimientos sociales	Touraine y Melucci	Pone el acento en la ideología y en los motivos que promueven la acción colectiva. Analiza el <i>por qué</i> y el <i>cómo</i> .
		<u>Teoría de la oportunidad política o del proceso político</u>	Tilly, Tarrow	Análisis estratégico de la acción, el Estado, como actor central, influye en la acción colectiva, tanto para incentivarla como para desincentivarla. Para este análisis, el concepto central es la estructura de oportunidad política (conjunto de variables de un sistema político que dificultan o favorecen la aparición y mantenimiento de la acción colectiva).

Fuente: Elaboración propia a partir de García (s.f.: 7 y ss.)

Así pues, la tabla 2.10. ayuda a establecer una panorámica general de los enfoques teóricos de la acción colectiva (García, s.f. 7 y ss.). En primer lugar, en el nivel micro-sociológico (centrado en

los aspectos individuales) del análisis de la acción colectiva encontramos la Teoría de la elección racional, la Teoría de la identidad, la Sociología creativa y la Construcción social de la protesta. En segundo lugar, en el nivel meso-sociológico (centrado en los aspectos grupales) del análisis de la acción colectiva encontramos la Teoría de la movilización de recursos y el Análisis de redes sociales. Finalmente, en el nivel micro-sociológico (centrado en los aspectos sistémicos y estructurales) del análisis de la acción colectiva encontramos las Teorías de la democracia, la Teoría del capital social, la Teoría de los nuevos movimientos sociales y la Teoría de la oportunidad política o del proceso político.

Además, es necesario posicionar el presente estudio en el seno de uno de dichos enfoques, en este caso, será en dos de ellos. De esta forma, la tesis presenta una combinación de la Teoría de la movilización de recursos y la Teoría de la oportunidad política o del proceso político (ambas teorías han sido subrayadas en el cuadro anterior para facilitar su situación).

En primer lugar, la teoría de la movilización de recursos ha sido desarrollada por autores como Charles Tilly (2010), Sydney Tarrow (1997; 2011), Dough McAdam (1999; 2011)... Esta teoría reconoce el descontento como una característica inherente a todas las sociedades, y por lo tanto también la motivación para transformar una realidad injusta en otra más justa. Como consecuencia, la pregunta pertinente no es sobre las motivaciones que llevan a las personas a participar en los movimientos sociales, sino sobre las organizaciones que son capaces de movilizar de forma eficaz y continua los recursos de los que disponen (humanos, materiales y simbólicos) para lograr sus objetivos (De Miguel, 2008: 290). Desde este punto de vista, la organización es vital por varios motivos: disminuye los costes de participación y desgaste personal; facilita el reclutamiento de nuevos participantes; les asigna tareas; se almacena información, contactos, recursos materiales... (De Miguel, 2008: 290). En este sentido, De Miguel cita una anécdota que revela la importancia de la organización: Leon Trotsky, uno de los líderes revolucionarios marxistas, al ser preguntado por tres cosas indispensables para la revolución, contestó "la primera, organización; la segunda, organización; y la tercera, organización" (De Miguel, 2008: 290).

Además, la teoría de la movilización de recursos restringe su campo de análisis a los movimientos que postulan un cambio institucional que pretenda alterar elementos de la estructura social y/o la estructura de la distribución de las recompensas en la sociedad (Del Moral, 2012: 26).

En esta investigación creemos que, efectivamente, los movimientos sociales no pueden desarrollarse y llevar a cabo sus reivindicaciones y acciones colectivas sin recursos humanos, materiales o simbólicos. Creemos, además, que para los movimientos sociales es indispensable contar con personas que simpaticen con ellos y los apoyen, aunque no pertenezcan a los propios movimientos sociales. También pensamos que para los movimientos sociales es importante contar con la atención de los medios de comunicación.

Sin embargo, creemos que la Teoría de la movilización de recursos no es suficiente para estudiar la acción colectiva de los movimientos sociales. Así pues, en segundo lugar, pensamos que la Teoría de la oportunidad política o del proceso político resalta otros aspectos que, combinados con los de la Teoría de la movilización de recursos, mejoran notablemente el análisis de la acción colectiva.

En este sentido, la Teoría de la oportunidad política o del proceso político apunta a la importancia de los contextos políticos como factores que propician o inhiben el desarrollo de los movimientos sociales (De Miguel, 2008: 290). Tarrow define esta teoría como aquellas dimensiones congruentes, no necesariamente formales o permanentes, del entorno político que ofrecen incentivos para que la gente participe en acciones colectivas al afectar a sus expectativas de éxito o fracaso (1997: 155). En este sentido, desde este punto de vista, ocurre la movilización de recursos externos al movimiento (Tarrow, 1997: 155), que tiene que ver con los aspectos estratégicos, organizacionales y movilizados que disponen los movimientos sociales para organizarse. Además, apunta este mismo autor, que, aunque las oportunidades políticas estén desigualmente distribuidas, incluso los grupos más débiles y desorganizados pueden sacar partido de ellas (1997: 155).

La teoría de la oportunidad política resalta las relaciones de conflicto y entendimiento entre los colectivos que plantean nuevas demandas y las autoridades que poseen el poder político. Así, el Estado en cuestión podrá tener un carácter más cerrado o abierto en función de varios factores como el grado de centralización, la coherencia de la administración pública, la concentración funcional del poder estatal, la posibilidad periódica de participar en la vida política, las alteraciones en las coaliciones de gobierno, la existencia de aliados influyentes o la manifestación de ejes de conflicto (Del Moral, 2012: 28).

Esta teoría ayuda a comprender por qué los movimientos sociales pueden adquirir en ocasiones una gran capacidad de presión, normalmente transitoria, contra las élites políticas y después la pierden rápidamente a pesar de sus esfuerzos (Tarrow, 1997: 156).

Una de las críticas más importantes que se ha realizado a estas dos teorías y que en esta tesis compartimos, es la llevada a cabo por Melucci (visto en Del Moral, 2012: 28 y ss.) y Casquete (2005: 102). Ambos autores afirman que se estudia el funcionamiento de los grupos en acción (tanto interna como externamente) sin interesarse por la forma a través de la cual ha sido posible su aparición (Del Moral, 2012: 28), esto es, la identidad colectiva. El sociólogo italiano considera que estos fenómenos colectivos son fruto de una serie de procesos que van impulsando o dificultando el desarrollo de las estructuras cognitivas y los sistemas de relaciones requeridos para que la acción colectiva tenga lugar (Del Moral, 2012: 28). Por lo tanto, si no se tiene en cuenta la identidad colectiva no puede comprenderse cómo se fraguan los movimientos sociales.

En un intento por aplicar la crítica realizada por Melucci (visto en Del Moral, 2012: 28 y ss.) y Casquete (2005: 102) a la identidad colectiva a esta investigación, en el siguiente apartado analizaremos el significado de la identidad colectiva, es decir, el compromiso y el sentido de lealtad de un grupo al que le une un sentimiento de solidaridad grupal (Casquete, 2005: 102). Además, también estudiaremos cómo se construye la identidad colectiva.

2.1.5. La identidad colectiva y su construcción

Según la RAE, la identidad se define como el “conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás” o como la “conciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta a las demás”, entre otras acepciones. Siguiendo estas mismas definiciones, Anthony Giddens define la identidad como las características que diferencian el carácter de una persona de un grupo (1998: 735). Giddens pone el ejemplo del nombre de una persona, el cual es un importante marcador de identidad individual y grupal, y constituye un elemento crucial de la individualidad de una persona o un grupo (1998: 735).

Ampliando la definición de Giddens, Codol (1984; visto en Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 297) distingue tres dimensiones de la identidad: la diferenciación o distintividad, la positividad y la totalidad. En primer lugar, la diferenciación o distintividad se refiere a la distinción entre el yo y los otros, una conciencia de la propia singularidad como ser único, original e independiente. En segundo lugar, la positividad es aquella valoración positiva de uno/a mismo/a que permite atribuirse un conjunto de cualidades favorables, así como cierto poder, es decir, tener el sentimiento de que se puede influir sobre las cosas y las personas, al menos hasta cierto punto. Finalmente, la totalidad hace referencia a que uno/a constituye un todo integrado y coherente que se mantiene estable a través del tiempo. Respecto a esto último, es necesario tener en cuenta que la identidad no es estática, sino cambiante en el espacio y tiempo (Castells, 2003: 36).

Asimismo, estas tres dimensiones que forman el sentimiento de identidad orientan la conducta del individuo siguiendo dos tendencias (Codol, 1984; visto en Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 297) que, podríamos decir, funcionan para uno/a mismo/a y para los/as demás:

- búsqueda de reafirmación de la identidad, es decir, tratar de comportarse de forma diferente, positiva y coherente; y,
- búsqueda del reconocimiento social, esto es, exigir que las demás personas lo reconozcan como diferente, positivo y coherente.

Por su parte, Castells entiende por identidad, en lo referente a los actores sociales, el “proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo cultural, o un conjunto relacionado de atributos culturales, al que se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido” (2003: 34). Es posible que una persona tenga varias identidades, aunque el conjunto de identidades entre necesariamente en contradicción y tensión tanto en la representación de uno/a mismo/a como en la acción social (Castells, 2003: 34). Apunta Castells que dicha contradicción se debe a que la identidad debe distinguirse de lo que la sociología tradicional ha denominado roles o conjuntos de roles (Castells, 2003: 35). He aquí las diferencias:

Tabla 2.11. Diferencias teóricas entre los roles y las identidades	
Roles	Identidades
Normas estructuradas por las instituciones y organizaciones de la sociedad	Autodefiniciones construidas mediante un proceso de individualización
Dependiendo de las negociaciones y acuerdos entre individuos, instituciones y organizaciones, los roles influirán de una manera o de otra en la conducta de las personas	Pueden originarse en las instituciones dominantes, pero sólo se convierten en tales si se interiorizan y se construye el sentido en torno a esa interiorización
Organizan las funciones sociales	Organizan el sentido (identificación simbólica)

Fuente: Elaboración propia a partir de Castells (2003: 34-35)

La tabla 2.11. indica las principales diferencias teóricas entre los roles y las identidades (Castells, 2003: 35). Así, las identidades son fuentes de sentido construidas por las personas a través de un proceso de individualización (Giddens, 1991; visto en Castells, 2003: 35). Como consecuencia de este proceso de individualización, las identidades son más fuertes que los roles, los cuales son definidos por las instituciones y organizaciones de la sociedad (Castells, 2003: 35). En este sentido, tanto las identidades como los roles son construcciones sociales, aunque en el caso de las identidades su construcción es más compleja. Por lo tanto, a la hora de analizarlas, es indispensable saber cómo han sido construidas, desde qué punto de vista, por quién y para qué (Castells, 2003: 35). Este hecho es importante porque toda construcción social de la identidad tiene lugar en un contexto marcado por las relaciones de poder (Castells, 2003: 35). De esta forma, Castells propone tres formas y orígenes de la identidad (2003: 36):

- Identidad legitimadora: es aquella que ha sido introducida por las instituciones dominantes de la sociedad para extender y racionalizar su dominación frente a los actores sociales.
- Identidad de resistencia: es aquella generada por actores que se encuentran en posiciones devaluadas o estigmatizadas por la lógica de la dominación, por lo que sobreviven basándose en principios diferentes a los introducidos por las instituciones dominantes.
- Identidad de proyecto: cuando los actores sociales construyen una nueva identidad que redefine su posición en la sociedad y, al hacerlo, buscan la transformación de toda la estructura social. Este es el caso de las feministas que salen a desafiar al patriarcado y, por lo tanto, a toda la estructura de producción, reproducción, sexualidad y personalidad sobre la que las sociedades se han basado a lo largo de la historia.

Las identidades son dinámicas y cambian a lo largo de la vida de las personas o de los grupos, así como a lo largo de la historia. Castells afirma que ninguna identidad puede ser una esencia y ninguna identidad tiene, *per se*, un valor progresista o regresivo fuera del contexto

histórico en el que se desarrolla (2003: 36). En este sentido, una identidad puede comenzar como identidad de resistencia y, a través del tiempo, convertirse en dominante en las instituciones de la sociedad (Castells, 2003: 36). Aun así, la identidad de resistencia es, para Castells (2003: 37), el tipo de identidad más importante en nuestra sociedad porque construye formas de resistencia colectiva contra la opresión, que de otro modo sería insoportable, facilitando que se expresen como esencia de las fronteras de la resistencia. Por ejemplo, el fundamentalismo religioso, las comunidades territoriales o la autoafirmación nacionalista, entre otras identidades, son expresiones de lo que Castells denomina *la exclusión de los excluidos por los excluidos* (2003: 37). Es decir, la construcción de una identidad defensiva en los términos de las instituciones o las ideologías dominantes, invirtiendo el juicio de valor mientras que se refuerza la frontera (Castells, 2003: 37).

El tercer tipo de identidad, la identidad proyecto, también es importante porque produce sujetos (Castells, 2003: 38). Los sujetos no son individuos, aunque estén compuestos de individuos; los sujetos son actores sociales colectivos, cuya construcción de la identidad se fundamenta en un proyecto de vida diferente, probablemente basado en una identidad oprimida, pero que busca la transformación de la sociedad como la prolongación de este proyecto de identidad (Castells, 2003: 38).

De la identidad proyecto surge la identidad colectiva, elemento central de los movimientos sociales y de la acción colectiva. La identidad colectiva es la construcción de un *nosotros/as* a partir de la posición del grupo ante un determinado conflicto de dimensiones culturales. Así, la identidad colectiva sirve para construir un discurso que intente dilucidar de dónde viene el conflicto (sus raíces históricas), cómo se adapta a los cambios sociales, políticos, económicos, etc. y cuáles son las posibles soluciones. Esto hace que los individuos desarrollen un sentimiento de pertenencia al grupo, una identidad colectiva que les lleva a actuar frente a la opresión que les afecta. En este sentido, Casquete afirma que para que un grupo social fragüe su sentido de identidad colectiva existen varias rutas (2005: 102-103). En primer lugar, la identificación de otro genérico estimula el surgimiento de vínculos de solidaridad entre los miembros de un grupo, lo que hace que el sentimiento de formar una comunidad aumente. Por lo tanto, es necesario delimitar las fronteras entre el grupo y sus adversarios en términos de intereses o valores. En segundo lugar, las asociaciones informales a pequeña escala son útiles para crear la identidad colectiva porque las personas interactúan cara a cara y tienen la opción de opinar y discutir sobre los temas que les interesan. En la actualidad, las nuevas tecnologías de la comunicación están permitiendo estas interacciones de forma virtual. Finalmente, la propia acción colectiva sirve para estimular la construcción de una identidad común.

La acción colectiva como forma de alentar la identidad colectiva le sirve a Casquete para analizar el Movimiento Vasco de Liberación Nacional (MVLN), así como la identidad nacionalista vasca radical (2005: 108 y ss.). Por una parte, demuestra, a través de la evidencia numérica, que en el País Vasco y Navarra la protesta formó parte de la cotidianeidad como en ningún otro lugar de occidente en los años 1999, 2000 y 2001 (2005: 108). Por otra parte, Casquete establece que dicha sobremovilización (en forma de manifestaciones masivas) fue decisiva para el desarrollo de la identidad nacionalista vasca radical. Para entender esta identidad el autor analiza las razones por las que protesta el MVLN (la más importante, la consecución de un Estado vasco independiente); así como los símbolos utilizados (*ikurriña*, *dantzaris*, cánticos, pancartas, banderas...), la frecuencia de las acciones (periódicas, ocasionales, puntuales) y las prácticas estandarizadas (fases que se repiten

en cada manifestación, por ejemplo, manifestarse siempre en los mismos lugares o utilizar los mismos slogans).

Por tanto, la identidad colectiva es clave en los movimientos sociales debido a que permite crear sentimientos de unidad y vínculos de solidaridad entre personas que sufren la misma opresión, a la vez que cada persona posee su propia identidad. Las luchas sociales se crean y desarrollan en grupo y no de forma aislada, por lo que una identidad común es necesaria para articularlas.

Podríamos afirmar, por lo tanto, que las personas que conforman un movimiento social poseen una identidad colectiva común. A continuación, examinaremos brevemente cuáles son los movimientos sociales actuales y qué reivindica cada uno de ellos, antes de centrarnos en el que aquí nos interesa, el feminismo.

2.1.6. Los grandes movimientos sociales en la actualidad

Existen numerosos movimientos sociales en la actualidad. Desde que la era de internet comenzara, éstos se han multiplicado probablemente por la oportunidad que ofrece la red de encontrar personas con las que se comparten rasgos identitarios. En este apartado recogemos los movimientos sociales que consideramos que tienen más protagonismo en la actualidad, basándonos en los escogidos por Ana de Miguel (2008: 294 y ss.). Como afirma esta autora, quedan fuera de la clasificación el movimiento de Okupación y el de Liberación Animal por no ser quizá tan influyentes y mayoritarios. He aquí los movimientos sociales actuales con más protagonismo:

Tabla 2.12. Los grandes movimientos sociales en la actualidad
Movimiento feminista
Movimiento ecologista
Movimiento de gays y lesbianas
Movimiento antiglobalización
Movimiento indigenista

Fuente: Elaboración propia a partir De Miguel (2008: 294 y ss.)

A continuación, explicaremos brevemente cada uno de ellos:

- **Movimiento feminista:** con apenas unas pinceladas (ya que hablaremos del movimiento feminista en el siguiente apartado), es necesario decir que el feminismo es “la lucha por el reconocimiento de las mujeres como sujetos humanos y sujetos de derechos, la lucha por la igualdad entre los dos sexos” (De Miguel, 2008: 295). El movimiento feminista tiene una larga historia, ya que surgió en la Revolución Francesa de la mano de mujeres que se rebelaron contra un sistema que pretendía ser más igualitario pero que las dejaba a ellas fuera como ciudadanas de segunda. La segunda etapa trajo la lucha por el derecho al voto en distintos países occidentales, así como el derecho a la educación de las mujeres. La tercera etapa comienza con la publicación de *El segundo sexo* (1949) de Simone de Beauvoir y significó el descubrimiento de las relaciones de poder que permean la *esfera privada* y la ampliación y redefinición de lo político bajo el lema “lo personal es político” (de Miguel, 2008: 295). En la actualidad, se considera que el feminismo está consolidado en diferentes ámbitos y sus protagonistas, las feministas, actúan como agentes políticos en todos los frentes y niveles de la sociedad (De Miguel, 2008: 295).
- **Movimiento ecologista:** Consolidado en los años ochenta del siglo XX, el movimiento ecologista ha sido uno de los más tardíos, pero también casi el único que se ha concretado en un partido político, *los verdes*. Tal y como apunta De Miguel (2008: 295), es posible encontrar las raíces del ecologismo en el siglo XIX como consecuencia de los procesos de industrialización, destrucción de ecosistemas, urbanismo y crecimiento

desbocado. En la actualidad, el movimiento ecologista continúa ligado a la vulnerabilidad del planeta y a la irracionalidad de un modelo de vida que conduce a la destrucción del mismo.

- **Movimiento pacifista:** Las protestas contra la guerra de Vietnam desencadenaron los primeros movimientos pacifistas en los años 70. Asimismo, en el Estado español se desarrolló, una década después, un movimiento anti OTAN que se transmutó luego en el movimiento antimilitarista y desde el que se fomentó la objeción de conciencia y la insumisión.

En los últimos años, el movimiento pacifista más importante ha sido el surgido contra la guerra de Irak, el cual desencadenó una importante concienciación de la ciudadanía y numerosas movilizaciones sociales.

- **Movimiento de gays y lesbianas:** Este movimiento comienza a surgir de manera formal tras los ataques policiales a un bar de ambiente homosexual, *Stonewall*, en Nueva York en 1969 (como conmemoración de aquellos disturbios se celebra actualmente en numerosos países el día del Orgullo Gay). En un primer momento, las reivindicaciones se orientaron a la visibilidad y el reconocimiento de una identidad deteriorada. Todo ello se agudizó por la aparición en los años 80 del SIDA, lo que supuso un gran paso en la articulación de la conciencia interna de la comunidad y en la percepción de la misma por parte de la opinión pública. En la actualidad, la lucha en los países occidentales se centra en derechos como el matrimonio, la adopción, la herencia...
- **Movimiento antiglobalización:** Este movimiento, surgido en torno a los años 90, cuenta con dos hitos importantes: por un lado, la revuelta neozapatista de Chiapas en 1994, y por otro, la *batalla de Seattle* contra la cumbre de la Organización Mundial del Comercio (OMC) en 1999. Numerosos trabajos obstaculizaron el éxito de la cumbre que terminó sin resoluciones.
- **Movimiento indigenista:** no debemos olvidar en ningún caso que en los países no occidentales también han surgido movimientos sociales, que por lo general no son recogidos por los/as teóricos/as occidentales. En América Latina, por ejemplo, desde finales del siglo XX, los pueblos indígenas se han erigido como sujetos políticos. Demandan, entre otras cosas, justicia distributiva, reconocimiento, autodeterminación de los pueblos indios y la redefinición de los estados nacionales como estados multiétnicos y plurinacionales. Poco a poco, han conseguido que la sociedad cuente con ellos/as, gracias a sus actuaciones informales mediante protestas, bloqueos y recursos a las Redes del Movimiento antiglobalización a través de la red.

En este apartado hemos analizado brevemente algunos de los movimientos sociales más relevantes en la actualidad, siguiendo a De Miguel (2008: 294 y ss.). A continuación, nos centraremos en uno de estos movimientos sociales y daremos comienzo al segundo eje de esta investigación: el feminismo como movimiento social.

2.2. El feminismo como movimiento social

Hasta el momento hemos analizado los movimientos sociales desde una perspectiva masculina, esto es, los hombres han sido los sujetos que han intentado cambiar el mundo y mejorarlo. Sin embargo, este hecho no deja de ser un ámbito parcial de los movimientos sociales. Las mujeres y los colectivos formados por personas tradicionalmente oprimidas (personas homosexuales, transexuales, personas de distintas razas, personas pobres...) también han llevado a cabo históricamente acciones que tenían como objetivo mejorar las situaciones discriminatorias en las que se veían inmersas. Ha sido el feminismo como movimiento social y político el que ha intentado, y conseguido en ocasiones, visibilizar y *democratizar* derechos y libertades de los que sólo disfrutaban previamente los hombres.

Con el objetivo de conocer los logros del feminismo y de las feministas, a continuación, analizaremos qué es el feminismo; cuáles son los sujetos cuyas vidas pretende mejorar; cómo se desarrolla en las democracias occidentales, y a través de qué mecanismos lo hace; su historia; y, por último, sus reivindicaciones y acción colectiva.

2.2.1. ¿Qué es el feminismo?

En las últimas décadas se ha definido el feminismo de múltiples formas. Sin embargo, podemos afirmar que existen tres elementos que definen, en general, lo que es el feminismo: un movimiento social y político, una teoría y una forma de vivir la vida, es decir, una práctica cotidiana (De Miguel, 2015: 28-29).

Si empezamos desde las definiciones más genéricas a las más concretas, comenzamos por lo que la RAE entiende por feminismo. En su primera acepción sostiene que es aquella “doctrina social favorable a la mujer, a quien concede capacidad y derechos reservados antes a los hombres”. La segunda es la siguiente: “movimiento que exige para las mujeres iguales derechos que para los hombres”. De forma general, entendemos que el feminismo es un movimiento social y político que busca la igualdad de derechos de todas las personas. El feminismo sostiene básicamente que ninguna persona puede ser excluida por razón de su sexo (Valcárcel, 2012: 55), y para ello batalla por el reconocimiento de las mujeres y de los colectivos tradicionalmente oprimidos como sujetos humanos y sujetos de derechos. En este sentido, ha estado en una constante evolución histórica y discursiva, por lo que sus análisis de la realidad de las mujeres y de los colectivos tradicionalmente oprimidos han progresado y se han ido transformando. En este sentido, ya no son únicamente las mujeres el sujeto principal del feminismo; por el contrario, este movimiento social y político pretende terminar con todas las presiones y desigualdades sociales que se entrecruzan (etnia, orientación e identidad sexual, clase social...). Esto último puede verse claramente en la concepción feminista del sujeto político, a lo que dedicaremos el apartado siguiente.

Además, el ser un movimiento social y no un partido político, ha permitido al feminismo funcionar de manera abierta y lograr unir bajo reivindicaciones muy generales a mujeres de discrepancias ideológicas que podríamos considerar elementales (De Miguel, 2015: 30). Como se ha analizado en la primera parte de este capítulo, la constitución de una identidad colectiva, un *nosotras*, ha sido un elemento indispensable para el feminismo, ya que “todas hemos sido excluidas

de derechos por ser mujeres, todas compartimos una historia de opresión” (De Miguel, 2015: 30-31), a pesar de que la condición de ser mujeres interactúa con otras variables como la etnia, la clase social, la orientación o identidad sexual, etc. (De Miguel, 2015: 30).

En cuanto a que el feminismo es también una teoría, en primer lugar, es necesario entender que la palabra *teoría* en griego significa *ver*, tal y como explica Celia Amorós (visto en De Miguel, 2015: 29). Por lo tanto, la teoría posibilita ver cosas que sin ella serían imposibles de ver: “el acceso al feminismo supone la adquisición de una nueva red conceptual, ‘unas gafas’ que nos muestran una realidad ciertamente distinta de la que percibe la mayor parte de la gente” (De Miguel, 2015:29).

A través de ese *ver*, de esa teoría, en la historia del feminismo han surgido grandes progresos conceptuales y políticos fruto de debates, posturas acercadas y alejadas encabezadas por mujeres que querían terminar con el sistema patriarcal. Para realizar una valoración de una teoría crítica de la sociedad, Nancy Fraser establece una serie de criterios a tener en cuenta (1990: 49):

- arrojar luz sobre el carácter y las bases de la subordinación;
- emplear categorías y modelos explicativos que revelen, en lugar de ocultar, las relaciones de dominación masculina y subordinación femenina; y, por último,
- desvelar el carácter ideológico de los enfoques rivales que busquen ofuscar o racionalizar esas relaciones.

Siguiendo a Fraser, una teoría crítica feminista de la sociedad deberá sacar a la luz y cuestionar las relaciones de dominación y subordinación, así como ser una propuesta para la acción (1990: 49). De esta forma, sólo si impulsa a las personas hacia la transformación y a terminar con la dominación, conservará su carácter crítico.

Continuando con la teoría crítica feminista, según Celia Amorós, el feminismo es un producto moderno que nace de “la lógica generalizadora de la democracia” (1997: 83), es decir, universaliza los principios de igualdad de la Ilustración. Así pues, es necesario que se cree “una plataforma de abstracciones virtualmente universalizadoras” (Amorós y De Miguel, 2005: 30), es decir, un sujeto de conocimiento, un sujeto moral autónomo, individuo o ciudadano, para que se pueda racionalizar la exclusión de las mujeres, así como de los colectivos tradicionalmente oprimidos de todos los ámbitos públicos y de poder. Asimismo, estas condiciones deben darse en una sociedad cuya organización social sea democrática, esto es, una sociedad en la que la ciudadanía sea considerada como libre e igual.

En este sentido, y haciendo referencia a las oposiciones que tiende a suscitar el feminismo, Amelia Valcárcel lo define como “el hijo no querido de la Ilustración” (2000: 118). Valcárcel entiende el feminismo como “aquella tradición de la Modernidad, igualitaria y democrática, que mantiene que ningún individuo de la especie humana debe ser excluido de cualquier bien y de ningún derecho a causa de su sexo (...) El feminismo es una de las tradiciones políticas fuertes igualitarias de la modernidad, probablemente la más difícil, además, puesto que se opone a la jerarquía que bien sabemos la más ancestral de todas. También la más patente y menos cuestionada y, por tanto, no deslegitimada” (Valcárcel, 2012: 55-56).

Por todo esto, según esta filósofa española, el feminismo es uno de los mayores motores de cambio y la única estrategia investigadora y discursiva capaz de hacernos entender cómo y por qué se produce la desigualdad de los sexos (Valcárcel, 2012: 10). En este sentido, pone los cambios en “su auténtica dimensión histórica y ayuda, por lo tanto, a comprenderlos y, sólo hasta cierto punto, a preverlos o incluso usarlos como prácticas políticas autoconscientes” (Valcárcel, 2012: 10). En este sentido, el feminismo se encarga de realizar lecturas en clave política de discursos que tradicionalmente han conceptualizado las diferencias entre los sexos como ontológicas (Amorós y De Miguel, 2005).

De Miguel establece también que el feminismo es una forma de entender y vivir la vida cotidiana (2015: 31). Generalmente, el feminismo implica una concienciación a nivel individual y personal, y un cambio en la forma de actuar. De ahí que el feminismo radical de los años setenta eligiera como lema fundacional “lo personal es político” (De Miguel, 2015:33), que supuso también la toma de conciencia de que lo que se vivía en el ámbito privado era muy parecido para todas las mujeres, y que debían exponerlo públicamente para visibilizarlo y encontrar soluciones.

La toma de conciencia de la que hablamos supone “una subversión de los códigos culturales dominantes” (De Miguel, 2015: 213). La razón es simple, aunque no sencilla: la ideología patriarcal está tan arraigada e interiorizada en la sociedad (a través de la socialización) que, para buena parte de las mujeres, dicha ideología es un conjunto de comportamientos y actitudes libremente deseados y elegidos por ellas mismas (De Miguel, 2015: 213). Es por esto por lo que el feminismo ha tratado de teorizar acerca de las relaciones de poder existentes entre los sexos, para que pudiera despertar en las mujeres y en los colectivos tradicionalmente oprimidos la conciencia de lucha contra el sistema que estamos describiendo.

El feminismo parte de la existencia de un problema social (ver tabla 2.2.). En este caso nos referimos a la opresión específica que viven las mujeres por el hecho de ser mujeres, así como cualquier otro colectivo tradicionalmente discriminado por razón de orientación o identidad sexual, raza, clase social, etc. A partir de este problema social puede surgir una toma de conciencia de la injusticia que se está viviendo, en un primer momento de forma individual; a continuación, los grupos que viven el problema social en cuestión teorizan acerca de los orígenes y las razones de su opresión, así como de las medidas que creen que pueden solventarlo; finalmente, tras este proceso, se crea la toma de conciencia grupal, y a partir de ahí, la lucha colectiva para cambiar la situación de opresión.

Evidentemente, este proceso no es homogéneo ni ocurre de la misma forma ni por el mismo orden en todas las personas. Sin embargo, parece que existe un proceso por el cual las personas que tienen en común una misma opresión, se juntan y luchan por conseguir una vida mejor. En este sentido, Rosa María Rodríguez (2015: 14), entiende el feminismo como un proceso, es decir, una evolución, un desarrollo, ir hacia delante. Tal y como afirma, es un proceso mediante el cual las mujeres han ido percibiendo su situación de desigualdad y han luchado por su emancipación.

Así pues, el feminismo es, ante todo, una toma de conciencia de una situación de opresión específica y, posteriormente, una lucha tanto individual como colectiva, para corregir la desigualdad.

2.2.2.1. Los sujetos del feminismo

Como cualquier otro movimiento social, el feminismo no ha sido nunca un único feminismo, sino que en su seno se han aglutinado mujeres muy diferentes, con reivindicaciones, experiencias y modos de vida diferentes. Desde mediados del siglo XX este hecho hizo que surgieran diferentes corrientes dentro del movimiento feminista, entre las que se encuentran el feminismo de la igualdad, los feminismos de la diferencia, el feminismo lesbiano, el ciberfeminismo, el ecofeminismo, el feminismo postcolonial, el feminismo negro o la teoría *Queer* (como veremos en el apartado 2.2.2.3.2. *Últimas tendencias del feminismo contemporáneo*). Por lo tanto, en esta tesis cuando hablamos del feminismo, nos estamos refiriendo al movimiento feminista en general, es decir, el que aglutina todos los tipos de feminismo en su interior.

Los sujetos del feminismo, por lo tanto, son heterogéneos. En los países occidentales, la evolución de estos sujetos ha pasado por tres etapas (Casado, 1998). En primer lugar, encontramos la etapa post-sufragista (a partir de las décadas veinte y treinta, dependiendo de los países) en la que el feminismo trató de construir una unidad de mujeres, bajo un único sujeto que las aglutinara a todas (Rodríguez, 2015: 35-36). En segundo lugar, en la década de los ochenta, en el seno del feminismo fueron surgiendo voces que denunciaban que no se sentían representadas (Casado, 1998: 78). Y, finalmente, de los años ochenta en adelante, las diferencias desbordaron lo que el feminismo había construido hasta entonces y éste puso el foco en las identidades (Casado, 1998: 80). A continuación, estudiaremos más detenidamente cada una de estas etapas (ver tabla 2.13.).

En la primera etapa, en los años veinte y treinta dependiendo de cuándo se otorgó el derecho al voto a las mujeres, el sujeto del feminismo fue *la Mujer*. A pesar de las innegables diferencias entre mujeres, el feminismo post-sufragista pretendía construir una unidad de las mujeres en torno a sus reivindicaciones, una vez que habían sido conseguidas las más *básicas*: derecho al voto, a la educación, al ejercicio de una profesión, al control de los métodos reproductivos... (Rodríguez, 2015: 35-36). Esa unidad de las mujeres, ese Sujeto, se leía como *la Mujer*. Sin embargo, el propio desarrollo de las reflexiones, como apunta Rodríguez (2015: 36), fue dando lugar a las tendencias que hemos mencionado anteriormente (y que se explicarán en el apartado 2.2.2.3.2. *Últimas tendencias del feminismo contemporáneo*).

El sujeto *Mujer* al que hacemos referencia se manifestó como una identidad irreal, una construcción discursiva con aspiraciones universalistas que no tenía nada que ver con la realidad que vivían la mayoría de las mujeres. Además, revelaba un carácter esencialista o biologicista, ya que esa *Mujer* había nacido con unas virtudes consideradas naturales, representando un modelo reproductor normativo y heterosexual, que distinguía entre hombres y mujeres como categorías cerradas y mutuamente excluyentes (hombre es aquello que no es mujer/mujer es aquello que no es hombre) (Casado, 1998: 77).

El panorama se modificó a mediados de los años 80 dando comienzo a la segunda etapa de los sujetos del feminismo. Como hemos apuntado, la progresiva aparición en el seno del propio movimiento feminista de diferencias entre las mujeres que lo componían hizo que los sujetos se modificaran (Casado, 1998: 78; Platero, 2012: 29). Aparecieron entonces mujeres y/o colectivos que denunciaban que no se sentían representados/as por el feminismo de las mujeres blancas, heterosexuales y de clase media. En este sentido, en EEUU fueron principalmente las mujeres negras

las que tomaron la palabra para denunciar la centralidad de los discursos de las mujeres blancas. Más tarde harían lo propio las mujeres lesbianas, llamando la atención en este caso sobre el heterosexismo o heterosexualidad obligatoria, y después un sinfín de identidades “fronterizas” (transexuales, *queers*...) (Casado, 1998: 78).

El debate de *igualdad versus diferencia*, sin cerrarse ahí, dejó paso a una nueva dicotomía formulada en esos momentos en términos de *unidad versus diversidad* (Casado, 1998: 78). La disputa entonces fue (y lo sigue siendo) si las mujeres feministas debían poner el acento en lo que las unía o en lo que las separaba: “Las situaciones son demasiado diversas, sólo su situación marginal las agrupa en un rechazo al poder establecido y a los modelos tradicionales de representación política” (Rodríguez, 2015: 36). Así, se consideró que el sexo, el género, la etnia, la orientación sexual y otras categorías sociales, lejos de ser naturales o biológicas, son construidas y están interrelacionadas (Platero, 2012: 26)⁶.

Las diferencias no podían negarse: “clases sociales, etnias, orientaciones sexuales, creencias religiosas, edades, ideologías políticas... irrumpen con fuerza en los grupos de mujeres. Se abría por tanto una fisura imperante en ese Sujeto homogéneo y mítico” (Casado, 1998: 78-79). A partir de aquel momento, se empezó a sustituir *la Mujer* por *las mujeres*. El uso de estos términos no son meras palabras, el debate que está implícito en ellas supone un desafío importante para la teoría feminista en tanto que teoría liberadora de/para un determinado sujeto (Casado, 1998: 79). En este sentido, la problemática, según Casado, iba mucho más allá de adaptarse a la diferenciación interna de las compañeras feministas. En su opinión, más bien, se trataba de una crítica profunda a la falacia del sujeto mítico y universalizante: “No sólo era el sujeto androcéntrico el que velaba las diferencias y las revestía de valores supuestamente naturales y universales, sino que el propio sujeto que el feminismo había construido mostraba esas mismas limitaciones con respecto a otras fronteras, a otras subjetividades” (Casado, 1998: 79). Así, las feministas habían criticado el patrón androcéntrico y machista que había guiado la sociedad hasta el momento; sin embargo, sin quererlo, habían caído en el mismo engaño. Itziar Ziga, en su libro *Malditas. Una estirpe transfeminista* apunta a lo mismo, esto es, cuando el feminismo sólo atiende a la opresión de género cae en la trampa (2015: 11). La autora se pregunta quiénes son las mujeres a las que solo afecta la opresión de género, y responde lo siguiente: “las blancas, heterosexuales, burguesas, pertenecientes a un pueblo no colonizado, diagnosticadas como mujeres al nacer y cuyas capacidades funcionales cumplen con la norma. Ellas sí son una minoría, una minoría socialmente privilegiada” (2015: 11). Y es que, un feminismo que excluye, no es feminismo.

El debate *unidad versus diversidad* pronto quedó obsoleto. La tercera etapa de los sujetos del feminismo, que se desarrolló a partir de los años ochenta y que llega hasta la actualidad, abrió el debate sobre cómo tratar las diferencias y las identidades (Casado, 1998: 80). Así, se comenzó también a criticar el término *mujeres*. El feminismo debía enfrentarse a otro problema: la presunción de que el término *mujeres* indicara una identidad común (Butler, 2007: 49). Judith Butler, en su conocida obra *El Género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad* (2007), califica de “problemático” el concepto “mujeres” (2007: 49) porque entiende que “si una ‘es’ una mujer, es

⁶ De hecho, en la actualidad, se tiende a utilizar el enfoque teórico denominado *interseccionalidad* para referirse a cómo diferentes fuentes estructurales de desigualdad mantienen relaciones recíprocas (Platero, 2012: 26). Dicho de otra forma, la interseccionalidad es una mirada que nos lleva a evidenciar las relaciones de poder y de privilegio que existen, y nos obliga a cuestionar la naturalización de la existencia de un sujeto hegemónico del que a menudo no nos ocupamos de analizar y evidenciar (Platero, 2012: 30).

evidente que eso no es todo lo que una es; el concepto no es exhaustivo, no porque una ‘persona’ con un género predeterminado sobrepase los atributos específicos de su género, sino porque el género no siempre se construye de forma coherente o consistente en contextos históricos distintos, y porque se entrecruza con modalidades raciales, de clase, étnicas, sexuales y regionales de identidades discursivamente constituidas” (Butler, 2007: 49). Según la autora, es imposible separar el género de las intersecciones políticas y culturales en las que constantemente se produce y se mantiene (2007: 49).

Las corrientes fundamentales del debate *unidad versus diferencia*, sostiene Casado (1998: 80), son el antiesencialismo y el multiculturalismo. La primera manifiesta un profundo escepticismo hacia la identidad y las prácticas de la diferencia, ya que entiende que ambas son construcciones discursivas. En el caso de la identidad, ésta es inherentemente represiva, al mismo tiempo que la diferencia es inherentemente excluyente. La segunda corriente entiende que toda identidad es digna de reconocimiento y toda diferencia digna de afirmación (Casado, 1998: 80).

La siguiente tabla tiene como objetivo resumir las tres etapas que hemos descrito en torno a los diferentes sujetos del feminismo, así como aclarar las diferencias en cada una de ellas:

Tabla 2.13. Progreso de las visiones en torno a los distintos sujetos del feminismo a lo largo de la historia del feminismo		
Etapas	Debate teórico en torno a los sujetos del feminismo	Explicación del debate teórico
Primera etapa: feminismo post-sufragista	Igualdad vs. Diferencia	Oscurecen las diferencias intra-grupo
Segunda etapa: entre las décadas sesenta y ochenta	Unidad vs. Diversidad	¿Dónde poner el acento: en lo que une a las mujeres o en lo que las separa?
Tercera etapa: a partir de los ochenta hasta la actualidad	Antiesencialismo Vs. Multiculturalismo	Escepticismo hacia la identidad y la diferencia <ul style="list-style-type: none"> • Identidad: inherentemente represiva • Diferencia: inherentemente excluyente
		Visión positiva de las diferencias de grupo y las identidades colectivas <ul style="list-style-type: none"> • Toda identidad: digna de reconocimiento • Toda diferencia: digna de afirmación

Fuente: Elaboración propia a partir de Casado (1998: 80)

En la tabla 2.13. se describen las etapas de las diferentes concepciones teóricas de los sujetos del feminismo. En la primera etapa, podemos ver como el objetivo de las feministas post-sufragistas era, prácticamente, hacer desaparecer las diferencias entre las mujeres para crear un sujeto único con el que hacer frente a la opresión que sufrían. En la segunda etapa, las feministas dejaron de negar las diferencias que había entre ellas, y centraron los debates en torno a si debían poner el acento en lo que las unía o en lo que las separaba. Finalmente, en la tercera etapa, encontramos dos corrientes como son el antiesencialismo (visión negativa de las identidades y de las diferencias) y el multiculturalismo (visión positiva de las identidades y de las diferencias).

En el Estado español, la explosión de las diferencias en torno a un sujeto feminista único y homogéneo se produjo más tarde que en EEUU, concretamente, a finales de la década de los ochenta, tras conseguir importantes demandas como la Ley del Divorcio en 1981 o la despenalización del aborto en 1985 (Trujillo, 2008: 164). Además, las nuevas generaciones de activistas viajaban más y establecieron conexiones con movimientos de otros países (Trujillo, 2008: 164). A partir de las Jornadas de Granada (1979) la división entre las feministas de la igualdad (que defendían la doble militancia tanto en el movimiento como en los partidos políticos) y las de la diferencia (partidarias de la autonomía del movimiento) quedó patente, a pesar de que coincidían en algunas reivindicaciones, tales como el derecho al aborto o la lucha contra la violencia machista (Trujillo, 2008: 165).

Se realizaron estudios clave de autoras que orientaron sus obras hacia el análisis de las condiciones de vida de las otras mujeres, por ejemplo, las mujeres con discapacidad; las mujeres con discapacidad y su vulnerabilidad a la violencia de género; las mujeres gitanas; gitanos/as gays, lesbianas o transexuales; prostitutas; mujeres inmigrantes; mujeres en prisión; mujeres inmigrantes en prisión; etc. (Platero, 2012: 41-42).

Las diferencias en torno a la sexualidad fueron también decisorias, a saber, el lesbianismo, el sadomasoquismo o la pornografía trajeron más controversia y conflictos al feminismo español. Años después, otro impacto llegó desde EEUU: el movimiento *Queer* (es decir, lo raro, diferente, extraño), surgido de la necesidad de sustituir y superar al término *gay* en muchos lugares del mundo. Cuando una persona se define como *Queer*, generalmente, está afirmando que se sale de la norma y de lo establecido, que rechaza definirse como hombre o mujer o gay o lesbiana. El término *Queer* opera como un término paraguas que pretende englobar al conjunto de la disidencia sexual (Trujillo, 2008: 167).

Los sujetos crean el movimiento social y político llamado feminismo. Tras establecer quiénes son dichos sujetos, procedemos a analizar los contextos en los que el feminismo surge y se desarrolla. En este caso, nos referimos a las democracias occidentales en las que vivimos.

2.2.2.2. Democracias desiguales⁷

Cuando hablamos de democracia, según la RAE, estamos hablando de una “forma de gobierno en la que el poder político es ejercido por los ciudadanos” o bien una “forma de sociedad que practica la igualdad de derechos individuales, con independencia de etnias, sexos, credos religiosos, etc.”, entre otras acepciones. La democracia es un régimen dinámico, en la que se generan avances o retrocesos de derechos individuales, civiles y políticos. En este sentido, la democracia formal (basada en procedimientos y leyes) se nos aparece como garante de la igualdad de los seres humanos; sin embargo, la desigualdad continúa existiendo. Ésta ya no se reproduce por la coacción explícita de las leyes (al menos en las sociedades occidentales), ni por la aceptación de ideas sobre *la inferioridad de la mujer*, sino a través de la *libre elección* de aquello a lo que nos han encaminado (De Miguel, 2015: 9).

Según Melucci (1999: 21), hoy en día, la democracia consiste en preguntarse cómo reducir de la mejor manera posible la desigualdad y la violencia en sociedades que, lejos de eliminar conflictos, los verá renacer. Para encontrar respuestas a la pregunta de cómo reducir la desigualdad para vivir en una verdadera democracia, es necesario ser conscientes de que las desigualdades existen. De Miguel saca a luz esta paradoja: en nuestras sociedades conviven la aceptación y la consolidación de importantes valores feministas con lo que se puede calificar como una acrítica vuelta *al rosa y al azul*, a las normas de la feminidad y masculinidad más rancias que parecían ya superadas (2015: 23). Rosa Cobo, profesora de Sociología del Género en la Universidad de La Coruña, es de la misma opinión. Para esta autora, en las últimas tres décadas se ha producido una reacción patriarcal insólita por su intensidad sistémica (2011: 13). Además, coloca dicha reacción en el seno de un escenario mundial de desorden: desorden geopolítico internacional, desorden económico y político, y desorden ético y normativo (Cobo, 2011: 13). Una de las causas principales de la reacción patriarcal, según Cobo (2011: 14-15), es la constatación y la contestación de determinados sectores a los logros del feminismo radical de los años setenta. La toma de conciencia de la opresión específica de las mujeres, las reivindicaciones y las acciones colectivas puestas en marcha por ellas mismas hicieron que la igualdad estuviera en las agendas políticas de las instituciones internacionales y de los gobiernos. La reacción comenzaría a gestarse tras la inquietud producida por el feminismo radical, pero alcanza una presencia explícita al hacerse visibles los cambios políticos y al producirse transformaciones sociales globales (Cobo, 2011: 15). Como dijo Eduardo Galeano “el miedo de la mujer a la violencia del hombre, es el espejo del miedo del hombre a la mujer sin miedo”⁸.

Para Cobo (2011: 17 y ss.), los recursos del patriarcado para producirse y reproducirse son ciertos procesos culturales, la globalización neoliberal y la violencia sexual. En primer lugar, la autora entiende que las culturas son “(...) un campo de lucha patriarcal” (2011: 17) y una excusa para que las mujeres regresen al lugar que se les asignó hace siglos. Además, con el objetivo de no perder las raíces culturales y las señas de identidad, las mujeres han vuelto a ser, en muchos lugares del planeta, las depositarias de las tradiciones más salvajes. Por ejemplo, la dote o los abortos obligados para impedir el nacimiento de niñas en Asia, la mutilación genital femenina, la prohibición legal o *de facto* de que las mujeres accedan a la titularidad de la tierra en África, Asia o América Latina, la

⁷ Título tomado del estudio realizado por María José Aubert, *Democracias desiguales. Cultura política y paridad en la Unión Europea* (1995).

⁸ Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=0BNZKvgkSOg> [Fecha de consulta: 18 de febrero 2016].

exigencia de un canon de belleza imposible a través de prácticas de control y agresión al cuerpo de las mujeres, etc.

En segundo lugar, la globalización neoliberal es otro de los recursos para reproducir el patriarcado (Cobo, 2011: 18). La privatización de lo público y la exigencia de aumentar los beneficios tienen consecuencias negativas para las mujeres: la privatización porque hace que aumente el trabajo doméstico, y el aumento de los beneficios porque las mujeres entran al mercado laboral en calidad de proveedoras frustradas y en condiciones pésimas. Y, en tercer lugar, estaría la violencia sexual, una forma de violencia muy arraigada en todas las sociedades patriarcales ya que se sustenta en la idea de posesión y propiedad de los hombres hacia las mujeres.

De Miguel (2015) añade algunas otras formas de reproducción del patriarcado en sociedades formalmente igualitarias, por ejemplo, la socialización diferencial de niñas y niños y el amor romántico. En cuanto a la primera, la autora afirma que, en las sociedades formalmente igualitarias, la desigualdad tiende a inscribirse en los propios cuerpos de las mujeres, es decir, la desigualdad "(...) se lleva puesta" (2015: 57). Para dar fuerza a este argumento, De Miguel pone los ejemplos de los pendientes de las niñas recién nacidas, el apellido del padre en primer lugar (aunque también se puede poner el de la madre primero, pero generalmente no se hace) o las labores de casa. A través de ejemplos tan nimios observamos cómo se pone en marcha el patriarcado del consentimiento, al buscar los propios sujetos formas de cumplir con los mandatos impuestos sin ser conscientes de lo que realmente significa. El ejemplo de los pendientes, además, nos permite reflexionar no sólo sobre la necesidad de distinguir en todo momento una niña de un niño, sino también sobre la fuerza de la costumbre y el prejuicio sobre nuestras vidas, o sobre la falta de libertad sobre nosotras mismas (De Miguel, 2015: 59). El ejemplo del apellido del padre antes que el de la madre ayuda más si cabe a entender de lo que estamos hablando. En el Estado español los/as hijos/as tienen derecho, desde 1999, a llevar primero el apellido de la madre si el padre así lo consiente. Sin embargo, apenas se hace uso de ese derecho. En este caso, "Las mujeres no sólo van a mantener que no les importa que su apellido vaya el segundo sino que tienen que sostener que eso de los apellidos es una bobada. No tiene ninguna importancia. Y algo crucial, van a añadir que es su decisión. Que al padre, en realidad, igual le da, pero que *ella lo prefiere así*" (De Miguel, 2015: 62).

Finalmente, en cuanto a las tareas de casa, la autora sostiene la importancia de los mensajes difusos que llegan a las jóvenes: por una parte, los/as hijos/as asumen e imitan lo que ven en casa; por otra parte, reciben los mensajes de igualdad de todas las personas; sin embargo, se les pide que ayuden más que sus hermanos en casa (2015: 64). El patriarcado del consentimiento hace que las jóvenes asuman lo que se espera de ellas, "Aprender a tolerar la desigualdad pretendiendo no verla" (De Miguel, 2015: 64).

Otro de los mecanismos para la reproducción del patriarcado es el amor romántico, un amor que todo lo puede y que todo lo justifica (De Miguel, 2015: 90). Ya desde los años sesenta, el feminismo puso en el centro del debate el amor y la sexualidad, y Kate Millet llegó a afirmar que "el amor es el opio de las mujeres, la planta que adormecía sus inquietudes y las llevaba a la sumisión y al conformismo; 'Mientras nosotras amábamos ellos gobernaban el mundo'" (Millet, visto en De Miguel, 2015: 107).

Para Melucci, el problema de las democracias en las sociedades complejas es que algunas formas de poder son más visibles y negociables que otras (1999: 21). Por lo tanto, si el objetivo es

vivir en una democracia real para todas las personas que la conforman, deberíamos prestar la misma atención a aquellas formas de ejercer el poder que son visibles a primera vista (la violencia física, por ejemplo), pero también aquellas que pasan más desapercibidas bajo el disfraz de las prácticas culturales o de la educación, por ejemplo. En este proceso, según Melucci, “Los movimientos [sociales] desempeñan un papel esencial frente al sistema político. Si todo ocurre dentro del sistema político, el poder se autolegitima completamente y llega a coincidir con sus procedimientos. Pero si existe un elemento que se encuentra fuera del sistema político, (...) entonces el poder puede ser cuestionado y negociado en nuevas formas” (1999: 21). En este caso, el elemento se llama feminismo.

Por lo tanto, en las sociedades occidentales, ciertas prácticas culturales, la globalización neoliberal, la violencia sexual, la socialización diferencial, el amor romántico, entre otras, son sólo algunos de los recursos y valores que posee el patriarcado para reproducirse y continuar con la desigualdad de los sexos. Las feministas llevan años poniendo en cuestión y tratando de hacer desaparecer los recursos y valores del patriarcado de las prácticas políticas, sociales y culturales de la ciudadanía. El camino ha sido largo y complicado. En el próximo apartado analizaremos algunos retazos de esa historia, desde sus inicios en la Revolución Francesa hasta las corrientes actuales.

2.2.2. Algunos retazos de la historia del feminismo

Hacer un recorrido por la historia del feminismo es de vital importancia. Estudiar y recordar de dónde venimos puede ayudarnos a entender muchas situaciones actuales. Antes de analizar las reivindicaciones feministas es necesario entender la historia de este movimiento político porque éstas son el resultado de unos acontecimientos históricos concretos. Las reivindicaciones del feminismo que, como veremos, tienden a desembocar en cambios políticos y/o sociales, están formadas por una serie de retos y respuestas políticas a la dominación o hegemonía masculina. Como afirma Karen Offen en su libro *European Feminisms* (2000), “This sequence of challenges embraces critical thought and political action launched both by women and by sympathetic male allies. It concerns issues of authority and the making of rules (about marriage, education, allocation of property, resources, and labor, political participation, family structures, indeed, even the organization of knowledge itself). Feminist efforts to emancipate women as well as the organized resistance to these efforts are central to our historical understanding of politics in European societies” (Offen, 2000: 2).

Para Valcárcel es necesaria la perspectiva histórica para entender el cambio valorativo introducido por las libertades de las mujeres: “La Modernidad abrió un mundo que nos pertenece por derecho de autoría” (Valcárcel, 2012: 10). Además, también es necesaria una perspectiva territorial para comprender los cambios en las vidas de las mujeres ya que no podemos reducir su historia a lo ocurrido en un lugar concreto del mundo. Debemos tener en cuenta que la lucha por los derechos de las mujeres se ha dado en cada país y en cada época histórica de una forma diferente. En esta tesis nos centraremos en la historia del feminismo occidental, más concretamente, en la de Estados Unidos y Europa, y en la del Estado español y vasco; pero, sin olvidar que “Las mujeres en todas partes están [y han estado] en movimiento. Son una totalidad bullente con autoconciencia acerca de sus fines; a veces los busca por caminos tortuosos, como sucede con el fundamentalismo, pero igualmente se mueve” (Valcárcel, 2012: 11).

Así pues, entendemos que la historia del feminismo occidental comienza en el momento en el que las mujeres y colectivos tradicionalmente oprimidos articulan un conjunto de reivindicaciones, tanto a nivel teórico como práctico, y, con el objetivo de terminar con la discriminación sexual que sufren en cualquier ámbito, se organizan para conseguirlas.

Con la intención de comprender la evolución y los cambios en la vida de las mujeres occidentales en la actualidad, estudiaremos lo que las teóricas del feminismo han denominado las *olas* del feminismo (Amorós y De Miguel, 2005; Valcárcel, 2012), es decir, las fases o etapas temporalmente diferenciadas y entendidas como procesos de lucha por unos derechos que no se poseían. De acuerdo a Valcárcel, el feminismo consta de tres olas a lo largo de la historia (2012: 56-57)⁹. La siguiente tabla resume dichas olas:

⁹ A continuación, hemos añadido un apartado en el que citaremos brevemente algunas de las mujeres que tuvieron poder antes del comienzo de la primera ola del feminismo. No se considera que éstas pertenezcan a ninguna etapa porque, generalmente, su objetivo no era conseguir derechos para el conjunto de las mujeres, sino para ellas mismas.

Olas	Época
Primera ola: feminismo ilustrado	Desde los orígenes barrocos (siglos XVII y XVIII) hasta la Revolución Francesa
Segunda ola: feminismo liberal-sufragista	Desde la elaboración del Manifiesto de Seneca Falls (1848) hasta el final de la Segunda Guerra Mundial
Tercera ola: feminismo contemporáneo	Desde el año 1968 hasta la actualidad

Fuente: Elaboración propia a partir de Valcárcel (2012: 57-58)

Como puede observarse en la tabla 2.14., el feminismo se divide en tres olas o etapas: en primer lugar, el feminismo ilustrado que abarca desde los orígenes barrocos hasta la Revolución Francesa (primera ola); en segundo lugar, el feminismo liberal-sufragista que abarca el periodo desde el manifiesto de Seneca Falls (1848) hasta el fin de la Segunda Guerra Mundial (segunda ola); y, en último lugar, el feminismo contemporáneo, desde el año 1968 hasta la actualidad (tercera ola).

2.2.2.1. Algunas reflexiones anteriores a la primera ola del feminismo

Según De Miguel, es posible encontrar restos de “polémicas feministas” (2007a: 2) en los mismos principios de nuestro pasado clásico. Las polémicas feministas hacen referencia a las primeras declaraciones de injusticia de las mujeres. En concreto, las mujeres que en esta época declaraban la inferioridad de su sexo solían ser mujeres de clase social alta. Por ejemplo, en la Ilustración sofística (la Grecia Clásica), se comenzaron a producir argumentos que apoyaban la igualdad entre los sexos; si bien es cierto que, de la mano de filósofos como Aristóteles o Platón, ha pasado a la historia la parte más patriarcal de su argumentación (De Miguel, 2007a: 2).

Otras polémicas feministas vinieron, más adelante, de la mano de mujeres poderosas, normalmente pertenecientes a las clases privilegiadas. En este sentido, en el renacimiento italiano, son conocidas soberanas poderosas como Juana de Aragón, Juana de Nápoles o Isabel del Este; o mujeres que tomaron las armas como los hombres, por ejemplo, Hippolita Fioramenti, que estuvo al frente de las tropas del duque de Milán o las sienesas (en Italia) quienes constituyeron tropas de mujeres, mandadas también por mujeres (Beauvoir, 2000: 177). Sin embargo, el hecho de que algunas mujeres tuvieran poder y lo utilizaran, no significa que fueran feministas¹⁰.

¹⁰ En esta investigación consideramos feminista a toda aquella persona que haya reivindicado, o reivindique en la actualidad, la situación de inferioridad y de discriminación sexual que vivían y viven principalmente las mujeres por el hecho de haber nacido mujeres, y, además, exija cambios. O, dicho de otra forma, si la participación de las mujeres en el feminismo no es consciente, en cuanto a la existencia de una discriminación sexual específica, no puede considerarse feminista.

En este sentido, como hemos analizado en el apartado 2.2.2.1. *Los sujetos del feminismo*, en la actualidad, este movimiento social y político intenta no centrarse únicamente en la opresión de sexual o de género, sino que tiene en cuenta a los colectivos tradicionalmente oprimidos por razón de raza, orientación o identidad sexual,

A finales del siglo XIII, cuando la cultura y la educación eran bienes escasos, Guillermina de Bohemia afirmó que la redención de Cristo no había alcanzado a las mujeres, y que Eva no había sido salvada (De Miguel, 2007a: 2). Así que creó una iglesia de mujeres a la que acudían burguesas y aristócratas del pueblo. Sin embargo, a comienzos del siglo XIV, fue denunciada por la Inquisición (De Miguel, 2007a: 2). Esta iglesia puede considerarse el único espacio público conocido que poseyeron las mujeres hasta aquella fecha, un lugar que les confirió dignidad y un escape emocional e intelectual que difícilmente podían encontrar en otra zona (De Miguel, 2007a: 2-3).

Hubo que esperar hasta el Renacimiento, época en la que apareció el paradigma humano de la autonomía (el cual no afectó a las mujeres), para que una mujer por primera vez utilizara una pluma para defender a las de su sexo: Christine de Pizán (Amorós y De Miguel, 2005: 30). Esta escritora se vio beneficiada por el culto que el Renacimiento rindió a la gracia, la belleza, el ingenio y la inteligencia, ya que se comenzó a dar importancia a la educación y se abrió el debate sobre la naturaleza y los deberes de los sexos. De Pizán escribió, entre otras obras, *La Ciudad de Damas* (1405), donde se pregunta “Cuáles podrían ser las razones que llevan a tantos hombres, clérigos y laicos, a vituperar a las mujeres, criticándolas bien de palabra bien en escritos y tratados (...) Filósofos, poetas, moralistas, todos parecen hablar con la misma voz para llegar a la conclusión de que la mujer, mala por esencia y naturaleza, siempre se inclina hacia el vicio” (Pizán, 2000: 64). Para Amorós y De Miguel (2005: 30), esta obra es la madre de todo un género literario formado por las quejas por los abusos de poder: “Resulta clarificador comparar sus planteamientos, que se mueven bajo los supuestos de una lógica estamental aún no puesta en cuestión, con la articulación de vindicaciones propiamente dichas, que no se producirá hasta la Ilustración en sus formas más precoces” (Amorós y De Miguel, 2005: 30).

En este sentido, Celia Amorós, en su libro *Tiempo de feminismo. Sobre feminismo, proyecto ilustrado y postmodernidad* (1997), señala que la obra de Christine de Pizán no puede considerarse feminista (Amorós, 1997: 56). Amorós, a la hora de situar los discursos sobre las mujeres en la historia, distingue dos géneros: *memorial de agravios* y *vindicación* (Amorós, 1997: 56). Para esta autora, el género *memorial de agravios*, el más utilizado por las mujeres a lo largo de la historia del patriarcado, es el que hace referencia a las quejas de éstas ante los abusos de poder de algunos hombres (Amorós, 1997: 56). Sin embargo, estos discursos no ponen en cuestión las desigualdades de poder entre los sexos ni reivindican la igualdad, lo que sí hace el segundo género que distingue Amorós, *vindicación* (y que sería lo que en esta tesis entendemos por *reivindicación feminista*). Este género, por el contrario, aparece en la Ilustración y “(...) reclama la igualdad en base a una irracionalización del poder patriarcal y una deslegitimación de la división sexual de los roles” (Amorós, 1997: 56). Las dos obras fundamentales de este género, según Amorós y De Miguel (2005: 20) son *Sobre la igualdad de los dos sexos* (1673) de Poulain de la Barre y *Vindicación de los derechos de la mujer* (1792) de Mary Wollstonecraft, como veremos en la primera ola del feminismo.

El siglo XVII francés fue una época en la que comenzaron a generarse nuevas normas y valores sociales en espacios denominados *salones* (De Miguel, 2007a: 3). En estos lugares públicos había numerosas mujeres y originaron el movimiento literario y social conocido como *preciosismo*.

clase social, etc. En consecuencia, en esta investigación tenemos en cuenta todas esas intersecciones y a las personas que las sufren. Es por eso por lo que también consideramos feminista a toda aquella persona que reivindique la situación de inferioridad y de discriminación que puedan sufrir dichas personas, por el hecho de pertenecer a determinada raza, orientación o identidad sexual, clase social, etc.

Estas mujeres preferían la aristocracia del espíritu a la de la sangre, revitalizaron la lengua francesa e impusieron nuevos estilos amorosos (Anderson y Zinsser, 2007: 578). De esta forma, según De Miguel (2007: 3), establecieron unas normativas en un terreno en el que las mujeres rara vez habían tomado alguna decisión.

Finalmente, fue precisamente en el siglo XVII cuando comenzaron a formularse los principios de igualdad. Según Valcárcel (2012: 20-21), en este momento se originó una nueva noción de individuo, abstracto y carente de cualquier determinación. Esto es, un individuo esencialmente libre e igual a todos los demás, característica primordial de la ciudadanía en su sentido moderno.

A partir de este momento entramos a analizar las tres olas principales de la historia del feminismo, ya que es en esta coyuntura cuando las mujeres descubren que ellas no forman parte de esa ciudadanía. Si quieren, por tanto, ser consideradas sujetos de derechos, deben luchar para que los hombres les reconozcan como iguales. A continuación, damos comienzo a este recorrido histórico con la primera ola del feminismo, que comienza con el periodo conocido como la Ilustración y termina con la Revolución Francesa, en 1789.

2.2.2.2. Primera ola: Las raíces ilustradas y la Revolución Francesa

La primera etapa del feminismo comenzó a finales del siglo XVII, a la vez que fue desarrollándose uno de los movimientos intelectuales, históricos y culturales claves de la historia occidental: la Ilustración, cuna del liberalismo cuyas doctrinas políticas sentaron las bases de las democracias occidentales (Molina, 1994: 19). De forma general y resumida, la Ilustración abogaba por la razón como única forma de comprender el mundo y llegar a la verdad suprema. En esta tesis no nos interesa ahondar en la representación del fenómeno ilustrado ni en las interpretaciones que hay al respecto. Nos interesa, por el contrario, relacionar la Ilustración con el feminismo, es decir, analizar qué papel tuvieron las mujeres en esta época a la hora de reivindicar sus derechos.

En este sentido, Cristina Molina (1994: 20), afirma que, dado que en este periodo histórico se abogaba por la razón para ahuyentar los fantasmas del mito, el feminismo trató de hacer lo propio con los fantasmas biologicistas y funcionalistas que se cernían sobre las mujeres, confinándolas a un destino único de esposas, madres y complemento del hombre: “Pero la Ilustración no cumple sus promesas: la razón no es la Razón Universal. La mujer queda fuera de ella como aquel sector que *Las Luces no quieren iluminar*. La mujer, en el Siglo de Las Luces, sigue siendo definida como la Pasión, la Naturaleza (...) previo al ámbito propiamente humano de lo social-civil” (Molina, 1994: 20). Así pues, la razón universal, que parecía prometer libertad para toda la ciudadanía, resultó contradictoria al definir lo *femenino* como *natural*, y justificó así la dominación y la sujeción de las mujeres en este momento de la historia (Molina, 1994: 20).

Dicha dominación y dicha sujeción se llevó a cabo, principalmente, según Molina, asignando a las mujeres un “sitio” (1994: 21), imponiéndoles unas delimitaciones, un campo de acción tanto práctico como simbólico, donde debían realizarse como personas y donde debían desarrollar su actividad (Molina, 1994: 21). Ese sitio es conocido como *esfera privada* o *esfera doméstica*, en la que no hay razón, ni ciudadanía, ni igualdad, ni legalidad, ni reconocimiento de los otros (Molina, 1994: 21): “La Ilustración es el marco ineludible tanto para explicar el fenómeno histórico del movimiento feminista como para plantear adecuadamente sus reivindicaciones (...) El feminismo, asumiendo su

carácter ilustrado, tiene que trascender la dicotomía público/privado básica del pensamiento político ilustrado, en la medida en que esta dicotomía es el resultado de una estructura patriarcal que se expresa, precisamente, en este poder de asignar un *sitio* a la mujer” (Molina, 1994: 22).

La primera ola del feminismo se estima que comenzó con la publicación del filósofo cartesiano francés Poulain de la Barre titulada *Sobre la igualdad de los dos sexos* (1673). Según Valcárcel, “El feminismo comienza cuando, dentro del escenario de ideas del racionalismo [la Ilustración], es capaz de articular su discurso” (Valcárcel, 2012: 57). Y esa articulación se dio al salir a la luz la obra de De la Barre, en pleno auge del ya citado *preciosismo*, que reivindicaba explícitamente la igualdad de los sexos. El planteamiento que este filósofo hizo es, según Amorós y Cobo (2005: 100), el siguiente: “El prejuicio relacionado con la desigualdad entre los sexos es el más obstinado y ancestral, *ergo* si podemos refutarlo (derivando de las premisas cartesianas de que *l'espirit* no tiene sexo), *a fortiori* lo podremos hacer con todos los demás”.

Es más, según Valcárcel, el feminismo es el hijo no querido del racionalismo y la Ilustración: “Como resultado de la polémica ilustrada sobre la igualdad y diferencia de los sexos, nace un nuevo discurso que utiliza las categorías universales de su filosofía política contemporánea. Un discurso, pues, que no compara ya a varones y mujeres por sus respectivas diferencias y ventajas, sino que compara la situación de privación de bienes y derechos de las mujeres con las propias declaraciones universales. Estas declaraciones se compusieron usando las líneas y terminologías acuñadas por Rousseau” (2012: 63). En este sentido, para otras autoras, el feminismo también comenzó en la época de la Ilustración, porque fue “(...) el primer momento histórico en que, al hilo del desarrollo de una teoría crítica, capaz de deslegitimar el discurso dominante sobre la condición femenina, se forjó un movimiento activista capaz de desencadenar la lógica de las vindicaciones en el espacio público. Esta visión del feminismo como agente del cambio social implica necesariamente la formación de un sujeto colectivo que aúne teoría y práctica, aunque no excluye que se pueda hablar de feminismo en otros sentidos” (Amorós y De Miguel, 2005: 55). La formación de ese sujeto colectivo comenzó tras el gran precedente que sentó Poulain de la Barre, y cogió fuerza con la obra clásica de Mary Wollstonecraft, *Vindicación de los derechos de la mujer* (1792), escrita en plena Revolución Francesa. Esta obra es un alegato contra la exclusión de las mujeres, un ejemplo básico de la polémica feminista ilustrada, convertida, hoy en día, en todo un clásico del feminismo. En su obra, Wollstonecraft, plantea demandas como la igualdad de derechos civiles, políticos, laborales y educativos, y el derecho al divorcio como libre decisión de las partes.

Vindicación de los derechos de la mujer es, entre otras cosas, una respuesta a *El contrato social* (1762) de Jean-Jacques Rousseau. Esta obra sobre filosofía política trata de la libertad y la igualdad de los hombres, cimentada en su superioridad respecto a las mujeres. Escribiendo sobre Rousseau, Valcárcel entiende que para este intelectual el Estado ideal es una república en la cual cada varón es jefe de familia y ciudadano, y todas las mujeres, con independencia de su situación social o sus dotes particulares, son privadas de una esfera propia de ciudadanía y libertad (2012: 61). Así pues, según Valcárcel, *El contrato social* (1762) fue la obra que incitó el inicio de la revolución francesa (2012: 64).

En 1789 estalló la Revolución Francesa. En ella se enfrentaron los partidarios y los opositores del Antiguo Régimen. Se socavaron las bases del sistema monárquico poniendo fin al absolutismo y permitiendo que un nuevo régimen conocido como burguesía dominara la fuerza política en el país.

La revolución se inició con la autoproclamación del Tercer Estado como Asamblea Nacional y finalizó con el golpe de estado de Napoleón Bonaparte en 1799.

Sin embargo, la Revolución Francesa no fue tan revolucionaria para las mujeres. Según De Miguel (2007b: 2), las mujeres tuvieron no sólo un importante protagonismo en los sucesos revolucionarios, sino que también realizaron unas contundentes reivindicaciones acerca de la igualdad sexual. Podríamos afirmar sin apenas ninguna duda que estos grupos de mujeres fueron los primeros en la historia que se organizaron con la intención de resolver una situación que consideraban injusta.

La convocatoria de los Estados Generales por parte de Luis XVI se constituyó en el prólogo de la revolución. Los tres estados, nobleza, clero y pueblo, se reunieron para redactar sus quejas y presentárselas al rey. Las mujeres quedaron excluidas, y comenzaron a redactar sus propias quejas en sus *cahiers de doléance* o *cuadernos de quejas*, en los que mostraron su conciencia de colectivo oprimido haciéndose llamar *el tercer Estado del tercer Estado* (Amorós y Cobo, 2005: 118). En uno de esos famosos cuadernos se dice: “En el hogar mismo probaréis a los infieles y a los ingratos que la mujer es igual al hombre en derechos y también igual al hombre en placeres” (Amorós y Cobo, 2005: 117). A través de los *cuadernos de quejas* las mujeres aprovecharon para realizar sus reivindicaciones que iban desde la reclamación de protección para los oficios de costura hasta la petición de derechos políticos y de una educación no discriminatoria (Puleo; visto en Amorós y Cobo, 2005: 117).

Algunos de los sucesos más importantes protagonizados por las mujeres fueron la toma de la Bastilla y la marcha hacia Versalles (Amorós y Cobo, 2005: 116). El segundo de los sucesos fue uno de los más relevantes: comenzó entre las mujeres de los mercados de París que protestaban contra el alto precio de los alimentos básicos y la escasez del pan. Las manifestantes rápidamente se unieron a los revolucionarios que exigían reformas políticas liberales y una monarquía constitucional para Francia. Tras sitiar el palacio de Versalles obligaron al rey y a la reina a trasladarse a París mientras decían: “Hemos traído al panadero y a la panadera” (Amorós y Cobo, 2005: 116).

Además, estas mujeres contaron lo siguiente al periódico *Etrennes Nationales des Dames*, diario femenino antes dedicado a la moda: “El 5 de octubre último, las parisinas probaron a los hombres que eran por lo menos tan valientes como ellos e igual de emprendedoras. La historia y esta gran jornada me han decidido a haceros una moción muy importante para el honor de nuestro sexo. Volvamos a poner a los hombres en su camino y no aceptemos que con sus sistemas de igualdad y de libertad, con sus declaraciones de derechos, nos dejen en el estado de inferioridad, digamos la verdad, de esclavitud, en el que nos mantienen desde hace largo tiempo” (Puleo, visto en Amorós y Cobo, 2005: 116).

Otro ejemplo del papel de las mujeres en la Revolución Francesa fue la formación de clubes de mujeres, en los que plasmaron sus ansias de participación. Uno de los clubes más radicales fue el dirigido por Claire Lecombe y Pauline Léon, la *Société Republicaine Révolutionnaire*. A través de las acciones políticas llevadas a cabo por este club, se impulsaba un igualitarismo social considerado clave para el éxito de la revolución. Las mujeres consiguieron un gran reconocimiento público pero, como se comprobó más tarde, la República no estaba dispuesta a concederles más funciones que no fueran las de madres y esposas. Seguramente, muchas mujeres, con el ritmo de los acontecimientos, fueron tomando conciencia de este lamentable hecho. Entre esas mujeres se encontraba Olympe de

Gouges, quien, en 1791, escribió la *Declaración de los derechos de la mujer y la ciudadana*, como respuesta al texto fundamental redactado en la revolución francesa, *Declaración de los derechos del hombre y del ciudadano* (Amorós y Cobo, 2005: 120-121). Dos años después de la aparición de su obra, Olympe de Gouges fue guillotizada. Ese mismo año se decretó el cierre de los clubes de mujeres.

Así pues, la Revolución Francesa supuso una amarga derrota para el feminismo. Los clubes de mujeres fueron clausurados por los jacobinos y se prohibió explícitamente la presencia de mujeres en cualquier tipo de actividad política. Las que habían tomado parte en alguna de esas actividades fueron guillotizadas o exiliadas, según la prensa de la época, por haber transgredido las leyes de la naturaleza no llevando a cabo su destino de madres y esposas (De Miguel, 2007b: 2).

Las mujeres quedaron fuera del ámbito de los derechos que habían sido adjudicados a los hombres, "(...) sin capacidad de ciudadanía y fuera del sistema normal educativo" (Valcárcel, 2012: 75). Por ello, el obtener dichos derechos (entre los que estaban el derecho al voto y la entrada en las instituciones de educación superior), se convirtió en el objetivo de la siguiente ola del feminismo, el sufragismo (Valcárcel, 2012: 75).

2.2.2.3. Segunda ola: feminismo liberal-sufragista

El siglo XIX fue el siglo de los grandes movimientos sociales emancipatorios. Surgieron intentos de restauración del orden antiguo, pero el napoleonismo y la sociedad industrial que se estaba forjando habían alterado la situación de tal forma que no había vuelta atrás (Valcárcel, 2012: 77). Se aceptaron progresivamente, no sin retrocesos y sobresaltos, los principios liberales y los modelos de alternancia política (Valcárcel, 2012: 77). Según Valcárcel, las conceptualizaciones de Rousseau (1762) acerca de lo que hombres y mujeres tenían derecho a esperar de la política y de la vida privada se cumplieron en el siglo XIX (2012: 78). Así, la familia era la garantía del orden en la sociedad y, en ella, la separación de los sexos y sus funciones, el fundamento básico e inamovible (Valcárcel, 2012: 78).

En este contexto, el feminismo surgió, por primera vez, como un movimiento social de carácter internacional, con una identidad autónoma teórica y organizativa. El feminismo se manifestó, asimismo, en el seno de otros grandes movimientos sociales, como el socialismo, el marxismo o el anarquismo, que intentaban dar respuesta a los problemas que estaban surgiendo como consecuencia de la revolución industrial y del capitalismo. El progreso económico (fin de la escasez material a través de la industrialización) y político (desarrollo de las democracias censitarias) creó importantes expectativas que, una vez más, chocaron con la realidad. Por una parte, a las mujeres se les continuaban negando los derechos civiles y políticos básicos, negándoles cualquier autonomía personal. Por otra parte, el proletariado, tanto mujeres como hombres, quedó al margen de los beneficios que producía la industria. Estas dos contradicciones fueron fundamentalmente las que posibilitaron el surgimiento de muchas teorías emancipadoras de los movimientos sociales del siglo XIX.

Según Amorós y De Miguel (2005: 66), la industrialización y el capitalismo alteraron las relaciones entre los sexos. El nuevo sistema económico incorporó a las mujeres proletarias de forma masiva al trabajo industrial, como mano de obra más barata y sumisa que los hombres (Amorós y De Miguel, 2005: 66). En la nueva clase social en alza en aquella época, la burguesía, las mujeres sufrieron el efecto contrario: quedaron enclaustradas en casa, como símbolo de status y éxito laboral de los maridos (Amorós y De Miguel, 2005: 66). Esto supuso una creciente indignación para las mujeres burguesas, que se veían a sí mismas como una propiedad legal de sus esposos. Además, tomaron conciencia de su marginación en la educación y en las profesiones liberales que, en caso de no contraer matrimonio, las conducía a la pobreza (Amorós y De Miguel, 2005: 66).

Teniendo estos aspectos en cuenta, en este apartado analizaremos dos tendencias de la segunda ola del feminismo que nos parecen de vital importancia: por un lado, el sufragismo en los países en los que se desarrolló de forma significativa (EEUU, Inglaterra y Estado español); y, por otro lado, el feminismo en los movimientos sociales más importantes de los siglos XIX y XX.

A continuación, analizaremos la primera tendencia de la segunda ola del feminismo: el sufragismo en EEUU, en Inglaterra y en el Estado español.

2.2.2.3.1. El sufragismo

Con la industrialización y el capitalismo en alza, las mujeres comenzaron a organizarse tomando como reivindicación central el derecho al voto, aunque no fue la única (Amorós y De Miguel, 2005: 66). Las sufragistas lucharon por la igualdad en todos los terrenos apelando a la universalización de los valores democráticos y liberales, pero consideraron que, desde un punto de vista estratégico, primero debían conseguir el derecho al voto, y después accederían al parlamento y cambiarían las leyes. El sufragismo tuvo dos características claras (Amorós y De Miguel, 2005: 67): por un lado, tuvo un carácter internacional, ya que estuvo presente en todas las sociedades industrializadas (aunque fue en Estados Unidos y en Inglaterra donde tuvo mayor fuerza y repercusión); por otro lado, fue interclasista porque consideraba que todas las mujeres, independientemente de la clase social a la que pertenecieran, sufrían discriminaciones semejantes por el hecho de ser mujeres.

En cuanto a las formas de acción colectiva que las mujeres utilizaron, dice Valcárcel que “el sufragismo innovó las formas de agitación e inventó la lucha pacífica” (2012: 89)¹¹. En este sentido, debido a que las sufragistas debían intervenir desde la exclusión política y que no eran personas especialmente violentas ni con demasiada fuerza física, optaron por manifestaciones pacíficas, interrupciones de oradores mediante preguntas sistemáticas, huelgas de hambre, autoencadenamiento, tirada de panfletos... (Valcárcel, 2012: 89).

A continuación, analizaremos brevemente el sufragismo en Estados Unidos, en Inglaterra y en el Estado español.

2.2.2.3.1.1. El sufragismo en Estados Unidos

En EEUU, inicialmente, el movimiento sufragista estuvo ligado al movimiento abolicionista. Muchas mujeres vieron similitudes entre su situación y la de las personas negras, y unieron sus fuerzas para luchar. En 1848, en Nueva York, se aprobó la *Declaración de Seneca Falls*, texto fundamental del sufragismo, basado en la *Declaración de Independencia de los Estados Unidos*, en el que denunciaban las restricciones, sobre todo políticas, a las que estaban sometidas las mujeres. Entre esas restricciones figuraban, no poder votar, presentarse a elecciones, ocupar cargos públicos, afiliarse a organizaciones políticas, asistir a reuniones políticas, tener propiedades, tener negocios propios, abrir cuentas corrientes, etc. (Miyares, 2005: 258).

A partir de la aprobación del documento, también conocido como *Declaración de Sentimientos*, los esfuerzos igualitarios y aislados de muchas mujeres y algunos hombres comenzaron a canalizarse en movimientos organizados y conscientes, primero en EEUU y después en otros países (Miyares, 2005: 258).

En cuanto a los resultados podemos afirmar que, tanto el derecho al voto como los derechos educativos en EEUU, se consiguieron en un periodo de ochenta años (Valcárcel, 2012: 85).

¹¹ Según la autora, la invención de la lucha pacífica se hace recaer en las supuestas raíces profundas del hinduismo de Mahatma Gandhi. Sin embargo, éste las toma del sufragismo, tal y como él mismo afirma (Valcárcel, 2012: 89-90).

En el caso del derecho al sufragio, gracias a la decimoquinta enmienda a la Constitución de los EEUU en 1870, en un primer momento se extendió a todos los hombres blancos y negros según su renta y, después, fuera ésta cual fuera (Valcárcel, 2012: 85). En el caso de las mujeres, en 1919 se aprobó la decimonovena enmienda a la Constitución de los EEUU, y se concedió el derecho al sufragio a todas las mujeres del país. Hasta 1919 algunos estados fueron otorgando, mediante consultas populares, a las mujeres el derecho al voto, como puede verse en la siguiente tabla:

Tabla 2.15. Primeros estados de EEUU en los que las mujeres tuvieron derecho al sufragio	
Estado	Año
Wyoming	1869
Utah	1870
Colorado	1893
Idaho	1896
Washington	1910
California	1911
Oregón, Arizona y Kansas	1912
Nevada y Montana	1914
Nueva York	1917
Michigan	1918

Fuente: Miyares (2005: 284)

Tras duras luchas de las mujeres para conseguir el derecho al voto, éste fue aprobado mediante consultas populares en diversos estados, como puede verse en la tabla 2.15.: Wyoming (1869), Utah (1870), Colorado (1893), Idaho (1896), Washington (1910), California (1911), Oregón, Arizona y Kansas (1912) y Nevada y Montana (1914). En 1917 fue elegida en Montana la primera congresista de los Estados Unidos, Jeanette Rankin; y dos años después, el presidente Wilson, del partido demócrata, anunció personalmente su apoyo al sufragio femenino (Miyares, 2005: 284).

De esta forma, en 1920, se aprobó la decimonovena enmienda a la Constitución que otorgaba el derecho de voto a las mujeres: “El derecho de los ciudadanos de Estados Unidos al voto no será negado ni limitado por los Estados Unidos o por cualquier estado por razón del sexo”.

En el caso de los derechos educativos, algunas mujeres consiguieron la enseñanza reglada (lectura, escritura y cálculo), alegando que era necesaria para cumplir con sus deberes domésticos; más tarde, otras mujeres reclamaron su entrada en la enseñanza media, aduciendo que, por circunstancias adversas (orfandad o falta de recursos para pagar una dote), no podían cumplir con sus deberes de madres y esposas, y por ello se verían obligadas a trabajar (Valcárcel, 2012: 85-86).

Las líderes del movimiento sufragista fueron, en su gran mayoría, mujeres burguesas que no pusieron en cuestión en ningún momento que su papel principal en la sociedad era el de madres y esposas. Sin embargo, también formaron parte muchas mujeres de clase obrera. Todas ellas tenían

en común lo que la Revolución Francesa les había enseñado: debían luchar de forma autónoma para lograr sus derechos.

2.2.2.3.1.2. El sufragismo en Inglaterra

Inglaterra fue el segundo país en el que más auge tuvo el movimiento sufragista. Desde el siglo XIX este debate llegó en algunas ocasiones al parlamento. La más importante fue en 1866, cuando el diputado John Stuart Mill, autor de *La sujeción de la mujer* (1869), presentó la primera petición a favor del derecho de las mujeres al sufragio (Miyares, 2005: 285). Sin embargo, pese a los esfuerzos realizados, este tema no hacía sino provocar risas, burlas e indiferencia. En consecuencia, el movimiento sufragista británico se dividió en dos tendencias, una moderada que respetaba la ley y, la otra radical, partidaria de la acción directa (Miyares, 2005: 286). La primera tendencia fue encabezada por Millicent Garret Fawcett (1847-1929), quien dirigió la *National Union of Women's Suffrage Societies* durante veinte años (Miyares, 2005: 286). En 1914, esta asociación democrática llegó a contar con más de 100.000 miembros, y centraba su labor en la propaganda política, convocando mítines y campañas de persuasión en la que se explicaban sus objetivos siguiendo siempre una estrategia de orden y legalidad.

Sin embargo, esta forma de reivindicación moderada no obtuvo ningún resultado tangible, lo que hizo que, en 1903, se creara la *Women's Social and Political Union* (WSPU), dirigida por Emmeline Pankhurst (1858-1928) (Miyares, 2005: 286). Sus miembros eran conocidas como las *suffragettes*. Mientras en el Parlamento se discutía las reformas legislativas que permitieran el acceso del voto a la mujer, la WSPU, además de los tradicionales medios de propaganda como los mítines y las manifestaciones, recurrió a tácticas violentas como el sabotaje, el incendio de comercios y establecimientos públicos, o a las agresiones a los domicilios privados de destacados políticos y miembros del Parlamento. La organización fue declarada ilegal en 1913, y sus integrantes fueron encarceladas. A la creciente represión gubernamental, las *suffragettes* respondieron con huelgas de hambre en las cárceles. Se produjo un vuelco en la situación cuando, en la Primera Guerra Mundial, el gobierno británico declaró la amnistía para las *suffragettes*, con el objetivo de que sustituyeran a la mano de obra masculina que estaba en aquel momento luchando en el frente. Cuando la guerra terminó, se concedió el derecho al voto a las mujeres de forma escalonada. En 1918, una nueva ley electoral permitió que las británicas de más de 30 años obtuvieran el derecho de voto (Miyares, 2005: 288). Diez años después, en 1928, otra ley, la *Equal Franchise Act*, permitió que, por fin, todas las mujeres mayores de edad alcanzaran el anhelado derecho de sufragio (Miyares, 2005: 288).

Según la socialista feminista británica Sheila Rowbotham, la palabra *feminista* apareció por primera vez en Inglaterra para describir las campañas por el voto en 1890 (1992: 8). En este sentido, la autora apunta a que dicho término "(...) was invented by a French socialist, Charles Fourier, in the early nineteenth century. He imagined a 'new woman' who would both transform and be herself transformed by a society based on association and mutuality, rather than on competition and profits. His views influenced many women and combined self-emancipation and social emancipation. Changing oneself was part of changing the world" (1992: 8).

Así pues, para el final de la Primera Guerra Mundial muchos de los estados que no eran dictaduras reconocieron el derecho al voto de las mujeres. Las dos guerras que marcaron la primera

mitad del siglo XX, se convirtieron en una oportunidad para las mujeres ya que, al ser los hombres llamados a filas y llevados al frente, fueron ellas las que se encargaron de mantener la economía fabril, la industria bélica, la administración pública, etc. (Valcárcel, 2012: 90-91). La ciudadanía pudo comprobar que las mujeres eran capaces de mantener en marcha un país, y conseguir que ni la economía ni la producción notase la diferencia. En esas condiciones, no tenía sentido que continuaran siendo excluidas de la ciudadanía: “Ni siquiera las voces más misóginas pudieron oponerse a la demanda del voto. Simplemente se limitaron a augurar los efectos catastróficos que la nueva libertad de las mujeres tendría para la familia” (Valcárcel, 2012: 91).

2.2.2.3.1.3. El sufragismo en el Estado español

A pesar de que el feminismo tuvo en el Estado español una influencia y una presencia menor que en otros estados europeos y norteamericanos, fue un movimiento muy importante por haber establecido las bases para la lucha por los derechos de las mujeres en una sociedad arcaica, profundamente católica y con fuertes jerarquizaciones de los sexos (Nash, 1994: 68). Las reivindicaciones feministas fueron, en su mayor parte, de índole social (derecho al empleo, a la educación y a una condición social digna), y no tanto en luchas políticas sufragistas (Nash, 1994: 69). Así pues, el feminismo político desarrollado en EEUU y en Inglaterra poco tenía que ver con el español, que buscaba, además de los derechos sociales, el reconocimiento de los roles tradicionales de las mujeres, como madres y cuidadoras. De hecho, “fue el discurso de la diferencia de género el que, en gran medida, legitimó la lucha por la emancipación de las mujeres” (Nash, 1994: 69).

En el Estado español, el movimiento sufragista fue escaso y tardío: “La situación real de la ‘España femenina’ a lo largo del siglo XIX y primer tercio del siglo XX no es nada favorable a la aparición del feminismo, a la vez que se carece de las premisas que le dieron origen: educación apropiada e incorporación laboral de la mujer; clase media numerosa, y una democracia en la que las elecciones fuesen fiel reflejo del sentir mayoritario e instrumento de cambio político” (Capel, 1992: 19).

La primera vez que se reconoció el derecho de las mujeres al voto fue en la Constitución de 1931, en la Segunda República Española. Sin embargo, dadas las especiales condiciones políticas, económicas y sociales, España siguió un recorrido muy diferente al de sus países vecinos. Podemos afirmar que la industrialización, que ya había hecho mella en países como Inglaterra o Estados Unidos, llegó con un visible retraso. Así pues, la sociedad era agrícola en su mayoría, a excepción de algunas áreas de Cataluña y del País Vasco (Capel, 1992: 47). Además, la pérdida de las últimas colonias supuso también un duro golpe. Como resultado, la burguesía era mucho menos poderosa e innovadora que en el resto de Europa, y sólo adquirió plena conciencia de su poder ya iniciado el siglo XX, cuando entró en conflicto con otra nueva clase emergente, el proletariado.

Con la irrupción de la burguesía y la nueva clase obrera, las mujeres emprendieron una lenta integración en el mundo laboral urbano, sobre todo, en las nuevas fábricas textiles. Esta integración, en muchas ocasiones no era bien vista por la sociedad. Sin embargo, el mayor problema para las mujeres fue la falta de una formación apropiada para desempeñar los empleos en los que habían sido contratadas. Como consecuencia, las mujeres comenzaron a tomar conciencia de dos aspectos: por un lado, la necesidad de la educación y la formación para desempeñar determinados trabajos; y,

por otro lado, la urgencia de una educación más igualitaria (Capel, 1992: 48), es decir, una educación que fuera igual que la de los hombres.

Al igual que en el resto de Europa, una vez terminada la Primera Guerra Mundial, en España nació una preocupación minoritaria por el papel de las mujeres y, hacia 1920, surgieron las primeras agrupaciones de mujeres, como la *Asociación Nacional de Mujeres Españolas* (Capel, 1992: 72). En general, éstas fueron asociaciones con fines educativos y de promoción social, más que sufragistas. Les preocupaba el acceso de las mujeres a la educación, ya que entendían que obteniendo estudios y puestos de trabajo mejor remunerados, podrían vivir más dignamente de lo que lo hacían hasta entonces. El acceso al ejercicio del magisterio, la entrada en la Universidad, el desempeño de nuevas profesiones como enfermeras, modistas o peluqueras, fueron abriendo lentamente la puerta a un nuevo modelo de mujer que, sin desmarcarse del todo de su papel tradicional familiar (ya que las profesiones eran lo que consideramos *femeninas*), suponía un horizonte nuevo para la mayoría de las mujeres (Capel, 1992: 72).

En 1926, en el reinado de Alfonso XIII, durante la dictadura de Primo de Rivera, un centenar de mujeres de la burguesía ilustrada española fundaron en Madrid el *Lyceum Club Femenino* (Capel, 1992: 73). El *Lyceum Club Femenino* fue una asociación cultural feminista, destinada a defender la igualdad y la plena incorporación de las mujeres al mundo de la educación y del trabajo. La primera junta de la asociación estuvo formada por María Maeztu, como presidenta; Victoria Kent e Isabel Oyárzabal, como vicepresidentas; Amalia Galarraga, como tesorera; Zenobia Camprubí, como secretaria; y Helen Phipps, como vicesecretaria. Un año después de su creación, en 1927, el número de socias casi se había quintuplicado (Capel, 1992: 73).

El trabajo de estas mujeres, en un principio, dio pie a numerosas críticas irónicas de una sociedad machista que, sin embargo, empezó a respetarlas por la seriedad de su cometido y su competencia profesional (Capel, 1992: 73). Finalmente, el duro trabajo fue lentamente dando paso a un reconocimiento más o menos aceptado en los partidos de centro y de izquierda. Entre las actividades más llamativas que desarrolló el *Lyceum Club Femenino* de Madrid destacan los cursillos y seminarios de derecho que impartieron las abogadas Victoria Kent, Matilde Huici y Clara Campoamor (Capel, 1992: 73). Al aproximarse al derecho, las mujeres cobraron conciencia colectiva de sí mismas: descubrieron su situación en los códigos civil y penal, organizaron comisiones para estudiar y redactar reformas, y elevaron públicamente sus peticiones al gobierno. Por ejemplo, propusieron suprimir el artículo 57 del Código Civil: "El marido debe proteger a la mujer y ésta obedecer al marido", sustituyéndolo por: "El marido y la mujer se deben protección y consideraciones mutuas" (Capel, 1992: 73).

Pese a que el movimiento feminista seguiría siendo elitista y minoritario (Capel, 1992: 74), se fueron logrando diversos triunfos políticos y sociales. Y el derecho al voto también, aunque, en un primer momento, no fue uno de los objetivos más reivindicados. En el año 1924, el general Miguel Primo de Rivera otorgó el voto en las elecciones municipales a la mujer "que no esté sujeta a la patria potestad, autoridad marital o bajo tutela superior" (Capel, 1992: 74-75). Las razones de limitarlo a las solteras emancipadas y a las viudas eran, según el dictador, porque no era conveniente conceder el voto a la mujer casada *para evitar disputas entre los cónyuges*.

Más tarde, el 14 de abril de 1931, se instauró en España la Segunda República, que como primer objetivo se impuso proclamar una nueva Constitución que recogiese el sentir de la

ciudadanía. Curiosamente, se concedió a las mujeres el derecho a ser elegibles, pero no electoras (Capel, 1992: 87). De esa forma, en los primeros comicios salieron elegidas Clara Campoamor, del Partido Radical, y Victoria Kent, del partido radical-socialista (Capel, 1992: 88).

Además del derecho al sufragio femenino, la Constitución de la Segunda República declaró la igualdad de mujeres y hombres en varios artículos más. En el ámbito jurídico, se establecieron los artículos 2º, “Todos los españoles son iguales ante la ley”, y 25º, “No podrán ser fundamento de privilegio jurídico: la naturaleza, la filiación, el sexo, la clase social, la riqueza, las ideas políticas, ni las creencias religiosas” (Capel, 1992: 91). El artículo 43º decía que la familia estaba bajo la salvaguardia del Estado y que el matrimonio se fundaba en la igualdad de derechos de ambos sexos y podría disolverse por mutuo disenso o a petición de cualquiera de los cónyuges, con alegación en este caso de justa causa (Capel, 1992: 91).

Centrándonos en el derecho al voto de las mujeres, en los debates que hubo en las Cortes Constituyentes de la Segunda República para la aprobación de la Constitución, este hecho se discutió activamente. Uno de los principales oponentes a la concesión de ese derecho fue el catedrático de patología de la Universidad de Madrid y Diputado por la Federación Republicana Gallega, Roberto Novoa Santos, quien aprovechó su intervención en el debate para manifestarse en contra del derecho al sufragio femenino siguiendo argumentos como que las mujeres eran impulsivas y no reflexionaban, no poseían espíritu crítico sino emoción y sentimientos. Basándose en el psicoanálisis, sostenía que el histerismo era consustancial a la psicología femenina. Asimismo, recurrió al argumento de que conceder el voto a la mujer sería dar el triunfo a la derecha, y convertir a España en un Estado conservador o teocrático. En esta época, se pensaba generalmente que las mujeres votarían a partidos conservadores (Elizondo, 1997: 34).¹²

El 30 de septiembre de 1931 comenzó el debate del artículo 34º del proyecto de la Comisión de Constitución (36º en la redacción definitiva) en el que se reconocía el derecho al voto de las mujeres. El Diputado Hilario Ayuso propuso una enmienda por la que los varones pudieran votar desde los veintitrés años, pero las mujeres desde los cuarenta y cinco. A continuación, intervino el portavoz del Partido Republicano Radical para advertir sobre los peligros que entrañaría el voto de las mujeres, y propuso posponer la decisión a la futura ley electoral. Estas enmiendas fueron rechazadas. Al día siguiente, Victoria Kent intervino para pedir que se aplazase la concesión del voto a las mujeres porque, en su opinión, las mujeres españolas carecían en aquel momento de la suficiente preparación social y política como para votar responsablemente, por lo que, por influencia de la Iglesia, su voto sería conservador, lo que perjudicaría a los partidos de izquierdas.

Clara Campoamor, por su parte, defendió el derecho inmediato al voto de las mujeres: “*Sería un error histórico... dejar[las] al margen de la República..., [pues] representan una fuerza nueva, una fuerza joven*” (Capel, 1992: 112). Además, es necesario evitar que “*(...) la mujer, si es regresiva, piense que su esperanza estuvo en la Dictadura..., si es avanzada, que su esperanza está en el*

¹² En este sentido, Arantxa Elizondo en su obra *Mujeres en política. Análisis y práctica* (1997: 34 y ss.), publicado junto a Eurne Uriarte, realiza un amplio recorrido, a partir de la década de los cincuenta del siglo XX, por los modelos de análisis que han intentado identificar las razones por las cuales el sexo influye en el comportamiento político, esto es, por qué las mujeres participan menos en todo lo relativo a la política. Las conclusiones que explican este hecho son de diversa índole. Por citar una de ellas, puede decirse que las mujeres están interesadas en la política pero, al contrario que los hombres, su interés no motiva su participación.

comunismo... Salváis a la República, ayudáis a la República, atrayéndonos y sumándonos la frase de Humboldt que la única manera de madurarse para el ejercicio de la libertad y de hacerla accesible a todos es caminar dentro de ella” (Capel, 1992: 112).

Tras la votación, la propuesta de la Comisión quedó aprobada por 161 votos a favor y 121 votos en contra. La mayor parte de los votos a favor, 83, pertenecían a los socialistas, seguidos de Agrarios con 13 y Republicanos Conservadores con 11 (Capel, 1992: 117). De los votos en contra 50 eran radicales, 28 radical-socialistas y 17 de Acción Republicana (Capel, 1992: 117). Por otra parte, 188 diputados no votaron (Capel, 1992: 117).

Finalmente, en la Constitución quedó reconocido el derecho al voto de las mujeres, aprobada por las Cortes Constituyentes españolas el 9 de diciembre de 1931. La primera vez que las mujeres españolas pudieron ejercer el derecho al voto fue en las elecciones generales celebradas el 19 de noviembre de 1933.

Así pues, la discusión sobre la ideología de las mujeres ocupó gran parte del proceso constituyente de la Segunda República (Elizondo, 1997: 34). Su supuesta ideología fue utilizada como excusa para no otorgarles el derecho al sufragio aunque, gracias a la lucha de algunas mujeres, éstas pudieron votar hasta el comienzo de la Guerra Civil y la posterior etapa de la dictadura franquista.

Tras haber analizado el sufragismo en EEUU, en Inglaterra y en el Estado español, en el siguiente apartado, estudiaremos el feminismo en el seno de los grandes movimientos sociales del siglo XX, es decir, en el socialismo, en el marxismo y en el anarquismo.

2.2.2.3.2. El feminismo dentro de otros movimientos sociales del siglo XIX y XX

La diversidad de identidades, de puntos de vista y de opiniones es una de las características de cualquier sociedad y, por tanto, de cualquier movimiento social (Amorós y De Miguel, 2005: 68). El feminismo, en este aspecto, no es diferente. En el seno del propio sufragismo ya encontrábamos diferentes corrientes, tanto en sus reivindicaciones como en sus acciones colectivas. Por ejemplo, en el sufragismo estadounidense, dos de las feministas líderes, Cady Stanton y Susan Anthony, tenían unos planteamientos anticlericales, individualistas e interclasistas que resultaron excesivos para otras feministas (Miyares, 2005: 282). De hecho, la feminista Lucy Stone lideró una escisión de la asociación que compartía con Stanton y Anthony, y creó la *American woman Suffrage Association*, la más conservadora del movimiento (Miyares, 2005: 282).

En el caso del sufragismo inglés, a causa de las continuas decepciones a las que se enfrentaban las sufragistas, las tácticas y métodos de acción colectiva se fueron radicalizando con el paso de los años (Miyares, 2005: 286). Mientras que los comienzos del movimiento sufragista inglés se caracterizaban por el uso de formas de acción moderadas (repartir panfletos, manifestaciones, reuniones...), a comienzos del siglo XX pasaron a ser formas de acción radicales (desfiles masivos, muestras ininterrumpidas de desobediencia civil, ataques directos a la propiedad...) (Miyares, 2005: 286).

Como hemos apuntado al comienzo de este apartado, el siglo XIX fue el siglo de los grandes movimientos sociales emancipatorios que intentaron dar respuesta a las discontinuidades políticas, sociales, económicas... que acontecían en los países occidentales. Los movimientos sociales más notorios fueron el socialismo, el marxismo y el anarquismo (De Miguel, 2005) y, el feminismo tuvo espacio en ellos. De hecho, desde los socialistas utópicos hasta los marxistas más ortodoxos tuvieron en cuenta a las mujeres, aunque, en el caso del socialismo, esto no hizo las cosas más fáciles: "Aunque [los socialistas] suscribían las tesis de que la emancipación de las mujeres era imposible en el capitalismo (explotación laboral, desempleo crónico, doble jornada, etc.) [las mujeres socialistas] eran conscientes de que para sus camaradas y para la dirección del partido 'la cuestión femenina' no era prioritaria" (Amorós y De Miguel, 2005: 68).

En los tres movimientos sociales, las polémicas internas eran frecuentes, no sólo entre los hombres y las mujeres de un mismo movimiento social, sino también entre las propias mujeres ya que construir la unidad era muy difícil. Para hacerlo era necesario identificar las bases comunes de la dominación patriarcal y el interés común por cambiar el destino asignado (Amorós y De Miguel, 2005: 68). Asimismo, era necesario crear una identidad feminista común a todas, cuyo objetivo fuera, como apuntan Amorós y De Miguel (2005: 69), deslegitimar la ideología de la naturaleza diferencial y complementaria de los sexos, y reclamar la aplicación universal de los principios ilustrados y democráticos. En esta época histórica, las reivindicaciones se centraron en torno a lo que las citadas autoras denominan "las políticas de la inclusión en la esfera pública" (Amorós y De Miguel, 2005: 69): el derecho al sufragio, a la educación superior y al trabajo asalariado.

El derecho al voto de las mujeres ha sido analizado en el apartado anterior. A continuación, nos centraremos en el lugar que ocupó el feminismo en los movimientos sociales más relevantes de los siglos XIX y XX, a saber, el socialismo, el marxismo y el anarquismo.

2.2.2.3.2.1. El feminismo en el movimiento socialista

En esta época, los principales países europeos desarrollaron el proceso de sustitución del feudalismo por el capitalismo como sistema económico. El capitalismo, con la producción industrial como práctica central alteró, según De Miguel, las relaciones entre los sexos (2005: 297). Por una parte, las mujeres de clase media y alta quedaron encerradas en el hogar; este hecho era precisamente el que daba estatus a la familia (De Miguel, 2005: 297). Pero, por otra parte, entre el proletariado, las mujeres se estaban incorporando en masa al trabajo en las fábricas, ya que eran consideradas más sumisas que los hombres y, además, eran mano de obra más barata (De Miguel, 2005: 297).

Lo que en este punto nos interesa analizar no son los fundamentos del socialismo, cómo surgió o cómo se desarrolló. Por el contrario, nos interesa analizar el lugar que el socialismo, como corriente de pensamiento, dio a las mujeres en los siglos XIX y XX.

El socialismo siempre ha tenido en cuenta a las mujeres a la hora de analizar la sociedad y proyectar el futuro (De Miguel, 2005: 297). Esto no significa que esta corriente de pensamiento sea feminista, sino que en el siglo XIX comenzaba a resultar difícil abanderar proyectos igualitarios sin tener en cuenta a las mujeres (De Miguel, 2005: 297). Los socialistas utópicos, cuya cuna fue Inglaterra, fueron los primeros en abordar este tema (De Miguel, 2005: 298). Para estos pensadores existen dos causas que originaron el socialismo: la revolución industrial, que arrancó con la miserable situación económica y social en la que vivía la clase trabajadora; y el desarrollo de la economía política, una nueva rama de la ciencia. En líneas generales, lo que los socialistas utópicos proponían era la vuelta a pequeñas comunidades en las que existiese la autogestión, en las que cada individuo trabajase de acuerdo con sus pasiones y no existiese un concepto abstracto y artificial de propiedad, ya fuese privada o común. Además, habría una cooperación igualitaria, también en lo que a los sexos se refiere. El teórico más importante a este respecto fue Charles Fourier, quien llamó a estas pequeñas comunidades *falansterios*. A los socialistas utópicos se les reprochaba que no fueran lo suficientemente críticos con la división sexual del trabajo. Aun así, su punto de vista sobre la situación de las mujeres tuvo un importante impacto social, y la tesis de Fourier de que la situación de las mujeres era el indicador clave del nivel de progreso y civilización de una sociedad fue literalmente asumida por el socialismo posterior: “Así pues, con el socialismo se inaugura una nueva corriente dentro del feminismo. Y es importante tener presente que la articulación de la llamada ‘cuestión femenina’ en el socialismo, no tiene sólo como horizonte reflexivo el hecho de la subordinación de las mujeres, sino la teoría feminista ya consolidada, a la que se enfrenta polémicamente y se presenta como alternativa” (De Miguel, 2005: 297).

Dentro de los/as pensadores/as del socialismo utópico podemos encontrar a una mujer, Flora Tristán (1803-1844), tradicionalmente enmarcada en esta corriente del socialismo. Su pensamiento se considera feminista porque sus reivindicaciones y su proyecto político sólo pueden articularse a partir de la idea de que todos los seres humanos nacen libres, iguales y con los mismos derechos (De Miguel, 2005: 299). Para Tristán el discurso ideológico de la inferioridad natural de las mujeres que se realizaba desde la ley, la ciencia y la religión, justificaba la exclusión de éstas de la educación racional y su destino como esclavas de los hombres (De Miguel, 2005: 299): “La esclavitud está abolida, se dirá, en la Europa civilizada. Ya no hay, ciertamente, mercados de esclavos en las plazas públicas; pero entre los países más progresistas no hay uno en el que las clases numerosas de individuos no tengan mucho que sufrir de una opresión legal: los campesinos en Rusia, los judíos en

Roma, los marineros en Inglaterra, las mujeres en todas partes (...) La mujer está en servidumbre” (Tristán, 1986: 9). Es en ese momento cuando su reflexión y su análisis tomaron el camino del socialismo de clase: negar la educación a las mujeres estaba relacionado con su explotación económica. Es decir, las niñas no estudiaban porque se les sacaba más partido obligándolas a trabajar en casa. De esta forma, “Tristán dirige su discurso al análisis de las mujeres del pueblo, de las obreras. Y su juicio no puede ser más contundente: el trato injusto y vejatorio que sufren estas mujeres desde que nacen, unido a su nula educación y la obligada servidumbre al varón, genera en ellas un carácter brutal e incluso malvado” (De Miguel, 2005: 299). Como vemos, para Tristán la educación era básica para mejorar la situación de las mujeres obreras. En este sentido, la autora estableció diferencias con las mujeres de clase alta. Entendía que éstas no sufrían la misma situación que las obreras porque el dinero podía proporcionarles educadores y sirvientes, además de otro tipo de pasatiempos o estímulos.

En cuanto al feminismo en el socialismo español, una de las primeras figuras más importantes fue la *Agrupación Femenina Socialista de Madrid* (AFSM), creada en marzo de 1906, con la intención de conocer sus características y actividades (Nash, 1981: 143 y ss.). Con un total de 527 afiliadas, la AFSM tenía como objetivos educar a las mujeres para el ejercicio de sus derechos y la práctica de sus deberes sociales; fomentar las sociedades de mujeres ya creadas, y procurar la creación de las de aquellos oficios no organizados; divulgar el ideal socialista en todas sus manifestaciones; y, finalmente, prestar su cooperación para alcanzar leyes que beneficien el trabajo de las mujeres y de los/as niños/as y vigilar el cumplimiento de las que ya estaban vigentes (Nash, 1981: 143 y ss.).

La AFSM estaba vinculada al PSOE y a las Juventudes Socialistas, hasta que, en 1908, ingresó como organización dentro del partido. Es necesario apuntar que la agrupación no hacía referencia al feminismo en sus actas (Nash, 1981: 144 y ss.). En este sentido, entre sus objetivos no figuraba el de la emancipación de las mujeres ni la defensa de su condición social. Las juntas y las asambleas que se organizaban eran de tipo práctico y sus actividades pretendían atraer a otras mujeres al socialismo (a través de conferencias, excursiones, campañas, mítines...). Según Nash, “No se puede en absoluto calificar de ‘feminismo de clase’ (a pesar del empleo del término por parte del asesor de la AFSM) ni a la teoría ni a la actuación de esta *Agrupación Femenina Socialista*” (1981: 146).

Entre las personas socialistas españolas, según apunta Mary Nash (1981: 137), la problemática de las mujeres no suscitó gran interés. Sin embargo, algunas personas se interesaron por el tema y, gracias a ellas, existen algunas referencias bibliográficas específicas del socialismo escrito por mujeres (visto en Nash, 1981: 137): *La condición social de la mujer en España* (Margarita Nelken, 1919); *Feminismo socialista* (María Cambrils, 1925) y prologado por Clara Campoamor; *Una visió femenina del moment present* (María Pi de Folch, 1932).

La socialista española Margarita Nelken ingresó en el PSOE en 1931 y fue candidata de la *Agrupación Socialista de Badajoz* en las elecciones parciales de octubre de 1931 (Nash, 1981: 137-138). Nelken resultó elegida y también en las dos siguientes elecciones, en 1933 y en 1936. En este sentido, fue la única mujer que consiguió tres actas parlamentarias durante la Segunda República. Al igual que Victoria Kent, Nelken era contraria de otorgar el sufragio a las mujeres ya que pensaba que la falta de responsabilidad social y de formación podía poner en peligro la estabilidad de la República. En 1936, poco después de la formación del gobierno de Largo Caballero, se incorporó al Partido Comunista.

En sus obras, Nelken no concebía la cuestión femenina como algo totalmente absorbido por la lucha social. Para ella, el feminismo en España fue un fenómeno que tuvo como causa determinante la necesidad económica de la incorporación de la mujer al trabajo asalariado (Nash, 1981: 138). En este sentido, con el desarrollo del feminismo vendría la independencia económica de las mujeres porque, para Nelken, “No puede haber dignidad en un matrimonio en que uno de los contrayentes está sometido al otro por necesidad material, es decir, por una imposición ajena al cariño y a la entrega y sumisión voluntarias” (1975: 206).

Nelken entendía el feminismo como un fenómeno íntimamente vinculado a la lucha de las trabajadoras tanto de clase media como de clase obrera para conseguir leyes protectoras y mejoras salariales (Nash, 1981: 138). De hecho, Nelken afirmó lo siguiente: “Si España no se compusiese más que de mujeres ricas, no tendríamos, seguramente, feminismo” (Nelken, 1975: 35).

Además, atribuyó la culpa de la situación opresiva de las mujeres al ambiente que las rodea, y no a las mujeres en sí (Nelken, 1975: 232). Según esta autora dicha situación problemática se fundamentaba, por una parte, en la falta de preparación de las mujeres en la vida y, por otra parte, en la falta de respeto de la sociedad hacia la personalidad femenina (1975: 232).

Al igual que Nelken, otra de las autoras que reflexionó sobre el feminismo y el socialismo fue la catalana María Pi de Folch (visto en Nash, 1981: 139). Esta autora consideraba el feminismo español como un fenómeno que obedecía a causas económicas (Nash, 1981: 139). Tanto Nelken como Pi de Folch criticaron este tipo de feminismo porque veían la incorporación de las mujeres a la producción como un entorpecimiento para el desarrollo de sus funciones familiares (Nash, 1981: 139). Pi de Folch fue, en este sentido, más crítica y realizó una apología del hogar y una defensa de la familia, ya que una presunta disolución del hogar dejaría desamparadas a todas aquellas mujeres que no encontraran empleos que cubrieran sus necesidades (Nash, 1981: 139).

Por otra parte, María Cambrils (1992), escritora, feminista y miembro del PSOE, partió en sus reflexiones de una discriminación específica hacia las mujeres que venía de la mano de la educación (Cambrils, 1992: 49). A diferencia de Nelken y Pi de Folch, Cambrils no entendía que el feminismo se limitara a los aspectos económicos; en este sentido, afirmó que el feminismo no era un movimiento económico o político, sino “(...) simplemente una lógica explosión de rebeldía contra el estado de dependencia civil en que se encontraba y encuentra la mujer con relación a las libertades ciudadanas” (1992: 54). Asimismo, tampoco entendía el feminismo como una mera reivindicación de los derechos de las mujeres a todos los niveles. Cambrils reivindicó los derechos de las mujeres para superar su condición de subordinación a los hombres y describió la sociedad española como capitalista y patriarcal. Además, insistió en que hasta que las mujeres no disfrutasen de igualdad de condiciones con los hombres no podría hablarse de una sociedad justa, una sociedad socialista (Nash, 1981: 140). “La libertad y la emancipación económica de todos los esclavizados por la prepotencia capitalista, así como el reconocimiento de los derechos que se niegan a la mujer, sólo pueden venir de los medios socialistas, cuya política de justicia y redención camina recta y velozmente a través de todos los obstáculos tradicionales” (1992: 25).

Seguidamente, analizaremos el papel del feminismo en el movimiento marxista en los siglos XIX y XX.

2.2.2.3.2.2. El feminismo en el movimiento marxista

Otra de las ideologías que comenzó a cobrar importancia en los siglos XIX y XX fue el *socialismo marxista* o *socialismo científico*. A las corrientes socialistas anteriores, se las denominó *socialismo utópico*, como hemos en el apartado anterior, para diferenciarlas del marxismo. Este último es un conjunto de movimientos políticos, sociales, económicos y filosóficos que se derivan de la obra de Karl Marx y de su colega Friedrich Engels. El objetivo del marxismo es lograr una sociedad sin clases sociales donde las personas vivan con dignidad compartiendo los bienes producidos socialmente. De esta forma, no existiría la propiedad privada sobre los medios de producción, ya que se la considera el origen y la raíz de la división de la sociedad en clases sociales. Esta corriente de pensamiento ofreció en el siglo XIX nuevas explicaciones al origen de la opresión de las mujeres y estrategias para su emancipación.

Una de las posiciones más avanzadas en torno a las mujeres es la aportada por Engels en *El origen de la familia, la propiedad privada y el Estado* (1884), aunque actualmente es considerada simplista (Nash, 1981: 119). En su obra, Engels era consciente de la desigualdad que existía entre hombres y mujeres y la explicaba aduciendo al derrocamiento del derecho materno y al surgimiento de la propiedad privada y la familia monogámica, ya que ésta no se basaba en razones naturales, sino en razones económicas: “(...) [la familia monogámica] fue la primera forma de familia que tuvo por base condiciones sociales, y no las naturales” (Engels, 1996: 83). Cuando la propiedad pasó a ser privada y no comunal, y fue sometida a las leyes de la herencia, se promovió la subordinación de las mujeres, pues los hombres debían asegurarse que la descendencia fuera suya: “[La monogamia] Entra en escena bajo la forma de esclavizamiento de un sexo por el otro, proclamación de un conflicto entre los sexos” (Engels, 1996: 83). Así, el sometimiento de las mujeres se consiguió alejándolas del proceso de producción y confinándolas en el hogar (De Miguel, 2005: 303).

Engels no negó que pudiera haber un avance histórico en la monogamia; sin embargo, para él, al igual que la sociedad se dividió en clases, la familia también, y en ella el hombre era burgués y la mujer proletaria: “(...) el primer antagonismo de clases que apareció en la historia coincide con el desarrollo del antagonismo entre el hombre y la mujer en la monogamia; y la primera opresión de clases, con la del sexo femenino por el masculino” (Engels, 1996: 83). Tal y como apunta Miyares (2005: 291), Engels ni contempla ni aborda que la apropiación sexual de las mujeres pueda ser anterior a la aparición de la propiedad privada y la familia monogámica, lo cual es muy presumible. En este sentido, esta autora afirma que lo más probable es que el “intercambio de mujeres” (2005: 291) fuera la primera forma de comercio. En este sentido, Nash también opina que, al entender Engels que la clase obrera es el factor para la revolución, no se concede a las mujeres ni a su situación de discriminación la importancia suficiente (1981: 119).

De estas reflexiones, De Miguel (2005: 303) desprende dos conclusiones. Primeramente, en consonancia con la tesis del materialismo histórico, a la hora de explicar las desigualdades sociales, se destierra cualquier argumentación biológica o naturalista: “El origen de la desigualdad sexual, como el de cualquier otro tipo de desigualdad, es social, en concreto económico” (De Miguel, 2005: 303). En segundo lugar, siguiendo el razonamiento anterior, si la desigualdad social tiene su origen en la propiedad privada y en la segregación de las mujeres del trabajo productivo, para erradicarla habría que terminar con ambas dos, es decir, habría que abolir la propiedad privada de los medios de producción e incorporar masivamente a las mujeres a la producción (De Miguel, 2005: 303).

El feminismo contemporáneo ha discutido largamente las ideas de Engels, y ha reconocido el valor de las mismas respecto al análisis de la subordinación de las mujeres. Sin embargo, también ha querido matizar el patente reduccionismo que subyace en el fondo del argumento de Engels: las mujeres no necesitan una lucha específica contra su opresión (De Miguel, 2005: 303). Desde el feminismo se habla de que uno de los enemigos de las mujeres es el mismo que el del proletariado: la propiedad privada de los medios de producción. Pero, sobre todo, los enemigos de las mujeres han sido históricamente el patriarcado y el clasismo.

Las ideas de Engels tuvieron en su momento numerosos detractores en el ámbito socialista. No debemos olvidar que este autor proponía la incorporación masiva de las mujeres al trabajo de producción, y este hecho no gustó a muchas personas. Los argumentos esgrimidos para que las mujeres no tuvieran un empleo fuera del hogar eran de muchos tipos: la necesidad de proteger a las obreras de la sobreexplotación, el acoso sexual que sufrirían en el lugar de trabajo, el elevado índice de abortos y mortalidad infantil, el aumento del desempleo masculino, el descenso de los salarios... En este sentido, la feminista y socialista Heidi Hartmann, en su artículo *Un matrimonio mal avenida: hacia una unión más progresiva entre marxismo y feminismo* juzgó con dureza el antagonismo que suscitaban las reivindicaciones feministas, incluso entre las personas con las que compartía ideas políticas (visto en De Miguel, 2005: 303-304). Según Hartmann, "Las categorías analíticas del marxismo son ciegas al sexo y la 'cuestión femenina' no fue nunca la 'cuestión feminista'. En definitiva, y como mínimo, la cuestión femenina se convirtió en la causa siempre aplazada... hasta el triunfo del socialismo" (visto en De Miguel, 2005: 304).

En el seno del socialismo marxista dos mujeres fueron imprescindibles en la lucha por sus derechos, la comunista alemana Clara Zetkin (1857-1933) y la marxista rusa Alejandra Kollontai (1872-1945) (De Miguel, 2005: 304 y ss.). La primera de ellas fue una activa militante que pasó a la historia por su articulación práctica del feminismo, y no tanto por su articulación teórica. Zetkin fue directora de la revista femenina *Die Gleichheit (Igualdad)* y organizó una Conferencia Internacional de Mujeres en 1907.

Según De Miguel (2005: 304), Zetkin defendió que los intereses de las mujeres varían en función de la clase social a la que pertenecen, y desarrolló esta tesis a través del *Manifiesto Comunista* (1848), escrito por Marx y Engels. Para ello, analizó la situación de las mujeres de clase social alta y propuso soluciones a sus problemas específicos. Hizo lo mismo con las mujeres proletarias, que tenían dilemas diferentes, por lo que las soluciones debían ser también distintas. Tanto Marx como Engels veían la familia, tanto la burguesa como la proletaria, como una categoría histórica transitoria que estaba abocada a la desaparición. Por su parte, Zetkin pensaba que las familias burguesas, dado que se basaban en acuerdos económicos, carecían de sentido moral (De Miguel, 2005: 304). Las mujeres que pertenecían a estas familias no cumplían ni el papel de madres ni de esposas, ya que a los hijos/as los/as cuidaba la servidumbre y el acuerdo con el marido era económico, no amoroso (De Miguel, 2005: 304). Como consecuencia, para que estas mujeres pudieran darles sentido a sus vidas, necesitaban libertad para disponer de su patrimonio. Por lo que el interés de las mujeres burguesas debía ser "(...) conquistar este derecho [la disposición libre del patrimonio] contra el mundo masculino de su clase, y su lucha es exactamente la misma que la que la burguesía inició en su momento contra los estratos privilegiados: una lucha por la abolición de todas las discriminaciones sociales basadas en el patrimonio" (Zetkin, 1976: 102).

En cuanto a las familias de clase obrera, Zetkin observó su progresiva destrucción. Los trabajos liberales estaban en manos del proletariado, y esto conllevaba una disminución del patrimonio y de los matrimonios. Los hombres, gracias al sistema capitalista, contaban con numerosas prostitutas para satisfacer sus deseos sexuales, y esto les resultaba más económico que el matrimonio. Las mujeres, por su parte, estaban insertas "(...) en el mecanismo de la vida económica de nuestros días" (Zetkin, 1976: 104). Al principio, entraron en la vida laboral para ayudar a sus maridos, "(...) pero el modo de producción capitalista la ha transformado [a la mujer] en una concurrente desleal: quería acrecentar el bienestar de la familia y ha empeorado la situación" (Zetkin, 1976: 104). A pesar de tener la opción de conseguir una independencia económica, las mujeres proletarias no conquistaron su independencia como personas, como mujeres, y como esposas: "Para su tarea de mujer y de madre sólo le quedan las migajas que la producción capitalista deja caer al suelo" (Zetkin, 1976: 105). Además, sus compañeros de clase se oponían a compartir con ellas el trabajo asalariado, y ésta era la razón por la que se oponían también al sufragio femenino: si mediante el voto las mujeres cambiaban las leyes, se convertirían en rivales en el mercado de trabajo. Sin embargo, Zetkin no veía el enemigo en los hombres, sino en el sistema capitalista y en la explotación económica. Por lo tanto, "Zetkin articula la igualdad entre varones y mujeres en torno al concepto de 'clase'" (Miyares, 2005: 291).

Para Zetkin, el derecho al voto de las mujeres no terminaba con "(...) la contradicción de clase entre explotadores y explotados, de la cual surgen los obstáculos más tenaces para el libre y armónico desarrollo de las proletarias" (Zetkin, 1976: 113). De hecho, reconoció que, con la plena equiparación de derechos políticos entre los sexos, los conflictos entre hombres y mujeres se agudizarían, sobre todo, en lo que tenía que ver con el trabajo profesional y la maternidad. Sin embargo, como no podía ser de otra forma, Zetkin vio necesario que las mujeres proletarias lucharan por el derecho al voto (también las mujeres burguesas debían luchar por el sufragio porque también les beneficiaría a ellas) para después conquistar el poder político con la ayuda de los hombres obreros. Esto es, "La suya es una lucha [la de las mujeres] que va unida a la del hombre de su clase contra la clase de los capitalistas" (Zetkin, 1976: 105). Así pues, difirió de Engels al señalar que la dominación de las mujeres no terminaría con la abolición de la propiedad privada. Según Zetkin, el éxito a este respecto dependía de la lucha de clases: burguesas y proletarias no vivían de la misma forma la opresión, por lo que las reivindicaciones de unas y otras no serían reivindicaciones de igualdad, sino reivindicaciones de clase (Miyares, 2005: 292). Asimismo, Zetkin constató que el sistema capitalista podía asimilar las reivindicaciones de las feministas burguesas sin poner en peligro el mismo sistema; por lo que veía como oportunista la alianza con las mujeres burguesas para conseguir los objetivos de las mujeres de clase obrera (Nash, 1981: 127).

Las críticas desde el feminismo contemporáneo al punto de vista de esta activista alemana han sido unánimes. Por una parte, se entiende que el acceso de las proletarias al mercado de trabajo socavó la autoridad patriarcal de aquella época histórica. Pero, por otra parte, se critica el optimismo injustificado sobre la igualdad de mujeres y hombres dentro del movimiento obrero, ya que muy pocos hombres estaban dispuestos a reconocer a las mujeres como algo más que madres y esposas. Además, aunque para el marxismo el concepto *clase* es básico a la hora de explicar las desigualdades, según Miyares (2005: 293), es insuficiente para explicar todas las formas posibles de opresión. Mientras que en el desarrollo político de las ideas de igualdad se utilizan conceptos como *explotación*, *lucha de clases*, *distribución de la riqueza*, *conciencia de clase* o *justicia social*, no se utilizan con la misma fuerza conceptos como *opresión* y *subordinación*, *jerarquía sexual*,

reconocimiento, conciencia de sexo o justicia sexual (Miyares, 2005: 293). Podemos concluir que en las teorías marxistas no estaba muy presente el punto de vista feminista, como la misma Zetkin afirma: “Nuestra reivindicación del derecho al voto de la mujer no es una reivindicación feminista, sino una reivindicación de clase y de masas del proletariado” (Zetkin, 1976: 119).

Por otra parte, el dirigente socialista alemán, August Bebel fue el primer teórico marxista que escribió de una forma específica sobre la mujer en su obra *La mujer y el socialismo* (1879), la cual llegó, en poco más de treinta años, a cincuenta ediciones. Bebel, influido por Marx, y, sobre todo, por Fourier, estudió la opresión que sufrían las mujeres a causa del capitalismo, y consideró el matrimonio como “(...) un objeto de especulación (...) [un] mero negocio de dinero” (Bebel, 1974: 181). En este sentido, afirmó que la influencia del dinero en las relaciones sociales hacía del matrimonio burgués una comedia sin amor, y del matrimonio proletario algo miserable, ya que provocaba el aumento de la prostitución y hundía a muchas mujeres obreras en las horribles condiciones de trabajo fabril (Bebel, 1974: 181). Ante estas situaciones tan desagradables, Bebel propuso dos soluciones (1974: 182 y ss.). En primer lugar, hizo referencia a una lucha necesaria por la igualdad de derechos civiles y políticos, por el sufragio femenino, por la educación, y por una protección legal adecuada contra la explotación y las condiciones de trabajo. Y, en segundo lugar, para poner fin a la subordinación de las mujeres, debía haber una revolución socialista que tuviera como objetivo crear una sociedad en la que las personas elegirán libremente su trabajo y sus relaciones sociales y sexuales. En esa sociedad las mujeres podrían acceder a cualquier profesión, y tanto la maternidad como la crianza de los hijos e hijas gozarían de pleno apoyo del Estado¹³.

En el socialismo marxista, la segunda mujer más influyente fue Alejandra Kollontai. Según De Miguel (2005: 310), esta autora rusa fue quien articuló de forma más racional y sistemática el feminismo y el marxismo. Al contrario de lo que hace Zetkin, Kollontai no se limita a incluir a las mujeres en la lucha del proletariado, sino que teoriza sobre el tipo de revolución que las mujeres deberían hacer para romper con su situación de dominación y acceder a la igualdad (De Miguel, 2005: 310). Kollontai reconoce la discriminación concreta que sufren las mujeres por ser mujeres, y piensa que es necesaria una revolución de la vida cotidiana y de las costumbres, para así construir una nueva e igualitaria relación entre los sexos: “Es de cajón que la aspiración de las mujeres a la igualdad de derechos no puede verse plenamente satisfecha mediante la lucha por la emancipación política, la obtención de un doctorado u otros grados científicos, o un salario igual por un trabajo igual. Para llegar a ser verdaderamente libre, la mujer debe desprenderse de las cadenas que le arroja encima la forma actual, trasnochada y opresiva, de la familia. Para la mujer, la solución del problema familiar no es menos importante que la conquista de la igualdad política y el establecimiento de su plena independencia económica” (Kollontai, 1976: 11). Por lo tanto, no ve suficiente con que el proletariado acceda al poder para conseguir la revolución socialista, sino que entiende que también debe darse una revolución dentro del ámbito familiar.

Kollontai escribió sobre la *mujer nueva*, así como Karl Marx lo hizo sobre el *hombre nuevo* (De Miguel, 2005: 311). La mujer nueva debía tener unos rasgos psicológicos específicos, unos rasgos contrarios a los que poseían las mujeres del pasado, cuyas vidas se centraban en amar y ser amadas:

¹³ En lo que a la obra de Bebel se refiere, Zetkin apuntó lo siguiente: “Ha sido algo más que un libro, ha sido un acontecimiento, un evento. Por primera vez se ponía en claro las relaciones que unen la cuestión femenina al desarrollo histórico; por primera vez, en este libro, se afirmaba que solamente podemos conquistar el futuro si las mujeres combaten a nuestro lado. Y hago estas afirmaciones como camarada de partido y no como mujer” (1976: 107).

“Se trata de un nuevo tipo de heroína que trae sus propias exigencias en relación con la vida, que afirma su personalidad, que protesta contra la múltiple esclavitud de la mujer bajo el Estado, la familia, la sociedad, una clase de mujer que lucha por sus derechos y que representa a su propio sexo” (Kollontai, 1976: 65). Kollontai veía en los rasgos de las mujeres del pasado una dependencia material, moral y sentimental que chocaba de lleno con la independencia de los hombres, para los que amar y ser amados sólo es una parte de la vida (De Miguel, 2005: 312): “En definitiva, las mujeres se definen socialmente por sus relaciones sexuales o sentimentales y su individualidad no tiene ningún valor social” (De Miguel, 2005: 312). Además, Kollontai, como marxista, añadió que la mujer nueva sería el producto de la evolución de las relaciones de producción y de la incorporación de la fuerza de trabajo femenina al trabajo asalariado. De esta forma, dejó patente, al igual que Zetkin, que las mujeres burguesas y las proletarias no tenían nada en común a la hora de luchar por la igualdad. El sujeto revolucionario, es decir, la mujer, sería engendrada por el capitalismo; mientras que la mujer burguesa no es más que un accidente (De Miguel, 2005: 314).

La importancia de las aportaciones realizadas por Kollontai a la situación de discriminación de las mujeres en el capitalismo reside en su adelanto en el tiempo (De Miguel, 2005: 315). De Miguel señala como Kollontai bien podría hacer suya la tesis, más propia del feminismo de los años 60, “(...) de que la anulación del origen de la opresión no tiene por qué eliminar la naturaleza de la opresión en su forma actual” (De Miguel, 2005: 315). En este sentido, cualquier estrategia que vaya dirigida a suprimir las desigualdades entre los sexos, debe partir del análisis de su situación en una sociedad en concreto (De Miguel, 2005: 315). Esto es, Kollontai apeló a la importancia del contexto histórico en el seno de una sociedad capitalista. Para realizar dicho análisis de la situación de las mujeres, propuso tres ámbitos de intervención: el trabajo, la familia y el mundo personal, fundamental para estudiar las relaciones de los sexos (De Miguel, 2005: 315).

El último ámbito de análisis, el del mundo personal, hace referencia a la injusticia de la doble moral, una para los hombres y otra para las mujeres (De Miguel, 2005: 315). Además de reivindicar este hecho, y de reivindicar el derecho de las mujeres a amar libremente, Kollontai señaló las dificultades de la mujer nueva para realizarse sentimentalmente cuando los hombres, sean de la clase y de la ideología que sean, no han cambiado (De Miguel, 2005: 316). Asimismo, Kollontai argumentó que, si las mujeres intentarían modificar su forma de vivir y de entender las relaciones entre los sexos, pero los hombres siguiesen dominados por unos valores de autosatisfacción y egoísmo, las mujeres seguirían siendo valoradas por su feminidad, es decir, por lo que todas las mujeres tienen en común, y no por su individualidad (De Miguel, 2005: 316). Como forma principal de terminar con la doble moral, Kollontai propuso desarrollar un nuevo concepto de amor, el *amor camaradería* (visto en De Miguel, 2005: 322). En este sentido, un recorrido por la evolución del concepto de amor a través de la historia pone de manifiesto cómo todas las clases sociales ascendentes modelan el concepto de amor en coherencia con las necesidades de su organización socioeconómica y de su visión del mundo (De Miguel, 2005-319-320). Para Kollontai el sentimiento amoroso debía reforzar la simpatía y la camaradería entre los miembros de una nueva sociedad de trabajadores/as, y no el amor exclusivo y absorbente, el que lleva a la pareja a aislarse de la sociedad (De Miguel, 2005: 319). Kollontai reivindica el amor libre, desarrollado a partir de una igualdad recíproca de los hombres y las mujeres y de la eliminación de los sentimientos de propiedad del otro/a (Nash, 1981: 132).

Finalmente, en el análisis del citado mundo personal, Kollontai propuso la socialización del trabajo doméstico y una nueva concepción de la maternidad como formas básicas para cambiar las relaciones de los sexos (De Miguel, 2005: 322). Para esta autora, el trabajo asalariado era una condición necesaria para la liberación de las mujeres, pero no la única (De Miguel, 2005: 322). Encuentra, en este punto, dos problemas: en primer lugar, en las sociedades capitalistas, ocurren crisis periódicas y las mujeres son las que primero pierden sus empleos; y, en segundo lugar, existe la doble jornada laboral para las mujeres (De Miguel, 2005: 322). De ahí que fuera necesaria para Kollontai una socialización de las tareas domésticas y de la maternidad, ésta última en la medida de lo posible (De Miguel, 2005: 322).

Una vez estudiadas las aportaciones a la lucha por los derechos de las mujeres de las principales feministas marxistas (Clara Zetkin y Alejandra Kollontai), estudiaremos el último de los tres grandes movimientos sociales de los siglos XIX y XX: el anarquismo.

2.2.2.2.3. El feminismo en el movimiento anarquista

El anarquismo, entendido de forma general, es una filosofía política y social cuya característica principal es la oposición y abolición del Estado, y de toda autoridad, jerarquía o control social que recaiga sobre la ciudadanía. Además, la dominación, en cualquiera de sus formas y desde cualquier ámbito, es para las personas anarquistas la fuente de todo mal social (Ackelsberg, 2006: 45). El anarquismo tiene algunos puntos en común con el socialismo, como son la crítica radical de la dominación económica y la necesidad de una reestructuración económica más igualitarista. Sin embargo, tiene también desencuentros importantes. En este sentido, mientras que el socialismo sostiene que la base de toda dominación se encuentra en la división del trabajo, el anarquismo sostiene que el poder tiene lógica propia y no será abolido con una simple reestructuración económica más igualitarista. Es más, para la erradicación de cualquier dominación, el anarquismo propone abolir las jerarquías y las relaciones estructuradas de dominación y subordinación, así como crear una sociedad basada en la igualdad, la mutualidad y la reciprocidad, en la que cada persona sea valorada y respetada como individuo (Ackelsberg, 2006: 46). Según estas ideas, pareciera que el anarquismo pudiera representar un desafío al machismo de la sociedad patriarcal.

Sin embargo, tal y como apunta De Miguel, en el seno de la tradición anarquista no hay una articulación teórica de la desigualdad sexual comparable a la del socialismo marxista (2005: 326). Esta autora identifica dos razones principales (2005: 326): por un lado, dada su rebelión contra la jerarquía política y su infravaloración de las democracias parlamentarias, las personas anarquistas no creían en las consecuencias que podía traer el voto, entendido éste como instrumento de cambio; y, por tanto, el anarquismo iba en contra de los idearios políticos de las sufragistas. Por otro lado, su desconfianza en el Estado, al que veían como una dimensión del patriarcado, hizo que se alejaran de las propuestas comunistas que abogaban por una regulación estatal de las esferas propias de la vida cotidiana, como la reproducción y la socialización de los niños/as.

En cambio, Ackelsberg (2006: 46) señala que, durante el siglo XIX, autores y militantes anarquistas, tanto en España como en otros países de Europa y EEUU, abordaron específicamente la subordinación de las mujeres, e insistieron en que “La emancipación humana plena requería no sólo la abolición del capitalismo y las instituciones políticas autoritarias, sino también la superación de la subordinación cultural y económica de las mujeres tanto dentro como fuera del hogar” (Ackelsberg,

2006: 46). En el Estado español, por ejemplo, en 1872, se celebró un congreso anarquista que afirmaba que las mujeres debían ser iguales a los hombres tanto en el hogar como en el lugar de trabajo.

Según Nash (1981: 21), para el anarquismo, la cuestión de las mujeres en el Estado español nunca fue algo primordial; sin embargo, en comparación con las demás tendencias de la izquierda española, los/as anarquistas dedicaron más atención a dicha cuestión. El anarquismo de la época entendía que la emancipación de las mujeres sería la consecuencia de la lucha social, es decir, “Las mujeres sólo tenían que participar en las habituales formas de lucha del movimiento libertario para así conseguir su emancipación” (Nash, 1981: 21-22).

Sin embargo, como ya ha ocurrido en numerosas ocasiones a lo largo de la primera y segunda ola del feminismo, la teoría de la igualdad no se reflejó en la práctica del movimiento anarquista, ni en el Estado español ni en otros países. Por lo tanto, una vez más era necesario que las mujeres anarquistas desafiaran al movimiento al que pertenecían para hacerse oír y, así, se les otorgase el lugar que la teoría predicaba. Según De Miguel (2005: 326), el anarquismo tuvo a muchas mujeres luchando por sus idearios libertarios, entre los que estaban el que aquí nos interesa: la igualdad de los sexos. Una de esas mujeres fue Emma Goldman (1869-1940) quien defendió que, para ser una mujer libre, se debe acceder al trabajo asalariado y, además, se debe superar el peso de la ideología tradicional (De Miguel, 2005: 326). En este sentido, Goldman entendía que tanto el desarrollo como la libertad y la independencia de las mujeres deben surgir de ellas mismas (1977: 83). Para ello, en primer lugar, las mujeres debían afirmarse como personas y no como mercancía sexual; en segundo lugar, debían rechazar que cualquier otra persona que no fueran ellas mismas ejerciese algún derecho sobre su cuerpo; debían negarse a tener descendencia si no la deseaban; debían negarse a ser esclavas de Dios, del Estado, de la sociedad, de la familia, del esposo... (1977: 83).

De Miguel apunta a que las reflexiones de Goldman son interesantes pero que no contribuyen a desvelar de qué forma, desde el anarquismo, puede terminarse con la discriminación por razón de sexo (2005: 327). Sin embargo, sí aporta “(...) la conciencia de que el feminismo es, también, una elección y un cambio personal que implica, necesariamente, una manera nueva de mirar y de vivir. El anarquismo aportará el énfasis en el imperativo de la coherencia personal, en la importancia de vivir de acuerdo con las propias convicciones. Este imperativo moral, unido a la firme creencia en la igualdad de todas las personas propició auténticas revoluciones en la vida cotidiana de mujeres que, orgullosas, se autodesignaban como ‘mujeres libres’” (De Miguel, 2005: 327).

En el Estado español, entre los años 1868 y 1936, se cultivó la revolución social que estalló en respuesta a la rebelión de los generales que se posicionaron en contra de la Segunda República (Ackelsberg, 2006: 77). Las luchas que se dieron durante esos años cambiaron por completo tanto a las personas y sus conciencias y percepciones, como a la sociedad. Las formas de trabajo y de reivindicar cambiaban según las condiciones locales, pero las movilizaciones populares crecieron exponencialmente, sobre todo, en zonas urbanas industriales como las de Cataluña.

En este contexto, el esplendor de la actividad revolucionaria llegó en los primeros meses de la Guerra Civil, aprovechando el terrero que había sido abonado por anarquistas y socialistas durante casi setenta años. En este sentido, en 1936, en el Estado español, grupos de mujeres de Madrid y Barcelona fundaron *Mujeres Libres*, una organización cuyo objetivo primordial era lograr

“(…) una sociedad igualitaria no jerárquica en la que las personas se respetaran a sí mismas y fueran respetadas por los demás” (Ackelsberg, 2006: 179). Sin embargo, la consecución de ese objetivo estaba muy lejos, por lo que comenzaron por “(…) abordar aquellos aspectos del sistema social de desigualdades y jerarquías que afectaban de modo específico a las mujeres. Tratar la subordinación de las mujeres como parte del sistema de jerarquías dominante situaba su proyecto firmemente dentro del ámbito anarquista, mientras que centrarse en las consecuencias específicas para las mujeres de esas desigualdades diferenciaba a *Mujeres Libres* de la corriente dominante del movimiento libertario de esa época” (Ackelsberg, 2006: 179).

Mujeres Libres nació de un grupo de mujeres, entre las que se encontraban Lucía Sánchez Saornil, Mercedes Camaposada y Amparo Poch y Gascón (Nash, 1981: 85). Esta organización duró menos de tres años, ya que sus acciones fueron interrumpidas por la victoria de las tropas franquistas en febrero de 1939. Sin embargo, durante el tiempo que estuvo en activo, más de veinte mil mujeres formaron parte y desarrollaron un importante programa de actividades que pretendían capacitar a las mujeres como individuos, así como construir un sentimiento de comunidad: “Al igual que el movimiento anarcosindicalista español, al que estas mujeres pertenecían, *Mujeres Libres* hacía hincapié en que el desarrollo íntegro de la individualidad de las mujeres dependía del desarrollo de un fuerte sentimiento de unión con los demás” (Ackelsberg, 2006: 23). Esta organización centró su atención en las relaciones entre la subordinación económica, cultural y sexual, ya que nunca atribuyó la razón de la subordinación de las mujeres a un solo factor. Para *Mujeres Libres* la educación era imprescindible para superar dicha situación, pero no era suficiente. El trabajo asalariado también era imprescindible, pero no suficiente. La labor cultural se desarrolló a través de los institutos de *Mujeres Libres*, del *Casal de la Dona Treballadora* de Barcelona y de las agrupaciones locales de la organización (Nash, 1981: 113). En consecuencia, los programas de capacitación se centraban en superar cada uno de los aspectos de la vida de las mujeres y sus interacciones. He aquí algunos ejemplos (Ackelsberg, 2006: 182 y ss.):

- Programas educativos, cuyo objetivo era luchar contra el analfabetismo
 - Educación básica: aprender a leer, escribir, nociones de aritmética, geografía...
 - Formación social u orientación hacia el mundo social y político.
 - Historia general
 - Economía
 - Derecho
- Actividades para facilitar la incorporación de las mujeres al mercado laboral como trabajadoras cualificadas y con un salario digno.
- Programas educativos para concienciar sobre la importancia de la militancia de las mujeres.
 - Publicaciones en escritos anarquistas (*Acracia, Ruta, CNT y Tierra y Libertad*)
 - Folletos y panfletos
- Programas sobre maternidad que se oponían a la identificación de las mujeres con la maternidad
 - Material escrito y práctico sobre educación sobre el cuidado infantil
 - Material escrito con información médica y sanitaria

- Sexualidad. A pesar de importancia que se le había dado a la liberación sexual desde el anarquismo, en *Mujeres Libres* no se le dedicó gran espacio. Sin embargo, los artículos relacionados con la sexualidad hablaban sobre la prostitución y las soluciones para erradicarla.
- Programas para refugiados y servicios sociales
 - Programas para refugiados que ofrecían asilo, escuelas y otros servicios para personas adultas, ancianas y jóvenes.
 - Asistencia a combatientes, visitas a soldados en el frente y en los hospitales, lavado y cosido de ropa...

Mujeres Libres se identificó con la lucha de la clase obrera para conseguir su liberación social y económica pero, en el caso de las mujeres, la liberación había quedado frenada por las actitudes machistas de muchos de los militantes revolucionarios y, por lo tanto, era necesario superarlo. Era necesario que las aspiraciones de las mujeres tuvieran el mismo valor que las de los hombres, esto es, la liberación de las mujeres era una condición *sine qua non* para la revolución social (Nash, 1981: 92-93).

Por lo tanto, el movimiento anarquista no encontramos una articulación teórica comparable a los dos movimientos sociales estudiados previamente (el socialismo y el marxismo). Emma Goldman fue la anarquista que más contribuyó a la lucha por la igualdad sexual argumentando la importancia del trabajo asalariado para lograrlo.

Tras haber analizado el lugar del feminismo en los tres grandes movimientos sociales de los siglos XIX y XX, esto es, la segunda ola del feminismo, en el siguiente apartado damos comienzo a la tercera ola del feminismo: el feminismo contemporáneo.

2.2.2.4. Tercera ola: El feminismo contemporáneo

A continuación, realizaremos un breve recorrido sobre la tercera ola del feminismo que comenzó al terminar la Segunda Guerra Mundial y que perdura hasta nuestros días. Hemos dividido la tercera ola en dos espacios temporales para facilitar su comprensión. Esta clasificación temporal nos servirá como pretexto para plantear las divisiones de los tipos de feminismo que han ido surgiendo en las últimas décadas. El primer espacio temporal de la tercera ola del feminismo, denominado *Primeras tendencias del feminismo contemporáneo*, abarca desde finales de la década de los cuarenta hasta principios de la década de los setenta del siglo XX; y, el segundo espacio temporal, denominado *Últimas tendencias del feminismo contemporáneo*, abarca desde la década de los sesenta en adelante hasta la actualidad. Como puede observarse, los espacios temporales se solapan; esto es debido a que es prácticamente imposible diferenciar cuándo terminan unos tipos de feminismo (si es que podemos considerar que han terminado) y cuándo empiezan otros. Además, los tipos de feminismo, en ocasiones, se mezclan unos con otros, por lo tanto, resulta muy complicado establecer fechas concretas y divisiones temporales. Aun así, consideramos que los feminismos incluidos en el apartado *Primeras tendencias del feminismo contemporáneo* se desarrollaron antes que los incluidos en el apartado *Últimas tendencias del feminismo*. En consecuencia, y como hemos apuntado, el objetivo de esta clasificación temporal es facilitar el entendimiento de lo que prosigue.

En la siguiente tabla hemos realizado un pequeño resumen de lo que vamos a estudiar a continuación, dividido de acuerdo a los dos espacios temporales que hemos señalado:

Tabla 2.16. Tipos de feminismo de la tercera ola, según la época en la que surgieron	
Primeras tendencias del feminismo contemporáneo: Finales de los años cuarenta hasta principios de los setenta	Últimas tendencias del feminismo contemporáneo: Décadas de los sesenta en adelante
El gran antecedente del feminismo: <i>El segundo sexo</i> (1949), de Simone de Beauvoir	Feminismos de la diferencia (feminismo cultural, francés e italiano)
Feminismo liberal (<i>La mística de la feminidad</i> , 1963, de Betty Friedan)	Feminismo institucional
Feminismo radical (<i>Política Sexual</i> , 1970, de Kate Millet; <i>La dialéctica del sexo</i> , 1970, de Shulamith Firestone)	Feminismo lesbiano
	Ciberfeminismo
	Ecofeminismo
	Feminismo poscolonial
	Feminismo negro
	Teoría <i>Queer</i>

Fuente: Elaboración propia

Como vemos en la tabla 2.16., la clasificación responde a criterios temporales. En la primera división, la cual va desde finales de los años cuarenta hasta principios de los setenta, tenemos tres tipos de feminismo: el primero es el desarrollado por Simone de Beauvoir, considerado el precursor del feminismo actual, a través de su obra *El segundo sexo* (1949); en segundo lugar, encontramos el feminismo liberal representado por *La mística de la feminidad* (1963) de Betty Friedan y la *National Organization for Women*; y, finalmente, el feminismo radical representado por Kate Millet y su obra *Política Sexual* (1970) y por Shulamith Firestone y su obra *La dialéctica del sexo* (1970).

La segunda división que podemos ver en la tabla 2.16. comienza en la década de los sesenta y llega hasta la actualidad. Los tipos de feminismo que encontramos en esta época son los siguientes: los feminismos de la diferencia, el feminismo institucional, el feminismo lesbiano, el ciberfeminismo, el ecofeminismo, el feminismo poscolonial, el feminismo negro y, por último, la teoría *Queer*.

Seguidamente, comenzamos con las primeras tendencias del feminismo contemporáneo.

2.2.2.4.1. Primeras tendencias del feminismo contemporáneo

Las primeras tendencias del feminismo contemporáneo se desarrollan tras terminar la Segunda Guerra Mundial. En general, el feminismo anterior a dicha guerra salió victorioso de las reivindicaciones que había exigido a las autoridades de los países occidentales. Tras años de esfuerzo y numerosas acciones colectivas de diversa índole, en las democracias occidentales, el derecho al voto y el derecho a la educación de las mujeres habían sido conseguidos. En consecuencia, empezaba una nueva etapa para mujeres y hombres. En este sentido, Valcárcel se pregunta si, tras conseguir los bienes liberales y dar por terminados el sufragismo y la misoginia romántica, las cosas serían diferentes (2012: 93). Evidentemente, un gran número de mujeres tenían ante sí oportunidades que nunca antes habían tenido; sin embargo, la opresión tiene muchas caras, y algunas son más complicadas de reconocer que otras. Es innegable que al feminismo todavía le quedaba trabajo por delante.

A continuación, comenzaremos con una de las obras más importantes del feminismo del siglo XX, *El segundo sexo* (1949) de Simone de Beauvoir, y que da comienzo a la tercera ola.

2.2.2.4.1.1. El gran antecedente del feminismo: *El segundo sexo* (1949), de Simone de Beauvoir

La obra Simone de Beauvoir, *El segundo sexo* (1949), es considerada una obra fundamental para el feminismo. Después de la Segunda Guerra Mundial, esta obra relanza y vuelve a poner en el candelero la necesidad de la existencia del feminismo. La filósofa francesa, según Valcárcel (2012: 96), puso su talento al servicio de otra forma de hacer feminismo: ya no se trataba de las reivindicaciones, como hicieron las ilustradas y las sufragistas, sino de las explicaciones, de señalar las situaciones de opresión y entender de dónde vienen. Beauvoir escribió en esta obra un estudio completo sobre la condición de las mujeres en las sociedades occidentales, que abarcaba todos los aspectos del problema, y del cual son deudores todos los planteamientos feministas posteriores, tanto los que lo apoyan como los que se le oponen (López, 2005: 335). Este estudio fue realizado

desde una perspectiva existencialista, ya que Beauvoir bebió de varios filósofos franceses, existencialistas todos ellos, como fueron Sartre, Kierkegaard o Heidegger (López, 2005: 337).

La obra de Beauvoir consta de dos volúmenes. Tomamos como resumen la explicación que da Teresa López Pardina en la obra *Teoría feminista: de la Ilustración a la globalización. De la Ilustración al segundo sexo*, para hacer un recorrido general de las partes más importantes de *El segundo sexo* (López, 2005: 338 y ss.):

- Volumen I: partiendo de la categorización injusta de las mujeres como *lo Otro* y la opresión que ello supone, Beauvoir explicó cómo ha sido posible esa situación. Para ello, buscó en las ciencias empíricas y humanas, e interrogó a la Biología. Asimismo, concluyó que ésta no conforma a las mujeres como *lo Otro*. También interrogó al psicoanálisis y al materialismo histórico, y obtuvo los mismos resultados. A continuación, hizo un estudio histórico de la condición de las mujeres en las sociedades occidentales, desde la aparición del patriarcado hasta el siglo XX. Tras lo cual, confirmó que las mujeres siempre han sido *lo Otro* para los hombres.

Para Beauvoir, quien entendía al ser humano como transcendencia, el porqué de la opresión de las mujeres viene de la Prehistoria. Con la aparición de nuevos instrumentos (metal, bronce...) y nuevos proyectos, el hombre prehistórico no se contentó con cultivar su huerto, sino que deseó roturar nuevas tierras, ampliar su dominio sobre la naturaleza: “Esa voluntad de superación surge de la propia estructura del ser humano que es transcendencia y continuo proyecto de ser” (López, 2005: 350). A partir de este momento, los hombres se interesaron por la propiedad, por el enriquecimiento y la expansión, por la puesta en juego de la propia vida y por la dominación del *Otro* (López, 2005). De esta forma, arriesgando la propia vida, los hombres ejercieron su superioridad. En consecuencia, dicha superioridad no se le otorgó al sexo que engendra, sino al que mata.

- Volumen II: Beauvoir reconstruyó la manera en la que las mujeres vivían su condición de tales a partir de esta peculiar forma de ser que hicieron de ellas los hombres. Para ello utilizó distintos materiales, como historiales clínicos, diarios de mujeres, novelas, testimonios directos...

Beauvoir entendía que la forma en la que las mujeres vivían su condición de mujeres se configuraba social y culturalmente desde su nacimiento, de ahí su famosa frase “no se nace mujer, se llega a serlo”. A éstas, igual que a los hombres, se les asignaba un género, según su sexo. A partir de ahí, se les educaba y adiestraba. Para ilustrarlo, Beauvoir recorrió algunos momentos en la vida de las mujeres: *Formación* (Infancia, Adolescencia, Juventud e Iniciación sexual); *Situación* (Mujer casada, Madre, Vida social, Prostitución, Madurez y Vejez); y *Justificaciones* (analizó algunas opciones ilegítimas de la condición alienada de las mujeres, para lo que creó las figuras de la narcisista, la enamorada y la mística). Finalmente, en la última parte, titulada *Hacia la liberación*, propuso algunas salidas a la opresión, fundamentalmente, la independencia económica y la lucha colectiva.

Continuamos dando algunos pequeños detalles de la obra de esta filósofa francesa. Desde el comienzo de *El segundo sexo*, Beauvoir hizo referencia a la categoría de *lo Otro*: “La mujer se determina y se diferencia con relación al hombre, y no éste con relación a ella; la mujer es lo inesencial frente a lo esencial. Él es el Sujeto, él es lo Absoluto; ella es *lo Otro*” (Beauvoir, 2000: 52). Beauvoir se preguntó cómo habían llegado las mujeres a ser *lo Otro*, de dónde venía su sumisión. Para dar respuesta a esta duda, la filósofa comparó la situación de las mujeres con la de otras minorías, como los judíos o los negros de EEUU; y concluyó que las mujeres, todas las mujeres, nunca constituyeron una clase (Beauvoir, 2000: 53). En este sentido afirmó, que tanto los judíos como los negros hablaban de un *nosotros*, es decir, se presentaban a sí mismos como sujetos, transformando a sus adversarios en *otros*. Por el contrario, las mujeres no decían *nosotras*, no se situaban como sujetos, no tenían intereses comunes: “[Las mujeres] No tienen pasado, historia, religión propias; tampoco tienen como los proletarios una solidaridad de trabajo y de intereses (...) Viven dispersas entre los hombres, atadas por el medio ambiente, el trabajo y de intereses; ni siquiera existe entre ellas esa promiscuidad espacial que convierte a los negros de América, a los judíos de los guetos, a los obreros de Saint-Denis o de las fábricas de Renault en una comunidad (...) Las burguesas son solidarias de los burgueses y no de las mujeres proletarias; las blancas de los hombres blancos y no de las mujeres negras” (Beauvoir, 2000: 53-54).

Tras la publicación de *El segundo sexo*, desde 1949 hasta 1970, se produjo una transición entre la Beauvoir teórica y Beauvoir activista, comprometida social y políticamente con la causa feminista (López, 2005: 353). En coherencia con lo teorizado hasta entonces, esta autora escribió prólogos para libros, ofreció entrevistas y conferencias (López, 2005: 353). Durante los años transcurridos, *El segundo sexo* (1949) se ha continuado leyendo en Europa y en América. Es un hecho reseñable que, en 1970, Beauvoir se hiciera militante del *Mouvement de Libération des Femmes* (MLF). Según las declaraciones a la periodista alemana Alice Schwarzer, antes no había militado porque el movimiento feminista era reformista; pero el que había surgido tras Mayo del 68 era un feminismo radical y en este sí merecía la pena enrolarse. Por eso en aquel momento declaró: “Soy feminista” (López, 2005: 353).

2.2.2.4.1.2. El feminismo liberal

Como se ha apuntado, tras la Segunda Guerra Mundial, el mundo occidental cambió notablemente a nivel político, económico, social, etc. Además, la obra fundamental de Beauvoir (1949) supuso un cambio importante para muchas mujeres, un cambio de conciencias y un cambio en sus vidas. En este sentido, Beauvoir (1949) ya había destapado, por una parte, las desigualdades de carácter histórico y, por otra, había dado los porqués de dichas desigualdades. En los sesenta, otra mujer, llamada Betty Friedan (1963), fue la encargada de destapar otras desigualdades, esta vez de carácter más actual.

La obra de Friedan se contextualiza en la década de los años cincuenta y los primeros años de los sesenta, cuando el modelo educativo cambió radicalmente. Los mensajes que comenzaban a difundirse después de la Segunda Guerra Mundial pretendían reconducir a las mujeres al hogar, así como que aceptaran la rígida división de funciones tradicionales (Valcárcel, 2012: 94). En este sentido, los gobiernos y los medios de comunicación se aprovecharon de la vuelta de los hombres a sus antiguos empleos tras la guerra, lo que hizo que las mujeres tuvieran que abandonarlos y

regresar al hogar, dando a entender que lo habían hecho de forma provisional, o “por la patria” (Valcárcel, 2012: 94). Para que las mujeres volvieran a sus quehaceres domésticos sin protestar, el hogar debía de renovarse y el papel femenino tradicional debía adecuarse a los nuevos tiempos. Esto es, había que encontrar una forma para que mujeres con derechos recientemente adquiridos, que conocían lo que era el trabajo asalariado y las ventajas que éste conllevaba, y con una formación elemental o media, vieran en la vuelta al hogar y en el papel de la ama de casa un destino grato (Valcárcel, 2012: 94).

Las estrategias que, a través de los medios de comunicación, tenían como objetivo el regreso de las mujeres al hogar, fueron numerosas (Valcárcel, 2012: 94). Sin embargo, una de las más potentes fue la ejercida por las revistas femeninas, las cuales aparecieron en los felices años 20 y se consolidaron en los 50: “Todas ellas propusieron un modelo de mujer nueva para oponer a la abuela ignorante y caduca. ‘Antes’ y ‘ahora’ se convirtieron en palabras clave. ‘Antes’ las abuelas hacían inconscientemente y por lo general mal una larga serie de cosas, por falta de perfeccionamiento y de oportunidades: no criaban bien a sus hijos, no conocían las buenas reglas de higiene, no sabían que llevar una casa exigía una licenciatura en asuntos domésticos. ‘Ahora’ las ‘mujeres modernas’, que eran ciudadanas y tenían formación, eran libres y competentes. Libres de elegir permanecer en su hogar y no salir a competir en un mercado laboral adusto. Competentes para llevar adelante la unidad doméstica mediante una planificación cuasi empresarial. El nuevo hogar tecnificado en el que los electrodomésticos libraban de algunas de las tareas más trabajosas y humillantes necesitaba a una *ingeniera doméstica* al frente. Una mujer que sabía que el éxito provenía de una correcta dirección de la empresa familiar” (Valcárcel, 2012: 94-95).

En este contexto, el feminismo liberal surgió gracias a los resultados de las investigaciones que Betty Friedan destapó en *La mística de la feminidad* (1963) y a la posterior creación de la *National Organization for Women* (NOW), de la que Friedan formó parte. A continuación, en primer lugar, detallaremos en qué contribuyó la obra de esta autora al desarrollo del feminismo liberal, y, en segundo lugar, nos referiremos al papel de la NOW en la evolución de dicho feminismo.

En primer lugar, en su obra titulada *La mística de la feminidad* (1963), tras un largo trabajo de investigación, Friedan llegó a la conclusión de que entre las mujeres norteamericanas de clase media existía un mal que ella denomina *el malestar que no tiene nombre* (Friedan, 2009: 63). No llegaba a ser depresión, era más bien una insatisfacción que no paraba de crecer entre mujeres que aparentemente lo tenían todo: a veces una carrera y siempre un marido, varios hijos e hijas, un hogar... Su papel consistía en realizarse como buenas esposas y buenas madres. “Las mujeres que padecen este malestar, cuya voz interior las está turbando, han vivido toda su vida buscando la realización femenina (...) Son mujeres cuya mayor ambición ha sido el matrimonio y los hijos. Para las mayores entre ellas, aquellas hijas de la clase media norteamericana, no había otro sueño posible. Las que han cumplido los cuarenta y los cincuenta, que en algún momento tuvieron otro sueño, renunciaron a él y se lanzaron con entusiasmo a la vida de ama de casa. Para las más jóvenes, las nuevas esposas y madres, éste ha sido su único sueño (...) Esas mujeres son muy ‘femeninas’ en el sentido habitual del término, y sin embargo siguen padeciendo el malestar” (Friedan, 2009: 63).

Según esta autora, las amas de casa se encontraban atrapadas por unas cadenas que sólo existían en su propia mente (Friedan, 2009: 68). Esas cadenas se crearon con ideas falsas y con hechos malinterpretados, con verdades incompletas y opciones irreales. En este sentido, las mujeres que sufrían *el malestar que no tiene nombre* eran el resultado de “(...) problemas nuevos y viejos que

llevan años torturando a las mujeres y a sus maridos e hijos, y desconcertando a los médicos y a los responsables del mundo educativo. Bien pudiera ser la clave de nuestro futuro como nación y como cultura. No podemos seguir ignorando esa voz que resuena en el interior de las mujeres y que dice: ‘Quiero algo más que mi marido, mis hijos y mi hogar’” (Friedan, 2009: 68-69).

La expresión *mística de la feminidad* que dio título a la obra de Friedan se empleaba, según su autora, para describir un conglomerado de discursos y presupuestos tradicionales acerca de la feminidad que no permite la participación activa de las mujeres en su sociedad (2009: 69). Tal y como relata Valcárcel (2012: 96-97) en la versión de la obra de Friedan en castellano, la mística de la feminidad es la imagen de lo *esencialmente femenino*, eso de lo que hablan y a lo que se dirigen las revistas para mujeres, la publicidad y los libros de autoayuda. Eso que comienza como un difuso malestar y termina por producir enfermedades verdaderas (Valcárcel, 2012: 98).

Como hemos comentado, tanto *La mística de la feminidad* (1963) de Betty Friedan como *El segundo sexo* (1949) de Simone de Beauvoir fueron las obras que destaparon las desigualdades que a lo largo de la historia han sufrido las mujeres (en el caso de la filósofa francesa), y algunas nuevas formas de desigualdades que fueron surgiendo tras cambios históricos importantes (en el caso de la escritora estadounidense). La obra de Friedan “Fue una descripción magistral del modelo femenino avalado por la política de los tiempos posbélicos y contribuyó decisivamente a que a la nueva generación de mujeres se le cayeran las escamas de los ojos. A partir de ella se podía nombrar al ‘malestar que no tiene nombre’, porque así llamaron las feministas de los setenta al estado mental y emocional de estrechez y desagrado, de falta de aire y horizontes en que parecía consistir el mundo que heredaban. Las primeras feministas de los setenta realizaron un ágil diagnóstico: el orden patriarcal se mantenía incólume (Valcárcel, 2012: 98). Efectivamente, *patriarcado* fue el término elegido para denominar el orden social, moral, económico, ideológico y político que mantenía y perpetuaba la jerarquía masculina” (Valcárcel, 2012: 98).

En segundo lugar, además del impacto social de la obra de Friedan, el feminismo liberal tuvo otro importante exponente: la *Organización Nacional de Mujeres* (NOW). Ésta fue una de las organizaciones feministas más poderosas de EEUU (Perona, 2005: 13). Friedan contribuyó a formar esta organización en 1966. En ella, las mujeres llevaban a cabo acciones concretas con el objetivo de conseguir determinados fines políticos. Esas acciones no eran fruto de la espontaneidad, sino que obedecían a unas pautas y procesos de reflexión previos (Perona, 2005: 13). De esta forma surgió el feminismo liberal, y su máxima exponente fue Betty Friedan.

El feminismo liberal tenía como características principales, por un lado, la definición de la situación de las mujeres como una situación de desigualdad, no de opresión y explotación; y, por otro lado, la petición de reforma del sistema para conseguir la igualdad real de los sexos (Perona, 2005: 25). Las liberales comenzaron argumentando que el problema de las mujeres era su exclusión de la vida pública. Por lo tanto, sus reivindicaciones iban encaminadas hacia su inclusión en el mercado laboral. De hecho, en la NOW tenían una sección en la que se formaba a las mujeres para que pudieran acceder a cargos públicos. Años después se vería que las desigualdades entre hombres y mujeres no desaparecerían al entrar éstas en el mercado laboral. Es más, continuarían tanto en el ámbito público como en el privado. La doble jornada laboral y la imagen de las mujeres serían los siguientes problemas a los que habría que hacerles frente (Perona, 2005: 26). Friedan fue consciente de todo esto cuando escribió *La segunda fase* (1981). Para solucionarlo, propuso “una revolución de la vida doméstica” (Perona, 2005: 27), que tuviera como objetivo el reparto de todas las tareas del

hogar susceptibles de ser compartidas, y un cambio de las instituciones públicas para aquellas tareas domésticas que no pudieran compartirse por la razón que sea (creación de guarderías, comedores, lavanderías comunitarias...).

Sin embargo, el feminismo radical comenzó a ganar importancia y pronto las mujeres más jóvenes pasaron a ser de izquierdas y abrazar la tesis de *lo personal es político*. Según Einsenstein (visto en Perona, 2005: 17), el feminismo liberal estaba condenado a un futuro radical, si quería alcanzar sus objetivos. Durante las décadas 60 y 70, el feminismo radical fue el gran protagonista, aunque cuando comenzó su declive, algunos años más tarde, el feminismo liberal comenzó a crecer de nuevo.

2.2.2.4.1.3. El feminismo radical

Como afirma Valcárcel, el nicho político de nacimiento de la tercera ola del feminismo fue la izquierda contracultural sesentaiochista (2012: 98). El popularmente conocido como *Mayo del 68* supuso una agitación en cuanto a las concepciones políticas que se tenían hasta el momento. Del mismo modo, se diseñó el estado del bienestar y hubo una revolución en la transmisión de saberes, así como cambios profundos en las formas de vida (Valcárcel, 2012: 98-99).

El feminismo radical comenzó a fraguarse a principios de la década de los 60 en EEUU (Puleo, 2005a: 38). Las sociedades occidentales vivían en sistemas que promulgaban la universalidad; sin embargo, las contradicciones eran evidentes. El sistema político, económico y cultural era también sexista, racista, homófobo, clasista e imperialista. Al tomar conciencia de esto, surgieron diversos movimientos sociales radicales, como el movimiento antirracista, el estudiantil, el pacifista y el feminista, entre otros (ver tabla 2.2.). Estos movimientos sociales no estaban interesados en la política reformista de los grandes partidos, sino en crear nuevas formas de vida. Muchas mujeres entraron a formar parte de estos movimientos sociales, y de nuevo tomaron conciencia de su opresión. Al igual que les ocurrió a las sufragistas en la lucha contra la esclavitud, pronto se vieron realizando trabajos secundarios, “propios de su sexo” (Puleo, 2005a: 39). No hacían política, no tomaban decisiones dentro de los movimientos a los que pertenecían. Por lo tanto, la primera decisión de estas mujeres fue separarse de los hombres, y de forma autónoma, crear su propia organización, el *Movimiento de Liberación de la Mujer* (Puleo, 2005a: 39).

Según Alicia Puleo, el feminismo radical se diferencia del liberal en que, mientras este último, sólo pedía la integración de las mujeres en el trabajo asalariado; el feminismo radical iba más allá: reivindicaba la sexualidad y el derecho al aborto (2005a: 41).

Respecto a los planteamientos teóricos, dos obras fueron fundamentales: *Política sexual* de Kate Millet y *La dialéctica de la sexualidad*, de Shulamith Firestone, ambas publicadas en 1970. Utilizando las herramientas teóricas que les proporcionaron el marxismo, el psicoanálisis y el anticolonialismo, ambas autoras acuñaron conceptos que todavía hoy consideramos básicos en el feminismo, por ejemplo, *patriarcado*, *género* y *casta sexual* (Puleo, 2005a: 42).

El concepto *género*, por ejemplo, es quizá una de las aportaciones más importantes y actuales de este feminismo, ya que lo definían como los aspectos socio-culturales y construidos que se utilizan para adscribir unas características diferentes a uno y otro sexo (Puleo, 2005a: 42). Así

pues, distinguían entre el género y el sexo, éste último entendido como un mero dato biológico (Puleo, 2005a: 42). La categoría género se utiliza todavía hoy como un elemento crítico destinado a desmontar las relaciones de los géneros (esta categoría será analizada en profundidad en el apartado 2.2.3.2.1. *Definición y clasificaciones previas de la acción colectiva feminista*).

El término *radical*, etimológicamente, significa tomar las cosas por la raíz, es decir, ir a la raíz misma de la opresión: “(...) [el feminismo radical] desde el principio había planteado la subversión del orden normativo heredado” (Valcárcel, 2012: 100). El deber más importante de las feministas radicales fue poner fin, precisamente, a dicho orden normativo y, por ello, se centraron en la esfera privada. Identificaron, en este sentido, el ámbito privado como el centro de la dominación patriarcal, es decir, la familia y la sexualidad, y las relaciones de poder que operan en ambas.

Una de las teorizaciones más importantes del feminismo radical es la que se centra en contraponer el feminismo radical al liberal, sobre todo, en lo que a la sexualidad se refiere (Puleo, 2005a: 42). Para las radicales, no se trata sólo de ganar el espacio público (igualdad en el trabajo, la educación o los derechos civiles y políticos), sino también transformar el espacio privado (Puleo, 2005a: 42). Las feministas radicales eran herederas de la *revolución sexual* de los años sesenta, pero desde una actitud crítica. Es por esto por lo que consideraban la sexualidad como una construcción política, en la que el deseo sexual se construía de forma patriarcal (Puleo, 2005a: 43). En este sentido, Kate Millet (1970), afirmó al comienzo de su obra “El coito no se realiza en el vacío; aunque parece constituir en sí una actividad biológica y física, se halla tan firmemente arraigado en la amplia esfera de las relaciones humanas que se convierte en un microcosmo representativo de las actitudes y valores aprobados por la cultura” (Millet, 1995: 67). Algunas feministas radicales lucharon contra esa construcción patriarcal del deseo reivindicando la bisexualidad y el lesbianismo (Puleo, 2005a: 43). En consecuencia, surgió el feminismo lesbiano que consideraba el amor entre mujeres como un acto de liberación (Puleo, 2005a: 43). En las décadas siguientes, éste sería uno de los puntos más polémicos en la agenda feminista radical, sobre todo, en los años 80, cuando se enfrentaron distintas corrientes en la caracterización de las identidades feminista y lesbiana, la ética sexual y el grado de coherencia exigible a la militancia feminista (Puleo, 2005a: 44).

Otro de los temas importantes en los que las feministas radicales demostraron su lucidez fue el de la violencia (Puleo, 2005a: 44). La periodista y activista estadounidense Susan Brownmiller, en su obra *Against our Will: Men, Women, and Rape* (1975), realizó un estudio sociológico e histórico de la violación como política patriarcal (visto en Puleo, 2005a: 44). En la obra, la autora reivindicó la necesidad de superar la visión del violador como un ser enfermo. Asimismo, entendía que la violación no era un acto aislado; era, más bien, una herramienta utilizada por el patriarcado para controlar el movimiento y los desplazamientos de las mujeres. Las violaciones actuaban como toques de queda encubiertos, las mujeres son *obligadas* a no aventurarse solas en determinados lugares y a determinadas horas (Puleo, 2005a: 44).

Entre las reivindicaciones radicales se encuentran los derechos sexuales y reproductivos, la anticoncepción, la despenalización del aborto, el cambio en las relaciones de pareja, entre otros. En cuanto a los análisis, se profundizó en los estudios sobre el trabajo doméstico, la imagen, la pornografía, la prostitución, los abusos, la violencia... (Valcárcel, 2012: 136).

Como puede observarse, las aportaciones de las feministas radicales fueron abundantes y se tienen muy en cuenta en la actualidad. Además de revolucionar la teoría política y feminista,

organizaron grandes protestas públicas, desarrollaron grupos de autoconciencia y crearon centros alternativos de ayuda y autoayuda (guarderías, centros de mujeres maltratadas, centros de defensa personal...). En este sentido, crearon no sólo espacios propios para estudiar y organizarse, también desarrollaron otro tipo de actividades que tenían como objetivo actuar fuera de las normas del patriarcado. Abogaban por una salud y ginecología que no fueran androcéntricas y animaban a las mujeres a conocer su propio cuerpo.

En 1967 se creó en Chicago el *New York Radical Women*, fundado por Shulamith Firestone y Pam Allen. Se trataba de un grupo de mujeres en el que cada mujer participante explicaba cómo sentía ella su propia opresión (Valcárcel, 2012). Los grupos fomentaban la autoestima de las mujeres y daban valor a sus palabras. En ellos, cada mujer se iba reconociendo como persona con identidad propia. Era importante lo que cada una sentía, lo que cada una pensaba. No se trataba de cómo debían ser sino de cómo eran realmente.

De todas estas experiencias, además del lenguaje político propio de la izquierda contracultural, surgieron las obras anteriormente citadas, y que a continuación detallaremos: *Política sexual* (1970), de Kate Millet y *La dialéctica del sexo* (1970) de Shulamith Firestone.

En primer lugar, analizaremos la obra de Kate Millet, *Política sexual* (1970). En 1998, Millet fue incluida en la lista de *The New York Times* de los diez personajes que más han marcado el siglo XX (Puleo, 2005a: 47). Su obra principal, publicada en el año 1970, fue dividida en tres partes. En la primera de ellas, la autora afirmó que el sexo es una categoría política. Para probarlo analizó la función del poder y la dominación en la literatura contemporánea y, de forma teórica, estudió la relación social existente entre los sexos (Puleo, 2005: 48). En este punto, Millet analizó aspectos ideológicos, biológicos, sociológicos, etc. de lo que ella consideraba una institución política: el patriarcado (Puleo, 2005a: 48).

En la segunda parte de la obra, Millet hizo un recorrido histórico con el objetivo de entender la transformación y la evolución de las relaciones sexuales durante los siglos XIX y XX (Puleo, 2005: 48). Además, intentó arrojar luz sobre el ambiente reaccionario creado entre los años 1830 y 1930, o lo que ella denomina la *revolución sexual*; y la *contrarrevolución*, es decir, la vuelta atrás al modo de vida más patriarcal, entre los años 1930 y 1960 (o lo que anteriormente hemos denominado *mística de la feminidad*, siguiendo a Friedan (1963)).

En la última parte, Millet dedicó cuatro capítulos a cuatro escritores: tres de ellos representativos de la época de la *contrarrevolución* (D.H. Lawrence, Henry Miller y Normal Mailer), y el último, Jean Genet, contrastó con los anteriores porque analizó la jerarquía sexual, a través de un punto de vista homoerótico (Puleo, 2005a: 50).

La parte de la obra de esta feminista radical estadounidense de la que nos interesa extraer algunas conclusiones es la parte en la que teorizó sobre el sexo como categoría política, y en qué forma afecta a la relación entre los sexos (Puleo, 2005a: 51). Así pues, Millet se preguntó si era posible considerar la relación que existe entre los sexos desde un punto de vista político. Para dar respuesta a esta cuestión, evidentemente, fue necesario que definiera el término *política*. Muy acertadamente, Millet entendía por política "(...) el conjunto de relaciones y compromisos estructurados por el poder, en virtud de los cuales un grupo de personas queda bajo el control de otro grupo" (Millet, 1995: 68). Esta autora pensaba que la política que todas las personas

conocemos no es aquella que se rige por una serie de principios agradables y racionales, de la que queda erradicada cualquier forma de dominio sobre otras personas. La política en la que la ciudadanía piensa es, más bien, todo lo contrario a lo que es en realidad (Millet, 1995).

Una vez aclarado este punto, lo que Millet se propuso demostrar fue que “El sexo es una categoría social impregnada de política” (Millet, 1995: 68), por lo que vio necesario desarrollar una teoría política que estudiase las relaciones de poder, no sólo en los espacios habituales (en los espacios públicos), sino también en aquellos espacios a los que la política no llegaba (en los espacios privados). Así pues, Millet propuso analizar las relaciones de poder en las esferas privadas de los miembros de grupos delimitados por la raza, la casta, la clase y el sexo (Puleo, 2005: 49). A través del ejemplo de cómo, en EEUU, se había comenzado a admitir que la relación racial era un nexo político que implicaba el dominio de una raza sobre otra, Millet afirmó que no ocurre lo mismo con el patriarcado y la relación entre los sexos: “En nuestro orden social, apenas se discute y, en casos frecuentes, ni siquiera se reconoce (pese a ser una institución) la prioridad natural del macho sobre la hembra. Se ha alcanzado una ingeniosísima forma de ‘colonización interior’ (...) Aun cuando hoy día resulte casi imperceptible, el dominio sexual es tal vez la ideología más profundamente arraigada en nuestra cultura, por cristalizar en ella el concepto más elemental de poder” (Millet, 1995: 69-70).

Tal y como hizo Beauvoir, Millet examinó la relación de la imagen de las mujeres con el mito y la religión (Puleo, 2005a: 53) y llegó prácticamente a las mismas conclusiones. Tanto en los mitos como en la religión, la mujer es vista como la *Otra*, y sobre ella se proyectan significaciones de maldad e impureza (por ejemplo, Eva y Pandora).

En segundo lugar, analizaremos La *dialéctica del sexo* (1970) de Shulamith Firestone, quien, al igual que Millet, creó su feminismo a partir de los movimientos contestatarios surgidos en la década de los 60. Según Amorós, esta joven autora (escribió su obra más importante a los veintiséis años) tomó las herramientas de la tradición marxista y, sobre todo, de la freudo-marxista (2005: 75). Estos últimos pertenecían a la Escuela de Frankfurt, y son catalogados como freudo-marxistas porque su trabajo consistió en redefinir conceptos marxistas utilizando conceptos freudianos, así como redefinir conceptos freudianos utilizando conceptos marxistas. Autores como Wilhelm Reich y Marcuse, teóricos ambos de la revolución sexual, fueron importantes, sobre todo, en Mayo del 68 (Amorós, 2005: 75).

Firestone comenzó su obra central, *La dialéctica del sexo* (1970), haciendo referencia a que fue necesario alcanzar un cierto nivel evolutivo y técnico para poner en cuarentena lo que, hasta entonces, se consideraba un estado biológico fundamental, esto es, la división genérica de los sexos y, de ahí, la subordinación de lo femenino a lo masculino (Amorós, 2005: 76). Esa puesta en cuarentena permitió que, en algunos países y por vez primera en la historia, se dieran las condiciones previas para una revolución feminista; es más, las circunstancias empezaron a “exigir dicha revolución” (Firestone, 1976: 9). De esta forma, Firestone hizo suya la idea marxista según la cual “La humanidad solamente se plantea los problemas que puede resolver”, esto es, solamente se plantea determinados problemas cuando existen las condiciones técnicas que van a hacer posible la revolución feminista radical (Amorós, 2005: 76).

Asimismo, afirmó que “(...) lo ‘natural’ no es necesariamente valor ‘humano’” (Firestone, 1976: 19), pues los avances de la humanidad ya han desbordado la naturaleza. No puede seguir justificándose un sistema discriminatorio de clases sexuales haciendo alusión a la naturaleza. En este

sentido, Firestone apuntó a que éste es un problema político, y no era suficiente con hacer un análisis histórico porque, si bien los hombres eran cada vez más capaces de librarse de las circunstancias biológicas que crearon su superioridad sobre mujeres y niños y niñas, no estaban dispuestos a perder sus privilegios de clase. Por esta razón, las mujeres debían luchar, al igual que lo hizo el proletariado para suprimir las clases económicas, por una revuelta feminista, así como por la incautación del control de la reproducción, de forma temporal (Firestone, 1996: 20): “Al igual que el objetivo final de la revolución socialista no se limitaba a la eliminación de los *privilegios* de los estamentos económicos, sino que alcanzaba a la eliminación de la *distinción* misma de clases, el objetivo final de la revolución feminista no debe limitarse (a diferencia de los primeros movimientos feministas) a la eliminación de los *privilegios masculinos*, sino que debe alcanzar a la *distinción* misma de sexo” (Firestone, 1996: 20).

A lo largo de los diez capítulos que conforman *La dialéctica del sexo* (1970), Firestone analizó la teoría freudiana y cómo se utilizó para “(...) exterminar la insurrección femenina” (Firestone, 1976: 90) y proteger la rígida familia nuclear patriarcal, la cual constituye una distribución del poder desigual. Firestone también analizó la importancia de los mitos culturales, sobre todo, el del amor romántico porque “(...) un libro sobre el feminismo radical que no tratara del amor, sería un fracaso político, porque el amor, más quizá que la gestación de los hijos, es el baluarte de la opresión de las mujeres en la actualidad” (Firestone, 1976: 159). La autora hizo, además, una dura crítica a lo que esta emoción suponía para las mujeres, y cómo la cultura creada por los hombres se aprovechaba de ello: “La cultura (masculina) fue construida sobre el amor de las mujeres y a sus expensas” (Firestone, 1976: 160).

Asimismo, Firestone examinó a fondo las facciones básicas en el interior de los movimientos feministas e incitó a asumir una postura radical capaz de desarrollar un nuevo estilo político que reconciliase la prerrogativa femenina con el mundo exterior, como explica el lema *lo personal es político*. *La dialéctica del sexo* (1970) esbozó un proyecto alternativo, una sociedad postrevolucionaria, en la que el sistema de clases sexuales desapareciera para dar paso a una alternativa más humana que se resume en cuatro puntos (Firestone, 1976: 258 y ss.):

- Liberación de las mujeres de la tiranía de la carga reproductiva y la ampliación que se produce de la función reproductora y educadora a toda la sociedad globalmente considerada (las mujeres como *madres sociales*).
- Auto-determinación plena, incluyendo la independencia económica, tanto de mujeres como de niños/as.
- Integración total de las mujeres y niños/as en todos los aspectos de la sociedad global (abolición de las instituciones que segregan a los sexos o separan a niños/as de la sociedad adulta).
- Libertad de mujeres y niños/as para hacer cuanto deseen sexualmente.

Por lo tanto, tanto Millet como Firestone son el máximo exponente del feminismo radical, tanto en su vertiente teórica como en la vertiente de la práctica política. Ambas desarrollaron su teoría feminista a partir de los movimientos contestatarios de la década de los 60 y ambas argumentaron la desigualdad de los sexos desde un punto de vista político.

A continuación, terminaremos el apartado sobre las primeras tendencias del feminismo de la tercera ola, estudiando brevemente la nueva alianza entre el feminismo y el socialismo en los años setenta.

2.2.2.4.1.4. Feminismo y socialismo: la nueva alianza

Según Molina, el feminismo socialista contemporáneo desarrollado teóricamente en EEUU es uno de los tipos de feminismos más interesantes (2005: 149). Lo cierto es que, desde los años setenta, las universidades (a través de los departamentos de *Women Studies*), y algunas revistas estadounidenses se han ido abriendo al feminismo (Molina, 2005: 149). Entre las revistas más influyentes en este tema se encontraban *New Left Review*, *Socialist Review* o *Signs* (Molina, 2005: 149). En esta última han colaborado feministas de la talla de Iris Young, Zillah Eisenstein, Nancy Hartsock, Sandra Harding... desde el socialismo marxista; Nancy Fraser o Sheila Benhabib desde la Teoría Crítica; Judith Butler y Donna Haraway desde posiciones posestructuralistas... (Molina, 2005: 149).

Si bien es cierto que el feminismo socialista no consiguió organizarse de la forma en la que lo hicieron las liberales creando el organismo NOW, su desarrollo teórico ha sido más riguroso (Molina, 2005: 149). Esta característica del feminismo socialista supuso desde sus inicios una contradicción para muchas mujeres: éste fue un feminismo desarrollado en las universidades que debía responder a las demandas y a las experiencias de mujeres feministas que no tenían, por lo general, tal formación (Molina, 2005: 149-150). Por lo tanto, fue necesario buscar estrategias para llegar a todo tipo de mujeres. El feminismo socialista comenzó esta tarea haciendo autocrítica tras contrastar que había mujeres que no entendían de lo que hablaba su teoría y, más importante si cabe, se incorporaron otras voces, como las de mujeres negras, chicanas o lesbianas (Molina, 2005: 150). Como consecuencia, el feminismo socialista fue capaz de responder a las necesidades de mujeres diferentes, ya que su opresión no sólo se definía en términos de sexo, sino también de clase, raza u orientación sexual.

Los primeros grupos feministas socialistas surgieron a finales de los 60 y principios de los 70 en EEUU, y bebieron del feminismo liberal y, sobre todo, del feminismo radical (Molina, 2005: 150). De éste último cogieron tanto la concepción de un antagonismo fundamental entre las *clases sexuales*, como las prácticas de *concienciación feminista* a partir de las experiencias de distintas mujeres (Molina, 2005: 151-152).

Las feministas socialistas, por lo tanto, reconocían la existencia del patriarcado, como un sistema de dominación sexual, y del socialismo, como una lucha contra el sistema capitalista o de clases. Durante la década de los 70, se intentó conciliar teóricamente ambas filosofías, y muchas autoras defendieron la complementariedad entre ambas, por ejemplo, Sheyla Rowbotham, Roberta Hamilton, Zillah Eisenstein y Juliet Mitchell (Molina, 2005: 184). De lo que no queda ninguna duda hoy en día es que tanto el feminismo como el socialismo se enriquecieron mutuamente, aportando visiones y categorías de análisis diferentes pero útiles para ambos. El feminismo potenció el análisis de las relaciones sociales, aportando una visión de género, así como de clase, de raza y de orientación sexual, y las categorías de análisis como lo privado y lo público, lo material y lo económico o la producción y la reproducción (Molina, 2005: 185). En este sentido, el feminismo presentó a debate temas que el socialismo históricamente había relegado, como fueron las

relaciones personales, la política sexual y el deseo femenino, o lo que llamaron *la cuestión femenina*: “[El feminismo] Ha hablado sobre el derecho del ser humano mujer, no sólo a satisfacer sus necesidades físicas por medio de un acceso igualitario a los recursos, sino el derecho a otras necesidades tan vitales como las de ser amada, considerada y autorizada en la misma medida en que ellos lo son. Y ha llamado la atención sobre las formas en que se organiza el deseo y el sexo en el *género* donde la mujer es objetualizada y explotada” (Molina, 2005: 185).

Tras analizar el feminismo surgido tras la Segunda Guerra Mundial gracias a la teoría y la práctica de autoras como Simone de Beauvoir, Betty Friedan, Kate Millet o Shulamith Firestone, a continuación, comenzaremos con las últimas tendencias del feminismo contemporáneo, surgido a partir de los años setenta.

2.2.2.4.2. Últimas tendencias del feminismo contemporáneo

Durante las décadas sesenta y setenta, el feminismo se desarrolló en varias direcciones. A los tipos de feminismos que hemos descrito en el apartado anterior (el desarrollado por Beauvoir, el feminismo liberal, el feminismo radical y la alianza entre el feminismo y el socialismo), hubo que sumarles otros modelos de feminismo que fueron germinando poco a poco (ver tabla 2.16.). Los conceptos y las reformulaciones realizadas en esta época constituyen la base en la que se mueve el pensamiento feminista actual.

En los años setenta se reivindicaba, en un sentido general, el cuerpo y la sexualidad como propios; y, en un sentido concreto, se especificaba la lucha por una orientación sexual elegida y practicada libremente, el derecho al aborto, la contracepción, la salud mental y física... Se idearon eslóganes como *Nosotras parimos, nosotras decidimos*, y se crearon colectivos de autoayuda y autoconocimiento corporal, entre los que se encontraba el de Boston, que publicó una obra titulada *Nuestros cuerpos, nuestras vidas* y contaba experiencias de expresión corporal, control de la propia sexualidad y reproducción y búsqueda de sensaciones placenteras a través del cuerpo, tabúes incontestables hasta aquel momento (Simón, 2008: 48).

En cuanto a la acción colectiva, las feministas organizaron múltiples manifestaciones con las que pretendían tomar la calle y provocar, para así aparecer en los medios de comunicación, crear conciencia y ser visibles. En algunas de las acciones que llevaban a cabo para protestar contra los concursos de *Misses*, por ejemplo, quemaban sujetadores y lanzaban maquillajes y zapatos de tacón; en otras, reclamaban la noche, se autoinculpaban de haber abortado y de ser adúlteras, para demostrar que las convenciones sociales y las leyes habían sido realizadas sin contar con ellas ni con su capacidad de elección sobre sus cuerpos y sus vidas (Simón, 2008: 48).

A continuación, realizaremos un breve resumen sobre las tendencias actuales dentro del feminismo. Como ya hemos apuntado al comienzo del apartado 2.2.2.3. *Tercera ola: el feminismo contemporáneo*, los feminismos desarrollados a partir de los años sesenta fueron los siguientes: los feminismos de la diferencia, el feminismo institucional, el feminismo lesbiano, el ciberfeminismo, el ecofeminismo, el feminismo postcolonial, el feminismo negro y la teoría *Queer*.

2.2.2.4.2.1. Feminismos de la diferencia

Los feminismos de la diferencia abogan por identificar y defender las particularidades de las mujeres y del género femenino, es decir, construir una cultura propia, un nuevo lenguaje y una simbología donde las mujeres puedan reconocerse, donde las mujeres no fuesen lo *Otro* (Rubio, 1990: 187). En otras palabras, los feminismos de la diferencia tienen como objetivo crear las condiciones necesarias para que la sociedad valore todo lo femenino (Rubio, 1990: 188).

Además, las feministas de la diferencia no creen en la igualdad porque está elaborada formalmente mediante la proclamación de la universalidad de la categoría de sujeto, es decir, del hombre (Rubio, 1990: 186).

En el seno de los feminismos de la diferencia encontramos tres tipos: el feminismo cultural, el feminismo francés de la diferencia y el feminismo italiano de la diferencia. A continuación, analizaremos brevemente cada uno de ellos.

En lo que respecta al feminismo cultural, en los años sesenta, una parte del movimiento feminista norteamericano dejó de sentirse en situación de reivindicar los derechos de las mujeres junto a las feministas radicales, que continuarían siendo mayoría hasta finales de los setenta (Osborne, 2005: 214). Este nuevo feminismo adoptó posturas radicales, pero en otra dirección. Las feministas culturales defendieron la exaltación de los que podríamos definir como el *principio femenino*, con la consagración de los *valores femeninos* (dulzura, ternura, dedicación a los demás...) y la denigración absoluta a los *valores masculinos* (Osborne, 2005: 217), es decir, la agresividad, la violencia, el liderazgo...

Por otra parte, tanto feminismo de la diferencia francés como el italiano, surgieron en clave filosófica y psicoanalítica. En cuanto al feminismo francés de la diferencia, surgió en los años 70 en Francia. Asimismo, surgió de un grupo de mujeres intelectuales, pertenecientes al ámbito académico y universitario, llamado *Psicoanálisis y política* (Posada, 2005a: 257). Este grupo se desvinculó desde un principio del movimiento feminista francés, que en esos momentos estaba centrado en conseguir el derecho al aborto.

La diferencia principal entre el feminismo francés de la diferencia y los feminismos que buscan la igualdad fue que, mientras los feminismos de la igualdad, de raíz ilustrada como hemos visto, abogaban por superar los géneros masculino y femenino porque entendían que las desigualdades que los componían estaban en la base de la sociedad patriarcal; el feminismo francés de la diferencia reclamaba esa división genérica de la humanidad y la entendía como algo no meramente cultural (Posada, 2005a: 294). Es más, éste último se fundamentó en una crítica al feminismo de la igualdad, "(...) al que tilda de reformista por demandar la equiparación de derechos entre hombres y mujeres. Para el feminismo francés de la diferencia la dualidad de géneros no puede ser reclamada ni abolida, puesto que se trata de un orden dual que no es ni cultural ni biológico, sino que pertenece al orden de las cosas mismas –casi en un sentido existencial u ontológico–" (Posada, 2005b: 294-295). Así, las feministas de la diferencia criticaron a las de la igualdad por buscar reformas institucionales y "Una igualdad que es la igualdad de un sistema injusto, asimilado a lo masculino; también por ignorar las diferencias psicosexuales de hombres y mujeres" (Gil, 2011: 62).

Por otra parte, tanto los feminismos de la igualdad como el francés de la diferencia tenían un punto en común entre tanta discrepancia: la idea de un sujeto fuerte, unitario, el sujeto Mujer. Aunque cada corriente entendía ese sujeto de forma diferente. Para unas, las de la igualdad, el sujeto debía ser un sujeto político y, para otras, un sujeto ontológico, cuya esencia es compartida y tiene un único significado: cada mujer representa la misma identidad-Mujer (Gil, 2011: 63).

El desarrollo teórico del feminismo francés de la diferencia va unido al nombre de Luce Irigaray, una de las figuras contemporáneas más reconocidas, fuera incluso del ámbito feminista. Esta filósofa, psicoanalista y lingüista belga entiende la diferencia, no como lo inferior, sino como lo no-idéntico, lo otro o lo diferente (Posada, 2005b: 296). En este sentido, Irigaray afirma que esa diferencia femenina ha pervivido fuera de los márgenes de lo simbólico (Posada, 2005b: 296). Por lo tanto, es necesario aceptar, según esta autora, que la humanidad está dividida en dos géneros, y

que, en el caso de las mujeres, necesitan una cultura que se adapte a su naturaleza (Posada, 2005b: 296).

El punto de vista de Irigaray ha sido blanco de numerosas críticas desde el pensamiento feminista. A finales de los años ochenta, de la mano de la alemana Alexandra Busch o de la norteamericana Nancy Fraser, las críticas venían a decir que las teorías del feminismo francés de la diferencia poco favor hacían a lo que el feminismo llevaba tantos años reivindicando: la igualdad de hombres y mujeres (Posada, 2005a: 297). Además, pareciera que esta corriente olvidara que, ante todo, el feminismo fue un movimiento de conquistas sociales, que siempre tuvo como objetivo la emancipación de las mujeres (Posada, 2005a: 297). Es justo decir que, en la práctica, a la hora de la militancia, muchas de las inquietudes de unas y otras eran las mismas (Gil, 2011: 63). Por una parte, las que defendían la diferencia lucharon por los derechos sociales para conseguir una sociedad más igualitaria. Por otra parte, las que defendían la igualdad, exigían que se tuvieran en cuenta las diferencias entre mujeres. Por lo tanto, las experiencias de unas y otras hicieron que dejasen a un lado las posiciones estáticas que la teoría les había ofrecido. Es más, descubrieron que la polarización del debate en términos dicotómicos igualdad/diferencia les conducía a un callejón sin salida, tal y como evidenció la historiadora Joan Scott (visto en Gil, 2011: 64).

En Italia también surgió una importante corriente del feminismo de la diferencia. Las italianas, muy influidas por las tesis de las francesas sobre la existencia de una identidad sexual propia y la experiencia de los grupos de autoconciencia de las estadounidenses, siempre mostraron su disidencia respecto a las posiciones mayoritarias del feminismo italiano, tal y como hicieron las francesas.

Esta corriente del feminismo se desarrolló principalmente en torno a la Librería de Mujeres de Milán, creada en 1975 (Posada, 2005b: 300). Así pues, sus inicios fueron tempranos. De hecho, dos obras son consideradas las iniciadoras fundamentales del feminismo italiano de la diferencia, ambas de 1970: *Manifiesto de Rivolta Femmineile*, de autoría colectiva y *Escupamos sobre Hegel*, de Carla Lonzi (Posada, 2005b: 301). Según Posada, en los dos escritos se afirma que no hay libertad posible para las mujeres, si no es dentro de la diferencia sexual. La igualdad se entiende como un concepto jurídico, abstracto, que no puede dar cuenta de la realidad femenina, mientras que la diferencia es un principio existencial (Posada, 2005b: 301-302).

A finales de la década de los 70, el feminismo italiano de la diferencia se enfrentó a algunos problemas políticos para los que tendría que elaborar un discurso propio acorde a sus principios filosóficos. En torno al aborto y a las leyes sobre la violencia sexual, este feminismo creó un *corpus* teórico peculiar (Posada, 2005b: 302). En cuanto al aborto, dos posiciones fueron mayoritarias. Por una parte, en los conflictos en los que entre en juego la diferencia sexual no deben reivindicarse leyes masculinas porque éstas se convierten en una operación que reduce a las mujeres a su condición y que termina siempre por negar la existencia del sexo femenino y no por representarlo (Posada, 2005b: 303).

Por otra parte, todas las estructuras sociales (jurídicas, políticas, científicas...) han sido creadas y desarrolladas por el pensamiento masculino, aunque en ocasiones parezcan neutras (Posada, 2005b: 303). En consecuencia, el feminismo italiano de la diferencia reclama una política en la que se creen relaciones sociales entre mujeres, se implemente lo femenino y se extienda la

diferencia sexual a todas las instituciones para poder crear leyes que las beneficien (Posada, 2005b: 303).

En cuanto a las leyes de la violencia sexual, en 1979 se inició una propuesta de ley a este respecto, a través de la vía de la iniciativa popular (Posada, 2005b: 304). En este sentido, las feministas de la diferencia rechazaron la representación política porque les resultaba inquietante abordar el sufrimiento de su propio sexo a través de leyes y porque, cualquier forma de representación, aunque sea asumida por mujeres, reduce a éstas al silencio (Posada, 2005b: 304): “Las italianas de la diferencia sexual apostarán, por tanto, por la abstención de las mujeres a la hora de participar en política, ya que entienden que las estructuras institucionales han sido creadas por el orden simbólico masculino” (Posada, 2005b: 304).

Así pues, según las feministas italianas de la diferencia, las leyes de los hombres nunca son neutrales porque son ellos los que las han creado, y la idea de resolver a través de esas leyes y reformas generales la situación de las mujeres es imposible. Las feministas italianas de la diferencia tildaron a los feminismos que buscaban la igualdad de victimistas por no respetar la diversidad de la experiencia de las mujeres. Además, plantearon que de nada sirve que las leyes den valor a las mujeres si éstas de hecho no lo tienen.

A continuación, analizaremos el feminismo institucional.

2.2.2.4.2.2. Feminismo institucional

El feminismo institucional toma diferentes formas según los países en los que se ha desarrollado. Sin embargo, tiene algo en común en todos ellos: el feminismo institucional apuesta por situarse dentro del sistema. Este hecho suscitó en su momento, y continúa haciéndolo hoy en día, grandes contradicciones. Por un lado, ha traído avances de derechos para las mujeres; pero por otro, hay quienes consideran incluso que el institucional no es feminismo. Lo cierto es que el asentamiento del feminismo institucional ha supuesto un cambio lento y difícil para todo el feminismo, ya que éste parte de una vocación radical, desarrollado siempre en oposición al poder establecido (Simón, 2008: 49). En este sentido, el feminismo es y debe ser “(...) impertinente, insurgente y subversivo y siempre radical, pues va directamente a las raíces del patriarcado, para cercenarlas y que no sigan creciendo” (Simón, 2008: 49).

Aun así, el feminismo institucional ha ayudado a mejorar la situación de discriminación de las mujeres. A partir de la Segunda Guerra Mundial se cuestionó el sistema patriarcal y se produjo un cambio en la definición de igualdad y en su aplicación normativa. Como consecuencia, la igualdad de mujeres y hombres se incluyó en la agenda pública internacional. A este respecto, a continuación, nos referiremos brevemente a las medidas para la igualdad tomadas por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), por la Unión Europea, por el gobierno del Estado español y por los gobiernos de las comunidades autónomas.

En cuanto a la ONU, el primer acontecimiento influyente ocurrió en el año 1948, tras la aprobación de la *Declaración Universal de los Derechos Humanos* a cargo de la Asamblea General de la ONU (Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 366). En su artículo 2º dice: “Toda persona tiene todos los derechos y libertades proclamadas en esta declaración, sin distinción alguna de raza, color, sexo, religión, opinión política, o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición”.

La *Declaración Universal de los Derechos Humanos* no era vinculante, pero tuvo una fuerza moral importante e hizo que se modificaran algunas constituciones para reflejar el contenido de este artículo. Años más tarde, en el marco de las Naciones Unidas, se creó la Comisión Jurídica y Social de la mujer en la que se propuso a votación la *Convención sobre la Eliminación de todas las formas de discriminación contra las mujeres*, aprobado en la Asamblea General en 1979 (entró en vigor dos años después). Entre otras acciones, la Convención encargó a los estados miembros que tomarán medidas para modificar los patrones socioculturales de conducta de hombres y mujeres, con el objetivo de eliminar las discriminaciones basadas en la superioridad o inferioridad de alguno de los sexos. También se hacía referencia al derecho de toda persona a tener un empleo, haciendo especial hincapié en las dificultades de las mujeres en dicha esfera.

Siguiendo con las acciones llevadas a cabo por las Naciones Unidas, se organizaron cuatro *Conferencias mundiales sobre la mujer*¹⁴, que se celebraron en Ciudad de México (1975), Copenhague (1980), Nairobi (1985) y Beijing (1995). En la primera conferencia, bajo el lema *Igualdad, Desarrollo y Paz*, se realizó un Plan de Acción Mundial (hasta 1985) en el que se incluía un programa de actuación para gobiernos y ONG referido a las principales esferas para la adopción de

¹⁴ La información acerca de las conferencias mundiales sobre la mujer ha sido extraída de: <http://www.unwomen.org/es/how-we-work/intergovernmental-support/world-conferences-on-women> [Fecha de consulta: 9 de septiembre de 2016].

medidas: cooperación internacional y paz; participación política; educación; capacitación, empleo, salud y nutrición; familia, población, vivienda, investigación y medios de comunicación. Asimismo, participaron 133 gobiernos y 6.000 representantes de ONG asistieron a un foro paralelo llamado la Tribuna del Año Internacional de la Mujer.

En 1980 y 1985 se celebraron otras dos conferencias en Copenhague y en Nairobi. En la primera de ellas participaron un total de 145 países. La conferencia tenía como objetivo examinar los avances realizados desde la primera conferencia, en relación con el cumplimiento de los objetivos que se habían propuesto, especialmente los relacionados con el empleo, la salud y la educación. El programa de acción aprobado, hacía un llamamiento a favor de adoptar medidas nacionales más firmes para garantizar la apropiación y el control de la propiedad por parte de las mujeres, así como a introducir mejoras en el ámbito de la protección de los derechos de herencia, de custodia de los/as hijos/as y de nacionalidad de la mujer.

En la conferencia de Nairobi se aprobó un mandato que establecía la obligación de tomar medidas concretas para superar los obstáculos para el logro de los objetivos de las conferencias anteriores. Participaron en ella 1.900 delegados/as de 157 estados y cerca de 12.000 participantes en un foro paralelo de ONG. Los gobiernos adoptaron las estrategias de Nairobi orientadas hacia el futuro para la mejora de la situación de las mujeres, que esbozaban las medidas que deberían adoptarse para lograr la igualdad de género a nivel nacional y promover la participación de las mujeres en las iniciativas de paz y desarrollo.

De las cuatro conferencias realizadas, la más importante fue, sin duda, la IV Conferencia Mundial sobre las Mujeres en Pekín en 1995. La Plataforma para la Acción aprobada incluye 362 apartados con medidas y objetivos para potenciar a las mujeres e incluye una descripción de los problemas más relevantes que impiden el avance de las mujeres, así como el origen y las causas de los mismos. También se señalan los objetivos a conseguir y se establecen medidas para alcanzarlos. Asimismo, se definen 12 esferas indispensables en las que es necesario trabajar para conseguir la igualdad de mujeres y hombres:

- La mujer y la pobreza
- Educación y capacitación de la mujer
- La mujer y la salud
- La violencia contra la mujer
- La mujer y los conflictos armados
- La mujer y la economía
- La mujer en el ejercicio del poder y la adopción de decisiones
- Mecanismos institucionales para el adelanto de la mujer
- Los derechos humanos de la mujer
- La mujer y los medios de difusión
- La mujer y el medio ambiente
- La niña

Con posterioridad a 1995, se celebraron varias reuniones internacionales, todas ellas en Nueva York (Pekín +5, Pekín +10, Pekín +15). Ninguna de ellas consiguió el efecto mediático que tuvo

la de Pekín. En este sentido, se continuó revisando las propuestas realizadas en las conferencias anteriores, así como nuevas estrategias y medidas para el futuro.

En lo que respecta al papel de la Unión Europea, se han aprobado diferentes planes para la igualdad de mujeres y hombres, por ejemplo, el *Plan de Trabajo para la Igualdad entre las mujeres y los hombres 2006-2010* que incluía seis áreas prioritarias: la independencia económica de mujeres y hombres, la conciliación de la vida privada y la actividad profesional, la representación equitativa en la toma de decisiones, la erradicación de las formas de violencia contra las mujeres, la eliminación de los estereotipos sexistas y la promoción de la igualdad en la política exterior y el desarrollo.

Los Programas de la Unión Europea tienen influencia a su vez en las políticas de igualdad que deben desarrollar los estados miembros. En el caso del Estado español, la Constitución de 1978 recoge en el artículo 14º el Principio de igualdad entre hombres y mujeres. También afirma en el artículo 9.2º que “Corresponde a los poderes públicos promover las condiciones para que la libertad y la igualdad del individuo y de los grupos en que se integra sean reales y efectivas; remover los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud y facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social”.

En 1984 se ratificó en Europa la *Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra las mujeres* y, dos años después, España entró en la Comunidad Europea. Como consecuencia, en el Estado español, se aplicaron directamente las políticas de acción positiva y la normativa comunitaria en materia de igualdad, ya que estaba obligado como Estado miembro. Sin embargo, el gobierno fue consciente de que dicha legislación no sería suficiente y puso en marcha Políticas de Igualdad de Oportunidades que incluían acciones concretas con el objetivo de mejorar la situación de las mujeres en todos los ámbitos. En 1983 se creó el Instituto de la Mujer, de ámbito nacional, el cual lanzó el I Plan de Igualdad de Oportunidades en 1988, de dos años de duración.

También encontramos la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género que trató de incidir en todos los aspectos de la vida (social, económico, laboral...), de manera integral, para reducir la violencia contra las mujeres, entendida como la máxima expresión de la desigualdad existente entre mujeres y hombres, así como para prevenir sus manifestaciones.

En cuanto a las actuaciones normativas más recientes, encontramos la Ley 3/2007, Ley Orgánica para la Igualdad efectiva de Mujeres y Hombres. En ella, se preveía la actuación de todos los poderes públicos. Las administraciones públicas debían tener en cuenta dicha ley, de forma activa, en la adopción y ejecución de sus disposiciones normativas, en la definición y presupuestación de políticas públicas en todos los ámbitos y en el desarrollo del conjunto de todas sus actividades. Además, se preveían medidas de acciones positivas con el fin de alcanzar esa igualdad real efectiva entre hombres y mujeres.

Por último, también las Comunidades Autónomas han elaborado planes de igualdad desde que la competencia sobre la igualdad de mujeres y hombres les fue transferida. Asimismo, también han realizado leyes de igualdad y leyes contra la violencia de género.

Seguidamente, analizaremos el feminismo lesbiano.

2.2.2.4.2.3. Feminismo lesbiano

El patriarcado requiere una heterosexualidad obligatoria (Castells, 2003: 293). Las distintas civilizaciones, en general, se basan en tabúes y represión sexual (Castells, 2003: 293): “La regulación del deseo sustenta las instituciones sociales y, de este modo, canaliza la transgresión y organiza la dominación” (Castells, 2003: 293). De esta forma, a través de la creación de un sistema de dominación que vincula el deseo sexual con la maternidad, la paternidad y la familia, surge un elemento debilitador: la asunción heterosexual (Castells, 2003: 293). Si se pone en entredicho dicho elemento, el sistema se desmorona: se cuestiona la vinculación entre el sexo controlado y la reproducción de la especie; se hace posible la hermandad de las mujeres y, después, su revolución; y, finalmente, la intimidad masculina amenaza la virilidad, con lo que se socaba la coherencia cultural de las instituciones dominadas por los hombres (Castells, 2003: 293).

En este complejo contexto, fraguado durante milenios, toma fuerza un tipo distinto de feminismo. Una vez que la crítica social sobre el género de las instituciones socavó el orden patriarcal, poner en tela de juicio las normas sexuales era el desarrollo lógico para el feminismo. Así, a finales de los años 70 del siglo XX comenzó a tomar forma el feminismo lesbiano que tenía como objetivo la creación de una identidad colectiva en la que las lesbianas pudieran reconocerse, y como bien sabe hacer el feminismo, se pretendía dotar a esa identidad de una dimensión política. En aquel momento se entendía el lesbianismo, y el movimiento gay en general, como una opción personal (no natural) y política, articulada en torno a la identificación con otras mujeres (Osborne, 2005: 240). En este sentido, el lesbianismo implicaba mucho más que el deseo y el placer sexual entre mujeres. Las lesbianas entendían su lucha como un ataque al patriarcado, considerado éste como un sistema de dominación cuyo pilar fundamental era, y continúa siéndolo hoy en día, la heterosexualidad obligatoria: “El movimiento gay y el de las lesbianas no defienden simplemente los derechos humanos básicos de elegir a quién amar y cómo hacerlo. Son además vigorosas expresiones de identidad sexual y, por tanto, de liberación sexual. Por eso, desafían algunos de los cimientos milenarios sobre los que las sociedades se construyeron en la historia: la represión sexual y la heterosexualidad obligatoria” (Castells, 2003: 311).

Una de las autoras más reconocidas de este pensamiento es Adrienne Rich. Poeta, intelectual, crítica y activista lesbiana norteamericana, Rich planteaba que la heterosexualidad, igual que la maternidad, debe ser reconocida y analizada como una institución política, ya que a través de ella se garantiza el acceso de los hombres a los cuerpos de las mujeres, así como su explotación sexual, afectiva y económica (Osborne, 2005: 242). Asimismo, Rich proponía dos conceptos importantes: *existencia lesbiana* y *continuum lesbiano* (Osborne, 2005: 242). La *existencia lesbiana* se entiende, por un lado, como un acto de resistencia; y por otro, como presencia (o falta de presencia) de las lesbianas en la historia, la falta de reconocimiento de su tradición y la destrucción de registros y documentación que reflejaban dicha historia.

El segundo concepto propuesto por Rich, el *continuum lesbiano*, se refiere a las diferentes experiencias de las mujeres, más allá de las relaciones sexuales, como, por ejemplo, el compartir una experiencia más profunda y rica, la unión solidaria contra la tiranía masculina o la resistencia al matrimonio.

Seguidamente, analizaremos el ciberfeminismo.

2.2.2.4.2.4. Ciberfeminismo

El ciberfeminismo vino propiciado por el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y por la influencia de las últimas tendencias teóricas feministas de la tercera ola que estamos explicando en este apartado. Las nuevas tecnologías favorecieron la incorporación del discurso feminista, ya que son un sistema de comunicación alternativo que permite los discursos no institucionales. Además, las ciberfeministas lo entendieron como un sistema en el que aparentemente se hace posible una disolución de los roles y a las identidades tradicionales.

En las últimas décadas se han ido desarrollando proyectos en torno a las interrelaciones entre mujeres y máquinas, las cuales forman parte del presente. El dominio de las máquinas, los ordenadores y la relación con el ser humano son factores decisivos a la hora de analizar el feminismo actual. Una de las guías intelectuales del ciberfeminismo es Donna J. Haraway, reconocida catedrática de la Universidad de California (EEUU). Sus ideas desencadenaron una explosión de debates en áreas tan diversas como la primatología, la filosofía y la biología evolucionista. En 1985 lanzó el polémico ensayo, considerado esencial dentro de esta corriente feminista, *The Cyborg Manifesto* (que forma parte del libro *Simians, Cyborgs and Women. The Reinvention of Nature*, 1991). Al escribir esta obra, la autora tenía como objetivo "(...) mostrar hasta qué punto la sociobiología es la ciencia de la reproducción capitalista" (Haraway, 1995: 72). Uno de los planteamientos que realizó Haraway fue el del concepto de *cyborg*, que definió de la siguiente forma: "Un *cyborg* es un organismo cibernético, un híbrido de máquina y organismo, una criatura de realidad social y también de ficción (...) El *cyborg* es materia de ficción y experiencia viva que cambia lo que importa como experiencia de las mujeres a finales de este siglo" (Haraway, 1995: 253). Así pues, es un invento surgido durante la Guerra Fría y transformado en una herramienta para la lucha feminista. Según la autora, el *cyborg* es un producto de la ciencia y la tecnología.

Sin embargo, Haraway no utilizó el término *ciberfeminismo* en sus ensayos. Las pioneras en el uso de dicho término fueron, a principios de los años 90, las integrantes del grupo *Adelaide* (Australia), Francesca da Rimini, Julianne Pierce, Josephine Starrs y Virginia Barratt, quienes lo acuñaron para presentar sus trabajos de experimentación entre el sujeto femenino, el arte y la virtualidad (De Miguel y Boix, s.f).

Otra autora central del ciberfeminismo fue Faith Wilding, artista multidisciplinaria, escritora y docente nacida en Paraguay en 1943. Wilding tendió un puente entre el ciberfeminismo, en concreto, desde el arte y el feminismo, y el ciberfeminismo social, como forma de intervención política. Sus dos principales plataformas de trabajo fueron el *Critical Art Ensemble* (CAE) de Nueva York y el grupo activista *subRosa*. Este último se autodefine como "(...) una célula ciberfeminista reproducible compuesta de investigadoras culturales comprometidas a combinar el arte, el activismo y la política para explorar y criticar los efectos de las intersecciones de las nuevas tecnologías informáticas y la biotecnología en el cuerpo, la vida y el trabajo de las mujeres" (visto en (De Miguel y Boix, s.f), cuyo nombre surge con el objetivo de "(...) honrar a pioneras feministas en el arte, el trabajo social y la política como Rosa Bonheur, Rosa Luxemburg, Rosie de Riveter y Rosa Parks" (De Miguel y Boix, s.f).

En el siguiente apartado analizaremos el ecofeminismo.

2.2.2.4.2.5. Ecofeminismo

El ecofeminismo es “(...) un nuevo término para designar un saber antiguo” (Mies y Shiva, 1993: 25), desarrollado a partir de los movimientos feminista, pacifista y ecologista de los años 70 y principios de los 80. Lo que propició que el ecofeminismo se popularizara fueron las numerosas actividades contra la destrucción del medio ambiente que se han dado en las últimas décadas. La fusión accidental del núcleo del reactor *Three Mile Island* llevó a un gran número de mujeres estadounidenses a reunirse en la primera conferencia ecofeminista, *Mujeres y vida en la Tierra: Conferencia sobre el ecofeminismo en los ochenta* (Mies y Shiva, 1993: 26). Así pues, las primeras ecofeministas comprendieron que, a pesar de que en las sociedades desarrolladas se habían solucionado antiguos problemas como la escasez de alimentos o viejas enfermedades, se había puesto en marcha un complejo proceso científico, económico, industrial y militar que provocaría nuevos peligros tanto para las personas como para el resto de los seres vivos (Puleo, 2005b: 125).

Sin embargo, la lucha contra la destrucción del medio ambiente no fue, ni lo es hoy en día, el único objetivo del ecofeminismo. De hecho, este tipo de feminismo es, por una parte, una afirmación de que existe una relación entre el dominio de las mujeres y el dominio de la naturaleza; por lo tanto, el ecofeminismo es considerado un feminismo de la diferencia, nacido del feminismo cultural (Puleo, 2005b: 133). Además, es una fuerte contestación a la apropiación masculina de la agricultura y de la reproducción. En los países del sur, las mujeres controlan todas las fases del ciclo alimentario, es decir, producen los alimentos, consiguen el agua y la leña, etc. (Puleo, 2005b: 130). En cambio, son sólo dueñas del 1% de la propiedad y su acceso a créditos, ayudas, educación y cultura está muy restringido. Las ecofeministas fueron las primeras en dar la voz de alarma acerca de que la pobreza, cada vez tiene más rostro de mujer. En este sentido, numerosas mujeres de los países del sur han puesto en marcha iniciativas de defensa de la naturaleza y defensa de sus derechos, por ejemplo, el *Movimiento del Cinturón Verde* de Kenia fundado por la activista ecologista Wangari Maathai, premio Nobel de la Paz 2004, que ha plantado más de veinte millones de árboles en doce países africanos para combatir la desertificación (Puleo, 2005b: 131). También en la India, las mujeres Chipko intentan detener la deforestación del Himalaya, entre otras muchas.

Por otra parte, el ecofeminismo es también una contestación al paradigma occidental del desarrollo, al que se le achaca que “La estrategia de modernización ha tenido como resultado la destrucción de la diversidad, tanto la cultural como la biológica, y una homogeneización de las culturas según el modelo estadounidense de la coca cola y las comidas rápidas, por un lado, y de las formas de vida, para adecuarlas a las exigencias de las industrias orientadas hacia la obtención de beneficios, por el otro” (Mies y Shiva, 1993: 22).

Así pues, el ecofeminismo critica el sujeto único universal, es decir, el hombre, que además es blanco, heterosexual y de clase media; así como la categoría universal de mujer, también blanca, heterosexual y de clase media. Ambos sujetos únicos universales serían los/as impulsores/as del imperialismo cultural, que identifica a las personas de los países del sur como víctimas y las trata de forma paternalista y eurocentrista.

A continuación, analizaremos el feminismo postcolonial.

2.2.2.4.2.6. Feminismo postcolonial

En el feminismo postcolonial y en el feminismo negro (que veremos en el siguiente apartado) se interseccionan las variables sexo y etnia principalmente, aunque puede haber otras. La interconexión entre varias de estas variables nos alerta sobre la complejidad de la identidad, que contrasta con los usos previos de la categoría sexo/género y el modelo de justicia distributiva (Femenías, 2005: 155).

Como también ocurría con el ecofeminismo, el feminismo postcolonial (y el feminismo negro) han criticado duramente al feminismo blanco occidental y heterosexual, y tratan de desmarcarse de él. En este sentido, el feminismo blanco tiene en el centro de su discurso a las mujeres blancas y de clase media, sujeto con el cual no se identifican las mujeres de los países del sur. Esto ya ocurrió en la década de los setenta en EEUU, cuando el feminismo negro y lesbiano se separó del feminismo mayoritario porque éste no tenía en cuenta (y, por lo tanto, reproducía) el racismo y el etnocentrismo imperantes. Así pues, el feminismo postcolonial da cabida tanto a mujeres oprimidas por la raza en los países del norte como a las mujeres de los países descolonizados o neocolonizados.

El feminismo postcolonial tiene como objetivo subvertir la desvalorización histórica tanto de las mujeres como de la etnia a la que pertenecen, inferiorizada por la colonización (Femenías, 2005: 160). Asimismo, este feminismo no ignora las influencias de la cultura occidental dominante en el orden económico y político mundial: “La lógica del dominio genera un centro (el Imperio) y una periferia (las Colonias), vinculados entre sí por un movimiento expansionista regulado desde dentro de las fronteras del Imperio” (Femenías, 2005: 157).

Desde la India hasta América Latina, pasando por África, numerosas mujeres han sido conscientes de la opresión que sufrían por el sólo hecho de serlo. Se interesaban, asimismo, por dejar claro que el feminismo blanco no las había tenido en cuenta, y veían este hecho como la otra cara de su opresión. En 1984, la india Chandra Mohanty planteó en *Under Western Eyes: Feminist Scholarship and Colonial Discourses* (visto en Femenías, 2005: 163) la dificultad de incluir el cuerpo racial dentro del feminismo occidental, y denunció entonces la figura que reflejaban los textos feministas de las mujeres de los países del sur: un objeto monolítico (Femenías, 2005: 163).

Pero, sin dudas, la autora más influyente de la teoría postcolonial es Gayatri Chakravorty Spivak que publicó la versión inglesa De *la grammatologie* de Jacques Derrida (1967) (visto en Femenías, 2005: 165), presentándose a sí misma como una pensadora poscolonial radical y crítica con las posiciones imperialistas (Femenías, 2005: 165). La autora india entrelazó marxismo, feminismo y deconstrucción, siendo esta última la técnica que defiende a lo largo de su producción como el fundamental instrumento de análisis inseparable de la posibilidad de acción (agencia, en inglés *agency*). Spivak utiliza la deconstrucción para abordar las formas en que ella misma es cómplice de las formaciones sociales a las que se opone y la responsabilidad que tiene por ello (Femenías, 2005: 165), es decir, es feminista del mundo desarrollado que escribe sobre los países del sur, integrante de la academia a la que critica, marxista que vive en el capitalismo... En 1985, Spivak introdujo un interrogante importante: *¿puede el sujeto subalterno hablar?* (Femenías, 2005: 170). El término *subalterno* se refiere específicamente a los grupos oprimidos y sin voz (proletariado, mujeres, campesinos/as...). La respuesta que Spivak dio a su pregunta tenía dos puntos relevantes: en primer lugar, el sujeto subalterno no puede hablar porque no tiene un lugar de enunciación que

se lo permita y, en segundo lugar, las mujeres ocupan ese lugar subalterno por su doble condición de mujeres y de sujetos coloniales (Femenías, 2005: 170).

Seguidamente, analizaremos el feminismo negro.

2.2.2.4.2.7. Feminismo negro

En cuanto al feminismo negro, como apuntábamos en el apartado anterior, en él se interseccionan, principalmente, las variables sexo y etnia. El feminismo negro más influyentes el protagonizado por personas negras estadounidenses.

Se considera que el feminismo negro comenzó en 1851, con el discurso de Sojourner Truth, abolicionista y activista por los derechos de las mujeres. Truth escapó de su esclavista en 1826 tras ser vendida con nueve años por cien dólares. Tras quedar abolida la esclavitud un año después, recurrió en los tribunales para recuperar a su hijo, Peter de cinco años, el cual había sido vendido a un cacique de Alabama, y se convirtió así en la primera mujer en ganar un juicio contra un hombre blanco. En 1843 rechazó su nombre de esclava (Isabella Bomefree) y se hizo llamar Sojourner Truth, que puede traducirse como “predicadora viajera de la verdad” (Ziga, 2015: 38). A partir de aquel momento comenzó a dar conferencias y a luchar por los derechos de las mujeres y contra el racismo.

En 1851 en la Convención de los Derechos de la Mujer de Akron, Ohio, pronunció el discurso fundacional del feminismo negro, *And ain't I a woman?*¹⁵.

El movimiento por los derechos de las personas negras en Estados Unidos comenzó a organizarse y agrupó a hombres y mujeres en los años sesenta. De hecho, los primeros cimientos sobre los que se construyó posteriormente el movimiento feminista negro se colocaron en los años setenta con las obras de escritoras, artistas, pensadoras que, dentro de las luchas de la comunidad negra por el reconocimiento, fueron mostrando imágenes de las mujeres negras (Jabardo, 2008: 43). Los nombres de Angela Davis, June Jordan, Toni Morrison y Alice Walker fueron algunos de los que rompieron el silencio (Jabardo, 2008: 43).

En los años ochenta y noventa en el marco de los *black studies*, el feminismo negro desarrolló una voz, y las mujeres negras se autodefinieron en torno a un sentimiento colectivo que se articuló en torno a qué significaba ser mujer negra (Jabardo, 2008: 43). En el marco de los estudios culturales, revisaron las representaciones que afectaban a las mujeres negras en los discursos dominantes. Los textos de bell hooks (1989) pueden considerarse clásicos (Jabardo, 2008: 43).

En el siguiente apartado analizaremos la Teoría *Queer*.

¹⁵ El discurso improvisado de Truth ha sido expuesto al comienzo de esta tesis doctoral.

2.2.2.4.2.8. Teoría *Queer*

En los años setenta el término *Queer* (raro, extraño, desviado, torcido, homosexual, lesbiana, gay, enfermo, bollera, marica...) sustituyó al término *gay* en muchos lugares del mundo (Herrera, 2011: 270). En este sentido, actualmente, se identifica como *Queer* cualquier persona que sufra algún tipo de discriminación por motivo de clase social, raza, cultura o identidad sexual.

A la hora de aproximarse a la teoría *Queer*, puede hacerse desde el ámbito popular o desde el ámbito académico. En cuanto al primero, el origen del movimiento *Queer* se debió a una combinación de factores económicos, políticos y sociales que confluyeron en EEUU y Europa en la década de los setenta y ochenta del siglo XX. De estos factores los más reseñables fueron, por un lado, la aparición del SIDA como enfermedad estigmatizante de los grupos de riesgo (personas drogodependientes y hombres homosexuales, principalmente); y, por otro lado, la movilización de las lesbianas negras y chicanas del sur de California que se rebelaron contra el patrón de mujer blanca, heterosexual y de clase media (como hemos visto, el sujeto principal tan criticado dentro del movimiento feminista).

En cuanto al ámbito académico, después del inicio de la reivindicación popular *Queer*, algunas intelectuales feministas (Lauretis, Butler o Sedgwick) comenzaron una reflexión sobre el alcance de este movimiento contestatario. De esta reflexión surgiría lo que después se llamó teoría *Queer*. En la configuración de esta teoría las tesis filosóficas postestructuralistas jugaron un papel fundamental, las cuales incidieron en la historización del sujeto. Así, pese a que el origen del movimiento *Queer* se situó en EEUU, su raíz filosófica fue europea, más concretamente francesa, ya que se tomaron muchas de las ideas de Foucault y Derrida.

Para la teoría *Queer* el género es una construcción social. A pesar de que el movimiento feminista ha incidido en la naturaleza social del género, el pensamiento *Queer* pretende dar un paso más y critica los pensamientos tradicionales del feminismo. El error de estos análisis consiste en aceptar una concepción heteronormativa de la identidad. Esta identidad se define como un imperativo esencialista fundamentado en el binomio hombre/mujer (Herrera, 2011: 277). La teoría *Queer* rechaza las categorías universales (hombre, mujer, homosexual, heterosexual), y sostiene que éstas esconden un número enorme de variaciones culturales, ninguna de las cuales sería más fundamental o natural que las otras (Herrera, 2011: 277).

El sexo también es un producto del dispositivo de género, según la teoría *Queer*. Con esta afirmación se cuestiona su carácter naturalista, ya que las diferencias sexuales están marcadas por el discurso haciendo que el sexo posea una naturaleza normativa. La diferencia sexual no es más que un proceso particular de significación que se define en un orden simbólico determinado. Al igual que ocurre con el género, el sexo pone de manifiesto su origen performativo al ser constituido a través de la repetición ritualizada.

Tras haber estudiado las últimas tendencias del feminismo contemporáneo, seguidamente, damos comienzo al análisis de las reivindicaciones y acciones colectivas feministas, apartado clave de esta investigación.

2.2.3. Reivindicaciones y Acción colectiva feminista

Como se ha visto anteriormente, no hay un único sujeto que englobe a todas las mujeres; de ahí que existan tipos de feminismo tan distintos, y que posean reivindicaciones, puntos de vista, experiencias... tan diferentes. Este hecho ha acarreado críticas, conflictos y escisiones en el movimiento feminista.

En lo que concierne a esta investigación, debemos crear un corpus lo más amplio posible, pero asumiendo que dejaremos elementos fuera. En este sentido, nos ha resultado imposible recoger todas las reivindicaciones y las acciones de protesta feminista debido a que son muchas, muy amplias y muy variadas: “Los procesos de liberación de las mujeres emprenden caminos diversos, a veces excluyentes respecto a otras mujeres, a veces incluyentes” (Nash, 2004: 29).

Teniendo este aspecto en cuenta, en este apartado nos centraremos en las reivindicaciones y a la acción colectiva feminista. Sin embargo, es necesario establecer la época y las localizaciones geográficas a las que haremos referencia. En cuanto a la época a la que nos vamos a referir, en el apartado *Historia del feminismo* hemos visto que éste tiene más de dos siglos de historia, un periodo muy amplio que es necesario delimitar para analizarlo de forma precisa. Así, hemos decidido analizar las reivindicaciones y la acción colectiva feminista del siglo XX¹⁶, y algunas pinceladas del siglo XXI, como paradigma de la lucha de las mujeres (en el apartado *Historia del feminismo* se hace un recorrido más dilatado en el tiempo de este tema), debido a una razón principalmente: nos interesa la actuación de las mujeres cuando se estableció la igualdad formal en las leyes (a lo largo de la primera mitad del siglo XX, salvo excepciones) porque ésta no se tradujo en igualdad real, ya que las prácticas discriminatorias continuaron y continúan hoy en día. Otros mecanismos culturales se han puesto en marcha para que continúe la desigualdad de las mujeres (Nash, 2004: 37). Y es esta parte, probablemente, la más problemática y peligrosa, y en la que estamos inmersos/as en la actualidad.

En cuanto a la localización geográfica a la que nos vamos a referir, es necesario tener en cuenta que tanto las reivindicaciones como la acción colectiva tiende a ser diferente de un país a otro y de un continente a otro. El desarrollo global del feminismo y de los estudios de mujeres desde 1980 ha permitido cuestionar el feminismo hegemónico del Norte por su marginación o distorsión de las experiencias de las mujeres no blancas y no occidentales (Nash, 2004: 238). Asumiendo esta cuestión, no nos centraremos exclusivamente en los países europeos y en EEUU; aunque si les conferiremos mayor espacio debido a que, siguiendo los objetivos de esta investigación, son los países protagonistas de las imágenes que vamos a analizar más adelante.

Por lo tanto, en ocasiones, haremos referencia a Latino América, Asia o África, debido a que sus experiencias feministas nos resultan de interés para entender que hay otras formas de hacer feminismo. Comenzamos este apartado, estudiando las reivindicaciones feministas actuales.

¹⁶ Como podrá examinarse a lo largo de las siguientes páginas, haremos más hincapié en la acción colectiva del siglo XX porque fue el siglo de la lucha de las mujeres y de los colectivos tradicionalmente oprimidos por conseguir sus derechos. El comienzo del siglo XXI, podríamos decir que fue más calmado en este aspecto, fueron unos años de “desmovilización feminista” (Cobo y Nogueiras, 2014: 54).

2.2.3.1. Reivindicaciones feministas en la actualidad

Entendemos por reivindicación la reclamación de algo a lo que se cree tener derecho. En este caso, entendemos por reivindicaciones feministas aquellas reclamaciones de la justicia a la que creen tener derecho las mujeres u otros colectivos tradicionalmente oprimidos por razón de etnia, orientación sexual, clase social, religión...

Las reivindicaciones feministas han sido numerosas y han ido desarrollándose y/o modificándose a lo largo del tiempo. Se han adaptado a los avances de la sociedad; y, en ocasiones, también a los retrocesos, como es el caso, en el Estado español, del intento de aprobación del anteproyecto de ley del entonces ministro de Sanidad Alberto Ruíz-Gallardón (que quedó atrás después de muchas protestas el 16 de septiembre de 2014).

Entendemos que la reivindicación principal del feminismo es la igualdad de todos los seres humanos con el objetivo de construir sociedades más justas y libres, en las que no tenga cabida la opresión y explotación de las mujeres, ni de ninguna otra persona por razones de etnia, clase social, orientación sexual, identidad de género... Como hemos apuntado, resulta prácticamente imposible enunciar todas las reivindicaciones de todos los colectivos citados, por diferentes razones: en primer lugar, porque la cantidad es enorme e inabordable; en segundo lugar, porque las distintas opresiones citadas interactúan entre ellas y dan lugar a otras diferentes; en tercer lugar, por la propia limitación y desconocimiento de la autora de algunas de ellas, etc.

Es por todo esto por lo que trataremos de enunciar el máximo de reivindicaciones posibles, divididas en epígrafes genéricos. Para esta tarea hemos tomado como guía la publicación *Reivindicaciones feministas para una ciudadanía transformadora* (2010) realizada por HEGOA (organización sin ánimo de lucro que trabaja en la promoción del desarrollo humano) y ACSUR (organización no gubernamental de desarrollo que trabaja, entre otras cosas, el fortalecimiento y apoyo a redes y movimientos sociales y populares en el Norte y en el Sur). En esta publicación, las reivindicaciones feministas se dividen en tres grupos: los derechos económicos, las mujeres en situaciones de conflicto, y la incidencia política y la participación ciudadana de las mujeres. A continuación, se especifican las reivindicaciones feministas de la publicación (2010: 11 y ss.):

1. DERECHOS ECONÓMICOS Y LABORALES

- 1.1. Los cuidados de las personas dependientes deben considerarse como empleo (es decir, remunerado y con derechos) y no como trabajo.
- 1.2. Los derechos individuales de las personas no deben estar vinculados al empleo. Las administraciones públicas deben reconocer y garantizar el cumplimiento de sus obligaciones respecto a los derechos económicos de las mujeres, que tienen que ver con el mantenimiento y la ampliación de las coberturas sociales.
- 1.3. El trabajo debe estar dirigido hacia la consecución de formas de producción, circulación, distribución y consumo justas, equitativas y sostenibles, desde valores feministas.
- 1.4. La cuestión de los cuidados debe estar en el centro del sistema social como elemento estructural y fundamental del mismo.

- 1.5. Los trabajos deben reconocerse, valorarse y repartirse equitativamente, especialmente los más desvalorizados, es decir, los realizados mayoritariamente por mujeres.
- 1.6. Los trabajos no remunerados, especialmente los domésticos y de cuidados, deben ser repartidos entre los diversos agentes implicados: hombres, empresas y gobiernos.
- 1.7. Debe garantizarse el cumplimiento efectivo de los derechos laborales en los trabajos remunerados, haciendo especial hincapié en el trabajo doméstico remunerado.
- 1.8. Las empresas y los estados deben asumir su responsabilidad en cuanto a la erradicación de la violencia contra las mujeres en el ámbito laboral, prestando especial atención a los empleos feminizados.
- 1.9. Debe garantizarse el acceso y control por parte de las mujeres al agua, la tierra, las semillas, etc., así como el derecho a tomar decisiones sobre su planificación y gestión. Exigimos el reconocimiento de las mujeres como productoras de alimentos y su imprescindible contribución a la propuesta de soberanía alimentaria, económica, financiera y energética de los pueblos.
- 1.10. Los planes de estudios y de investigación sobre Economía deben incorporar la perspectiva feminista y deben crear sinergias con el resto de ramas del conocimiento social.

2. MUJERES EN SITUACIONES DE CONFLICTO

- 2.1. Debe realizarse un análisis feminista sobre las guerras, los conflictos, sus causas y consecuencias, garantizando el ejercicio del poder, los medios y los espacios para la acción política de las mujeres.
- 2.2. Deben reconocerse los diferentes papeles que juegan las mujeres en los conflictos armados, no sólo como víctimas y constructoras de paz, sino también como combatientes para posibilitar su reinserción social, y otros.
- 2.3. Es necesaria una transformación del concepto hegemónico de seguridad (internacional y ciudadana) hacia la idea de seguridad humana, así como también demandamos la desmilitarización, desarme, recorte de gastos militares y control de armas de todo tipo.
- 2.4. Debe incorporarse de manera prioritaria y permanente el feminicidio y el tratamiento de la impunidad en las agendas de diálogo político, así como en los códigos penales.
- 2.5. Es necesaria la visibilización y la recuperación del papel protagonista de las mujeres y las agendas feministas, así como garantizar la efectiva participación de éstas en procesos de regulación pacífica de conflictos y construcción de justicia social y penal, posibilitando la reparación integral de las víctimas.
- 2.6. Debe haber un reconocimiento de la responsabilidad de los poderes públicos en las violaciones de derechos humanos de las mujeres, tanto si son cometidas por agentes del estado como por grupos armados o por particulares, con especial atención en la violencia sexual sufrida por las mujeres en conflictos.
- 2.7. La verdad, la justicia, la reparación y la reconstrucción de la memoria histórica son necesarias, incluyendo la perspectiva feminista en la recuperación de la misma.
- 2.8. Es imprescindible el cumplimiento de políticas y normas jurídicas contra la trata de mujeres y niñas, así como su revisión, desarrollo y aplicación desde un enfoque de derechos humanos con perspectiva feminista, asegurando también el cumplimiento de los derechos de la infancia.

- 2.9. Es necesario el reconocimiento de conflictos existentes e invisibilizados, como por ejemplo Colombia, Guatemala, Honduras, y otros muchos, así como la asunción de las responsabilidades de los gobiernos en los desplazamientos producidos por empresas del Estado español, que afecta a las mujeres de forma mucho más violenta.

3. INCIDENCIA POLÍTICA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE LAS MUJERES

- 3.1. Necesidad de replantearse el concepto de ciudadanía desde una perspectiva de género y feminista frente a una concepción actual de ciudadanía que legitima dinámicas de exclusión y negación de derechos fundamentales, que afectan especialmente a las mujeres. En este sentido, se reclama una ciudadanía plena y universal que implica la autonomía de las mujeres y, por tanto, que sus derechos no estén vinculados a formas específicas de convivencia, estado civil, situación laboral, sexualidad o procedencia.
- 3.2. La orientación e identidad sexual o de género de las personas no puede ser motivo de discriminación de ningún tipo.
- 3.3. Debe transformarse el concepto de desarrollo, que en su actual identificación con el desarrollismo productivista está haciendo insostenible la vida de las personas y del planeta, con un especial impacto sobre la vida de las mujeres por los roles que tradicionalmente le han sido asignados.
- 3.4. Es imprescindible la garantía efectiva del derecho a una vida libre de todo tipo de violencias para las mujeres, tanto en el ámbito privado como en el ámbito público, como condición *sine qua non* para acceder al ejercicio de los derechos económicos, sociales, culturales, sexuales y reproductivos.
- 3.5. Es imprescindible el derecho efectivo de las mujeres a decidir sobre su propio cuerpo, desde un enfoque crítico con el heterosexismo y la heteronormatividad.
- 3.6. Es necesario exigir la laicidad de los estados, así como la denuncia de las políticas gubernamentales y las doctrinas religiosas que pretenden controlar el cuerpo de las mujeres.
- 3.7. Se debe transformar el enfoque actual de las políticas de control migratorio y las disposiciones y normativas de extranjería, que generan la vulneración de derechos humanos fundamentales de las mujeres migrantes y legitiman discriminaciones directas e indirectas por razón de género y procedencia y situación administrativa.
- 3.8. Es necesaria la garantía efectiva del derecho de asilo para las mujeres que son perseguidas por motivos de género y vulneradas en sus derechos fundamentales mediante cualquiera de las expresiones de la violencia: violencia en el ámbito de la pareja, violencia en el ámbito comunitario, violaciones en contextos de conflictos armados, mutilaciones genitales, embarazos forzados, esterilizaciones forzadas, violencia basada en la orientación sexual o en la identidad sexo-genérica.
- 3.9. Es necesario el reconocimiento de los movimientos de mujeres y feministas como interlocutores en los procesos de diseño y toma de decisiones sobre las políticas públicas, desde la identificación de su autonomía para marcar agenda y tiempos.
- 3.10. Las políticas públicas, y especialmente las políticas de cooperación, deben apoyar los procesos de empoderamiento de las mujeres y sus organizaciones de base, así como impulsar las redes y plataformas de intercambio y apoyo mutuo para la incidencia política.

3.11. Es necesaria la efectiva transversalización de los análisis y demandas de los movimientos de mujeres y feministas en las políticas públicas, incluyendo las políticas de la cooperación para el desarrollo.

Por lo tanto, las reivindicaciones se dividen, principalmente, en tres áreas: derechos económicos y laborales, mujeres en situación de conflicto e incidencia política y participación ciudadana de las mujeres.

Seguidamente, analizaremos las acciones colectivas que se llevan a cabo para conseguir las reivindicaciones feministas. En este sentido, estudiaremos las definiciones, las clasificaciones, la historia de la acción colectiva feminista y la identidad feminista.

2.2.3.2. Acción colectiva feminista en los siglos XX y XXI

Como hemos visto en el apartado 2.1.4. *La acción colectiva*, ésta ha sido estudiada y analizada desde los años sesenta, desde numerosos puntos de vista. En consecuencia, han sido creadas distintas teorías, enfoques, clasificaciones, etc. En otras palabras, el estudio de la acción colectiva es un campo rico gracias a autores que se han interesado por las actuaciones que llevaban a cabo la gente normal, la gente del pueblo, los de abajo, con la intención de tener una vida mejor, unos derechos más justos. Como muchos otros campos académicos, el de los movimientos sociales también ha sido desarrollado desde un punto de vista androcéntrico (Del Moral, 2012: 34), es decir, se ha situado al hombre en el centro del análisis y se ha construido el conocimiento en torno a él como universal. En este sentido, “Beauvoir supo ver cómo lo masculino se había solapado sin más con lo genéricamente humano” (Amorós y De Miguel, 2005: 36). Como consecuencia directa de la mirada androcéntrica, los movimientos de mujeres han sido invisibilizados, así como las aportaciones que éstas hayan podido realizar a la historia (Amorós y De Miguel, 2005: 56): “Sólo en fechas muy recientes esta situación [el hecho de que el feminismo haya sido ignorado por la historia de las ideas y de los movimientos sociales] ha comenzado a cambiar y el reconocimiento (tal vez más nominal que otra cosa, pero reconocimiento al fin y al cabo) llega al punto de que cada día es más común escuchar o leer que la feminista ha sido la única revolución que ha triunfado en el siglo XX” (Amorós y De Miguel, 2005: 56).

Ha sido el trabajo de numerosas feministas el que ha destapado poco a poco la historia del feminismo; las luchas individuales y colectivas que llevaban a cabo las mujeres; las formas en las que luchaban; cómo eran castigadas por ello; etc. En otras palabras, ha sido su labor “(...) desvelar las ‘trampas de la razón patriarcal’ que se disfrazaba filosóficamente de universalismo y ha sesgado androcéntricamente las producciones de pensamiento” (Rodríguez, 2015: 22). Entre estas autoras encontramos a Rowbotham (1992), Nash (1981; 1994; 2012), Scott (1990), Amorós (1997; 2005), Valcárcel (2000; 2012), Amorós y De Miguel (2005), etc.

A continuación, analizaremos algunos aspectos relativos a la acción colectiva feminista, entre las que se encuentran la definición y varias clasificaciones de la acción colectiva; la historia de la acción colectiva feminista (a nivel internacional, nacional y vasco); y, finalmente, la identidad feminista.

2.2.3.2.1. Definición y clasificaciones previas de la acción colectiva feminista

La acción colectiva feminista, según Del Moral (2012: 45), es toda aquella acción desplegada por grupos de mujeres¹⁷ unidas en virtud de unas identidades comunes, resultado de un proceso continuo de negociación, que plantean reivindicaciones nuevas o no aceptadas, utilizando todas las estrategias y actividades a su alcance frente a las autoridades o a otros grupos. Dichas actividades representan una amenaza al orden establecido debido al repertorio que utilizan para su consecución, al contenido de sus demandas, a su intención declarada o bien a todos esos elementos juntos (Del Moral, 2012: 45).

¹⁷ En nuestro caso, entendemos que la acción colectiva feminista no es únicamente aquella desplegada por grupos de mujeres, sino también por grupos tradicionalmente oprimidos por razón de orientación o identidad sexual, racismo, clasismo, etc.

A la hora de centrar la acción colectiva en el seno del movimiento feminista, hemos reparado en que, si bien la acción colectiva en general ha sido muy analizada y estudiada por diversos autores, ocurre algo diferente con la acción colectiva feminista. No queremos decir que ésta no haya sido estudiada sino más bien que las feministas han analizado y estudiado la historia de la acción colectiva feminista, pero no tanto el concepto teórico de acción colectiva feminista¹⁸. En conclusión, pareciera que la noción de *acción colectiva feminista* fuera sinónimo de *historia de la acción colectiva feminista*. Por lo tanto, nos hemos centrado en el campo académico de la historiografía feminista, siguiendo a Del Moral (2012: 33 y ss.), quien proporciona algunas claves teóricas relevantes para el análisis de la acción colectiva feminista.

La historia de las mujeres se ha estudiado durante las últimas cuatro décadas como una historia que se diferencia de la de los hombres (Del Moral, 2012: 35). Es precisamente gracias al concepto *género*, como categoría histórica básica, que los estudios a este respecto comenzaron a generalizarse (Del Moral, 2012: 35). La categoría género fue formulada de forma destacada por la historiadora Joan W. Scott en la década de los ochenta del siglo XX. La definición de esta autora tiene dos partes interrelacionadas (Scott, 1990: 44). En primer lugar, “El género es un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que distinguen los sexos” (Scott, 1990: 44). Es decir, las diferencias sexuales se convierten en diferencias de género, lo que supone que lo femenino se asocia a características poco deseables, menos cotizadas, menos poderosas y más menospreciadas que las representativas de lo masculino (Setién y Silvestre, 2003: 9). Además, dichas diferencias de género “(...) se enquistan en el imaginario social y varían lentamente a pesar del cambio femenino, ya que se encuentran en la entraña misma de la estructura social” (Setién y Silvestre, 2003: 9).

Según Scott cuatro elementos relacionados entre sí permiten que el género determine socialmente las relaciones sociales de los sexos. Dichos elementos son los siguientes: símbolos culturales; normas que delimitan el significado de esos símbolos; construcción de esos significados a nivel antropológico, económico y político; y, por último, identidad de género, como elemento subjetivo e histórico (Scott, 1990: 44-45).

En segundo lugar, “El género es una forma primaria de relaciones significantes de poder” (Scott, 1990: 44). Es decir, el género es una variable constitutiva de las relaciones de poder pero al mismo tiempo, el sistema de relaciones se constituye socialmente, hecho que resalta la dimensión histórica del concepto (Del Moral, 2012: 36). Sin embargo, el género no es la única variable que constituye las relaciones de poder. Como señala Del Moral, la categoría género se ve atravesada e interrelacionada con muchas otras como la clase, la raza, la religión... (2012: 36).

Así pues, hemos encontrado algunas claves teóricas en las clasificaciones realizadas por algunas autoras en torno a las acciones de protesta llevadas a cabo por mujeres. A continuación, analizaremos brevemente lo que plantean tres autoras (Tilly, 1981; Molyneux, 2003 y Del Moral, 2012).

¹⁸ Al señalar que la acción colectiva feminista no ha sido tan analizada teóricamente nos referimos a que no ha sido tan estudiada a través de conceptos teóricos como los señalados en el apartado 2.1.4. *La acción colectiva*, por ejemplo, las numerosas definiciones del concepto de acción colectiva, los elementos que la forman, los repertorios más utilizados y los diversos enfoques teóricos ofrecidos por los/as autores/as. A modo de ejemplo, tan sólo se ha encontrado una definición del concepto acción colectiva feminista (el ofrecido por Del Moral, 2012: 45).

En primer lugar, la clasificación de la acción colectiva feminista llevada a cabo por Louise Tilly (1981) divide la acción colectiva feminista de acuerdo a su carácter y a su interés (Louise Tilly, 1981; visto en Del Moral, 2012: 42-43). He aquí la tabla que resume esta posición:

Tabla 2.17. Clasificación de las acciones colectivas feministas, según su carácter y su interés, de acuerdo a Tilly (1981)			
Según su carácter		Según su interés	
Reactivo	Proactivo	Secundario	Intrínseco
Defiende derechos adquiridos que están siendo puestos en entredicho.	Plantea reivindicaciones nuevas.	Plantea reivindicaciones que no están directamente relacionadas con su condición de mujeres.	Plantea reivindicaciones de las mujeres relacionadas directamente con su condición de mujeres.

Fuente: Elaboración propia a partir de Tilly, 1981; visto en Del Moral (2012: 42-43)

En la tabla 2.17. podemos observar la diferenciación entre las acciones colectivas feministas, según su carácter o según su interés. En primer lugar, según el carácter de la acción colectiva feminista, ésta puede ser reactiva, si defiende derechos adquiridos que están siendo puestos en cuestión por las autoridades u otros grupos; o proactiva, si plantea reivindicaciones nuevas. En segundo lugar, según el interés de la acción colectiva feminista, ésta puede ser secundaria, si las mujeres protestan, por ejemplo, por sus condiciones laborales; o intrínseca, si las mujeres reivindican su situación o sus intereses como mujeres. Ejemplo de una acción colectiva intrínseca sería la protesta de las sufragistas.

En segundo lugar, la clasificación de la acción colectiva feminista llevada a cabo por Maxine Molyneux (2003) divide la acción colectiva feminista de acuerdo a los intereses de las mujeres que la llevan a cabo (Molyneux, 2003: 236 y ss.). He aquí la tabla que resume esta posición:

Tabla 2.18. Clasificación de la acción colectiva feminista, según los intereses, de acuerdo a Molyneux (2003)		
Intereses		
Intereses femeninos	Intereses de género	
La motivación de la acción colectiva no tiene qué ver con las reivindicaciones de las mujeres como mujeres.	La motivación de la acción colectiva se deriva de las relaciones sociales que afectan a los dos sexos.	
	Intereses prácticos	Intereses estratégicos
	La acción colectiva tiene que ver con las desigualdades surgidas de la división sexual del trabajo. Implican conformidad con el sistema sexo/género.	La acción colectiva plantea reivindicaciones para transformar las relaciones sociales con el objetivo de potenciar la posición de las mujeres.

Fuente: Elaboración propia a partir de Molyneux, 2003: 236 y ss.

Como puede observarse en la tabla 2.18., Molyneux (2003) sigue la clasificación realizada por Tilly (1981) y se centra en los intereses que motivan la acción colectiva feminista. En este sentido, Molyneux divide los intereses en femeninos y de género. Los primeros se refieren a cuestiones que no tienen que ver con la desigualdad específica de las mujeres, mientras que los segundos se derivan de las relaciones sociales y del posicionamiento de los sexos en la sociedad (Molyneux, 2003: 236). Asimismo, los intereses de género pueden ser intereses prácticos o intereses estratégicos (Molyneux, 2003: 236). En cuanto a los intereses prácticos, puede decirse que la acción colectiva tiene que ver con la necesidad de satisfacer las necesidades que surgen como consecuencia de la división sexual del trabajo y, además, implican conformidad con el sistema sexo/género. En cuanto a los intereses estratégicos, éstos conllevan reivindicaciones para transformar las relaciones sociales de los sexos para mejorar la situación de las mujeres y para conseguir un reposicionamiento más equitativo en la sociedad (Molyneux, 2003: 236).

Tras analizar las propuestas de Tilly (1981) y Molyneux (2003), en último lugar, debemos hacer lo propio con la clasificación de la acción colectiva feminista llevada a cabo por Marta Del Moral (2012). Esta autora propone una división “(...) que por un lado revalorice todas las acciones colectivas protagonizadas por mujeres y al mismo tiempo, no equipare reivindicaciones de muy diverso carácter, hasta el punto de ser opuestas en ciertos casos” (Del Moral, 2012: 44). Así, Del Moral divide la acción colectiva feminista en acciones transgresoras y revolucionarias (2012: 45-46). He aquí la tabla que resume esta posición:

Tabla 2.19. Clasificación de las acciones colectivas feministas, según Del Moral (2012)		
	Acciones transgresoras	Acciones revolucionarias
Forma de reivindicar	Se rompe con el modelo de género hegemónico	Conquista del espacio público a través de manifestaciones de descontento
Contenido de las demandas	Se rompe con el modelo de género hegemónico	Se altera el panorama reivindicativo
Intenciones declaradas	Se trata de defender el sistema	Se pretende modificar el reparto de poder en la sociedad

Fuente: Elaboración propia a partir de Del Moral (2012: 45-46)

La tabla 2.19. muestra la clasificación llevada a cabo por Del Moral (2012) en torno a las acciones colectivas feministas. Esta autora las divide en acciones transgresoras y acciones revolucionarias, en función de tres elementos: la forma de reivindicar, el contenido de las demandas y las intenciones declaradas (Del Moral, 2012: 45). Por un lado, las acciones transgresoras son aquellas que rompen con el modelo de género hegemónico en la forma de plantear la protesta, en los contenidos de las demandas, o en ambos aspectos a la vez, pero que según los fines declarados tratan de defender dicho sistema (Del Moral, 2012: 45). Por otro lado, las acciones revolucionarias son aquellas que se dirigen de forma consciente y manifiesta a conseguir una redistribución igualitaria del poder entre hombres y mujeres, a través de la conquista del espacio público y alterando el panorama reivindicativo (Del Moral, 2012: 45).

Una vez expuestos los tres puntos de vista de Tilly (1981), Molyneux (2003) y Del Moral (2012), procedemos a destacar algunas cuestiones que creemos que son de interés en esta investigación. Por una parte, en cuanto a la propuesta de Tilly (1981), creemos que es importante tener en cuenta que las acciones colectivas pueden llevarse a cabo con la intención de defender unos derechos ya adquiridos que están siendo puestos en cuestión o con la intención de conseguir derechos nuevos que nunca antes se han tenido¹⁹.

Por otra parte, en cuanto a las propuestas de Tilly (1981) y Molyneux (2003), nos parece relevante que ambas autoras dividan los intereses en torno a si las mujeres protestan por su condición de mujeres o por otras cuestiones que no tienen que ver directamente con este hecho. Es esta cuestión, precisamente, la que nos parece de vital importancia en esta investigación ya que, en nuestro caso, cuando las mujeres protestan por cuestiones que no tienen que ver con su situación de desigualdad, entendemos que esas acciones colectivas no son feministas, sino femeninas en todo caso (porque son protagonizadas por mujeres). El feminismo, como apuntábamos al inicio de este apartado, surge de la consciencia de una desigualdad específica.

¹⁹ Como veremos en el apartado 4.3.3. *Sistema de variables y categorías de análisis*, también en esta investigación hemos clasificado las reivindicaciones entre *Lucha por conseguir un(os) derecho(s) que nunca se ha(n) tenido* y *Lucha por mantener un(os) derecho(s) que se intenta(n) eliminar o se ha(n) eliminado*.

Finalmente, en lo referente a la clasificación realizada por Del Moral (2012), creemos que lo que en esta tesis entendemos por acción colectiva feminista es lo que esta autora interpreta como acción colectiva revolucionaria. Esta acción colectiva tiene la característica principal de que se dirige de forma consciente y manifiesta a conseguir la redistribución igualitaria del poder entre hombres y mujeres (Del Moral, 2012: 45).

Por lo tanto, en este apartado hemos estudiado algunas clasificaciones en torno a la acción colectiva realizadas por diversas autoras (Tilly, 1981; Molyneux, 2003; Del Moral, 2012). Estas clasificaciones son relevantes porque tienen en cuenta las acciones colectivas llevadas a cabo por mujeres y les otorgan una clasificación específica que difiere de las demás acciones colectivas. Teniendo estos aspectos en cuenta, en el siguiente apartado, analizaremos brevemente algunos aspectos de la historia de la acción colectiva feminista en los siglos XX y XXI, a nivel internacional, nacional y vasco.

2.2.3.2.2. Huellas de la acción colectiva feminista en los siglos XX y XXI

Como hemos apuntado, las mujeres han participado también en otras protestas sociales que nada tenían que ver con su opresión específica (Rowbotham, 1992: 293). Entre ellas encontramos la militancia de las mujeres por las condiciones laborales; organizaciones de apoyo a las huelgas de los hombres; acciones que tenían que ver con el consumo en términos de precios, de calidad de los productos o de bienestar social; acciones en defensa del medioambiente, de la paz o de los derechos humanos (Rowbotham, 1992: 293). Estas protestas no exigían necesariamente iguales derechos que los hombres, y es precisamente la idea de igualdad la que define al feminismo. Por otra parte, las mujeres siempre han hablado entre ellas, en las fábricas, en las tiendas o en los mercados. También se han ayudado unas a otras, en temas sanitarios, en el cuidado de los/as hijos/as de las compañeras, etc. Incluso se crearon centros de mujeres para llevar a cabo estas cuestiones en muchos países, no sólo en EEUU, Australia, Nueva Zelanda, y Europa; también en la India, Sri Lanka, México, Perú... (Rowbotham, 1992: 295). De hecho, afirma Rowbotham que los grupos de mujeres comenzaron antes que en ningún otro sitio en la India y Marruecos (Rowbotham, 1992: 296).

En las siguientes secciones analizaremos algunos aspectos de la acción colectiva feminista de los siglos XX y XXI, a nivel internacional, nacional y vasco.

2.2.3.2.2.1. Huellas de la acción colectiva feminista a nivel internacional

En este apartado seguiremos la obra de Mary Nash *Mujeres en el mundo. Historia, retos y movimientos* (2012), con el objetivo de realizar un recorrido por la acción colectiva feminista en varios países. Según Nash, el feminismo posee unas pautas poco frecuentes de acción colectiva (2012: 188). La autora entiende que la razón puede ser el hecho de que con dichas acciones se ha pretendido dar un carácter político a todo aquello a lo que le había sido negado aquella categoría (Nash, 2012: 188). Es por esto por lo que algunos de los primeros actos de protesta pública masiva tuvieron una dimensión simbólica, de denuncia o de reclamo de reconocimiento (Nash, 2012: 188). Estas acciones, en apariencia, eran espontáneas; sin embargo, estaban cuidadosamente planeadas, ya que era muy importante llamar la atención pública hacia el movimiento, sus objetivos y sus acciones: “Buscaban atraer la atención nacional e internacional a través de gestos simbólicos subversivos respecto a la discriminación y la desigualdad reinante y cambiar la posición de subalternidad femenina en la sociedad” (Nash, 2012: 188). En este sentido, merece la pena recordar a Rosa Parks, que fue detenida en 1955 por no ceder su asiento a un hombre blanco en un autobús. Esta acción espontánea produjo otra que sí fue planificada: un boicot al sistema público de autobuses por parte de la comunidad negra de Montgomery (Rowbotham, 1992: 258).

El primer acto de protesta que más notoriedad adquirió tanto a nivel nacional como internacional fue en 1968 en EEUU, cuando un grupo feminista realizó una marcha de protesta contra la celebración de Miss América en Atlantic City (Nash, 2012: 188). Tal y como hemos apuntado anteriormente, la acción colectiva estaba dirigida contra la presentación de las mujeres como objetos sexuales estereotipados; para ello, lanzaron cosméticos, zapatos de tacón y sujetadores en lo que llamaban *basurero de la libertad* (Nash, 2012: 188). Al igual que en EEUU, en Gran Bretaña dos años después, varias mujeres protestaron contra el concurso internacional de Miss World, blandiendo sacos de harina, tomates y bombas fétidas, y entonando la consigna *No somos*

hermosas, no somos feas, estamos enfadas. También en Perú, el grupo feminista *Alianza de Mujeres Peruanas* combatió las imágenes estereotipadas de las mujeres desde principios de los años setenta e intervinieron en varios concursos de belleza (Nash, 2012: 188).

En el año 1970, en EEUU, las mujeres ocuparon las oficinas de la revista *Ladies Home Journal*. Exigían la contratación de una mujer como editora, así como el empleo de personas de minorías étnicas y la creación de guarderías. En este mismo año, en Francia tuvo lugar un acto simbólico que llamó la atención de los medios de comunicación: se colocó una corona en el Arco de Triunfo de París, en la tumba de un soldado desconocido, para conmemorar a su esposa desconocida (Kaplan, 1992; visto en Nash, 2012: 189).

En Gran Bretaña y en Alemania del Oeste en 1977, y en Italia un año después, se realizaron marchas nocturnas con antorchas denominadas *Reclamar la noche*, con el objetivo de reivindicar espacios seguros de noche para las mujeres, así como el derecho a la libre movilidad (Nash, 2012: 189). Las movilizaciones eran acompañadas por bailes, música y velas, y consignas como *Caminamos sin miedo; la seguridad es nuestro derecho, reclamemos la noche; marchamos por todas las mujeres; todas las mujeres deberían tener la libertad de caminar en cualquier calle de noche o de día sin miedo* (Nash, 2012: 189). A principios de la década de los ochenta en Turquía se realizaron marchas públicas en este sentido, denunciando además el acoso sexual en lugares públicos y la violencia contra las mujeres en el ámbito privado (Nash, 2012: 189). Estas mujeres utilizaban un pin de color púrpura como símbolo de rechazo al acoso sexual (Nash, 2012: 189).

Los derechos reproductivos de las mujeres ha sido otro gran campo de batalla y reivindicación para los grupos feministas. Destacan numerosas iniciativas de desobediencia civil a este respecto. Por ejemplo, en Francia en 1971, se publicó el *Manifiesto de las 343 Salopes* (marranas) con la confesión *Yo he abortado*, firmado por mujeres como Simone de Beauvoir, Gisèle Halimi, Jeanne Moreau y Catherine Deneuve (Kaplan, 1992; visto en Nash, 2012: 189). En Alemania Occidental se realizó un acto parecido, y después continuaron con la iniciativa otros países europeos (Kaplan, 1992; visto Nash, 2012: 189). Otro acto de desobediencia civil tuvo lugar en España, a través de marchas y firmas con la confesión *Yo también soy adúltera*, con la intención de lograr la despenalización del adulterio y el fin del trato jurídico discriminatorio para las mujeres (Nash, 2012: 189). En este sentido, en Barcelona en 1976, se produjeron varias manifestaciones, frente a la catedral o los juzgados, en apoyo a María Ángeles Muñoz, amenazada con perder a su hija por adulterio (Nash, 2012: 189-190).

En EEUU, Betty Friedan impulsó la creación de una de las primeras organizaciones feministas: *National Organization for Women* (NOW), representante del feminismo liberal. La organización partía del principio de igualdad de derechos en todos los campos (económico, político, legal, educativo, reproductivo, social...) (Nash, 2012: 191). Con los años, la NOW ha ampliado su campo de reivindicaciones y acciones, y ha añadido a sus luchas la erradicación del sexismo, del racismo y de la homofobia, la lucha contra la violencia machista y la eliminación de la discriminación laboral, escolar y jurídica (Nash, 2012: 191).

En contraposición a la NOW, surgieron múltiples grupos con posicionamientos más radicales en cuanto a la búsqueda del poder político. Su estructuración organizativa estaba menos desarrollada y su duración en el tiempo fue menor, ya que tenían numerosas escisiones internas debido a los conflictos. Operaron desde pequeños grupos informales, al igual que los nuevos

movimientos sociales. El *Grupo de Mujeres Radicales de Nueva York*, creado en 1967 por Pam Allen y Shulamith Firestone fue uno de estos grupos radicales que, debido a divisiones internas, pronto se separaría en otros nuevos grupos como *Redstockings*, *WITCH*, *The Feminists*, o *New York Radical Feminists* (Nash, 2012: 191-192). El primero de estos grupos, *Redstockings* (*medias rojas*), tomaba su nombre del término inglés *Bluestockings* (*medias azules*), apodo despectivo tradicional usado para designar a mujeres intelectuales (Nash, 2012: 192). Las componentes del grupo proclamaron que la opresión de las mujeres es la más arraigada e identificaron a los hombres como los agentes de su subordinación. Del mismo modo que proclama el feminismo radical, no les interesaba el poder político (Nash, 2012: 192). De hecho, promovían el separatismo de las organizaciones de mujeres y su dedicación completa a lo personal (Nash, 2012: 192).

En Europa existieron numerosas protestas feministas, muy diferentes dependiendo del país. En Gran Bretaña, por ejemplo, el feminismo mantuvo alianzas con el sindicalismo y la izquierda, a pesar de que también defendían grupos autónomos y algunos exclusivamente de mujeres (Nash, 2012: 193). Reclamaron mejoras en el empleo y la vida laboral en general, así como en la educación y en los derechos reproductivos (Nash, 2012: 193). En 1969 los grupos feministas crearon una federación informal denominada *Taller de Liberación de las Mujeres de Londres* (Nash, 2012: 193). Poco después publicaron una hoja informativa llamada *Harpies Bizarre* (*las Arpías Estrafalarias*) que se convertiría en la revista radical *Shrew* (Nash, 2012: 193). La revista *Spare Rib* informó a lo largo de los setenta sobre campañas en otras ciudades para conseguir guarderías, anticonceptivos gratuitos, el aborto libre, el apoyo para madres trabajadoras y sindicalistas... (Nash, 2012: 194).

En Francia también se desarrollaron de forma importante acciones colectivas feministas, sobre todo, a partir de las protestas de estudiantes y trabajadores/as de Mayo del 68 (Nash, 2012: 194). El movimiento feminista francés se mantuvo fuera de la maquinaria del poder político. Entre los grupos más importantes figuró *Feministas Revolucionarias*, fundado en 1970 (Nash, 2012: 196). Este grupo ubicó las raíces de la opresión de las mujeres en el sistema patriarcal, cuestionando por tanto la interpretación tradicional de la opresión de clase como motor de la desigualdad de las mujeres (Nash, 2012: 196). Fue promovido, además, por Monique Wittig, y reivindicaron la sexualidad y la libertad sexual, además de los derechos reproductivos, el derecho al control de la natalidad y el aborto (Nash, 2012: 196). En 1971 refutaron el significado del Día de la Madre y reivindicaron los derechos de las madres solteras (Nash, 2012: 196). También denunciaron los crímenes contra las mujeres en una marcha en París en 1972, y en Bruselas cuatro años después (Nash, 2012: 196). Las *Feministas Revolucionarias* optaron por las protestas públicas de gran significado simbólico que provocaban escándalo y notoriedad (Nash, 2012: 196). Ejemplo de esto fue el ya mencionado acto de poner una corona a la esposa desconocida de un soldado en el Arco de Triunfo de París (Kaplan, 1992; visto en Nash, 2012: 196), acto que fue percibido como un sacrilegio por el lugar elegido para llevarlo a cabo (lugar sagrado del universo simbólico francés, evocador de patriotismo y coraje y de un orden masculino que glorificaba la guerra). Otro gesto simbólico fue la marcha a la Bastilla en 1971, espacio emblemático histórico para reclamar el derecho al aborto y a los anticonceptivos (Nash, 2012: 196). Finalmente, de este grupo feminista surgió la iniciativa *S.O.S. Femmes Alternatives* en 1975, presidido por Simone de Beauvoir, con el objetivo de combatir la violación, la violencia contra las mujeres en el ámbito del hogar y el sexismo como forma de victimización de las mujeres (Nash, 2012: 196-197).

En la India, Filipinas, Sri Lanka, Perú, Cuba, Argentina, México, Egipto, Túnez, Somalia, Indonesia... las mujeres de las élites urbanas desempeñaron un papel importante en la promoción de la educación de las mujeres, así como en los procesos de emancipación y modernización (Nash, 2012: 260). Se ha considerado el feminismo maternal como una expresión clave, ya que desde esa perspectiva se han desarrollado respuestas individuales y colectivas frente a la opresión de las mujeres (Nash, 2012: 260). Además, los contextos en los que estos movimientos se creaban y se desarrollaban tenían una característica importante: eran países inmersos en luchas antiimperialistas en los que se estaban consolidando las identidades nacionales (Nash, 2012: 260). En este sentido, las mujeres lucharon doblemente para conseguir sus derechos como mujeres y los derechos derivados de la emancipación nacional, antes, durante y después de los procesos de descolonización (Nash, 2012: 260-261). Así, en África, las mujeres desplegaron amplios recursos de acción colectiva en defensa de sus intereses y de su sociedad; por ejemplo, en 1920, las mujeres de la región de Iboland en Nigeria Sud Oriental llevaron a cabo lo que se conoce como “hacer la guerra o sentarse encima de un hombre” (Wipper, 1982; visto en Nash, 2012: 264): vestidas como guerreras y llevando palos, se sancionaba al hombre que había ofendido a alguna mujer a través de bailes, insultos, ataques a su casa, etc. Otra resistencia anticolonial fue la llamada Guerra de las Mujeres en 1920 en los pueblos nigerianos de Igbo e Ibibio, en la que atacaron oficinas coloniales, incendiaron las tiendas europeas y los bancos británicos, abrieron las cárceles, liberaron a los presos y cortaron las líneas de telégrafos (Nash, 2012: 264). En ninguna de esas protestas se produjo la matanza de ninguna persona de las fuerzas coloniales; sin embargo, la acción militar del ejército británico asesinó a cincuenta mujeres e hirió a otras cincuenta más. A pesar de las represalias, estas protestas impidieron la posterior imposición de impuestos (Nash, 2012: 264-265).

También en Camerún en 1958, las mujeres del Kom protestaron a través del *anlu*, organización política de mujeres, encabezada por la reina, que consistía en bailes, canciones, burlas, gritos de guerra... (Nash, 2012: 265). En este caso concreto, protestaban por la imposición del gobierno británico de adoptar nuevos procedimientos de producción agraria. Además, ocuparon el mercado y obligaron a los hombres a dejar sus puestos comerciales; cerraron la escuela misionera católica y establecieron sus propios tribunales de justicia (Nash, 2012: 265). La protesta tuvo éxito al lograr impedir la interferencia colonial en los asuntos de las mujeres (Nash, 2012: 265). En la década de los setenta, las mujeres africanas participaron en la lucha por la independencia en Guinea-Bissau, Mozambique y Angola. En Sudáfrica promovieron la lucha contra el *apartheid*. En Namibia la organización de mujeres *La Voz de las Mujeres* consiguió incluir un programa de igualdad de los sexos en la constitución del país, tras lograr la independencia en 1990 (Nash, 2012: 265-266).

Al igual que ocurría en Europa y África, en América Latina existió una gran heterogeneidad de movimientos feministas y de acciones colectivas (Nash, 2012: 206). Las características básicas del feminismo latinoamericano eran las siguientes (Nash, 2012: 206): tenía una intención de transformación política y social, lo formaban mujeres de las capas populares de la población, politizaron problemas que hasta entonces habían estado despolitizados, y llevaron a cabo una lucha doble contra la dictadura política (en algunos países) y la opresión en el hogar, bajo consignas como “democracia en el país y en casa” (lema tomado de las feministas chilenas). Es importante señalar que, al contrario de lo que sucedía en EEUU y Europa, estas feministas no criticaron el trabajo doméstico, la carga del ama de casa o el peso social de la maternidad (Nash, 2012: 207). Esto puede deberse a las grandes desigualdades sociales, al peso del comunitarismo y a las redes de apoyo de una familia extensa (Nash, 2012: 207).

En relación al peso social de la maternidad, hubo movimientos maternos de resistencia en países como Chile, Bolivia, Colombia o Brasil: “bajo la cobertura legítima de un maternalismo aplicado a la comunidad, estas madres se convirtieron en rebeldes. Al cuestionar sus horizontes tradicionales de actuación en el hogar, asentaron su derecho a intervenir de forma pública en la lucha por las necesidades de su comunidad y de su barrio” (Nash, 2012: 210). Un ejemplo famoso del maternalismo social son las conocidas *Madres argentinas de la Plaza de Mayo* de Buenos Aires, convertidas en una expresión innovadora de ciudadanía y de nuevas formas de prácticas políticas construidas sobre los valores maternos como fuentes de cuestionamiento político, de negociación y de reivindicación de los derechos humanos (Nash, 2012: 212).

En la década de los ochenta, la agenda feminista de las mujeres latinoamericanas abarcó temas como la feminización de la pobreza, la lucha por la subsistencia, el desarrollo sostenible, la democratización de la sociedad, los derechos sexuales y reproductivos, la denuncia de la violencia machista, el acoso sexual, las violaciones, la mejora de las condiciones laborales, el desarrollo de políticas identitarias, etc. (Nash, 2012: 207). Para debatir todos estos temas crearon redes locales, regionales y nacionales, e impulsaron publicaciones, grupos de teatro y poesía, centros documentales y, con el tiempo, organizaciones no gubernamentales de mujeres (Nash, 2012: 207).

Por otra parte, en la India el movimiento de mujeres venía ya desde el siglo XIX exigiendo la eliminación del *sati* (costumbre de inmolación obligada o voluntaria de la viuda en la pira fúnebre del marido) y de la poligamia; el derecho de las viudas a casarse; el acceso a la educación; a la propiedad y a los derechos políticos (Nash, 2012: 252). A principios del siglo XX, feministas como Sarojini Naidu y Kamaledevi Chattopadhyaya hicieron campañas por el sufragio, la educación, el divorcio y la mejora de las condiciones laborales de las trabajadoras (Nash, 2012: 252). Se fundaron asociaciones (la *Asociación India de las Mujeres*, en 1917); se hicieron conferencias (como la Conferencias de las Mujeres de Toda India, en 1927, donde se exigió el incremento de la edad de matrimonio a los 14 años y la abolición del matrimonio infantil); participaron en campañas de desobediencia civil (marchas, manifestaciones, mítines públicos, ataques a tiendas británicas y acciones directas contra el gobierno colonial) para transmitir su disconformidad con el gobierno colonial; etc. (Nash, 2012: 252 y ss.).

En la actualidad, existe en la India un grupo de mujeres que lucha contra los casos de maltrato enfrentándose directamente a los maridos, el ejército de *los saris rosas*. Se creó en 2006 de la mano de Sampat Pal, y ya cuenta con más de 400.000 mujeres ataviadas con un sari rosa y un palo de bambú para defenderse. Sus demandas son la erradicación del matrimonio infantil y la tradición de la dote, y que se actúe con firmeza contra la violencia contra las mujeres, así como que se acabe con el analfabetismo de las mujeres y se impulse su emancipación. El grupo ha puesto en marcha programas enfocados a lograr la emancipación de las mujeres (desde fondos para el ahorro hasta eventos con empresas para que las contraten) para conseguir trascender los casos puntuales que le llegan a diario y lograr un mayor impacto en la comunidad. También tienen grupos de autoayuda y de consejería legal para tratar casos particulares.

Como hemos visto, la acción colectiva feminista se realiza en numerosos países. Las reivindicaciones y las formas de protesta difieren entre ellos; sin embargo, las mujeres han estado y están en movimiento a nivel mundial. En el Estado español, como veremos a continuación, la acción colectiva también tiene una larga historia.

2.2.3.2.2.2. Huellas de la acción colectiva feminista en el Estado español

Centrándonos en el caso del Estado español, como ocurrió en otros muchos países, las circunstancias políticas y sociales hicieron que las luchas de las mujeres por sus derechos se retrasaran (Nash, 2012: 140). En las primeras décadas del siglo XX, la acción colectiva se llevó a cabo, sobre todo, de mano de las primeras asociaciones de mujeres, entre las que están la *Asociación Nacional de Mujeres Españolas* en 1918, y *Liga Española para el Progreso de la Mujer*, *Sociedad Concepción Arenal* y *Unión del Feminismo Español* a lo largo de los años veinte (Nash, 2012: 145).

El movimiento emergió en respuesta al franquismo, el cual se tradujo para las mujeres en la domesticidad más arcaica, además de la discriminación legal (Nash, 2012: 215). El feminismo se consolidó a la vez que se daban las transformaciones políticas de la transición democrática (Nash, 2012: 215-216). Las campañas feministas de la época reclamaban tanto la amnistía de las mujeres como la amnistía política general. Así se hizo en las primeras Jornadas por la Liberación de la Mujer, celebradas en Madrid en 1975, en las que se escribió un telegrama al rey con la exigencia de una amnistía general y el rechazo a cualquier gobierno que no respetara las libertades democráticas (Nash, 2012: 216). Un núcleo minoritario de las asistentes reclamó la amnistía también para las mujeres procesadas por delitos en relación con el aborto, la anticoncepción, la prostitución y pidieron la modificación del Código Penal y de la Ley de Peligrosidad Social que afectaba a las personas homosexuales (Nash, 2012: 216). La amnistía de las mujeres se reclamó a través de las revistas *Dones en Lluita (Mujeres en Lucha)* y *Mujeres Libres*, ambas en 1977 (Nash, 2012: 215-216).

En 1976 se celebraron en Barcelona las Primeras Jornadas Catalanas de la Dona (Elizondo, 1998: 90). Durante este encuentro ganó terreno la corriente del feminismo socialista frente a la postura mantenida por el feminismo radical (Elizondo, 1998: 90). Los partidos de izquierda de esta época asumieron gran parte de las demandas de las mujeres, lo que quedó patente durante la campaña electoral de las primeras elecciones democráticas de 1977 (Mendizabal y Ortiz de Pinedo, 1995; visto en Elizondo, 1998: 90).

Sin embargo, durante las Segundas Jornadas Feministas de Granada, dos años después, el feminismo socialista y radical dejaron su discusión en un segundo plano, y tomaron el relevo el feminismo de la igualdad y el de la diferencia (Elizondo, 1998: 90). En consecuencia, la división en el seno del movimiento feminista se intensificó, mientras las primeras defendían la doble militancia y las segundas apoyaban la militancia única (Elizondo, 1998: 90). El debate originó la fragmentación, a nivel organizativo, y el proceso de formación de asambleas de mujeres en las diferentes provincias (Durán y Gallego, 1986; visto en Elizondo, 1998: 90).

Así, a finales de la década de los ochenta, el feminismo accedió a las instituciones (Aubert, 1995; visto en Elizondo, 1998: 91). La institucionalización se manifestó en dos aspectos esenciales (Elizondo, 1998: 91): por un lado, se creó el Instituto de la Mujer en 1983 y posteriormente cada comunidad autónoma estableció este tipo de institución (en el País Vasco, como veremos en el siguiente apartado, se estableció en 1988); y, por otro lado, el feminismo entró en las universidades a través de la creación de departamentos e institutos.

A lo largo de la década de los ochenta, la presencia en la calle de los grupos feministas españoles fue muy importante. Denunciaron la opresión doméstica y la subordinación de las mujeres, y reclamaron el reconocimiento de la presencia y de la voz de las mujeres (Nash, 2012:

217). Al igual que en el ámbito internacional, el feminismo español llevó a su máxima expresión el lema *lo personal es político* (Nash, 2012: 217). En su programa reivindicativo figuraban los derechos reproductivos, la eliminación de la legislación discriminatoria, la legalización del divorcio y el aborto, la libertad sexual, la creación de centros de planificación familiar, el rechazo a la violencia machista, el reconocimiento del trabajo doméstico, el derecho al empleo fuera de casa, el desarrollo de una enseñanza no sexista, etc. (Nash, 2012: 217-218).

Además de tomar las calles, las feministas abrieron editoriales, bibliotecas y cafés; publicaron libros, agendas, calendarios y postales; celebraron actos lúdicos y festivos; publicaron revistas que divulgaban la teoría y el activismo feminista (*Vindicación Feminista, Dones en Lluita, Lucha Antiautoritaria de Mujeres Antipatriarcales, Mujeres Libres, Opinión. Revista de la Mujer Liberada* etc.) (Nash, 2012: 218-219).

Pero si hay una reivindicación histórica en el feminismo, tanto en EEUU, Europa y América Latina, esa es la del aborto. Fue, sobre todo, en la década de los setenta, de la mano del feminismo radical, cuando éste puso énfasis en la esfera privada de la vida, en aquella que permanece oculta pero en la que se desarrollan relaciones de poder patriarcales (Cobo y Nogueiras, 2014: 41). Así, la violencia está presente en multitud de ocasiones en el lugar en el que en teoría debe haber amor y cuidados. Las reflexiones en este sentido llevaron al feminismo radical a colocar la sexualidad y la maternidad en el centro de la agenda política (Cobo y Nogueiras, 2014: 42), ya que consideraban que *lo personal es político*. Al dividir la sexualidad de la maternidad se reflexionó en torno al derecho de las mujeres al placer sexual, y que éste no tiene por qué estar unido a la maternidad (Cobo y Nogueiras, 2014: 42). Y es en esta reflexión en la que radica la reivindicación del derecho al aborto. Así, la sexualidad responde a la búsqueda del placer, y la maternidad debe ser un acto de elección, deseado y consciente. El feminismo entiende que el derecho al aborto se basa en el derecho de las mujeres a decidir sobre sus propios cuerpos, así como sobre su futuro.

En el Estado español, el derecho al aborto comenzó a reivindicarse públicamente en la época de la transición, con frases como *nosotras parimos, nosotras decidimos; anticonceptivos para no abortar, aborto para no morir; la sexualidad no es reproducción...* (Cobo y Nogueiras, 2014: 47). En el año 1985 se estableció que el aborto no era punible si la vida, la salud física o psíquica de la madre corrían peligro a lo largo del embarazo. Gran parte de las organizaciones feministas criticaron la ley por mantener la penalización salvo en los tres supuestos, y no garantizar su realización en la red sanitaria pública. Las campañas por la derogación de la ley y la reivindicación de la despenalización total del aborto fueron numerosas. Destaca, entre muchas otras, la asociación *Women on Waves (Mujeres sobre Olas)* fundada en 1999 en Holanda por la médica Rebecca Gomperts. El objetivo de la asociación es realizar abortos mediante métodos no quirúrgicos a mujeres de países con leyes restrictivas a este respecto. También facilita el acceso a métodos anticonceptivos e información relacionada con la prevención de embarazos no deseados. Para llevar a cabo los abortos, la asociación posee un barco que, tras recoger a las mujeres que quieran interrumpir su embarazo, navega a aguas internacionales donde las leyes holandesas son las únicas válidas sobre lo que ocurría en la nave. *Women on Waves* llegó a Valencia en 2008 invitada por numerosas organizaciones españolas que lo utilizaron como acto de protesta y reivindicación.²⁰

²⁰ Más información disponible en: <http://smoda.elpais.com/placeres/el-barco-abortista-ya-tiene-documental/> [Fecha de consulta: 11 septiembre de 2015].

En 2010 la ley de 1985 se modificó y pasó a ser *Ley Orgánica 2/2010, de 3 de marzo, de salud sexual y reproductiva y de la interrupción del embarazo*²¹. Se estableció un periodo de libre elección de las embarazadas (14 semanas), a pesar de que era obligatorio informar de los derechos, prestaciones y ayudas públicas de apoyo a la maternidad, y se debía esperar 3 días desde la entrega de dicha información. Sin embargo, se suprimió la posibilidad de abortar en cualquier momento de la gestación por problemas de salud de la mujer (algo que si se permitía en la ley de 1985). En cambio, se permitió cuando el feto presentase anomalías incompatibles con su vida o por enfermedad del feto extremadamente grave e incurable. Finalmente, las menores de 16 y 17 años tenían derecho a tomar ellas mismas la decisión de abortar, aunque se debía informar de la decisión al menos a uno de los/as representantes legales.

En 2012, el que fuera ministro de Justicia del gobierno del Partido Popular (PP), Alberto Ruíz-Gallardón, anunció su intención de modificar la ley de 2010 para hacerla más restrictiva (Cobo y Nogueiras, 2014: 53). El anuncio dio lugar a numerosas movilizaciones en muchas ciudades españolas; sin embargo, el Consejo de Ministros aprobó el 20 de diciembre de 2013 el anteproyecto de la *Ley de protección de la vida del concebido y derechos de la mujer embarazada* (Cobo y Nogueiras, 2014: 53), por ese orden. La ley afirmaba que el aborto era un delito, con dos excepciones: que el embarazo fuese fruto de una violación (sólo alegable en las primeras 12 semanas) o que generase un grave peligro para la vida o la salud física o psíquica de la embarazada. Se suprimía el aborto por malformaciones fetales muy graves y las menores necesitarían el permiso paterno/materno. Además, se imponía la tutela psiquiátrica, médica y legal (a través de un informe firmado por dos médicos/as ajenos al centro en el que se fuera a practicar el aborto), por lo que se volvía a una situación más represiva que la conseguida con la despenalización parcial de 1985. Finalmente, la ley consideraba el aborto un delito sin castigo para las mujeres pero sí para el/la profesional médico/a que lo llevase a cabo (hasta tres años de cárcel y seis de inhabilitación).

Finalmente, tras numerosas protestas desde colectivos feministas (que detallaremos a continuación) y otros que no se definían como tales, además de críticas de personas del propio PP, el 23 de septiembre de 2014 el presidente del gobierno dio marcha atrás y renunció a la polémica ley. Sin embargo, la ley de 2010 se modificó en 2015 en un aspecto: las menores que quieran abortar deben tener el consentimiento paterno/materno, la decisión ya no está únicamente en su mano.

La movilización feminista contra el anteproyecto de ley de Gallardón resurgió para dar respuesta al mayor retroceso en cuanto a los derechos de las mujeres desde el año 1985. Puede afirmarse que la acción colectiva organizada por el derecho al aborto en el Estado español en los años 2013 y 2014 es la más importante de lo que llevamos de siglo. Las protestas feministas fueron muy numerosas, prácticamente cada semana se organizaban varias en las distintas provincias (Cobo y Nogueiras, 2014: 54): concentraciones en plazas, manifestaciones, performances o escraches. Rosa Cobo y Bélen Nogueiras en su estudio *Teoría y acción política feminista en España en torno al aborto* (2014) citan algunas de las iniciativas feministas más importantes a este respecto: las performances de FEMEN, *El Tren de la Libertad*, las manifestaciones del 8 de marzo, etc. (Cobo y Nogueiras, 2014: 54 y ss.). Además, también se dieron otras iniciativas y performances simbólicas, como el registro de

²¹ La Plataforma de Mujeres ante el Congreso publicó en 2012 una guía informativa sobre la interrupción voluntaria del embarazo con información de las dos legislaciones anteriores al anteproyecto de 2013. La información expuesta a cerca de las legislaciones ha sido extraída de dicha guía. Disponible para descarga en: http://fepaio.org/sp/?page_id=1136 [Fecha de consulta: 27 de septiembre de 2016].

cuerpos de mujeres ante las Oficinas de Registro de la Propiedad o la simulación de abortos en directo.

En primer lugar, comenzaremos haciendo referencia a las acciones colectivas llevadas a cabo por FEMEN. Éste es un grupo activista feminista ucraniano constituido en España en 2013. Uno de los símbolos manifiestos de FEMEN es la utilización del “cuerpo-pancarta” (Hutsol, Shachko y Shevchenko, 2013: 8); es decir, expresar la verdad “(...) a través del cuerpo con la ayuda del desnudo y de los signos que se trazan sobre él” (Hutsol, Shachko y Shevchenko, 2013: 8). Esta forma de reivindicación no es nueva en el feminismo. Como veremos más adelante con otro ejemplo del uso del cuerpo de las mujeres como forma de acción colectiva, las feministas han escrito y pintado sus propios cuerpos desnudos o semidesnudos, los han fotografiado y mostrado en espacios públicos como forma de subversión y expresión de sus reivindicaciones. No obstante, el desnudo reivindicativo no ha sido únicamente utilizado como herramienta política por los grupos feministas, otros movimientos sociales como los ecologistas o los animalistas llevan años protestando de esta forma. Continuando con el feminismo, una de las razones principales por las que protesta de esta forma, entre otras, es porque entiende el cuerpo de las mujeres como una forma de rebeldía, precisamente porque éste ha sido asignado al ámbito privado o ha sido utilizado para satisfacer las fantasías de los hombres. Así, a pesar de que no son las primeras en optar por esta forma de protesta, pocos grupos feministas han conseguido la atención de los medios de comunicación como lo han conseguido las integrantes de FEMEN. Las razones son múltiples, sin lugar a dudas. Podríamos aventurar que ellas mismas buscan la mayor cobertura mediática posible para asegurar su actividad, tal y como afirman en su obra *FEMEN. En el principio era el cuerpo* (2013: 9). Esto puede evidenciar que eligen cuidadosamente en qué lugares llevar a cabo sus acciones de protesta, lugares en los que saben que se congregan grandes personalidades y, por lo tanto, medios de comunicación internacionales. Además, no podemos olvidar el contexto histórico y mediático en el que vivimos, en el que una imagen puede recorrer internet en minutos. En este sentido, su presencia en internet a través de su página web oficial y su página de *Facebook*, entre otras, es masiva y provocadora. Como ellas mismas afirman, “El movimiento lleva a cabo una campaña de información y propaganda agresiva en internet. Utiliza la red como medio alternativo para transmitir su ideología. FEMEN se encuentra en todas las redes sociales y comunidades” (Hutsol, Shachko y Shevchenko, 2013: 9).

Una de las más relevantes acciones colectivas feministas llevada a cabo por FEMEN fue la irrupción en una sesión de control en el Congreso de los Diputados en octubre de 2013 durante la intervención del ministro de justicia de aquel momento, Ruiz Gallardón. Las tres mujeres, con el pecho descubierto, llevaban pintada la frase *aborto es sagrado*, la misma frase que gritaban. Esta acción, y otras muchas que tuvieron lugar a lo largo de los siguientes meses (por ejemplo, una protesta ante el ex presidente de la Conferencia Episcopal Rouco Varela), tuvieron una enorme repercusión en los medios de comunicación y fueron llevadas ante los tribunales²².

Además de las acciones colectivas que FEMEN realizó, también hubo otras muy importantes. El 1 de febrero de 2014 se organizó una de las movilizaciones más importantes en torno al aborto: *El*

²² De hecho, el 19 de julio de 2016 comenzó el juicio contra cinco de sus activistas por boicotear una manifestación contra el aborto celebrada el 17 de noviembre de 2015 en Madrid mostrando el pecho y reivindicando el derecho de las mujeres a decidir sobre la interrupción del embarazo. Más información disponible en: http://politica.elpais.com/politica/2016/07/19/actualidad/1468914751_077403.html [Fecha de consulta: 20 de julio de 2016].

Tren de la Libertad. Miles de mujeres (unas 50.000), convocadas por grupos feministas y partidos de izquierda de todo el Estado, se reunieron en Madrid y en otras ciudades españolas y europeas para exigir la retirada del anteproyecto de ley del aborto (Cobo y Nogueiras, 2014: 55). En Madrid se dio la manifestación más multitudinaria de todas. Muchas de estas mujeres llegaron en diferentes medios de transporte, pero se organizó alrededor de los trenes una acción simbólica: un recorrido en tren por diferentes ciudades (el viaje comenzó en Gijón y se detuvo en ciudades como León y Valladolid). Muchas mujeres, ataviadas con petos y pancartas, se subieron en las estaciones de tren hasta llegar a la capital, donde comenzó una manifestación desde la estación de Atocha hasta el Congreso de los Diputados (Cobo y Nogueiras, 2014: 55).

Además, más de 60 directoras de cine filmaron tomas de la manifestación y realizaron un documental con el título *Yo decido. El tren de la libertad*. Ésta fue un proyecto que se llevó a cabo con pocos medios técnicos y económicos, y se estrenó en el verano de 2014 (Cobo y Nogueiras, 2014: 55).

El 8 de marzo de 2014, las tradicionales manifestaciones del Día Internacional de la Mujer se centraron en exigir el derecho al aborto (Cobo y Nogueiras, 2014: 56). La manifestación de Madrid volvió a ser la más multitudinaria. Bajo el lema *en nuestros úteros no se legisla, nuestros cuerpos no se maltratan, nuestros derechos no se recortan*, las calles de muchas ciudades españolas volvieron a llenarse de mujeres, jóvenes y mayores. Según Cobo y Nogueiras (2014: 56), esta manifestación ha sido un éxito sin precedentes en la historia de las movilizaciones de las mujeres en defensa de sus derechos, unos derechos conseguidos muy tarde y después de muchas luchas feministas.

Además de estas manifestaciones y otras muchas convocadas hasta la retirada del anteproyecto de ley en septiembre de 2014 (como la celebrada en Pamplona en abril de 2014), los colectivos feministas del Estado organizaron numerosas acciones performativas simbólicas (Cobo y Nogueiras, 2014: 57). Entre ellas encontramos el registro de cuerpos de miles de mujeres ante las Oficinas de Registro de la Propiedad en ciudades como Madrid, Bilbao, Barcelona, Sevilla, Pamplona o Pontevedra. Esta iniciativa, planeada por la artista Yolanda Domínguez, tenía como objetivo registrar el derecho a la posesión y libre uso del cuerpo mediante un impreso oficial de registro de bienes muebles (Cobo y Nogueiras, 2014: 59).

Como ya avanzábamos con las acciones colectivas de FEMEN, y al igual que ocurre con la iniciativa del registro de cuerpos, es importante aclarar el significado que da el feminismo a los cuerpos de las mujeres. Según Cobo y Nogueiras, “La expresión de ideas políticas mediante el cuerpo en el espacio público ha sido una de las estrategias centrales del activismo feminista. Y concretamente, en relación al derecho al aborto, el cuerpo siempre ha sido uno de los territorios centrales” (2014: 58). Así, las feministas han escrito y pintado sus propios cuerpos, los han fotografiado y mostrado en espacios públicos como forma de subversión y expresión de sus reivindicaciones. Y es que, la percepción social del cuerpo cambia según el momento histórico; en la actualidad, el cuerpo puede ser un lugar de discriminación pero también de contestación (Esteban, 2004: 46). El feminismo entiende el cuerpo de las mujeres como una forma de rebeldía, precisamente porque éste ha sido asignado al ámbito privado o ha sido utilizado para satisfacer las fantasías de los hombres. Por lo tanto, el uso del cuerpo como “(...) metáfora de la agenda política [feminista]” (Cobo y Nogueiras, 2004: 58) tiene un poder contestatario y subversivo porque el uso que se le da es contrario a lo que ha establecido el orden patriarcal dominante. La aparición en estas protestas de cuerpos no normativos incrementa su poder inconformista porque se encuentran fuera

de los cánones establecidos de belleza y “(...) conducen a las personas espectadoras a realizar un ejercicio de relectura y deconstrucción de los significados tradicionales asociados al cuerpo, a enfrentarse a lo oculto, lo negado, lo prohibido y lo que subvierte” (Cobo y Nogueiras, 2004: 58).

Otra iniciativa importante fue la realizada en marzo de 2014 por dos jóvenes feministas que se encadenaron a la basílica de Santa María del Mar de Barcelona. En el cartel que sostienen las mujeres se lee: *Nuestros cuerpos, nuestros derechos, jóvenes, libres, feministas: idesobedientes!* Ambas mujeres pertenecían al colectivo Arran, una organización feminista, independentista y ecologista, y que pretendían mostrar su rechazo públicamente a la reforma de la ley del aborto.

Finalmente, las feministas realizaron performances representando las consecuencias que podrían tener las restricciones de una ley que recortase el derecho al aborto. Así, representaron a mujeres viajando a otros países para abortar, de la misma forma que se hacía antes de la despenalización parcial de 1985. Las activistas cargaban maletas y gritaban consignas como *Volvemos al pasado, me voy a Londres a abortar o Embarque en primera clase para abortar en Londres* (Cobo y Nogueiras, 2004: 58).

Como hemos visto, el derecho al aborto ha sido históricamente una de las reivindicaciones centrales del feminismo del Estado español. Este repaso histórico también nos permite darnos cuenta de cómo los derechos, en este caso los de las mujeres, no pueden darse nunca por conseguidos porque pueden ser susceptibles de cambios o de supresión por parte de las autoridades.

Teniendo en cuenta la acción colectiva feminista del Estado español, en la siguiente sección nos centraremos en estudiar brevemente algunos aspectos de la correspondiente a el País Vasco, la cual cuenta con ciertas especificidades.

2.2.3.2.2.3. Retazos de la historia de la acción colectiva feminista en el País Vasco

Al igual que en otros lugares del mundo, el desarrollo del feminismo en el País Vasco estuvo ligado a los acontecimientos históricos específicos de la zona. Entre los años 1900 y 1936 tuvo lugar en el País Vasco uno de los procesos más importantes de cambio y adaptación en la consideración social de la diferenciación de los sexos (Ugalde, 1993: 121). La revolución industrial iniciada en el último cuarto del siglo anterior trajo una profunda transformación social que se manifestó en la incorporación progresiva de las mujeres al trabajo asalariado y a la política; en la introducción de la polémica feminista internacional; y en el comienzo de una primera movilización y organización de las mujeres (Ugalde, 1993: 121).

En el carácter de la movilización inicial de las mujeres incidieron varios factores ideológicos (Ugalde, 1993: 121). Mercedes Ugalde cita dos de esos factores: en primer lugar, las clases medias urbanas vascas estaban ideológicamente divididas, debido al ascenso del nacionalismo; y, en segundo lugar, a la importancia social de una ideología conservadora, se sumó la influencia de la religión católica sobre la sociedad vasca.

En este contexto, las mujeres vascas comenzaron a movilizarse para mejorar su situación, ampliar sus horizontes de actuación y aumentar su influencia dentro y fuera del hogar, pero sin

realizar una ruptura respecto a sus funciones tradicionales (Ugalde, 1993: 121). En este sentido, no llegaron a crear organizaciones autónomas reivindicativas, sino que se incorporaron a las organizaciones de la Iglesia Católica, de las instituciones educativas y culturales y de los movimientos nacionalista y obrero (Ugalde, 1993: 121). Así, fue la defensa de la identidad nacionalista la que impulsó a estas mujeres a buscar una forma de acceder al ámbito público diferenciada de la de los hombres y a tratar de preservar la diferenciación de su función social respecto a la de ellos (Ugalde, 1993: 129).

La instauración de la Segunda República en el Estado español supuso una apertura para las mujeres vascas. En esta época surgieron las primeras organizaciones autónomas de carácter feminista (Ugalde, 1993: 135-136). Entre ellas, en 1932 se creó en Bilbao la *Unión Republicana Femenina* siguiendo los pasos de la organización que había creado en Madrid Clara Campoamor (Ugalde, 1993: 136).

Otra organización importante fue la *Fraternidad de Mujeres Modernas*, creada también en Bilbao (Ugalde, 1993: 136). Esta organización declaró su carácter liberal y laico, y su intención de romper con la mentalidad tradicional para sumarse a los avances de la modernidad (Ugalde, 1993: 136).

Finalmente, la organización más importante fue *Emakume Abertzale Batza* (EAB), filial del Partido Nacionalista Vasco (Ugalde, 1993: 136). Esta organización reunió a un gran número de afiliadas y abarcó numerosas zonas de influencia en el País Vasco (Ugalde, 1993: 136). Además, EAB integró en sus filas tanto a mujeres con posiciones reformistas como a mujeres más conservadoras (Ugalde, 1993: 138).

Tras la guerra civil española y el franquismo, en el País Vasco el feminismo reapareció entre los grupos más jóvenes de los partidos o movimientos políticos de izquierda, como el Frente de Liberación Popular (ESBA), ELA, Movimiento Socialista de Euskadi o ETA (Martínez, 2007: 30). Las mujeres de estas organizaciones no tuvieron el apoyo de sus compañeros porque nunca creyeron que las reivindicaciones feministas fueran prioritarias.

En las Primeras Jornadas de la Mujer en Euskadi/Euskadiko Emakumeen Lehenengo Topaketak, celebradas en Leioa en 1977 (hubo dos más, en 1984 y 1994), muchos de estos grupos salieron a la luz y dejaron patente el gran movimiento asociativo feminista: *Coordinadoras de Grupos de Barrios y Pueblos, Mujeres Cristianas, Asamblea de Mujeres de Vizcaya, Gipuzkoako Talde Feminista Autonomoa, Nafarroako Emakumearen Askatasun Mugimendua, Asamblea de Mujeres de Álava, Emazteak Iraultzan, Groupe de Libération de la Femme de Bayonne y Lucha Antipatriarcal de Mujeres Bizcaínas Revolucionarias Organizadas Autónomamente* (LAMBROA) (Martínez, 2007: 31). Tomaron parte unas 3.000 mujeres que discutieron temas como la sexualidad, la estructura opresiva, el trabajo doméstico, el Movimiento Feminista... (Del Valle, 1996: 80). Las Asambleas de Álava, Guipúzcoa y Vizcaya se incorporaron a la Coordinadora de Organizaciones Feministas del Estado, donde se discutían las reivindicaciones de interés general y de diseñaban las acciones colectivas (Martínez, 2007: 31).

En 1979 hubo diversas protestas en torno al aborto. Todo comenzó con un juicio por aborto a diez mujeres y un hombre en Basauri (el caso se conocía como *las 11 de Bilbao*). Las manifestaciones se generalizaron, así como las ocupaciones de edificios en casi todas las provincias

del Estado español, la recogida de firmas en Euskadi (se recogieron 27.000) y las movilizaciones. Tras suspender el juicio en varias ocasiones, la Audiencia Provincial emitió su veredicto: las penosas situaciones sociales, bajo las cuales estas mujeres habían interrumpido su embarazo, fueron consideradas como atenuantes. Se sentaba con ello un precedente legal para la defensa de los derechos de las mujeres. En 1983, *las 11 de Bilbao* fueron indultadas. Las movilizaciones de todo el Estado español obligaron en parte al Gobierno de Felipe González a elaborar la primera ley del aborto de la democracia, aprobada en 1985, a pesar de la presión de la derecha y de la Iglesia (Martínez, 2007: 32).

Las protestas de *las 11 de Bilbao* se tienden a percibir hoy en día como el momento cumbre de la organización asamblearia de mujeres en el País Vasco, debido a la movilización tan amplia que se llevó a cabo y a la participación masiva de mujeres, gracias a la coordinación de las distintas asambleas (Del Valle, 1996: 81).

En 1982 se celebraron las Jornadas de feminismo independiente en Donostia. Ese mismo año, la Asamblea de Mujeres de Vizcaya organizó una quincena político-cultural con motivo del 8 de marzo. Dos años después, se celebraron las Segundas Jornadas Feministas de Euskadi, organizadas por la Coordinadora Feminista, en la que participaron diferentes colectivos. Se trataron temas como el trabajo, la ciencia, la salud, la maternidad, la sexualidad, la violencia, el amor y el propio movimiento feminista (Martínez, 2007: 34).

Por otra parte, en cuanto al feminismo institucional, en 1986, ante el hecho de que el Gobierno Vasco no mostraba interés en poner en marcha políticas relacionadas con situación de las mujeres, un pequeño grupo de mujeres decidió presionar al gobierno para cambiar la situación (Martínez, 2007: 37). Desde las instituciones políticas, hasta ese momento tan sólo se había realizado un estudio, publicado por el Departamento de Cultura en 1982, titulado *Emakumearen egoera Euskadin/Situación de la mujer en Euskadi* (Martínez, 2007: 37). El estudio tenía como objetivo conocer el punto de partida de las políticas de igualdad, pero no se tradujo en nada concreto (Martínez, 2007: 37). En mayo de 1986, varias mujeres, entre las que se encontraban diputadas, parlamentarias, periodistas, abogadas, profesoras... organizaron el *Seminario Mujer e Instituciones/Emakumea eta Instituzioak Mintegia* (Martínez, 2007: 39). Las organizadoras eran favorables a la participación política de las mujeres y a la colaboración con el poder político porque entendían que de esa forma se podrían defender mejor los intereses de las mujeres (Martínez, 2007: 39). Asimismo, defendían la creación de un organismo autónomo, siguiendo los pasos del Instituto de Mujer que ya funcionaba en Madrid desde 1983 (Martínez, 2007: 39). Dicho organismo autónomo debía encargarse, principalmente, de la elaboración de políticas de acción positiva (Martínez, 2007: 40).

Siguiendo con el proceso de creación de Emakunde, las organizadoras del seminario enviaron cartas al entonces lehendakari, José Antonio Ardanza, y presidente del Parlamento Vasco, Juan José Pujana, así como a los diferentes partidos políticos vascos, a los que se les pedía que incluyeran la propuesta en sus programas electorales (Martínez, 2007: 40). La respuesta de los partidos políticos fue positiva, aunque sus promesas no se reflejaron como se esperaba en los programas electorales de las siguientes elecciones municipales y provinciales (Martínez, 2007: 41). En consecuencia, se organizó un segundo seminario llamado *Mujer e Instituciones* en 1987 en el que se realizaron reivindicaciones diversas (Martínez, 2007: 41): aumento del número de guarderías, centros de salud y centros culturales y de la tercera edad; planificación familiar e información sexual;

fomento del empleo; educación permanente; creación de redes de apoyo y casas de acogida para mujeres maltratadas y violadas; etc.

Finalmente, Koro Garmendia, parlamentaria y secretaria primera de la Mesa del Parlamento Vasco por Euskadiko Ezkerra, presentó en una rueda de prensa la Proposición de Ley que pensaba llevar al Parlamento para la creación de un Instituto Vasco de la Mujer (Martínez, 2007: 42). Así, se aprobó la proposición de Ley que fue apoyada por todos los grupos parlamentarios (Martínez, 2007: 42).

Tras la creación de Emakunde, el feminismo vasco comenzó a institucionalizarse (Elizondo, 1998: 92). Es en este contexto cuando se organizaron las Terceras Jornadas Feministas de Euskadi, en 1994, que sirvieron para evaluar los logros y reflexionar sobre su situación (Elizondo, 1998: 92). Los objetivos principales fueron, por un lado, crear cauces para estrechar vínculos entre los diversos grupos y tendencias en el seno del movimiento y, por otro lado, avanzar en la participación social y política de las mujeres (Coordinadora de Organizaciones Feministas de Euskadi, 1996; visto en Elizondo, 1996: 92).

A lo largo de los años noventa, las transformaciones ocurridas en la sociedad fueron numerosas y profundas, lo que provocó la evolución paralela del feminismo (Elizondo, 1998: 92). Dicha evolución del feminismo, en su intento de adaptación a los cambios, fue, sobre todo, a nivel organizativo (Elizondo, 1998: 92). Desaparecieron pequeños grupos y se fueron creando redes más amplias de mujeres para posibilitar propuestas de acción conjuntas (Elizondo, 1998: 93).

En la actualidad, resulta complicado establecer la situación del feminismo. En cuanto a la institucionalización o a la independencia política del feminismo, una de las polarizaciones clásicas de la historia del feminismo vasco, podemos decir que los planteamientos feministas no contienen una postura de rechazo ni de aceptación tan frontal como en épocas anteriores (Zabala, 2008: 36). En este sentido, los planteamientos feministas actuales aceptan matices en cuanto a la necesidad de estar en las instituciones u obtener ayuda de ellas. Podríamos decir que, salvo en ocasiones muy puntuales, el movimiento feminista actual se ha diversificado. Algunas feministas buscan espacios diferentes de los autónomos de mujeres, o más institucionalizados, o mixtos, o con otras reivindicaciones, etc. (Zabala, 2008: 36).

Como ya hemos apuntado con anterioridad, a las feministas y a los colectivos feministas les une, generalmente, una identidad común que les hermana en la lucha por unas reivindicaciones y unas acciones colectivas concretas. A continuación, analizaremos la identidad feminista y cómo se construye, siguiendo las definiciones y enfoques de varias autoras.

2.2.3.3. La identidad feminista y su construcción

En esta sección partiremos del concepto de identidad definido en el primer apartado de esta investigación para comprender qué es y cómo se forma la identidad feminista. Para ello tomaremos como referencias bibliográficas, en primer lugar, el modelo de Nancy E. Dowking y Kristin L. Roush (1985; visto en Yago y Paterna, 2005: 149) y, en segundo lugar, el modelo de Marcela Lagarde (1998). Ambos modelos se asemejan en las etapas en las que dividen la toma de conciencia feminista, lo que nos lleva a pensar que dicha toma de conciencia puede ser aproximada en una amplia mayoría de las mujeres y de personas pertenecientes a colectivos tradicionalmente oprimidos.

En primer lugar, en cuanto a las definiciones de la identidad, en el apartado 2.1.4.4. *La identidad colectiva y su construcción* definíamos la identidad como un proceso de construcción del sentido atendiendo a uno o varios atributos culturales (Castells, 2003: 34). En este sentido, la antropóloga feminista Marcela Lagarde define la identidad como la experiencia del sujeto en torno a su ser y su existir (1998: 19). Es decir, la identidad consta de conjuntos de pensamientos y afectos que el sujeto y los otros tienen sobre su vida, los otros y el mundo (Lagarde, 1998: 26). Según Lagarde, la identidad se forma a través de las significaciones culturales aprendidas y las creencias que el sujeto realiza sobre su experiencia (1998: 19).

Según Lagarde, cada persona posee una identidad compleja formada, por un lado, por la diversidad de condiciones sociales y de marcas vitales sedimentadas a lo largo de la vida y, por otro lado, por mecanismos de priorización (1998: 35). Por un lado, en cuanto a la diversidad de condiciones sociales y de marcas vitales, la identidad tiende a estar definida también por otras condiciones como la edad, raza, clase social, religión, política, salud... (Lagarde, 1998: 34). Por otro lado, en cuanto a los mecanismos de priorización, cada persona tiende a privilegiar ciertos aspectos identitarios sobre otros, por ejemplo, su identidad de clase social por encima de su identidad nacional, o su identidad racial por encima de su identidad política (Lagarde, 1998: 35).

En segundo lugar, en cuanto al primer modelo de construcción de la identidad feminista, la aportación principal del modelo de Dowking y Roush (1985; visto en Yago y Paterna, 2005: 149-150) es el reconocimiento de la heterogeneidad femenina en relación a su conciencia y compromiso contra la desigualdad sexual (Yago y Paterna, 2005: 149). En este sentido, las autoras consideran la adquisición de la identidad feminista como un proceso gradual (Yago y Paterna, 2005: 149).

Las autoras dividen el modelo de construcción de la identidad feminista en cinco etapas: aceptación pasiva, revelación, apoyo social-emanación, síntesis y participación. A continuación, analizaremos brevemente cada una de las etapas (Dowking y Roush, 1985; visto en Yago y Paterna, 2005: 149-150):

- Aceptación pasiva: en la primera etapa las mujeres aceptan los roles y estereotipos tradicionales y evitan la confrontación con otras actitudes y valores con el fin de mantener un equilibrio personal.
- Revelación: comienza el proceso de toma de conciencia en el que las mujeres visibilizan su posición de subordinación respecto a los hombres.

- Apoyo social-emanación: tras el comienzo de la toma de conciencia, surgen sentimientos de ira y culpa que se resuelven a través de los vínculos de apoyo con otras mujeres y mediante la valoración de lo femenino.
- Síntesis: se produce la integración de la identidad feminista en el conjunto de rasgos individuales e identificaciones sociales que definen la identidad, siendo capaz de trascender los roles de género y realizar evaluaciones menos estereotipadas.
- Participación: las mujeres participan en la acción colectiva. Esta etapa se considera el logro cognitivo del desarrollo de la identidad feminista.

Por lo tanto, Dowking y Roush (1985; visto en Yago y Paterna, 2005: 149-150) entienden la identidad feminista como un proceso en el que las mujeres comienzan aceptando pasivamente los roles y estereotipos de género tradicionales y terminan participando en la acción colectiva y trascendiendo los roles y estereotipos de género tradicionales. Es la toma de conciencia de una opresión específica dirigida a las mujeres y a colectivos tradicionalmente oprimidos la que permite dicho proceso.

En cuanto al modelo de Lagarde (1998), esta autora entiende que, del conjunto de procesos identitarios de las personas, los de género son consustanciales al sujeto por ser fundantes y permanentes en su vida (1998: 35). Lagarde afirma que en las “sociedades genéricamente organizadas” (1998: 34), todas las personas viven de acuerdo a unos mandatos de género, esto es, hombres y mujeres tienen modos de vida y roles organizados según su sexo: “Cada quien es, siente y sabe, que es mujer o que es hombre y, más allá de su voluntad y aún de su conciencia, su modo de vida está genéricamente determinado y todos los hechos de su existencia tienen la impronta de género” (Lagarde, 1998: 34).

Por lo tanto, esta autora divide la construcción de la identidad feminista de la siguiente forma (1998: 40 y ss.): identidad asignada al nacer, identidad optada, deconstrucción identitaria, resignificación genérica o identidad feminista.

En la primera etapa, en las sociedades genéricamente organizadas, los procesos identitarios de género son asignados por otra persona en el momento del nacimiento: “De ahí su peso determinadamente en la asignación de atributos y de modos de vida específicos. Con el género se designa, también, un recorrido previsible en la vida, tanto por la prohibición de todo lo que no es considerado propio, como por la obligación de desarrollar en cada etapa de la vida las cualidades del género asignado” (Lagarde, 1998: 40-41). Así, la identidad de género tiene una trayectoria de afuera hacia adentro, en la que cada persona aprende (o no lo hace) la identidad asignada, la internaliza y la asume como parte de sí mismo/a (Lagarde, 1998: 41-42).

Evidentemente, las identidades de género pueden cambiar pero son vividas como constantes frente a otras identidades que no perduran (Lagarde, 1998: 35). Igualmente, las identidades de género se reafirman al observar hechos semejantes que permiten fundamentar la creencia en la continuidad genérica y pueden desaparecer ante la conciencia de cambios genéricos personales o macrosociales (Lagarde, 1998: 35-36).

Sin embargo, según Lagarde (1998: 45), existen opciones de identidad cuando en la conciencia hay alternativas, esto es, cuando el sujeto cambia con cierto grado de voluntad algunas

referencias de autoidentidad (segunda etapa). En el caso de las mujeres, Lagarde entiende que cuando la autoidentidad arcaica de las mujeres (que tiene contenidos de la generación anterior) entra en contradicción o conflicto con sus identidades estereotipadas²³, las mujeres viven conflictivamente el cumplimiento del deber de su género (1998: 50). Por lo tanto, cambiar el deber de la identidad de género requiere aprender a ser mujeres de maneras diversas (Lagarde, 1998: 47). Sin embargo, para aprender es preciso desaprender o “deconstruir” (Culler, 1982; visto en Lagarde, 1998: 47) los contenidos previos (tercera etapa). Uno de los contenidos previos patriarcales sobre el que se ha construido la identidad de género de las mujeres se sintetiza en su *ser para los otros* (Basaglia, 1983, 1985; visto en Lagarde, 1998: 47), es decir, ser o existir en relación a los otros (hija de..., esposa de..., madre de...) y, asimismo, ser el objeto de placer de los otros.

Como consecuencia de los conflictos identitarios, las mujeres dejan de creer en lo instintivo o natural como elemento determinante y casual de la condición genérica y, sobre todo, de su propia opresión y de la supremacía masculina (Lagarde, 1998: 52). En este sentido, las mujeres interpretan esas determinaciones instintivas como “elaboraciones ideológicas de legitimación política” (Lagarde, 1998: 52). Así, transformar las mentalidades de las mujeres consiste, en parte, en crear procesos conscientes (Lagarde, 1998: 52).

En la última etapa, como resultado de esos procesos conscientes que dan nuevos contenidos (críticos, positivos, estimativos, libertarios...) a la identidad de las mujeres, surge la identidad feminista. Ésta es consecuencia, afirma Lagarde (1998: 10), de la vivencia en un mundo patriarcal y es, asimismo, fruto de la deconstrucción de dicho mundo. La identidad feminista se gesta y deviene en el ámbito de la vida cotidiana de las mujeres (Lagarde, 1998: 10). Se genera al quebrantarse la coherencia y legitimidad de lo cotidiano, así como al resignificar lo que ocurre en las vidas de las mujeres (Lagarde, 1998: 10).

La combinación del quebrantamiento y de la resignificación de lo cotidiano “permite a las mujeres descubrir y desvelar, intelectual y afectivamente, los contenidos de su identidad patriarcal. Cuando se produce este saber, se genera una revelación que convoca a quien la siente a corregir, vengar y reparar la vida” (Lagarde, 1998: 10). Esto es, las mujeres en las que desarrolla una identidad feminista se mueven por el deseo de transformar el mundo (a todos los niveles) en uno más justo para todas las personas.

La toma de conciencia de una opresión específica es la clave, creemos, para pasar de una identidad que no se cuestiona la problemática social, en este caso la desigualdad sexual y de género (aunque no únicamente), a una identidad feminista que tiene como objetivo la transformación justa del mundo.

A continuación, el tercer y último apartado del marco teórico versará sobre los medios de comunicación y su importancia en las sociedades occidentales, así como el lugar del feminismo en ellos.

²³ Las identidades estereotipadas forman sujetos acordes con su existencia, con las normas, los valores y la vida cotidiana que las mujeres experimentan como destino (Lagarde, 1998: 50).

2.3. Medios de comunicación digitales y feminismo

Hasta este momento los dos grandes ejes de este estudio han sido, por una parte, los movimientos sociales y, por otra, el feminismo. En el seno de cada uno de dichos ejes, a su vez, hemos estudiado las definiciones que dan los/as autores/as más representativos/as, su historia, sus reivindicaciones, su acción colectiva, etc.

A continuación, analizaremos, el tercer gran eje de este estudio: los medios de comunicación. Además, examinaremos cómo se entrecruzan los tres ejes teóricos a los que nos hemos referido (movimientos sociales, feminismo y medios de comunicación). Como consecuencia, descompondremos este apartado sobre los medios de comunicación de la siguiente forma: en primer lugar, analizaremos los medios de comunicación y el poder que ejercen en las personas; en segundo lugar, examinaremos el lugar que ocupa el feminismo en los medios de comunicación y los estudios más representativos realizados desde una perspectiva de género (a nivel internacional, europeo, nacional y vasco); en tercer lugar, nos centraremos en los medios de comunicación digitales, es concreto, en la prensa digital; y, finalmente, estudiaremos las fotografías de prensa, las cuales son el objeto de análisis de este estudio.

En esta investigación entendemos la comunicación como el intercambio de signos entre humanos con la finalidad última de alcanzar, cuando menos, cierto entendimiento (Casado, 2007: 83). La comunicación ha sido uno de los ámbitos que más ha cambiado durante el siglo XX; es por esto por lo que, a continuación, realizaremos un breve análisis sobre dichos cambios y qué efectos tienen en la sociedad actual.

2.3.1. El poder de los medios de comunicación en la sociedad red

A finales del siglo XX, según Castells (2008: 31), varios acontecimientos de transcendencia histórica alteraron el paisaje social, entre ellos destacan la reestructuración del capitalismo, los cambios sociales y la revolución de las nuevas tecnologías, en concreto, las tecnologías de la información. En el caso de las sociedades capitalistas, su reestructuración ha consistido en la descentralización de las empresas; una mayor flexibilidad en la gestión; un aumento de poder del capital frente al trabajo; la individualización y diversificación de las relaciones de trabajo; la incorporación masiva de las mujeres al empleo; la intervención del Estado para desregular los mercados de forma selectiva y dismantelar el estado del bienestar; o la intensificación de la competencia económica global en un contexto de diferenciación geográfica y cultural para la acumulación y gestión del capital (Castells, 2008: 31-32). Las consecuencias de esta reestructuración han sido múltiples, por ejemplo, la integración global de los mercados financieros, el ascenso del Pacífico asiático como nuevo centro industrial global dominante, la unificación económica de Europa, la diversificación y luego desintegración del antiguo Tercer Mundo etc. (Castells, 2008: 32). En este sentido, el sistema capitalista ha producido un desarrollo desigual en los países del Norte respecto a los del Sur. Asimismo, entre los países que forman cada bloque (Norte y Sur) también se aprecia la misma tendencia de crecimiento desigual. Estos hechos han supuesto, tal y como apunta Castells (2008: 32), que ciertos territorios, y sus respectivas poblaciones, corran el riesgo de convertirse en irrelevantes para la lógica del sistema capitalista.

Por su parte, los cambios sociales han sido espectaculares. Castells destaca el proceso de transformación de la condición de las mujeres, y entiende que el patriarcado se ha debilitado en ciertas partes del mundo redefiniendo así las relaciones entre mujeres, hombres y niños/as y, en consecuencia, también las relaciones familiares, sexuales y de personalidad (2008: 33). También recalca el desarrollo de la conciencia medioambiental, la cual ha calado en las instituciones y sus valores han ganado atractivo político a riesgo de ser manipulados por las grandes empresas y las multinacionales (Castells, 2008: 33). Además, los sistemas políticos se encuentran en crisis estructurales de legitimidad, sumidos en escándalos de diversos tipos, y dependientes del respaldo de los medios de comunicación (Castells, 2008: 33).

Por lo que respecta a las nuevas tecnologías, se ha afirmado que han supuesto una revolución. Las razones son múltiples; sin embargo, la más importante es su capacidad de penetración en todos los ámbitos de la actividad humana (Castells, 2008: 35). Al hablar de nuevas tecnologías de la información hablamos de una serie de nuevos medios que van desde los hipertextos, los contenidos multimedia, Internet, la realidad virtual, hasta la televisión por satélite (Hergueta, 2013: 2). Una característica común que las define es que, estas nuevas tecnologías giran de manera interactiva en torno a las telecomunicaciones, la informática y los audiovisuales y su combinación. Las nuevas tecnologías vendrían a diferenciarse de las tradicionales en las posibilidades de creación de nuevos entornos comunicativos y expresivos (Hergueta, 2013: 2). Esos nuevos entornos han conferido a las sociedades en las que las nuevas tecnologías de la información están presentes un “espíritu libertario” (Castells, 2008: 36), a veces ilusorio a veces real, pero todavía por determinar.

La reestructuración del capitalismo, los cambios sociales y la revolución de las nuevas tecnologías de la información han inducido una nueva forma de sociedad, la sociedad red. Ésta se caracteriza por “(...) la globalización de las actividades económicas decisivas desde el punto de vista estratégico, por su forma de organización en redes, por la flexibilidad e inestabilidad del trabajo y su individualización, por una cultura de la virtualidad real construida mediante un sistema de medios de comunicación omnipresentes, interconectados y diversificados, y por la transformación de los cimientos materiales de la vida, el espacio y el tiempo, mediante la constitución de un espacio de flujos y del tiempo atemporal, como expresiones de las actividades dominantes y de las élites gobernantes” (Castells, 2003: 29).

Así, comenzó un proceso de tránsito de sociedades industriales a sociedades de la información (a las que llamaremos *sociedades red*) en las que la acumulación capitalista ya no pasa por la propiedad de los medios de producción, sino por el acceso al conocimiento (Casado, 2007: 95). Como consecuencia, la información es un elemento definitorio, que no único, de las sociedades contemporáneas (Casado, 2007: 95). Para Casado, la otra gran transformación actual, igual que para Castells, es la globalización, es decir, el proceso que nos ubica en flujos constantes de capital, personas, sentidos, relaciones, información, imágenes... que se extienden y despliegan de manera específica y diferencial a lo largo y ancho del mundo rearticulando de manera diferencial lo local y lo global (Casado, 2007: 95).

Por lo tanto, ¿qué significa *sociedad red*? Castells et al. la definen como aquella estructura social actual que organiza globalmente la riqueza, el conocimiento, el poder, la comunicación y la tecnología que existe en el mundo, a pesar de que sus niveles de desarrollo sean distintos de un país

a otro (2007: 17). Esto es, las actividades fundamentales, de las que depende todo lo demás, están globalizadas (Castells et al., 2007: 20). En este sentido, la economía, la producción de bienes y servicios, la ciencia y la tecnología, una parte de la fuerza de trabajo (las personas migradas, por ejemplo), los medios de comunicación, entre otros, están globalizados. La sociedad red es la estructura social dominante del planeta, es aquella que va absorbiendo poco a poco otras formas de ser y de existir. La humanidad, con todas sus diferencias, es cada vez más homogénea.

La sociedad red sólo ha podido desarrollarse a partir de un sistema tecnológico concreto: el sistema de las nuevas tecnologías de información y comunicación de base microelectrónica y comunicación digitalizada (Castells et al., 2007: 18). Estos/as autores/as apuntan que no es la tecnología la que ha determinado el nacimiento y desarrollo de la sociedad red, pero sin esta tecnología no hubiera sido posible su constitución. La revolución tecnológica de la información posee una serie de características que, tomadas en conjunto, constituyen la base material de la sociedad red (Castells, 2008: 103 y ss.):

- Son tecnologías para actuar sobre la información, no información para actuar sobre la tecnología, como ocurría en las revoluciones tecnológicas previas.
- Todos los procesos de nuestra existencia individual y colectiva están directamente moldeados (aunque no determinados) por el nuevo medio tecnológico.
- Todos los sistemas están interconectados, por lo que las interacciones van en aumento y los beneficios (económicos) de estar en la red crecen exponencialmente.
- Estas nuevas tecnologías se basan en la flexibilidad, es decir, los procesos son reversibles y pueden modificarse y/o alterarse.
- Las tecnologías específicas se encuentran integradas en el sistema. Así, la microelectrónica y los ordenadores están integrados en los sistemas de información.

Uno de los aspectos centrales de la sociedad red, como se ha apuntado, son los medios de comunicación. Entendemos por medios de comunicación, en general, aquellos instrumentos que tienen que ver con la producción, difusión y recepción de mensajes, entendidos éstos como formas simbólicas cuya significación no es estable, sino que puede ser cambiante a lo largo del tiempo (Rueda, Galán y Rubio, 2014: 16). El análisis de los medios de comunicación, por tanto, alude a los dispositivos y soportes que intervienen en los procesos de comunicación, a los contenidos, a las formas de creación y circulación, a sus intencionalidades o a los modos en los que son percibidos por la sociedad (Rueda, Galán y Rubio, 2014: 16).

Los medios de comunicación contribuyen decisivamente a la formación de las representaciones colectivas y, por tanto, a la producción de la cultura (Castells et al., 2007: 22). A mediados del siglo XX, la cultura de masas se extendió por la generalización de los medios de comunicación por EEUU y otros países (Mattelart, 1982: 8), probablemente por el auge de las televisiones. Se ha establecido que, en las sociedades humanas, el consumo de medios de comunicación es la segunda mayor categoría de actividad después del trabajo y, sin duda, la actividad predominante en casa (Sorlin, visto en Castells, 2008: 406). Sin embargo, este hecho no

significa que se esté prestando atención a los medios de comunicación de manera exclusiva todo ese tiempo; es más, ver o escuchar los medios de comunicación suele mezclarse con otro tipo de tareas.

El desarrollo de la cultura de masas y los medios de comunicación pretendían, al comienzo de su existencia, “(...) satisfacer la necesidad de ‘democratizar’ a través del mercado el acceso al ocio y a los bienes espirituales, de ampliar la gama de los temas y de las preocupaciones de lo que se ha denominado la opinión pública, centrada en torno al modelo del ciudadano/a medio/a, de sus posibilidades y de sus sueños, con el objetivo implícito de integrar la población al conjunto de deseos, de realidades, de perspectivas y de aspiraciones que se atribuyen hipotéticamente a ese ciudadano medio, convertido en parámetro ilusoriamente accesible a todo el mundo” (Mattelart, 1982: 8). Así, los medios de comunicación son agentes de socialización que proporcionan información con la que construimos ideas sobre lo que nos rodea (Bernárdez, 2015: 56) y sobre nosotros/as mismos/as: qué somos, cómo nos valoramos, qué cuerpo y qué ideas debemos tener... Lo que los medios *venden* como realidad, no es otra cosa que una construcción hecha con unos recursos técnicos concretos y con unos intereses determinados.

Resumiendo, en su articulación con la organización y funcionamiento del orden social los medios se entienden, fundamentalmente, de la siguiente manera (Moya, 2013: 15):

- su lugar en la producción de saberes;
- su papel socializador, que en algunas sociedades ha desplazado incluso a otras instituciones tradicionalmente normativas;
- en su dimensión comercial-industrial con un carácter marcadamente transnacional.

Así pues, los medios de comunicación producen conocimiento; son una de las formas de socialización más importantes en las sociedades occidentales; y deben ser entendidos desde una dimensión comercial e internacional.

Cuando hablamos de medios de comunicación, lo hacemos de forma general (televisión, prensa, radio, internet...). Sin embargo, cada uno de ellos ha evolucionado en distintas direcciones. En este estudio nos interesa reflexionar sobre el periodismo online, del cual podemos afirmar que se ha adaptado, con el paso del tiempo, tanto a los cambios producidos por las nuevas tecnologías como a la sociedad red. En el apartado 2.3.2. *Medios de comunicación digitales* analizaremos en profundidad cuáles han sido esos cambios.

En la siguiente sección nos centraremos en el papel que cumplen los medios de comunicación en los movimientos sociales.

2.3.1.1. Los movimientos sociales en los medios

En este apartado vemos necesario hacer una distinción antes de continuar. Por una parte, encontramos el análisis de las nuevas tecnologías de la información y el uso que hacen de ellas los movimientos sociales; y, por otro lado, encontramos el papel que juegan los movimientos sociales en los medios de comunicación (es este punto el que nos interesa recalcar) (Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 274 y ss.). Es necesario hacer esta distinción porque estamos hablando de cosas diferentes; sin embargo, al mismo tiempo, no se puede entender lo uno sin lo otro. Es decir, a medida que las tecnologías de la información avanzan y se desarrollan, los movimientos sociales hacen uso de ellas (se hacen convocatorias y llamamientos online, se difunden noticias a través de internet, se narran las acciones realizadas, se crean notas de prensa...), y los medios se hacen eco de estas cuestiones para crear sus mensajes audiovisuales, radiofónicos, escritos, etc. Por lo tanto, la relación entre los movimientos sociales y los medios de comunicación es bidireccional.

Comenzábamos esta investigación afirmando que la actividad de los movimientos sociales arranca de la definición de un problema social (Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 274) (ver tabla 2.2). En este sentido, es necesario tener en cuenta las definiciones del problema que hacen los medios de comunicación, dada la influencia que ejercen en las actitudes de las personas y, en general, en la creación de la opinión pública (Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 274-275). Así, la coincidencia o la discrepancia del marco de acción del movimiento con el marco interpretativo de los medios puede favorecer o perjudicar los intentos del movimiento por captar la simpatía de la gente (Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001: 275).

Este apartado, dado que comenzará ofreciendo una perspectiva histórica, no sólo versará sobre los movimientos sociales (es decir, un grupo de personas que se definía a sí mismos/as como tales) sino también sobre insurrecciones concretas de personas que no tenían por qué pertenecer a un grupo con una conciencia colectiva. Esto es debido a que mucha de la bibliografía al respecto no concreta si las personas que protestaban pertenecían o no a un movimiento social, simplemente se habla *personas* o de *grupos de personas*.

En primer lugar, vemos como desde los inicios de los movimientos sociales, éstos ya necesitaban a los medios, y viceversa. Ya hemos apuntado que los movimientos sociales, tal y como los conocemos hoy en día, aparecieron en el siglo XVIII, debido a cambios estructurales asociados con el capitalismo, pero antes de la industrialización generalizada (Tarrow, 1997: 93). Los cambios principales fueron, según Tarrow (1997: 93), el desarrollo de los medios impresos comerciales y los nuevos modelos de asociación y socialización. Y es que, cada vez con mayor frecuencia, los periódicos de la época comenzaban a hacerse eco de hechos que le ocurrían a la gente corriente, a la gente del pueblo. La alfabetización fue crucial a este respecto. La imprenta y las reuniones fueron herramientas claves para que las personas que habitaban las ciudades pequeñas y otras regiones estuvieran al corriente de lo que les ocurría (Tarrow, 1997: 94): “Si los libros fueron la primera mercancía producida en masa, los periódicos eran su extensión más subversiva” (Tarrow, 1997: 102). En este sentido, la información de los periódicos circulaba horizontalmente, ya que se comenzó a utilizar el mismo lenguaje para describir aquellas acciones llevadas a cabo por los gobernantes que por los comerciantes, por lo tanto, la diferencia de estatus se minimizaba (Tarrow, 1997: 103).

Según Tarrow (1997: 104), los episodios revolucionarios eran terreno abonado para la creación de nuevos periódicos. Por ejemplo, en Francia, en la campaña por los Estados Generales se

registraron hasta 184 periódicos sólo en la capital francesa en 1789, y 335 un año después. La revolución de febrero de 1848 tuvo el mismo efecto, pero esta vez a escala internacional. En París se registraron 200 publicaciones nuevas y una oleada de periódicos en alemán, muchos de ellos publicados en EEUU (Tarrow, 1997: 104).

En este sentido, en el ámbito del Estado español, Martínez (2001a: 38) afirma que, a partir de la aprobación de la Constitución de Cádiz en 1812, cuando se estableció la libertad de prensa (parcial) por primera vez, comenzaron a crearse periódicos con el objetivo de debatir y defender argumentos políticos e ideológicos. De hecho, quedaron fichados hasta trescientos periódicos entre 1808 y 1814 (Gómez Imaz, visto en Martínez, 2001a: 39). Entre los periódicos liberales, *El Conciso* de Cádiz, fue el de mayor difusión y el más exaltado en las diatribas contra la Inquisición y el clero. Además, se considera que sus redactores fueron los primeros en utilizar un periódico como arma política (Solís, visto en Martínez, 2001a: 39).

En el Estado español, a partir de 1840 surgieron periódicos de diversa índole, entre los que se encontraban *La Revolución* (tan sólo se publicaron cinco números en 1840) y *El Eco de la Clase Obrera* (entre 1855-1856) (Martínez, 2001b: 57). En lo que al primero se refiere, fue el primer periódico madrileño que reivindicó el sufragio universal y la resistencia a la monarquía (Martínez, 2001b: 57). Respecto al segundo, *El Eco de la Clase Obrera*, considerado el primer periódico obrero español, sirvió para explicar, de forma moderada, problemas, plantear reivindicaciones y establecer contactos (Martínez, 2001b: 57). En esta línea, más moderada que las anteriores, nació este periódico debido a un cambio de táctica transitoria tras la represión después de la primera huelga general de Barcelona en 1854 (Martínez, 2001b: 57). En aquel momento, las reivindicaciones fueron básicas, por ejemplo, derecho a la libre asociación, jornadas laborales más cortas y mejoras salariales (Martínez, 2001b: 57).

La prensa de la época comenzó a diversificarse y a concentrarse en ciertos grupos. Así, en 1851 en Madrid nació *El Correo de la Moda* que reivindicó el derecho de las mujeres a la educación y al trabajo (Martínez, 2001b: 58). En Cádiz, un grupo de mujeres y hombres se reunieron y crearon el periódico *El Nuevo Pensil de Iberia*, dirigido por Margarita Pérez de Celis y María Josefa Zapata, cuyo objetivo era desmontar los condicionamientos sociales y sexuales que impedían la emancipación de las mujeres (Martínez, 2001b: 58).

En 1902 se publicó *Humanidad Libre*, el primer periódico escrito y dirigido por mujeres (Muiña, 2008: 122). El peso de la información recaía en las noticias de todo el Estado y se centraba, especialmente, en los conflictos sociales en curso intercalándolos con ciencia, antropología, medicina... (Muiña, 2008: 122).

En los años siguientes, las publicaciones continuaron multiplicándose, hasta superar el medio millar, aunque muchos de ellos tuvieron una vida efímera (Martínez, 2001b: 59). Las reivindicaciones estaban muy polarizadas, desde los/as carlistas que defendían la monarquía, el clericalismo y el conservadurismo social hasta los/as republicanos/as que defendían la soberanía nacional, el sufragio universal y los derechos individuales (Martínez, 2001b: 59).

Como no podía ser de otra manera, desde mediados del siglo XVIII, también se desarrolló la prensa regional. Ésta, sin embargo, no se centraba sólo en lo que ocurría a nivel local sino que reflejaba lo que ocurría en el resto del país y del mundo (Martínez, 2001b: 65). En este sentido, el

ferrocarril contribuyó a la distribución de revistas y diarios y el telégrafo permitió desbloquear el universo de la información (Martínez, 2001b: 65). Los dos centros neurálgicos de la industrialización, Cataluña y el País Vasco, tuvieron una prensa vinculada a sus intereses específicos (Martínez, 2001b: 65). En el caso de Barcelona, se creó el *Diario de Barcelona*, al que se sumaría *La Vanguardia* de hoy en día, el cual comenzó con una ideología liberal pero viró hacia el conservadurismo a finales del siglo XVIII.

En el País Vasco también surgieron numerosas publicaciones, debido a que, a través del decreto de 28 de octubre de 1868 y la propia Constitución de 1869, el Gobierno español se decidió a apoyar la publicación de prensa popular como parte de la instrucción de las clases más bajas (María Cruz Seoane y María Dolores Sáiz, visto en Díaz, 2012: 92). Según Díaz, en la primera mitad del siglo XVIII, se publicaron catorce periódicos en Álava, otros tantos en Vizcaya, cuatro en Guipúzcoa y siete títulos en Navarra (Díaz, 2012: 93). La ideología diferencial vasca, respecto a la política española, fue el foralismo, de diversos signos, con periódicos como *La Concordia. Revista moral, política y literaria. Periódico demócrata fuerista* (1863-1897), que publicaba tres números a la semana; *El fuerista. Periódico político vascongado* (1867-1868), de tirada bisemanal; o *El Euskara. Diario fuerista y liberal* (1869-1872) (Díaz, 2012: 93-94).

También en Galicia, el grupo coruñés *Ni Dios Ni Amo* creó la editorial Germinal que imprimió, en 1890, *El Corsario* (Muiña, 2008: 121). Por las mismas fechas, la libertaria Amalia Fragueta, de la mano de un grupo de mujeres ferrolanas, sacó adelante una publicación con el nombre de *La Antorcha* (Muiña, 2008: 121). Poco después, entre 1899 y 1914, surgiría *El Porvenir Obrero* y *El Obrero*, el cual iría reproduciendo capítulos del *Manifiesto Comunista* (Muiña, 2008: 121).

Quizá el fenómeno social y periodístico más importante de finales del siglo XIX y principios del XX, sea la aparición, en un cada vez más industrializado Bilbao, de dos tendencias enfrentadas: por una parte, el naciente nacionalismo vasco de los hermanos Arana Goiri y, por otra parte, el movimiento obrero (Díaz, 2012: 110). El nacionalismo vasco quedó reflejado desde sus inicios en los periódicos gracias a Sabino Arana, la figura más emblemática de la época. En Bilbao, a finales del siglo XIX, emprendió la edición de varias publicaciones nacionalistas como *Bizkaitarra* (1893-1903), su primera publicación, y *El Correo Vasco*, entre otras (1899) (Martínez, 2001b: 65). En ellas reflejó sus ideas respecto a la necesidad de desarrollar una conciencia nacional vizcaína y vasca.

Podemos concluir que en el País Vasco la prensa de finales del XIX y principios del XX era tradicionalista en su mayor parte (Almuiña, 2001: 136). El catolicismo-conservadurismo se llevaba la mayor parte de la tirada, de la mano, sobre todo, de la *Gaceta del Norte*. También fue importante el diario *Euzkadi*, de ideología católica y nacionalista (Almuiña, 2001: 136).

Así comenzó a desarrollarse la función social de los medios de comunicación. No hay duda que la situación ha cambiado radicalmente. Han cambiado las reivindicaciones y las acciones que llevan a cabo los movimientos, pero, sobre todo, ha cambiado la tecnología, y con ella los medios de comunicación y la sociedad. En este sentido, Castells apunta que lo que caracteriza a la revolución tecnológica actual no es el carácter central del conocimiento y de la información, sino la aplicación de ese conocimiento e información a aparatos de generación de conocimiento y procesamiento de la información y de la comunicación (2008: 62).

Las nuevas tecnologías de la información, podemos decir, son una herramienta con la que cuenta la sociedad para presentar sus demandas de siempre, y las demandas nuevas que surgen con el avance de la sociedad red. Así pues, las formas de reivindicación y movilización ciudadana son nuevas puesto que, como dicen Castells et al. (2007: 19), no sólo de tecnología vive la gente: la modernidad informática no elimina los problemas sociales y políticos, sino que, en determinadas condiciones, los acentúa. Y esas movilizaciones también utilizan las nuevas tecnologías de comunicación y, por consiguiente, adoptan nuevas formas de organización, debate y acción (Castells et al., 2007: 19).

En el siglo XXI, las nuevas tecnologías de la información están acaparando cada momento de nuestras vidas, y este hecho puede tener consecuencias en las formas en las que intentamos resolver los problemas sociales y políticos. En este sentido, hemos pasado de necesitar un ordenador y una conexión a internet para poder consumir algún producto mediático a tenerlo en el bolsillo. Los teléfonos móviles (o *Smartphones*) se han convertido en los últimos años en pequeños ordenadores dotados de internet y de numerosas aplicaciones con los que podemos navegar por la red, acceder al correo electrónico, a redes sociales, a cámaras de fotos y videos, etc., de forma sencilla y casi instantánea. Según el informe realizado en el año 2015 (referente al 2014) por la Fundación Telefónica la conclusión más clara sobre el auge de los teléfonos móviles es la siguiente: “La banda ancha móvil continúa siendo la tecnología clave en el avance de la sociedad de la información. El acceso a Internet se hace cada vez más móvil, los terminales móviles siguen robando cuota de mercado al dispositivo fijo por excelencia, el ordenador de sobremesa, y los servicios (comercio electrónico, educación, etc.) son cada vez más utilizados” (2015: 29). En este sentido, existen en el mundo casi tantas líneas de telefonía como habitantes (ha alcanzado una penetración mundial de 95,5 líneas por cada 100 habitantes) (2015: 32). Según este informe, en España más del 80% de los/as usuarios/as de Internet accede a la red a través de un dispositivo móvil (sobre todo, la población entre los 16 y los 24 años y entre los 25 y los 34, que tienen mayor porcentaje de usuarios/as frecuentes de Internet: 96,2% y 89,9%, respectivamente) (2015: 34). Además, el 88% de los hogares dispone de al menos un *smartphone*, el 86,3% de ordenador portátil y el 54,4% de *tablet* (2015: 65). En Euskadi los datos son los siguientes: el 98,3% de los/as menores de 10 a 15 años son internautas y el 76,9% tiene teléfono móvil; el 86,4% de la población usa Internet para recibir o enviar correos; el 89,2% busca información sobre bienes y servicios; el 52,5% participa en redes sociales; el 55,9% utiliza servicios relacionados con viajes y alojamiento; el 53,4% utiliza banca electrónica; y el 84,2% lee prensa online (2015: 140).

Como afirma Borrás (2008: 230), y los datos del estudio de la Fundación Telefónica lo confirman, nos hallamos en el ámbito de la *cibercultura*, esto es, un conjunto de prácticas culturales vinculadas a los medios digitales. Según esta misma autora, este proceso cultural de extraordinarias repercusiones a nivel de comunicación y desarrollo del conocimiento humano, es quizás el más importante que ha vivido la cultura occidental desde el invento de la imprenta hace más de 500 años (2008: 230-231).

Según Tilly (2005: 14), los/as participantes de los movimientos sociales del siglo XXI han integrado las nuevas tecnologías en sus organizaciones y en sus acciones (el movimiento de los indignados es un ejemplo claro como veremos). Este autor ve este hecho como algo positivo; sin embargo, apunta algunas cuestiones que hay que tener en cuenta (2005: 14):

- Es necesario evitar el determinismo tecnológico, es decir, se debe reconocer que la mayoría de los nuevos rasgos de los movimientos sociales provienen de los cambios en sus contextos sociales y políticos más que de las innovaciones tecnológicas.
- Es necesario advertir que las nuevas innovaciones operan, a la vez, disminuyendo los costes de coordinación pero también excluyendo a aquellas personas que no tienen acceso a las nuevas tecnologías.
- Es necesario recordar que la actividad de los movimientos sociales continúa dependiendo de formas de organización local, regional y nacional, como ocurría en los siglos anteriores.
- Es necesario evitar la suposición de que la confrontación entre globalización y anti-globalización domina en la actualidad la escena de los movimientos sociales.

Así pues, ¿qué uso hacen los movimientos sociales de las nuevas tecnologías? Al comienzo de este apartado hemos apuntado que la relación entre los movimientos sociales y los medios de comunicación es bidireccional. En este sentido, según Hergueta (2013: 8), puede afirmarse que el uso de los medios de comunicación es de carácter interno y externo a los movimientos sociales. El carácter interno hace referencia a la comunicación de los/as propios/as participantes, por ejemplo, el correo electrónico o la aplicación móvil *WhatsApp* (sobre todo, la opción de crear grupos de personas con las que comunicarse instantáneamente y enviarse diferentes archivos). El carácter externo hace referencia a la comunicación de los movimientos sociales cara a la sociedad en general, es decir, personas que forman o no parte del grupo en cuestión, autoridades, medios de comunicación etc. Según Lasén y Martínez de Albeniz (2008: 3), las principales herramientas de las nuevas tecnologías cara al exterior son: el propio correo electrónico, los blogs o las páginas webs a través de los cuales se informa a la ciudadanía, y las redes sociales como *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*..., donde las personas se comunican no sólo a través de palabras sino también a través de fotografías, videos o audios.

En opinión de Lasén y Martínez de Albeniz (2008: 4), los principales usos y presencias de estas tecnologías en la organización de acciones colectivas pueden resumirse en los siguientes puntos:

- Convocatorias o llamamientos a la movilización, por ejemplo, a través de *SMS* o *WhatsApp*.
- Comunicaciones para la organización táctica de una acción. El ejemplo más conocido es probablemente la movilización anti-globalización en Seattle en 1999, donde las comunicaciones por móvil permitieron a los/as manifestantes burlar los sistemas centralizados de radio usados por la policía.
- Difusión de noticias, rumores y consignas electorales. O lo que se conoce como “periodismo ciudadano” que tiene como objetivo informar continuamente sobre un hecho por una combinación de ciudadanos/as-reporteros/as.
- Vigilancia ciudadana organizada colectivamente. Por ejemplo, ante la sospecha de fraude electoral, como sucedió en Kenia en 2003 o en Sierra Leona en 2007.
- Apropiación de las tecnologías que consisten en explicitar las lógicas que las acompañan, reflexionar sobre su relación con el cambio social, adaptarlas a los

colectivos de activistas y diseñar dispositivos, tales como Identi.ca, Facecoop o N-1. Lo que se conoce como tecnoactivismo o hacktivismo.

- Narración de la acción realizada través de relatos e imágenes.

Según Castells, los movimientos sociales florecen y viven en el espacio público, entendiendo dicho espacio como "(...) el espacio de la interacción social y significativa donde las ideas y los valores se forman, se transmiten, se respaldan y se combaten; espacio que en última instancia se convierte en el campo de entrenamiento para la acción y la reacción" (2009: 395). Quien posea ese campo de entrenamiento, siguiendo con la metáfora, posee una fuente definitiva de poder, ya que los medios de comunicación responden a las necesidades de ese poder, configurándolo de formas diferentes dependiendo del momento histórico del que estemos hablando: "Los medios de comunicación y la cultura de masas no son unos fenómenos situados al margen de la historia. Han sido concebidos en un momento determinado, dentro de un sistema específico de alianza de clases, el de la democracia liberal" (Mattelart, 1982: 8).

Sin embargo, si antes era imperioso que los movimientos sociales creasen actos imaginativos para atraer a los medios, gracias a las oportunidades que ofrece internet, los propios movimientos sociales pueden crear y desarrollar sus medios de comunicación a través de portales, webs, blogs, chats, redes sociales etc.: "La red conecta resistencias, modelos organizativos y estrategias de acción y difunde los nuevos marcos de interpretación de la realidad de los conflictos sociales y políticos" (De Miguel, 2008: 299). La red, y las nuevas tecnologías en general, no son meros sistemas técnicos que dan pie a cambios sociales, sino que son sistemas en constante evolución, supeditados a lo que la gente haga con ellos en sitios y momentos determinados (Marzo, 2006: 10).

Los medios de comunicación, además, aportan poder no sólo a los que los poseen, sino a las personas que aparecen en ellos (Bernárdez, 2015: 58). Bernárdez pone el ejemplo de los partidos políticos y la importancia para éstos de disponer de un tiempo concreto en una cadena de televisión o un espacio en prensa, no tanto por los mensajes que quieran trasladar a la ciudadanía, sino por el hecho mismo de aparecer. Otro ejemplo es la repercusión mediática del Movimiento 15M, además de la mezcla de espacios utilizados para su difusión y acción (los espacios virtuales y los presenciales), como veremos a continuación.

Así, es comprensible que los movimientos sociales necesiten y quieran aparecer en los medios de comunicación ya que "(...) utilizando tanto las redes de comunicación horizontales como los medios mayoritarios para difundir mensajes e imágenes, aumentan sus posibilidades de promover el cambio político y cultural aunque empiecen en una posición subordinada dentro del poder institucional, los recursos financieros o la legitimidad simbólica" (Castells, 2009: 397). Y a eso es a lo que aspiran los movimientos sociales: al cambio político y cultural, o cambio de valores.

Si hay algún movimiento social paradigmático en el uso de las nuevas tecnologías ese es el Movimiento 15M o el movimiento de los indignados. Este movimiento ciudadano surgió a partir de una manifestación convocada por varios colectivos el 15 de mayo de 2011. Tras la manifestación, varias decenas de personas decidieron acampar en la Puerta del Sol de Madrid de forma espontánea; como forma de solidaridad y apoyo, otras personas hicieron lo mismo en otras ciudades del Estado español. El descontento social venía de la crisis económica de 2008, y de los recortes

sociales y ayudas públicas a los bancos. En el 2011 la indignación y el descrédito en las instituciones públicas y en los dirigentes era tal que la situación estalló. *No nos representan; Cuando se apagan las farolas brilla Sol; Error del sistema; Juventud sin futuro; Sin casa, sin curro, sin pensión, sin miedo; o No somos mercancía de políticos y banqueros* fueron algunos de los lemas más escuchados aquellos días.²⁴, fueron algunos de los slogans más escuchados.

Las manifestaciones multitudinarias ocurrieron unos días antes de las Elecciones Generales Autonómicas y Municipales de mayo de 2011, con un Gobierno del PSOE liderado por José Luis Rodríguez Zapatero. Unos/as 20.000 manifestantes llegaron a acampar en la plaza de Sol, con la intención de estar allí hasta la jornada electoral. Pocos días después, la policía entró en la plaza de madrugada y desalojó a las personas acampadas y a unos/as 200 manifestantes. Días más tarde, los/as manifestantes volvieron a tomar la plaza hasta el 12 de junio, cuando la asamblea decidió desalojarla voluntariamente, después de haberla ocupado casi un mes. A partir de aquel momento, el Movimiento 15M se mantuvo activo a través de asambleas convocadas en las plazas de cada ciudad.

Las reivindicaciones del 15M fueron numerosas²⁵. Entre ellas estaban un cambio en la Ley Electoral para que la obtención de escaños fuese proporcional al número de votos; atención a los derechos básicos y fundamentales (por ejemplo, derecho a una vivienda digna, sanidad pública, gratuita y universal, una educación pública y laica etc.); reforma fiscal favorable para las rentas más bajas; reforma de las condiciones laborales de la clase política; rechazo y condena de la corrupción; medidas plurales con respecto a la banca y los mercados financieros; desvinculación verdadera entre la Iglesia y el Estado; democracia participativa y directa de la ciudadanía; verdadera regularización de las condiciones laborales; cierre de todas las centrales nucleares y la promoción de energías renovables y gratuitas; recuperación de la Memoria Histórica; transparencia de las cuentas y de la financiación de los partidos políticos;...

Según José Candón (2011), en el movimiento 15M existió una hibridación entre el espacio virtual y el físico. Sin restarle importancia al espacio físico, Candón afirma que el virtual fue importante porque permitió a los/as manifestantes concebirse a sí mismos/as como sujetos de acción. Además, el papel del espacio virtual de Internet fue importante porque desde allí surgió la llamada a la acción colectiva. En este sentido, la información fue interpretada en las redes sociales y provocó o enfatizó el sentimiento de indignación que expresaba el movimiento (Candón, 2011: s.n.). En un primer momento se crearon páginas internet con la intención de organizar las acciones que podían llevarse a cabo. Por ejemplo, en la red social *Facebook* se creó el grupo *Plataforma de coordinación de grupos pro-movilización ciudadana* en el que comenzaron a coordinarse diversos grupos activistas y se decidió la convocatoria del 15 de mayo (Candón, 2011: s.n.). El grupo de *Facebook* fue utilizado para organizar la protesta y para redactar conjuntamente el lema, el manifiesto y los detalles de la movilización. También se produjeron reuniones físicas entre los/as promotores/as, el contacto entre ellos/as y la mayoría del trabajo realizado se organizó y coordinó

²⁴Los lemas han sido extraídos de la página web oficial del movimiento 15M. Fuente: <http://www.movimiento15m.org/2013/07/las-frases-y-lemas-del-movimiento-15m.html> [Fecha de consulta: 3 de marzo de 2016].

²⁵ Las reivindicaciones han sido extraídas de la página web oficial del movimiento 15M. Fuente: <http://www.movimiento15m.org/2013/07/que-propone-el-movimiento-15m-el.html> [Fecha de consulta: 3 de marzo de 2016].

por internet. En esta etapa de actividad, Internet pasó a ser la infraestructura organizativa del movimiento (Candón, 2011).

Con el inicio de las protestas en Madrid y en el resto del Estado se crearon multitud de páginas web y perfiles en redes sociales. Al citado grupo de *Facebook*, se le unió enseguida la página *democraciarealya.es* o el perfil en *Twitter* *@democraciareal*. También surgieron sitios web como *portaltomalaplaza.net* y sus páginas asociadas *madrid.tomalaplaza.net*, el *portaltomalosbarrios.net*, y sus webs subalternas *madrid.tomalosbarrios.net* o *lavapies.tomalosbarrios.net*. Muy decisivo para el éxito del movimiento fueron también las páginas web de carácter internacional que se abrieron, por ejemplo, *spanishrevolution.net* o *takethesquare.net*; y los perfiles en redes sociales *@acampadasol* y *@takethesquare* en *Twitter* (Candón, 2011: s.n.).

Casquete (2011: 20) afirma que las nuevas tecnologías de la comunicación sirvieron como catalizador para que sectores muy diferentes de la población mostraran su hastío movilizándose en la calle en una coyuntura de crisis económica que afectaba, en aquel momento y en cuanto al empleo, a uno de cada cinco ciudadanos/as en edad de trabajar, y alrededor del 40% de los/as jóvenes. Los medios de comunicación, nacionales e internacionales, se hicieron eco de lo que estaba ocurriendo e informaron de ello al resto del mundo. Como consecuencia, en otros países (Egipto y EEUU, entre otros) también surgieron olas de protestas contra los gobernantes.

Es innegable que el movimiento 15M supuso una revolución en cuanto al uso de las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información como forma de acción colectiva, por un lado, y cómo forma de incitar a la acción, por otro lado. Éstas también fueron imprescindibles para que el movimiento se diera a conocer rápidamente a nivel internacional e, incluso, para estimular la acción colectiva en otros países.

Así pues, las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información y, en concreto, los medios de comunicación pueden ser de gran ayuda para enardecer las distintas reivindicaciones y acciones colectivas de un movimiento social. En el siguiente apartado estudiaremos el feminismo, entendido como un movimiento social y político que busca la igualdad de todos los seres humanos, en los medios de comunicación.

2.3.1.2. El feminismo en los medios: ¿Dónde están las mujeres y cómo aparecen representadas?

“Decir comunicación es decir *nosotros*, es nombrar lo político y su ejercicio” (Sánchez, 2007: 56). Esta frase, basada en la enunciación de Aristóteles, *el hombre es un animal político porque tiene palabra*, nos lleva a pensar que hay personas que nunca han sido sujetos porque sus voces no han sido consideradas importantes (Sánchez, 2007: 56). En el seno de ese *nosotros* se encuentran todavía hoy los hombres ejercitando sus privilegios en el ejercicio del poder y la lucha por el mismo, configurando así el espacio público. Un espacio público que, se nos intenta hacer creer, es un espacio de iguales en el que expresamos nuestras necesidades y solucionamos nuestros problemas. Sin embargo, sabemos que el sexo de las personas que conforman el espacio público es determinante, así como la etnia, la orientación sexual, la edad, la clase social, etc. (Sánchez, 2007: 56).

A pesar de todo esto, podemos afirmar que las mujeres de hoy han roto con algunos de los esquemas tradicionales de las generaciones anteriores. Existen mujeres que tienen poder y lo ejercen en puestos políticos importantes como alcaldesas, ministras, directoras de empresas, profesionales de la medicina, juezas... Pero estos cambios no son homogéneos en la sociedad y, por tanto, afectan de forma desigual (Comas, s.f.: 6). Como explica Comas (s.f.: 6), ambas situaciones son parte de la misma moneda: por un lado, las mujeres con poder encarnan el valor de la igualdad de oportunidad de mujeres y hombres; y, por otro lado, la mayoría de las mujeres que ocupan posiciones inferiores a los hombres, son más vulnerables a la precariedad laboral, la inseguridad, la pobreza o la discriminación. Esta última dimensión afecta también a las mujeres con poder, ya que en ocasiones tienen que vencer resistencias, estereotipos y desconfianza por el hecho de ser mujeres y, como se sabe, deben demostrar más capacidades y esfuerzo que la mayoría de los hombres.

Así pues, las desigualdades por razón de sexo en las sociedades occidentales constituyen un problema estructural de difícil solución (Setién y Silvestre, 2003: 9). Por estos motivos es necesario desvelar la situación específica de las mujeres en cualquier ámbito o campo (Setién y Silvestre, 2003: 9). Para ello, los medios de comunicación tienen un papel importante debido, principalmente, aunque no únicamente, a su capacidad de divulgación de los acontecimientos a distintas escalas (local, nacional o internacional). En este sentido, los medios de comunicación son testigos de lo que ocurre en la sociedad y, por lo tanto, tienen una responsabilidad social para con la ciudadanía.

Sin embargo, los medios de comunicación tienden a transmitir y a reproducir estereotipos de género, si bien es cierto que los medios no siempre los reproducen de forma intencionada, sino que “Son fruto de unas rutinas en las que influyen las concepciones de género presentes en la sociedad, pues son las que proporcionan las ideas sobre actitudes, valores, creencias y símbolos que dan significado a las experiencias y contribuyen a la construcción de la identidad” (Comas, s.f.: 8). Por ejemplo, ya desde finales de los años noventa se han venido analizando los estereotipos de mujeres más recurrentes en la publicidad televisiva (Juaristi, 1997: 148). En este sentido, las investigaciones realizadas hasta la fecha coincidían en que los estereotipos de mujeres que aparecían en los anuncios publicitarios eran los siguientes (Juaristi, 1997: 148): el ama de casa, la mujer trabajadora, la modelo, la adolescente y la niña. Según Patxi Juaristi (1997: 150), a través de estos estereotipos los anuncios mostraban el único ideal de forma de vida, esto es, la publicidad aprobaba el papel del ama de casa y de madre de las mujeres y lo reafirmaba señalando que era un

ideal de vida para éstas. Sin embargo, a finales de los años noventa, también se comenzó a ver que la publicidad cada vez replantaba más, tanto a los hombres como a las mujeres, en entornos en los que antes estaban ausentes (Juaristi, 1997: 152). En este sentido, la aparición de la mujer deportista o el hombre que realizaba tareas que tradicionalmente habían estado unidas a las mujeres fueron hechos novedosos (Juaristi, 1997: 152).

Así, los medios de comunicación han ido retransmitiendo imágenes de mujeres cada vez más variadas; sin embargo, éstas suelen aparecer todavía de forma asimétrica respecto a los hombres. Según Comas (s.f.: 7), los modelos masculinos suelen tomarse como referentes a la hora de medir sus actuaciones, mientras que las mujeres suelen aparecer en noticias de bajo prestigio y escasamente como expertas. Asimismo, como señala Comas (s.f.: 7), se recalca el hecho de ser mujer y se especifica su condición familiar. Además, en la publicidad y en los programas de entretenimiento, se las sexualiza y son meros objetos decorativos.

Según Sánchez (2007: 69), a pesar de que se ha producido cierta transformación en la representación de las mujeres, ésta no es suficiente ni ha modificado el sistema patriarcal. La autora se pregunta, igualmente, cómo la globalización ha producido una liberación generalizada; no obstante, lo que es ser mujer permanece, en gran medida, inmutable (2007: 69-70). Es decir, constata, en un mundo cambiante, la paradoja del reforzamiento de un ámbito de pertenencia que ya existía, la identidad femenina (Sánchez, 2007: 69-70). La identidad femenina, o lo que los medios entienden y definen como identidad femenina, confirmando a las mujeres (en general) unas características específicas, se renueva en los medios de comunicación, emitiendo constantemente un significado imaginario de lo que es ser mujer (Mattelart, 2007: 43). Se renueva, habitualmente, para seguir igual. Asimismo, dicho significado imaginario produce efectos concretos sobre las prácticas sociales (Mattelart, 2007: 43).

Al igual que ocurrió con otros movimientos sociales, el feminismo centró sus críticas en los medios de comunicación y, entre otras cosas, en las identidades personales y hegemónicas, masculinas y femeninas, que desde éstos se impulsaban. Según Bernárdez (2015: 57), los medios son generadores de subjetividad e inter-subjetividad, ya que contribuyen a la formación de las ideas que tenemos no sólo sobre nuestro entorno, sino sobre nosotros/as mismos/as: qué somos, cómo nos valoramos, e incluso qué cuerpo debemos tener o en qué grado de visibilidad podemos mostrarlo en la vida social. Todo está determinado por las representaciones mediáticas. Es por esto que la identidad personal es un grupo de “rasgos cambiantes y dinámicos” (Bernárdez, 2015: 57) como el sexo, el género, la capacidad económica, el capital cultural... Además, todos estos rasgos deben ser afirmados (o demostrados) continuamente porque, cuando no se cumplen aquellos rasgos que los medios han producido y reproducido como *naturales* o *normales*, surge el castigo social. Es decir, la sociedad toma como *normal* lo que se representa en los medios y todo lo que se aleja de esa concepción de normalidad, es la excepción, lo raro y lo diferente y, generalmente, tiende a castigarse, según los casos con mayor o menos severidad. Por ejemplo, los medios habitualmente representan a la sociedad y a las personas que la conforman como heterosexuales (no homosexuales, ni bisexuales), cisgénero (es decir, el género de una persona concuerda con el sexo asignado al nacer), con unas características físicas y estéticas muy concretas, con capacidad para el consumismo etc. Por lo tanto, es importante tener en cuenta que la identidad tiene que ser reconocida por el grupo, esto es, “El ser social es un ser para los demás, un juego con el auto-reconocimiento y la mirada de aceptación de los otros” (Bernárdez, 2015: 57).

2.3.1.3. Los medios desde una perspectiva de género: estudios a nivel internacional, europeo, nacional y vasco

Cuando planteamos el análisis de los medios de comunicación, es necesario adoptar una mirada crítica que “(...) nos obliga a desconfiar, a ser intérpretes insatisfechos y especializados y poner en juego un conocimiento teórico específicos aplicando instrumentos analíticos aprendidos” (Bernárdez, 2015: 55). Así pues, el análisis de los medios debe ponerse en marcha no sólo a través de los conocimientos de la vida social, sino también de las teorías que interpretan su funcionamiento con el objetivo de desenterrar estereotipos y formas narrativas, formatos, identidades de género, ideologías... (Bernárdez, 2015: 55) dañinas para la ciudadanía en general, y para las mujeres en particular.

El análisis de los medios de comunicación desde una perspectiva de género tiene un objetivo doble (Bernárdez, 2015: 66):

- determinar los mecanismos representativos por los que cualquier texto construye la diferencia sexual de forma jerárquica; y,
- destacar qué tienen de opresivos y enajenantes, tanto para hombres como para mujeres, las representaciones que se generan en el orden patriarcal.

Las investigaciones académicas que se han realizado a este respecto tienen más de treinta años de historia, así como una presencia muy importante en muchas universidades del mundo. Estas investigaciones fueron inicialmente conocidas como *Woman Studies*, aunque en la actualidad se utiliza más el término *Gender Studies* (Bernárdez, 2015: 66). Los *Gender Studies* responden a la pregunta: ¿dónde están las mujeres? Y esto es aplicable a cualquier disciplina (historia, filosofía, economía, derecho, sociología... y también las ciencias *duras*). Para llevar a cabo estas investigaciones desde la perspectiva de género algunas autoras (De Lauretis, 1984; Pollock y Parker, 1986; Nochlin, 2008) han desarrollado una serie de herramientas analíticas, las cuales, en gran medida, han sido tomadas del materialismo histórico y del psicoanálisis. Entre esas herramientas encontramos conceptos como *opresión, poder, trabajo o condición social*, a los que se les aplica todo aquello que tiene que ver con la condición sexual y el género como construcción social (Bernárdez: 2015: 66).

Antes de continuar conviene recordar qué entendemos por *género*. Actualmente, este término se utiliza por doquier y, generalmente, como sinónimo de *mujer/es*. Tal y como planteábamos en el apartado 2.2.3.2. *Acción colectiva feminista en los siglos XX y XXI*, la historiadora Joan W. Scott formuló la categoría género en la década de los ochenta del siglo XX, a pesar de que fue acuñado por primera vez por el psiquiatra estadounidense especializado en sexología, John Money (1921-2006), quien en 1955 defendió que la identidad de género era distinta del sexo biológico.

La categoría género es una categoría de análisis desarrollada por la teoría feminista. Ésta la entiende como “(...) el conjunto de creencias, rasgos personales, actitudes, sentimientos, valores y

actividades que diferencian a mujeres y hombres a través de un proceso de construcción social” (Bernárdez, 2015: 69). Pero no fue hasta 1975 cuando se habló por primera vez del “sistema sexo/género” (Rubin, 1986: 4). La antropóloga estadounidense Gayle Rubin en su famoso ensayo *The Traffic in Women. Notes on the 'Political Economy' of Sex* (1984) definió este sistema como “El conjunto de disposiciones por el que una sociedad transforma la sexualidad biológica en productos de la actividad humana, y en el cual se satisfacen esas necesidades humanas transformadas” (1986: 4).

En conclusión, ser mujer o ser hombre no es natural, ambos son conjuntos de roles aprendidos y desarrollados en oposición, a través de diferentes mecanismos, entre los que destaca la socialización diferencial de niñas y niños (los productos culturales en general tienen en esa socialización una especial y decisiva importancia). En este sentido, tal y como explica Rosa María Rodríguez (2015: 24), la marcación de género en los seres humanos precede a la propia sexualización, ya que, tras una primera identificación, el niño o la niña consolida su identidad sexual ajustándose a los patrones de conducta masculinos o femeninos que se esperan de él o de ella.

Volviendo al análisis de los medios desde una perspectiva de género, en las últimas décadas se viene apreciando un importante crecimiento de estudios que tienen como objetivo analizar la presencia de las mujeres en los medios de comunicación, entendidos éstos de forma general (publicidad, prensa escrita, televisión, radio...). La capacidad de influir que tienen los medios de comunicación en el entorno de nuestra cultura occidental hace de ellos un vehículo idóneo para el cambio social y, en este sentido, son una plataforma inmejorable para el estudio de la variable de género (Franquet et al., 2005: 5). Según Mateos de Cabo et al. (2007: 31), los estudios de mujeres y comunicación tratan de paliar que las mujeres y los temas que les afectan hayan estado excluidos de los medios de masas durante gran parte del siglo XX. Dichos estudios se orientan en gran medida en dos direcciones. Por un lado, describen cómo se representa a las mujeres en los medios y cómo no se las representa, es decir, se intenta sacar a la luz la no-aparición de las mujeres en determinados casos. Por otro lado, los estudios también se orientan a contabilizar la presencia de las mujeres en los medios, esto es, la participación de las mujeres como transmisoras de mensajes.

A continuación, se realiza una descripción de las investigaciones existentes en este campo, tanto en el ámbito internacional como en el europeo, español y vasco.

2.3.1.3.1. Antecedentes internacionales en los estudios sobre medios de comunicación desde una perspectiva de género

Probablemente fue durante la primera conferencia mundial sobre las mujeres celebrada en Ciudad de México en el año 1975 cuando se marcó el primer hito a este respecto. “Mujeres en los medios” fue uno de los temas más debatidos tanto en la primera conferencia como en las siguientes, celebradas en Copenhague (1980), Nairobi (1985) y Beijing (1995) (De Cabo, 2007: 31). De hecho, en la última conferencia se abordaron los obstáculos principales para el desarrollo de las mujeres a nivel mundial, y la relación entre los medios y las mujeres fue una de las 12 cuestiones críticas abordadas. También fueron tratados los siguientes asuntos: mujeres y pobreza; educación y capacitación de las mujeres; mujeres y salud; violencia contra las mujeres; mujeres y conflictos armados; mujeres y economía; participación de las mujeres en el poder y la adopción de decisiones; mecanismos institucionales para el adelanto de las mujeres; derechos humanos de las mujeres; mujeres y medio ambiente; y, finalmente, las niñas.

Son múltiples los estudios a nivel internacional en este tema. Según Rosa Franquet et al. (2005: 8-9), entre los primeros estudios, podemos citar a Courtney y Lockeretz (1971; visto en Franquet et al., 2005: 8-9) que alertaba sobre la publicidad escrita en la que sólo se representaba a mujeres trabajadoras en el 12% de los casos, aunque la población femenina económicamente activa en esos momentos era del 33%. De la misma forma, Culley y Bennet (1976; visto en Franquet et al., 2005: 9) apuntaron que las mujeres en los anuncios publicitarios tenían más preocupación por su aspecto físico y por las tareas domésticas que por cuestiones más complejas, como podría ser la toma de decisiones. En el medio televisivo (Tan, 1982 y Zemach y Cohen, 1986; visto en Franquet, 2005: 9), introdujeron la idea de que los estereotipos están claramente relacionados con el consumo televisivo.

En 1990, con el objetivo de monitorizar y controlar los objetivos acordados en las conferencias mundiales de Copenhague (1980) y Nairobi (1985), se creó la *Women’s Environment and Development Organization* (WEDO) (De Cabo, 2007: 32). A través de esta organización se pretendía incrementar el poder de las mujeres (De Cabo, 2007: 32).

Cuatro años más tarde, en Bangkok (Tailandia), se celebró la conferencia internacional *Women Empowering Communication*, de donde surgió el proyecto de realizar una monitorización global (De Cabo, 2007: 32). Los objetivos principales de la investigación, denominada *Global Media Monitoring Project: Women’s Participation in News 1995* (en adelante, GMMP) fueron crear una corriente solidaria y sensibilizada con el tema a nivel internacional, generar conciencia en los medios y fomentar las monitorizaciones (De Cabo, 2007: 32).

En la monitorización se analizaron, en los 71 países participantes, los principales telediarios de televisión y radio y las portadas de los diarios más leídos (De Cabo, 2007: 32). Se recogieron 49.000 datos de más de 40.000 personas que aparecían en más de 15.000 noticias (De Cabo, 2007: 32).

En los años 2000, 2005, 2010 y 2015 se dieron otros cuatro GMMP. La monitorización GMMP 2000 tenía como objetivo analizar los cambios experimentados desde 1995 e investigar cuestiones nuevas y generalizar el uso de la monitorización en todo el mundo (De Cabo, 2007: 33). En este caso, fue necesario saber cómo retrataban los medios a las mujeres y cómo las

representaban, para lo que necesitaban observar los roles que éstas ocupaban, los tipos de historias en las que aparecían, sus profesiones... (De Cabo, 2007: 33). La investigación encontró una imagen relativamente estática: sólo 18% de los sujetos de las noticias eran mujeres (De Cabo, 2007: 33).

GMMP 2005 partió con la ventaja de las dos experiencias anteriores, lo que permitió incluir diferentes acciones como, por ejemplo, una serie de preguntas abiertas que ayudaron a contextualizar los resultados (De Cabo, 2007: 34). Participaron 76 países con el objetivo de promover la imparcialidad y el equilibrio en la representación de las mujeres y los hombres en las noticias a nivel mundial (De Cabo, 2007: 34). Los resultados reflejaron cierto avance en la presencia de las mujeres en las noticias, en concreto, un 3% más respecto al GMMP 2000 (De Cabo, 2007: 34). Muy pocas noticias (poco menos de 10%) se centraron específicamente en las mujeres (De Cabo, 2007: 34). Además, la opinión experta utilizada como fuente era fundamentalmente masculina, siendo mujeres tan sólo 17% de las voces expertas (De Cabo, 2007: 34).

En cuanto a la monitorización de medios de comunicación realizada en 2010²⁶, se analizaron 1.365 diarios, y diferentes canales de televisión, estaciones de radio y páginas noticiosas en internet; se revisaron 17.795 notas periodísticas y 38.253 personas en las noticias en 108 países, abarcando 82% de la población mundial. Los resultados reflejan un avance modesto en la representación de las mujeres en los medios: el 24% de las personas en las noticias son mujeres, comparado con 17% en 1995. Además, el 44% de las personas que proporcionan opinión popular en las notas periodísticas son mujeres, comparado con 34% en 2005.

Sin embargo, los sesgos de género siguen apareciendo en los medios de comunicación. En este sentido, en el 46% de las noticias se continúan reforzando los estereotipos de género; los comentarios expertos son abrumadoramente masculinos con sólo una mujer por cada cinco expertos; y en las notas periodísticas se menciona la edad de las mujeres dos veces más en comparación con la de los hombres, y hacen mención de su relación familiar casi cuatro veces más.

El último GMMP, hasta el momento, se realizó en 2015²⁷. Los resultados reunidos por equipos voluntarios en 114 países se basaron en 22.136 relatos publicados, transmitidos o tuiteados por 2.030 medios de comunicación, escritos o presentados por 26.010 periodistas y haciendo referencia a 45.402 personas entrevistadas o/y sujetos de noticias. Una de las principales conclusiones fue que el avance hacia la igualdad de los sexos en este terreno se detuvo prácticamente en los últimos cinco años. De hecho, en 2015, las mujeres constituyeron el 24% de las personas sobre las cuales se leyó, vio o escuchó en la prensa escrita y los noticieros de televisión o radio. Esta cifra es exactamente la misma que en 2010.

Otra de las conclusiones del análisis del GMMP 2015 fue que ha aumentado el porcentaje de mujeres entrevistadas a partir de su experiencia personal, en concreto, es de un 38%, mientras que en 2005 era de un 31%. El porcentaje de mujeres que aportan su testimonio de hechos observados directamente se mantuvo invariable en 30% en los últimos 10 años. Además, durante el mismo

²⁶ Los datos acerca del Proyecto Global de Monitorización de Medios de 2010 han sido extraídos del informe nacional del GMMP 2010. Fuente: http://www.adpc.cat/05_ComFem/document/Informe%20EspanyolGMMP_2010.pdf [Fecha de consulta: 22-10-2014].

²⁷ Los datos acerca del Proyecto Global de Monitorización de Medios de 2015 han sido extraídos del informe nacional del GMMP 2015. Fuente: http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/highlights/highlights_es.pdf [Fecha de consulta: 31-03-2016].

periodo, hubo un incremento poco significativo (2 puntos porcentuales) en mujeres expertas consultadas.

También se han realizado estudios sobre el papel directivo de las mujeres en los periódicos. Entre las investigaciones destacan las tres realizadas en la Universidad de Northwestern, a través del *Media Management Center* (De Cabo, 2007: 34). La primera investigación, *Women in Newspapers: how much progress has been made?* (2000), estudiaba las razones del estancamiento de las mujeres en su camino a los altos cargos de los periódicos, y proponía acciones para cambiar la situación y poder así beneficiarse de lo que las mujeres podían ofrecer en los puestos ejecutivos (De Cabo, 2007: 34).

La segunda investigación, *Women in Newspapers 2002: still fighting an uphill battle*, se dio respuesta a la pregunta de por qué las mujeres no acceden de forma igualitaria a los puestos de poder (De Cabo, 2007: 35). Y, finalmente, la tercera investigación, titulada *Women in Newspapers 2003: challenging the status quo*, se daban recursos y pistas sobre cómo atraer y retener el talento de las mujeres en los periódicos (De Cabo, 2007: 35).

Son muchas las iniciativas que, en el ámbito internacional, pretenden dibujar el mapa de por qué continúa habiendo tantas resistencias a la hora de que las mujeres accedan a puestos de poder, por qué las mujeres continúan apareciendo en menos noticias que los hombres, o por qué se las continúa representando en roles tradicionales. A continuación, nos centraremos en el ámbito europeo y en el Estado español.

2.3.1.3.2. Antecedentes europeos y el caso del Estado español en los estudios sobre medios de comunicación desde una perspectiva de género

En Europa, no todos los países producen investigaciones de forma creciente en torno a este tema. El Reino Unido, Alemania y los Países Bajos destacan por su alta producción académica de estudios sobre mujeres y medios de comunicación. Por el contrario, los países del sur y el este de Europa son los que menos estudios de este tipo realizan, según la investigación de la Comisión Europea, *Imágenes de las mujeres en los medios de comunicación* (1999) (Mateos de Cabo et. al., 2007: 36).

Según Mateos de Cabo et al., (2007: 36), el Estado español cuenta con una escasa bibliografía a este respecto, lo que se puede explicar a partir de varias circunstancias. En primer lugar, no se reconoció de forma explícita la discriminación de las mujeres hasta el año 1975, cuando la ONU designó el año internacional de las mujeres. De esta forma, encontramos un retraso notable en el arranque del reconocimiento por parte de los poderes públicos de la discriminación social y jurídica de las mujeres. En segundo lugar, en España no se alcanzó la democracia hasta finales de los setenta. Además, la producción científica en el campo de los estudios de mujeres y la comunicación es limitada y dispersa. Y, finalmente, la falta de aplicación de un registro que permita inscribir los datos de las investigaciones obstaculiza el reconocimiento de dichos estudios. Es importante señalar, a pesar de que en Mateos de Cabo et al. (2006) no se nombra, que en España el movimiento feminista se organizó con retraso respecto a las organizaciones de mujeres europeas y norteamericanas, debido a las circunstancias políticas y sociales citadas anteriormente.

En segundo lugar, los estudios que se hacen dejan patente una escasa presencia de las mujeres en los medios de comunicación. Uno de los estudios pioneros en este tema se realizó a hace ya dos décadas de la mano de Fagoaga y Secanella (1984; visto en Mateos de Cabo et al., 2007: 37). El análisis concluyó que la representación femenina en la prensa era del 7%, lo que dejó patente la infrarrepresentación de las mujeres en los medios (Mateos de Cabo et al., 2007: 36-37).

En la década de los noventa comenzó a cobrar fuerza el concepto *género* en trabajos en los que, cuantitativamente, se contrastaban menciones en los medios, situación profesional y tiempos de aparición en pantalla, así como representaciones sociales. Un ejemplo de ello es el estudio de Gallego (1998; visto en Mateos de Cabo et al., 2007: 37), en el que se mostraba cómo las menciones de mujeres que se realizaban en la prensa no alcanzaban el 12% (Mateos de Cabo et al., 2007: 37).

Otras líneas de investigación, realizadas antes del comienzo del milenio, han sido los análisis sobre las representaciones o imágenes de las mujeres en los medios (Gallego et al., 1998; Altés, 2000; Consejería de Empleo y Mujer, 2001; visto en Mateos de Cabo et al., 2007: 37); los estudios de participación de hombres y mujeres como productores de los medios (Gallego y del Río, 1994; visto en Mateos de Cabo et al., 2007: 37); los análisis del lenguaje y de los estereotipos (Bach et al., 1999); los usos de la comunicación pública por parte de las mujeres (Nuño et al., 1999; visto en Mateos de Cabo et al., 2007: 37); y, en menor medida, el estudio de la producción informativa y la repercusión de las políticas sociales en la promoción de las mujeres en los medios (Gallego et al., 2002; visto en Mateos de Cabo et al., 2007: 38).

Más tarde, en los primeros años de la primera década del nuevo milenio, se elaboraron estudios centrados en la presencia de mujeres y hombres en los medios de comunicación (García Cortázar y García de León, 2000; visto en Mateos de Cabo et al., 2007: 38); en la radio y en la televisión (López, 2002; visto en Mateos de Cabo et al., 2007: 38); o en el análisis de la producción periodística de los principales medios de comunicación online (Franquet et al., 2005; visto en Mateos de Cabo et al., 2007: 38). En este último se observaron la composición y la estructura jerárquica de las redacciones online, la interiorización de rutinas productivas en el proceso de confección de la información, y los contenidos difundidos en las distintas páginas web de los portales informativos (Franquet et al., 2005; visto en Mateos de Cabo et al., 2007: 38). Los datos que ofrece la investigación sobre las menciones de mujeres en todas las categorías y todos los soportes (texto, audio y vídeo) indican una presencia de mujeres del 17% frente al 82% de las masculinas (Franquet et al., 2005; visto en Mateos de Cabo et al., 2007: 38). Además, cuando hay mención de género masculino, en un 46% de las veces se hace a través de un nombre propio, en contraposición al 26% encontrado para las mujeres (Franquet et al., 2005; visto en Mateos de Cabo et al., 2007: 38). Este hecho ocurre en todas las secciones de los medios online analizados, aunque la concentración más elevada de menciones de género masculino se encuentra en la sección de deportes, de política nacional, internacional y cultura (Franquet et al., 2005; Mateos de Cabo et al., 2007: 38).

Tal y como afirman Franquet et al. (2005: 15), entre legisladores y feministas existió, a mediados de los noventa, preocupación por el menor acceso de las mujeres a Internet en relación a los hombres en EEUU. Sin embargo, con el cambio de siglo parece ser que esta diferencia en el acceso se ha equilibrado, por lo menos en dicho país. Esto lleva a pensar a autores como Shade (2004; visto en Franquet et al., 2005: 15) que Internet ya está domesticado, es decir, que ya forma parte de la vida diaria de las mujeres norteamericanas, al igual que otras tecnologías del hogar.

Sin embargo, esta autora ha destacado que las mujeres están mal representadas en el diseño, desarrollo y producción de hardware y software, a pesar de que esta dinámica se está invirtiendo en los últimos diez años (Shade, 2004; visto en Franquet et al., 2005: 15). Al mismo tiempo, en lo que se refiere a la administración y políticas de coordinación de la red, ésta cuenta con pocas mujeres como miembros con derecho a voto. La autora concluye que, mientras en el acceso general a Internet las mujeres mantienen una paridad con el otro sexo, todavía existe un largo camino por recorrer en lo referente a la participación femenina en la creación de contenidos, en gobiernos de la red y en el acceso a los estudios especializados en Internet (Franquet et al., 2005: 15).

En el caso del Estado español, Internet forma parte de la vida diaria tanto de mujeres como de hombres desde hace algunos años. Según el Estudio General de Medios realizado en la segunda ola de 2014²⁸ (en los meses de abril y mayo), 27.349.000 personas se conectan habitualmente a Internet, es decir, el 68,9% de la población española. “Internet, por lo tanto, ha dejado de ser un medio minoritario y se está convirtiendo en una de las formas más destacadas de obtener información de manera rápida, al lado de la prensa, la radio o la televisión. De ahí que sea indispensable una especial atención al medio y una mirada crítica desde la perspectiva de los estudios de género” (Franquet et al., 2005: 15). Es importante apuntar que apenas hay diferencias de uso por sexo: el 51% de los usuarios son hombres frente a al 49% de las usuarias (Franquet et al., 2005: 15).

La investigación sobre los medios digitales en Estado español indica que la relación entre hombres y mujeres profesionales en dichos medios aún no llega a la proporción que existe en la prensa tradicional. Si en esta última el porcentaje de mujeres en las plantillas es del 36’9%, en la prensa digital dicho porcentaje desciende hasta el 21’5% (Armentia et al., 2000; visto en Franquet et al., 2005: 15). Otro estudio más reciente sobre la situación de los profesionales en los medios digitales en Galicia (López y Túniz, 2002; visto en Franquet et al., 2005: 15) contemplaba un apartado sobre la perspectiva de género. La muestra era de 30 periodistas electrónicos en activo de los que 19 eran hombres y 11 mujeres. La investigación constataba cómo las condiciones de trabajo de las mujeres eran, en general, desfavorables, ya que cobraban menos que sus compañeros, asistían menos a los cursos de reciclaje y recibían menos orientaciones de cómo encauzar su trabajo periodístico (López y Túniz, 2002; visto en Franquet et al., 2005: 15).

Las diferencias entre los sexos también se encuentran en las personas que son sujetos de las piezas que se publican en los medios. El estudio realizado por Mateos de Cabo et al. afirma que las secciones que cuentan con mayor porcentaje de mujeres (las secciones *soft*) son Sociedad, Cultura, Espectáculos o informaciones que específicamente se asocian a las mujeres, por ejemplo, piezas elaboradas por mujeres o las que se entrometen en el ámbito privado de ciertos personajes y pertenecen más al ámbito de la intimidad que al de la esfera pública (estas secciones tienden a llamarse *Gente*) (2007: 28).

Secciones como las de Política y Economía (consideradas secciones *hard*), según este mismo estudio, están copadas por informaciones *masculinas*, es decir, las piezas son escritas por hombres y

²⁸ Información extraída de la página oficial de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. Fuente: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [7 de noviembre de 2016].

los protagonistas, en mayor medida, son hombres (Mateos de Cabo et. al., 2007: 28). Ni que decir tiene el papel minoritario o anecdótico de las mujeres en la sección deportiva de los periódicos.

Asimismo, se han realizado estudios sobre los cambios producidos por la transformación tecnológica, pero muchos menos se interrogan acerca de los cambios en los hábitos de consumo o describen las transformaciones en los medios de comunicación. Algunos estudios e informes más importantes son Maña, 2000; Díezhandino, 1994; Owen, 1999; Flores y Miguel, 2001; y los informes *Sociedad de la información en España* y *The European Information Technology Observatory* (visto en Franquet et al., 2005: 16).

A continuación, nos referiremos a los estudios sobre los medios de comunicación realizados desde una perspectiva de género en el ámbito vasco.

2.3.1.3.3. Antecedentes en el ámbito vasco en los estudios sobre medios de comunicación desde una perspectiva de género

Según el informe realizado por la *Comisión Asesora para un uso no sexista de la publicidad y la comunicación*. BEGIRA (parte de Emakunde, Instituto Vasco de la Mujer), *Meta-análisis sobre estudios de publicidad y comunicación, 2014. Revisión y compendio, con perspectiva de género, de los estudios y materiales disponibles*, los documentos publicados en el País Vasco son más limitados que a nivel estatal o internacional, y se han concentrado especialmente en la publicación de guías y en la descripción del uso sexista del lenguaje y las formas de evitarlo (Begira, 2014: 10).

Las aportaciones en el ámbito de los medios de comunicación provienen, casi en exclusiva, de tres fuentes (Begira, 2014: 10): en primer lugar, publicaciones, jornadas y eventos organizadas por Emakunde; en segundo lugar, publicaciones y jornadas vinculadas a la Universidad del País Vasco UPV/EHU, sobre todo a través de su revista *Zer*; y finalmente, informes y guías promovidas por instituciones públicas, en especial por la Diputación Foral de Bizkaia.

En el caso de Emakunde, ya en 1998, publicó *Generoa eta komunikabideak: gomendioak/Género y medios de comunicación: recomendaciones/Gender and mass media: recommendations* (Begira, 2014: 18). En el año 2000, apareció *Hizkuntzaren erabilera ez-sexistarako proposamenak*, con el objetivo de dar a conocer la importancia del lenguaje y de proponer formas de reconocer y corregir el uso incorrecto del lenguaje debido al sexismo y al androcentrismo (Begira, 2014: 18).

Algunos años después, en 2004, Emakunde publicó *Perspectiva de género en la comunicación e imagen corporativa*, donde se recogían ponencias presentadas en el área de Comunicación de la línea de trabajo iniciada por el Fondo Social Europeo con el propósito de intervenir en aspectos reales de la puesta en marcha de planes de igualdad en empresas (Begira, 2014: 20). De igual modo, se recogieron artículos que formaron parte de la publicación resultante del *Congreso Internacional Sare 2005 Niñas son, mujeres serán*, cuyo objetivo fue analizar la incidencia del género en el proceso de socialización primaria (Begira, 2014: 20).

Otro documento colectivo publicado por Emakunde es el titulado *Las mujeres y los medios de comunicación*, que recoge reflexiones y ensayos en torno a la perpetuación de estereotipos y las desigualdades en la actualidad (Begira, 2014: 21).

Un ejemplo de la labor, en este caso, de la UPV/EHU, es la tesis doctoral titulada *La mujer como sujeto de atención periodística en la prensa vasca* (Abril, 1985), en el que se analizan periódicos como *Deia*, *Egin*, *El Correo Español/El Pueblo Vasco* y *La Gaceta del Norte*. El objetivo más importante de este estudio era constatar si en la prensa escrita vasca existían diferencias a la hora de seleccionar, tratar y presentar los mensajes sobre las mujeres. Las conclusiones de esta tesis fueron numerosas pero, por citar algunas de ellas, podemos decir lo siguiente: los periódicos vascos analizados consideran de poca relevancia periodística los mensajes que informan o tratan sobre mujeres (Abril, 1985: 414); la mayoría de estos mensajes se concentran en la sección de Espectáculos/Ocio/Pasatiempos y apenas el 5% del total se encontraban en secciones de Opinión y Economía/Laboral (Abril, 1985: 417-418); en un elevado número de mensajes no se aporta la ocupación o labor de la mujer (Abril, 1985: 430); etc.

También la revista *Zer* se ha ido convirtiendo en una plataforma para la publicación de artículos de gran variedad y calidad. Entre sus temas se incluyen, entre otros, la imagen de las mujeres en la prensa diaria y en el humor gráfico (Francisco Segado, *Un tópico perpetuado. La imagen de la mujer y el feminismo en el humor gráfico de la prensa diaria durante la transición (1974-1977)*, 2009); el tratamiento televisivo del feminismo (Francisco Javier López, *Post-feminismo(s), Quality Television y Breaking Bad*, 2015); las representaciones de famosos y famosas en las revistas para adolescentes (Juan F. Plaza, *La globalización de la identidad de género en las revistas para las adolescentes*, 2009); la feminización de los estudios de periodismo (Jaume Soriano, María José Cantón y Mercè Díez, *La pseudofeminización de la profesión periodística en España*, 2005); etc.

Los estudios generales aparecen más bien en forma de artículos o contribuciones colectivas en volúmenes, pero no hay un número sólido de obras completas, monografías u obras individuales publicadas en la CAE en torno al estudio del género en los medios de comunicación y la publicidad (Begira, 2014: 11). Entre las pocas obras completas que podemos encontrar, se encuentra la siguiente publicación titulada *Tratamiento de la violencia de género en la prensa vasca* (2006) publicada por la Universidad de Deusto, en la que se analizan los periódicos *Berria*, *Deia*, *El Correo*, *El Diario Vasco* y *Gara*.

Existen artículos de calidad, especialmente a partir de 2004, particularmente en los estudios ligados al periodismo y a la televisión (Juan José Igartua y Carlos Muñiz, *Encuadres noticiosos e inmigración. Un análisis de contenido de la prensa y televisión españolas*, 2004; Javier Callejo, *La presencia de la sociedad civil en la televisión pública*, 2008).

Hay un número relativamente alto de documentos que exploran las redes sociales y las nuevas tecnologías, especialmente si se compara con la producción a nivel estatal (Palma Peña y Alberto Pascual, *Redes sociales en la radio española. Facebook, Twitter y Community Management*, 2013; Berta García y Xosé López, *Las redes sociales como herramienta de distribución online de la oferta informativa en los medios de España y Portugal*, 2016).

Como se indica en las conclusiones y recomendaciones finales del informe realizado por la *Comisión Asesora para un uso no sexista de la publicidad y la comunicación*. *BEGIRA* hay mucho terreno todavía para avanzar en la investigación.

2.3.2. Medios de comunicación digitales

La comunicación digital es un fenómeno que surge como consecuencia de las nuevas tecnologías que se introducen de manera vertiginosa en el campo de la comunicación social. Así pues, el desarrollo de la informática y el acceso generalizado de la sociedad a los nuevos sistemas de comunicación son los nuevos parámetros que proyectan el horizonte de la gran evolución de la función de informar (Rupérez, 2007: 34).

2.3.2.1. La prensa digital

Tal y como se ha afirmado, la prensa digital ha evolucionado de forma espectacular en los últimos años, al igual que lo han hecho los demás medios de comunicación que han buscado su hueco en internet. No obstante, esta afirmación requiere una matización. En 2001, Ignacio Ramonet, director de *Le Monde Diplomatique*, declaraba que existían en internet 3.500 periódicos (Millán, 2001: 233). En consecuencia, es lógico suponer que, más de diez años después, ese número se habrá incrementado de forma importante²⁹.

Sostiene Millán que la explosión de periódicos digitales puede no haber estado guiada por “(...) el conocimiento del nuevo medio, ni por la existencia de una estrategia clara con respecto a él, sino más bien por un efecto general de copia y emulación del vecino, amparado por fórmulas difusas del estilo ‘eso es el futuro’, ‘sin duda, hay que estar ahí’” (2001: 234). Este autor afirma que en la época de expansión de los negocios basados en la red (época que en la actualidad ha finalizado), muchos medios crearon una empresa en la red para poder salir en Bolsa (Millán, 2001: 234). Por consiguiente, pareciera que la versión digital de un periódico fuera más valorada que la impresa, cuando la primera se nutría directamente de la segunda (Millán, 2001: 234).

A continuación, estudiaremos los aspectos clave de los periódicos digitales, a saber, los términos y las definiciones más relevantes, la historia, sus características más importantes, la tipología y los géneros periodísticos.

2.3.2.1.1. ¿Qué es un periódico digital?

El debate terminológico en torno a los medios de comunicación digitales es interminable, y ha ido evolucionando con los años. Desde *periódico electrónico* hasta *periódico en línea*, *e-periódico*, *periódico multimedia*, *periódico cibernético*, *cibermedio*... (Díaz, 2005: 40). En esta tesis nos referiremos al “cuarto integrante de los *mass media*” (Díaz, 2005: 48), por detrás de la prensa escrita, la radio y la televisión, *como periódico/medio digital/online*.

Según el profesor Pablo Prieto un periódico digital es, actualmente, tanto una fuente de noticias de última hora como un gran depósito, a modo de enciclopedia, de conocimiento (2007: 147). Esta definición, pese a su simpleza, nos parece interesante porque hace referencia a que el propio periódico digital hace de depósito o hemeroteca, por lo que es posible encontrar cualquier

²⁹ No hemos encontrado referencias actualizadas del número de periódicos digitales que existen a nivel mundial.

elemento publicado, dependiendo, evidentemente, del grado de especificidad de la hemeroteca (según el periódico, se permite la búsqueda por días, meses o años, por palabras clave en el texto etc.). Javier Díaz va un poco más allá y define el medio digital como aquel emisor de contenidos que tiene voluntad de mediación entre hechos y público, utiliza fundamentalmente criterios y técnicas periodísticas, usa el lenguaje multimedia, es interactivo e hipertextual, se actualiza y se publica en la red (Díaz, 2005: 40). Esta definición comienza con una descripción aplicable a la prensa escrita para después centrarse en lo digital, que es lo que caracteriza al medio en cuestión.

Una definición más completa ofrece Fernando Moreno (2007: 99), para quien los periódicos digitales son medios de comunicación interactivos, amparados por empresas periodísticas, que tienen como objeto de su negocio la venta de información a lectores/as que con sus visitas al medio en cuestión le dan una potencialidad que lo hace apetecible para los anunciantes, que se convierten en las fuentes de financiación. Asimismo, los medios digitales se presentan como sitios web en los que se ofrece información en formato multimedia, jerarquizada y actualizada permanentemente de acuerdo a unos principios generales periodísticos (Moreno, 2007: 99). En esta tesis tomaremos esta definición como guía del estudio porque tiene los elementos de las descripciones anteriores (multimedia, actualizado, principios periodísticos generales...); al mismo tiempo, hace hincapié en que los medios digitales son un negocio cuyo objetivo es la venta de información a usuarios/as, lo cual se traduce en visitas y, a partir de ahí, en anunciantes, publicidad y fuentes de financiación. Esto es, los/as usuarios/as de los periódicos digitales acceden a muchos de ellos gratuitamente (salvo excepciones), pero no debemos olvidar que son las personas que los consumen y que con sus visitas les otorgan poder.

2.3.2.1.2. Breve historia del periodismo digital

Las transformaciones de los diarios online comenzaron a partir de los años 90 de la mano del desarrollo de la informática y del acceso generalizado de la sociedad a los nuevos sistemas de comunicación (Rupérez, 2007: 39). Además, la ya citada globalización económica produjo en occidente el acceso a unos bienes de consumo y a unas posibilidades de comunicaciones como no había habido en otra época. El acceso internacional a una red de comunicación como Internet y el desarrollo de la industria del software y el hardware ha facilitado una intercomunicación global de personas y conocimientos alejados del espacio (Rupérez, 2007: 39). La revolución digital ha supuesto el paso de la Galaxia Gutenberg a la sociedad interactiva (García, 2006: 8). La Galaxia Gutenberg, como lo denominó McLuhan (1993, visto en García, 2006: 8), hace referencia al período que va desde la difusión de la imprenta que permitió poner por escrito cualquier tipo de contenido hasta las primeras décadas del siglo XIX, cuando el telégrafo cambió para siempre la historia de las comunicaciones: “El texto impreso posibilita así relaciones que trascienden los límites espacio-temporales inmediatos (...) [En la sociedad interactiva] la comunicación se produce ahora en todas direcciones, y no sólo del autor al lector, sino que las funciones se vuelven intercambiables e ‘interactivas’, porque el emisor y el receptor no ocupan posiciones fijas en cada extremo del proceso, sino que sus funciones se van alternando” (García, 2006: 8).

En marzo de 1979 apareció el primer periódico en soporte electrónico, el *Viewtel 202*, como suplemento del diario *Birmingham Post and Mail* del Reino Unido. En 1994 el rotativo británico *Daily*

Telegraph colgó en internet la edición electrónica *Electric Telegraph*. Ese mismo año el periódico norteamericano *San José Mercury News* subió una edición a la web.

En el Estado español, la revista valenciana *El Temps* fue la primera publicación en aparecer en este canal de comunicación (Rupérez, 2007: 41). Unos años después se sumaron otras publicaciones en Cataluña, como fueron los tres diarios principales de Barcelona: *El Periódico de Catalunya*, *La Vanguardia* y *Avui*. Poco después se sumó *El Mundo*, el cual optó por ofrecer varios productos, diferenciados entre sí, de periodicidad semanal, sin poner desde el principio la edición electrónica diaria en la red (Díaz y Meso, 1999: 30). También el *ABC* editó una colección hemerográfica en CD-ROOM, si bien no incluyó todo el periódico, sino sólo el suplemento *ABC Cultural*. En 1995 puso una edición electrónica diaria en Internet. El último de los grandes diarios españoles en saltar a la red fue *El País*, coincidiendo con su vigésimo aniversario en mayo de 1996 (Díaz y Meso, 1999: 30). A comienzos del 2000, había 81 diarios en lengua castellana en el Estado español que contaban con una edición digital, había 6 más en catalán y uno en euskera (Informe Anual de la Comunicación, visto en Armentia et al. 2000: 141). Por lo tanto, podemos concluir que con el comienzo de siglo los diarios digitales comenzaron a expandirse en España, eso sí, la mayoría de ellos ofrecían un resumen de sus ediciones en papel (Díaz y Meso, 1999: 32).

“Los primeros años del siglo XXI asisten a una modificación en la representación del equilibrio mundial, de la hegemonía americana, y tras la caída del bloque socialista se pasa, después del atentado contra las Torres Gemelas de Nueva York a lo que habría definido S. P. Huntington en su libro del año 1996 *El choque de las civilizaciones*” (Rupérez, 2007: 42). En este caso, Rupérez remarca la importancia para el nuevo periodismo de los acontecimientos históricos tras el derrumbe de las Torres Gemelas el 11 de septiembre de 2001 (la guerra de Irak, el 11 de marzo de 2004 en Madrid y el 6 de julio de 2006 en Londres). Estos acontecimientos evidenciaron las escalas y las características de una evolución sin marcha atrás: la instantaneidad de la información y el conocimiento, a nivel mundial, de los sucesos en el mismo momento en que se están produciendo (Rupérez, 2007: 45).

2.3.2.1.3. Características de los periódicos digitales

Las dos grandes características de los medios digitales son el espacio y el tiempo (Moreno, 2007: 102 y ss.). En cuanto al espacio, debe tenerse en cuenta que en los diarios digitales éste es multidimensional, es decir, no es necesario que se acomode a un número de páginas concretas sino que posee, al menos teóricamente, un espacio infinito y puede acoger todo tipo de soportes. En este espacio se mueven los elementos informativos básicos, los formatos informativos y los proveedores de información. A continuación, explicaremos cada uno de estos aspectos.

En primer lugar, los elementos básicos que conforman el espacio de un periódico digital son la noticia, las noticias relacionadas, la documentación y el *feed back* o retroalimentación (Moreno, 2007: 103). En cuanto a las noticias, éstas son las unidades básicas de información y pueden estar formadas por cualquiera de los formatos informativos (texto, foto, gráfico, audio, video) o por la combinación de varios o todos ellos (Moreno, 2007: 103). Por otra parte, las noticias relacionadas son aquellas que completan las circunstancias que rodean a la noticia principal. Sirven para situar al lector/a en el entorno en el que se ha producido la noticia, a pesar de que no siempre hay una

relación directa entre las dos noticias (Moreno, 2007: 104). En cuanto a la documentación, ésta se refiere a aquellos elementos que explican los antecedentes y los consecuentes de una noticia, por ejemplo, las biografías de los/as protagonistas, la cronología de hechos similares... Estos elementos pueden ser externos al propio medio o de elaboración propia (Moreno, 2007: 104). Finalmente, el *feed back* o la retroalimentación hace referencia a la opción del lector/a de responder de forma simultánea a la llegada de la información, a través de los comentarios en las propias noticias, por ejemplo.

Como apunta Moreno (2007: 105), en segundo lugar, otro aspecto relevante del espacio de los periódicos online son los formatos informativos, es decir, las diferentes formas audiovisuales a través de las cuales se presenta la información. Los formatos informativos son los siguientes: el texto, la fotografía, la infografía, el audio y el video. En primer lugar, el texto es tanto en el periodismo tradicional como en el digital el formato básico de comunicación. Su estructura debe responder a las preguntas qué, quién, cómo, dónde, cuándo y por qué (Moreno, 2007: 105). En segundo lugar, la fotografía es el segundo formato más utilizado en la información digital (Moreno, 2007: 105). Gracias a las innovaciones técnicas, se ha convertido en un elemento de fácil transmisión por le red. Este hecho ha tenido consecuencias negativas, por ejemplo, su uso, en ocasiones, puede llegar a ser un mero elemento decorativo perdiendo así su valor informativo (Moreno, 2007: 105). En tercer lugar, la infografía es un elemento que permite interrelacionar todos los formatos: tiene parte de texto, de foto, de audio y de video y, además, se puede adaptar cien por cien a lo que se quiere contar (Moreno, 2007: 106). El audio, por otra parte, no tiene un uso muy generalizado (Moreno, 2007: 106). Es utilizado, generalmente, por las páginas web radiofónicas en las cuales se insertan fragmentos emitidos en la radio (llamados *podcasts*) para que los/as oyentes puedan volver a escucharlo (Moreno, 2007: 106). Finalmente, el uso del video es, después de las fotografías, el más habitual. Las innovaciones tecnológicas han permitido que, a pesar de su *peso*, los videos puedan complementar el resto de la información, si bien es cierto que suelen ser videos cortos (Moreno, 2007: 106).

En tercer lugar, y para terminar con el espacio, otro aspecto importante del espacio en los periódicos digitales es el de los proveedores de la información digital multimedia. Dichos proveedores suelen ser agencias informativas multimedia, fuentes propias del medio en cuestión y los/as lectores/as. En cuanto a las agencias informativas multimedia, suelen ser las antiguas agencias de noticias que se han reciclado hasta convertirse en agencias de noticias que ofrecen, además del texto escrito, otros formatos informativos multimedia que necesitan los medios digitales (Moreno, 2007: 110). Por ejemplo, la agencia EFE creó un Departamento Multimedia donde elabora todo tipo de formatos para sus abonados (Moreno, 2007: 110). Además, estas agencias cumplen dos de las premisas indispensables de los medios digitales, actualización permanente y permanencia continua (Moreno, 2007: 110). Por otra parte, las fuentes propias son aquellas que nacen de los redactores/as del periódico en su tarea diaria de relación con los emisores de información (Moreno, 2007: 110). Finalmente, los/as lectores/as también pueden tomar parte en el periódico digital y enviar opiniones, informaciones o comentarios directamente al medio (Moreno, 2007: 111).

Además del cambio que ha supuesto el espacio en los periódicos digitales, el tiempo informativo también ha supuesto una verdadera revolución (Moreno, 2007: 113). Este tiempo, según Moreno (2007: 113), se puede pensar en cuatro conceptos: directo, instantáneo, continuo y permanente. En primer lugar, el tiempo en directo tiende a ser un recurso del que hacen uso los

grandes medios de comunicación ya que requiere dinero y tecnología punta (Moreno, 2007: 113). Los diarios digitales que no poseen los medios económicos y tecnológicos necesarios hacen sus seguimientos en directo a través de noticias escritas (Moreno, 2007: 114). En segundo lugar, la instantaneidad de los medios digitales se refiere a que éstos cuentan lo que ocurre en cualquier parte del mundo a tiempo real e inmediato (Moreno, 2007: 114). En el pasado, esta tarea era de las agencias de noticias, por lo que los medios debían esperar a que éstas les informasen para realizar sus propias piezas (Moreno, 2007: 114). En tercer lugar, la continuidad ha referencia a la actualización continua de noticias en los periódicos digitales (Moreno, 2007: 115). Finalmente, el tiempo permanente se refiere a que la información que se recoge en los medios digitales queda registrada en los medios digitales, no desaparece (Moreno, 2007: 115). Por lo tanto, es posible que el lector/a haga una búsqueda a través de la hemeroteca para encontrar los datos que necesita, así como el propio periodista puede acceder a los datos rápidamente a la hora de redactar una nueva noticia (Moreno, 2007: 115).

2.3.2.1.4. Tipología de los periódicos digitales

Tradicionalmente, los medios de comunicación han sido clasificados en función de un doble nivel de profundización taxonómica (Díaz, 2005: 48): por una parte, se distingue entre medios de información especializada (medios que se refieren a una única área del saber humano) y medios de información general o generalista (medios cuyos contenidos se adscriben a diversos ámbitos del conocimiento); por otra parte, se distingue entre medios de información especializada en función del área cognitiva a la cual se adscriben sus contenidos (económicos, culturales, deportivos...) y medios de información general a partir de su ámbito geográfico de información y difusión (medios estatales, regionales, locales,...).

En la actualidad, según Díaz, los medios digitales se continúan adhiriendo a esta clasificación, aunque con matices (2005: 48). Si bien los medios de la primera clasificación son extrapolables a los actuales, los de la segunda, para Díaz, no lo son debido a que el criterio geográfico queda invalidado por el carácter universal y deslocalizador de la red (2005: 48). En este último punto discrepamos. Es cierto que internet ha permitido la globalización de los contenidos hasta tal punto que puede parecer que los medios digitales pueden hacerse cargo de los hechos noticiosos locales (en el caso de los medios estatales) y de los mundiales (en el caso de los medios locales). No obstante, en nuestra opinión, su ámbito de actuación es diferente, por lo que el/la usuario/a busca información diferente en un diario local y en uno estatal. Es posible que lo que si se haya difuminado haya sido el límite entre un diario local y uno autonómico. Por ejemplo, cuando el/la lector/a desea conocer lo que ha ocurrido en su propia ciudad, o incluso en su comunidad autónoma, no recurre a un medio de nivel estatal porque es muy probable que no lo haya recogido, y viceversa. Además, los medios humanos y técnicos de los periódicos locales tienden a ser escasos, por lo que si se desea conocer información acerca de un hecho de carácter estatal o internacional se suele consultar un medio estatal porque gozará de información más amplia, en diferentes soportes y, probablemente, más actualizada. Debido a todo esto pensamos que el criterio geográfico continúa estando vigente a la hora de clasificar los periódicos digitales; de hecho, en esta tesis, hemos llevado a cabo esta división porque nos parece que obtendremos resultados diferentes en los medios de ámbito estatal de los de ámbito local o autonómico. Así pues, a continuación, nos referiremos a las peculiaridades de una y

otra prensa digital, a saber, periódicos digitales de información generalista de ámbito estatal y periódicos digitales de información generalista de ámbito autonómico o local.

Primero, los periódicos digitales de información general de ámbito estatal tienen como objetivo a un/a lector/a indefinido/a, utilizan un lenguaje convencional (no especializado) y presentan la realidad como un todo global en la que se producen interrelaciones entre las diferentes noticias (Díaz, 2005: 61). Los periódicos digitales a los que nos referimos son, entre otros, *El País*, *El Mundo*, *ABC* o *20 Minutos*. Además, los periódicos digitales de información general son de ámbito nacional cuando (Maciá, visto en Díaz, 2005: 62):

- su sede territorial principal se encuentra en la capital del Estado (este no es un requisito indispensable);
- se difunden en todas las comunidades autónomas;
- su intencionalidad y contenidos son de ámbito estatal y esa es la percepción que tienen los/as lectores/as;
- su relación con las instituciones y organismos de la administración central es directa y continua.

En el Estado español en 2004 se censaron 1.274 periódicos digitales, de los cuales 761 pudieron ser clasificados como de información general (sin tener en cuenta su ámbito geográfico) (Díaz, 2005: 64). Esto supuso que en aquel momento el 59,73% de periódicos digitales fueran de información generalista, sin contar con el ámbito geográfico (Díaz, 2005: 64). En la actualidad no se han encontrado datos fiables acerca del número de periódicos digitales existentes en el Estado español³⁰.

Los diarios digitales de información general de ámbito nacional poseen una combinación de valores: el idioma del medio, la exclusividad de soporte y la frecuencia de actualización (Díaz, 2005: 65 y ss.). En primer lugar, en cuanto al idioma, el castellano es el más empleado por este tipo de medios. En segundo lugar, la exclusividad del soporte hace referencia a si el medio en cuestión es de soporte digital exclusivamente o, por el contrario, mantiene una dualidad de soportes. Los periódicos digitales de información generalista de ámbito nacional, generalmente, mantiene soportes duales (digitales y prensa escrita, radio o televisión). Por último, en cuanto a la frecuencia de actualización, estos periódicos se actualizan como mínimo una vez al día, aunque cada vez es más común que se actualicen varias veces al día. Puede ocurrir que algunos periódicos digitales sean de periodicidad semanal o mensual; aunque lo más normal es que se hayan convertido en revistas

³⁰ Sin embargo, sí se han encontrado algunas estimaciones en la siguiente publicación con fecha de 2014 *media-tics. Información y Comunicación en la era digital*. En dicha publicación se cita, entre otras fuentes, la Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas en la que reconocen que tienen 763 publicaciones digitales asociadas aunque, Carlos Astiz, secretario general de la Asociación, estima que puede haber en el Estado español 3.000 medios digitales. Fuente: <http://www.media-tics.com/noticia/3176/medios-de-comunicacin/los-medios-digitales-superanampliamente-a-los-de-papel-en-espana.html> [Fecha de consulta: 8 de noviembre de 2016].

debido a esa periodicidad tan amplia, ya que una de las características básicas del periodismo online es la actualización casi constante.

Segundo, los periódicos digitales de información generalista de ámbito autonómico o local son aquellos cuya difusión alcanza una o parte de la comunidad autónoma, provincia, ciudad o pueblo. Asimismo, la información que ofrecen es local como única forma de competir con diarios nacionales (Marciá, visto en Díaz, 2005: 63). Como ya hemos apuntado, el ámbito de los periódicos digitales autonómicos y locales es cada vez más difuso, por lo que, los medios de esta índole han abarcado tanto las noticias de nivel autonómico como local (y las más importantes, a nivel nacional e internacional) para ser más competitivos.

Díaz establece que cuantos más habitantes y mayor Producto Interior Bruto (PIB) posea una región, más medios digitales tendrá (2005: 68). Así, destaca el caso del País Vasco, que ocupa en séptimo lugar en el censo poblacional, pero está tan sólo por debajo de dos autonomías de dimensiones muy superiores como Madrid y Cataluña en el listado de medios digitales de información general (Díaz, 2005: 68). Lo mismo ocurre con las Islas Baleares, que, situadas en el 14º lugar del censo de la población, están en novena posición en cuanto a número de medios digitales de información general (Díaz, 2005: 68).

Por lo tanto, en 2004, Cataluña fue la región que más medios de este tipo tenía; a continuación, aparecía Madrid; después, el País Vasco y Andalucía (Díaz, 2005: 64). Estas cuatro comunidades sumaban 379 medios, el 49,8% del total (Díaz, 2005: 65). Entre las que menos periódicos digitales tenían en aquel momento encontramos Castilla León, Cantabria, Navarra, La Rioja, Melilla y Ceuta (Díaz, 2005: 65)³¹.

2.3.2.1.5. Géneros periodísticos de los periódicos digitales

Los géneros periodísticos son distintas formas de expresión lingüística relacionadas con informaciones de actualidad y destinadas a ser difundidas a través de los medios de comunicación (Armentia et. al., 2000: 175). Además, los géneros periodísticos ejercen como modelos de interpretación o como horizontes de expectativas, es decir, las características específicas de cada género hacen que el/la lector/a adopte una posición intelectual determinada ante el texto (Díaz, 2005: 146). En este sentido, la predisposición del usuario/a no es la misma si su objetivo es informarse, entretenerse o conocer la opinión de una persona experta en determinado tema. Es decir, la predisposición de la persona que lee no es la misma al leer una noticia, una tira cómica o una entrevista.

El periodismo digital, como es lógico, ha tenido consecuencias en la formulación de los distintos géneros y subgéneros periodísticos. En concreto, el periodismo digital ha ahondado en el proceso de hibridación de los géneros, el cual ya venía cuestionándose desde antes de la popularización de internet (Díaz, 2005: 146). Las nuevas características intrínsecas a los periódicos digitales han roto la anterior estanqueidad de los textos periodísticos y los ha vuelto permeables a otros textos e, incluso, a elementos audiovisuales (Díaz, 2005: 147). A continuación, realizaremos una clasificación general de los géneros periodísticos; sin embargo, esto no quiere decir que todos

³¹ No se han encontrado referencias más actuales de estos datos.

los géneros se encuentren tal cual en los periódicos digitales ni que posean las características que aquí se describen. Por el contrario, es una pequeña muestra de lo que se puede encontrar en este tipo de diarios, los cuales están en evolución constante. Por lo tanto, la clasificación de los géneros periodísticos se hará en torno a cuatro grupos: géneros informativos, géneros interpretativos, géneros de opinión o argumentativos y géneros dialógicos (Díaz, 2005: 150). A continuación, expondremos los subgéneros periodísticos que corresponden a cada grupo (Díaz, 2005: 105 y ss.), es decir, los tipos de textos que, con una estructura y un lenguaje concretos, tienen la función de informar (por lo tanto, corresponden al género informativo), interpretar (por lo tanto, corresponden al género interpretativo), opinar o argumentar (por lo tanto, corresponden al género de opinión o argumentativo) y, finalmente, dialogar (por lo tanto, corresponden al género dialógico):

1. Género informativo: son aquellos textos que transmiten datos y hechos de manera clara y concisa (Díaz, 2005: 150). Los textos que forman el género informativo pueden ser:

- Noticia: es un escrito publicado en periódicos sobre hechos de interés público sin que contengan opinión ni interpretación (Yanes, 2010: 44). La noticia es la base tanto del periodismo tradicional como del digital.
- Infografía: son aquellas expresiones gráficas más o menos complejas, de informaciones cuyo contenido son hechos o acontecimientos, la explicación de cómo funciona o cómo es un elemento (Peltzer, visto en Díaz, 2005: 156). La infografía suele constar de elementos icónicos y tipográficos.
- Datos en bruto: son aquellos contenidos menos elaborados que, en muchas ocasiones, apoyan una noticia o incluso llegan a ser formas autónomas de transmitir información (Díaz, 2005: 160). Suministran información clara, precisa y actual (Díaz, 2005: 160).
- Fotogalería: este género se ha incluido por ser importante en esta tesis, pero no es citado por Díaz (2005). Se entiende por fotogalería aquel grupo de imágenes que versa sobre una misma temática. Por lo general, no va acompañado de un texto largo y con muchas especificaciones, pero sí se acompaña con un pie de fotografía, con el objetivo de aportar más información a las fotografías que la componen.

2. Género interpretativo: son aquellos textos que sitúan la información en su contexto para explicar sus causas y procesos, así como sus posibles consecuencias y finalidades (Díaz, 2005: 165). El género interpretativo puede tener los siguientes tipos de textos:

- Reportaje: con el objetivo de contextualizar y explicar, el reportaje permite la explotación de las técnicas narrativo-descriptivas y expositivas, además de la combinación de otras piezas informativas textuales y gráficas de apoyo (Díaz, 2005: 166).
- Crónica: es aquel texto que informa sobre asuntos de actualidad pero se le añade personalismo, esto es, el/la cronista no habla directamente de la realidad, sino de la experiencia que tiene de esa realidad (Gómez Mompert, visto en Díaz, 2005: 169).

3. Género de opinión o argumentativo: un texto argumentativo es, según Díaz, aquel en el que un/a autor/a identificable expone una tesis y trata de razonarla con el fin de convencer al lector/a (2005: 176). Los géneros de opinión o argumentativos son, generalmente, los más susceptibles de hibridarse con otros géneros, por ejemplo, los dialógicos, ya que parece natural que la defensa de un argumento se tome como punto de partida para un debate o un foro (Díaz, 2005: 176). El género de opinión o argumentativo puede ser:

- Editorial: es el propio medio de comunicación el que se atribuye la autoría del texto (Díaz, 2005: 178).
- Columna: es aquella cuyo tratamiento es similar al editorial pero ha sido escrita por un/a periodista (Díaz, 2005: 179), tanto del propio medio como ajeno a él.
- Suelto: es un texto argumentativo breve, generalmente, anónimo, y que suele aparecer en la sección de Opinión (Díaz, 2005: 180). Según Díaz, este formato es difícil de encasillar debido a la hibridación de géneros (2005: 181).
- Cartas al director/a: al igual que las tradicionales cartas al director, en algunos diarios digitales se incluyen en la sección de Opinión lo que los/as lectores/as tienen que decir sobre el tema que consideren oportuno.
- Crítica y reseña: son aquellas opiniones que, teniendo en cuenta un criterio temático, se diseminan en distintas secciones (Díaz, 2005: 181).
- La viñeta o tira cómica: es una publicación de humos gráfico que tiende a ser más habitual en la prensa escrita que en la digital (Díaz, 2005: 182).

4. Género dialógico: son aquellos textos que se basan en la comunicación entre dos o más personas a través de textos escritos u orales, y que pueden realizarse de forma síncrona (en tiempo simultáneo) o asíncrona (en tiempo diferido) (Díaz, 2005: 169). El género dialógico puede tener forma de:

- Entrevista: es el texto resultante de un diálogo dirigido entre el/la periodista y la persona entrevistada. Los medios digitales han posibilitado otras formas de hacer entrevistas, por ejemplo, por parte de los/as propios/as usuarios/as que envían preguntas al medio para que la persona entrevistada conteste (Díaz, 2005: 171).
- Foro: es aquel espacio de debate en el que los/as usuarios/as discuten sobre un tema previamente determinado (Díaz, 2005: 172).
- *Chat*: supone una comunicación entre dos o más personas de forma síncrona y mediante mensajes de texto que van apareciendo de forma sucesiva en una ventana de la página web (Díaz, 2005: 174).
- Encuesta: suele consistir en una pregunta realizada a los/as usuarios/as en la página principal del medio sobre un tema de actualidad (Díaz, 2005: 175). La pregunta suele ser cerrada, y son acientíficas ya que las muestras no son representativas, ni se conoce al votante (Díaz, 2005: 175).

Así pues, encontramos cuatro grandes tipos de géneros periodísticos en la prensa digital (informativo, interpretativo, de opinión o argumentativo y dialógico). En el seno de cada uno de ellos

se aglutinan una serie de subgéneros, teniendo en cuenta el tipo de información y la forma de estructurarla de cada uno de ellos. La prensa digital, por su parte, favorece el surgimiento de nuevos géneros periodísticos, a la vez que profundiza el proceso de hibridación de los mismos.

Tras establecer un panorama general de los cambios ocurridos en los periódicos digitales y de las nuevas definiciones y características de los periódicos digitales, procedemos a centrarnos en las fotografías de prensa, las cuales son el objeto de estudio de esta investigación. A continuación, analizaremos qué son las imágenes, las diferencias entre las fotografías tradicionales y las de la era de internet y, finalmente, los estudios más representativos a este respecto.

2.3.2.2. Fotografías: imágenes de prensa

Los medios de comunicación han trastocado la mayoría de los ámbitos de las vidas de las personas, siendo las imágenes uno de los recursos más utilizados por éstos. “Desde comienzos de los años 40, el cine, la radio, la prensa escrita y la televisión han venido configurando un cambio en nuestra manera de acceder a la información generada por el entorno social, político y cultural” (Zunzunegui, 1984: 15). Ya en 1984 Santos Zunzunegui, catedrático de comunicación audiovisual de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación en la Universidad del País Vasco, afirmaba que en torno a un 94% de las informaciones que recibe el cerebro humano del mundo exterior son audiovisuales; y más del 80% son percibidas a través del mecanismo de percepción visual (1984: 16). Este autor se preguntaba por qué la imagen ha desbordado los límites de la palabra escrita y, por tanto, se ha convertido en una forma privilegiada de comunicación (1984: 16). Zunzunegui entendía que la causa principal, a pesar de que pueden existir otras, es la ilusión de inmediatez generada por toda imagen (1984: 16). De alguna manera, la imagen se presenta “(...) como un reflejo especular de los aspectos aparentes de la realidad. Y en el mejor de los casos como una ‘duplicación’ de aquella. Hasta el punto de que muchas veces no suele ser fácil distinguir *la realidad de la imagen de la imagen de la realidad*³²” (Zunzunegui, 1984: 16).

Las imágenes no transmiten la realidad (Vilches, 1999: 9). Entendemos la realidad como un conjunto de fenómenos complejos que transcurren en el tiempo y que no pueden ser percibidos de forma completa. Las imágenes son, ante todo, un juego de diversos componentes formales y temáticos que obedecen a reglas y estrategias precisas (Vilches, 1999: 9): “Una fotografía, un filme, un programa de televisión no son ningún espejo de la realidad (...) Ninguna imagen es, en todo caso, un espejo virgen porque se halla en él previamente la imagen del espectador. Las imágenes en la comunicación de masas se transmiten en forma de textos culturales que contienen un mundo real o posible, incluyendo la propia imagen del espectador” (Vilches, 1999: 9). En este sentido, Martine Joly, profesora emérita en la Universidad de Michel-de-Montaigne Bordeaux III (Francia), apunta a que las personas espectadoras entendemos que las imágenes nos indican algo, aunque no siempre de forma visible (2009: 17). Las imágenes, además, según la autora, se valen de ciertos rasgos visuales y dependen de la producción de un sujeto, imaginario o concreto, es decir, la imagen pasa por alguien que la produce o la reconoce. Es por eso que “La imagen sería un segundo objeto en relación con otro al representaría según ciertas leyes particulares” (Joly, 2009: 18).

En la actualidad, las personas somos bombardeadas por imágenes de todo tipo, desde imágenes mediáticas o mentales elaboradas a partir de lecturas y escuchas hasta recuerdos en forma de imágenes (Joly, 2009: 18 y ss.). La sociedad nos obliga a consumir dichas imágenes, a descifrarlas e interpretarlas porque están en todos los sitios; sin embargo, las imágenes pueden resultar amenazantes por dos razones fundamentales. En primer lugar, leemos las imágenes de una manera que nos parece totalmente *natural*, que no requiere aparentemente de ningún aprendizaje; y, en segundo lugar, nos parece que padecemos de manera más inconsciente que consciente “(...) los saberes expertos de algunos iniciados que pueden ‘manipularnos’ sumergiéndonos en imágenes secretamente codificadas, burlándose de nuestra ingenuidad” (Joly, 2009: 13-14). Es por eso por lo que el análisis de las imágenes debe ayudarnos a entender que lo que percibimos al mirarlas no es natural. Por el contrario, genera en nosotros/as convenciones, historia, cultura, más o menos

³² Las comillas son del autor.

interiorizadas (Joly, 2009: 14). Nelly Schnaith, filósofa argentina, al preguntarse si la imagen refleja verdad (o naturalidad, por seguir con los mismos términos), afirma que dicha verdad "(...) está más en las dimensiones que sugiere que en la superficie que muestra" (2011: 59). Las representaciones son invenciones de lo que se ve, es decir, des-organizaciones de la realidad previas a cualquier re-organización icónica (Schnaith, 2011: 59). Además, en el proceso que va de la desorganización a la reorganización cabe la creatividad (Schnaith, 2011: 59).

Por su parte, Lorenzo Vilches (1999: 9-10), catedrático de Periodismo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, habla de "juego textual" (1999: 9), el cual se realiza a través de tres componentes: la manipulación de las formas y técnicas que constituyen el universo de los productos audiovisuales por parte de un realizador/a individual o colectivo llamado Autor/a; la puesta en escena de un producto complejo pero formalmente coherente que constituye propiamente el Texto; y finalmente, su recepción activa por un destinatario individual o colectivo llamado Lector modelo.

Tal y como afirma Vilches, en el juego comunicativo, las categorías de emisor/a-Autor/a y destinatario/a-Lector/a permanecen estructuralmente invariables. El texto, por su parte, es algo definitivo cuando viene dado como producto ya terminado; sin embargo, es la imagen del Texto lo que constituye una incorporación dinámica, es decir, "(...) las múltiples y diversas versiones que los usuarios pueden hacer de un producto *massmediático*" (Vilches, 1999: 10). Así pues, según este autor, en todo análisis de un texto fílmico se dan dos puntos de vista inseparables: por un lado, el nivel de la situación comunicativa, cuyo estudio es competencia de una pragmática y, por otro lado, una porción textual que viene estudiada por la semántica; es, sin embargo, la imagen que el lector tiene del texto la que le indica cómo ha de asumirse el contenido y la forma del mismo (Vilches, 1999: 10). Para entender esto último, el autor indica una anécdota conocida: los oyentes del programa radiofónico *The War of the Worlds* dirigido por Orson Welles lo recibieron en un contexto de noticiario y no de radio-novela, por ejemplo, y la consecuencia fue que la atribución de realidad a un texto de ficción lo convirtió en el detonante de una catástrofe real (1999: 10).

Lo característico de la fotografía consiste, en general, en la manera en la que se nos aparece como una copia del mundo real. A través de la fotografía creemos que tenemos un conocimiento directo de la vida real porque entendemos la foto como un documento que da fe de unos hechos (Armentia et. al., 2000: 85). Con respecto a todos los sistemas de representación que le han precedido históricamente, la foto supone, por todo esto, una revolución (Zunzunegui, 1984: 222).

2.3.2.2.1. ¿Qué es una imagen?

El término *imagen* proviene del latín *imago* que a su vez nos remite a *imitari*, esto es, retrato o reproducción. Según la RAE, una imagen es una "Figura, representación, semejanza y apariencia de algo" o "Reproducción de la figura de un objeto por la combinación de los rayos de luz que proceden de él". Por lo tanto, según estas definiciones, las imágenes son representaciones visuales (Joly, 2009: 42), no realidad. Las imágenes son también una imitación o una copia de la realidad. Zunzunegui, a la vista de las dos acepciones de la RAE, concluye que "La raíz latina [*imago*] autoriza a interpretar que la relación entre imagen y realidad se crea vía imitación de la forma externa del objeto representado" (1984: 18).

Asimismo, Zunzunegui afirma que en las fotografías existen convenciones que hacen que las veamos como representaciones parciales de la realidad (1984: 222). Atendiendo a dichas convenciones, “(...) caemos en la cuenta de las características que otorgan a la fotografía especificidad y que le hacen susceptible de funcionar en tanto que mecanismo de transmisión de información y que, además, se encuentran en el fondo de las posibilidades de manipulación que se ofrecen al fotógrafo” (Zunzunegui, 1984: 223). Las convenciones sobre las que se basa la especificidad de la fotografía son las siguientes (Zunzunegui, 1984: 223 y ss.):

- La información que ofrece va únicamente dirigida a la estimulación del sentido de la vista, así queda fuera cualquier estímulo no óptico (sonoro, táctil, gustativo, olfativo).
- La realidad tridimensional es reducida a la bidimensionalidad de la imagen. Como consecuencia, la imagen fotográfica también es monofocal, lo cual se opone a la forma normal en que captamos la realidad visual mediante los ojos en movimiento.
- La fotografía presenta un carácter estático, es decir, un congelamiento del instante, lo que le da un sentido de permanencia.
- Toda imagen fotográfica supone de manera automática una elección de un espacio que se muestra y otro que no se muestra. Se conoce como encuadre fotográfico.
- Todo objeto sometido a la visión humana está, necesariamente, construido por elementos.

Si atendemos a las aproximaciones al concepto de imagen enunciadas por autores clásicos, nos centraremos en las ofrecidas por el filósofo, físico y matemático Charles S. Peirce. Éste entiende que todo nuestro mundo es un mundo de representaciones (1988: 142): “Nadie puede negar que hay representaciones pues todo pensamiento es una [representación]” (Peirce, 1988: 142-143). Asimismo, en su clasificación de los signos identifica los iconos con aquellos signos que representan a un objeto básicamente por su similitud, con independencia de su modo de ser (Peirce, 1988: 145). Es decir, los iconos originariamente tienen cierta semejanza con los objetos a los que se refieren (Zunzunegui, 1984: 18).

Así pues, las imágenes están formadas por signos icónicos, signos plásticos (colores, formas, composición interna, textura) y signos lingüísticos (Joly, 2009: 43). Podemos decir que los signos icónicos corresponden a la selección que el/la autor/a hace de la realidad; los signos plásticos hacen referencia a los elementos que conforman dicha realidad manipulada; y, los signos lingüísticos son la sintaxis, es decir, el orden entre los elementos seleccionados para representar esa falsa realidad.

Además, debemos distinguir la información puramente visual (la que percibimos a través de nuestro sistema visual), de la imagen mental que desarrollamos. Por ejemplo, si situamos frente a una casa a un niño/a pequeño/a con su sistema visual desarrollado, el/la niño/a percibirá un conjunto de formas y colores pero no podemos estar seguros/as de si sabe que lo que está viendo es una casa. Es decir, si nunca le han mostrado una o le han dicho “esto es una casa”, no habrá asociado esos estímulos visuales a esas ideas y aún no tendrá en su cabeza la imagen completa de

una casa. Así, podemos concluir que las imágenes no solo son lo que vemos sino también lo que nos enseñan a ver. Son construcciones sociales y culturales.

En la imagen fotográfica, televisiva o del tipo que sea, intervienen tanto factores humanos como técnicos que manipulan unos materiales (Vilches, 1999: 14). Para Vilches, la imagen es “(...) un trazo visible reproducido por un proceso mecánico y psicoquímico de un universo preexistente” (1999: 14). La imagen adquiere significación cuando ocurre un juego dialéctico entre un/a productor/a y un/a observador/a, es decir, la imagen significa algo cuando hay personas que se preguntan sobre su significado (Vilches, 1999: 14).

Las imágenes pueden ser clasificadas de diferentes formas según “(...) la exposición de las ideas contenidas en los diferentes mensajes icónico-verbales” (Abreu, 1997: 146). Según Carlos Abreu (1997: 146 y ss.), los tipos de fotografías, atendiendo a su contenido, son las siguientes³³:

- Fotografía como noticia: la fotografía como noticia es aquella que por su calidad informativa tiene capacidad para convertirse en noticia por sí misma. Asimismo, recoge todos los componentes visuales de la noticia para dar el máximo posible de información.
- Fotografía documental: la fotografía documental “registra el testimonio histórico y comprueba los hechos (...) Igualmente, proporciona realismo y credibilidad” (Abreu, 1997: 147). La fotografía documental funciona como testigo de una realidad histórica.
- Fotografía simbólica: la fotografía simbólica (Cebrián, visto en Abreu, 1997: 147), se define como aquella fotografía que pierde capacidad informativa para constituirse en un símbolo universal de una realidad, o como elemento comparativo o metafórico de situaciones, debates, debates sociales...
- Fotografía ilustrativa: la fotografía ilustrativa se utiliza para romper la monotonía del texto, como recurso estético, pero sin apenas carga informativa. De hecho, a veces no tiene vinculación directa con el texto.
- Retrato fotográfico informativo: la función del retrato fotográfico informativo es identificar a las personas protagonistas del texto escrito.

Por otra parte, las fotografías, atendiendo a su evolución histórica, pueden ser tradicionales o digitales en la era de internet. A continuación, analizaremos brevemente cada una de ellas.

³³ Abreu identifica más tipos de fotografías a las que no haremos referencia debido a que en esta tesis no han sido seleccionadas como muestra; ejemplo de esto serían las fotografías humorísticas y de curiosidad, fotografías especializadas o fotografías de entretenimiento, entre otras.

2.3.2.2.2. Fotografías de prensa tradicionales

En esta sección hemos determinado realizar un conciso repaso histórico sobre la evolución de la fotografía en la prensa, desde sus comienzos hasta el momento en el que los avances técnicos e internet revolucionaron el mundo y la historia de la fotografía de prensa. Así, no nos centraremos en los aspectos técnicos de la fotografía tradicional debido a que consideramos que en esta investigación no son centrales.

Así pues, es ineludible entender cómo surgió este arte al que denominamos fotografía. Para ello nos retrotraemos al repaso histórico que realizan varios/as autores/as (Zunzunegui, 1984; Susperregui, 1988; Freund, 1993; López, 2001; Sousa, 2003). Es importante comenzar este repaso haciendo referencia al hecho de que la introducción de la fotografía en la prensa fue un fenómeno de máxima relevancia porque cambió la capacidad de *ver* de las masas (Freund, 1993: 96). Es decir, hasta aquel momento, las personas sólo podían visualizar lo que ocurría a su lado, en el momento en el que estaban presentes. Sin embargo, “Con la fotografía se abre una ventana al mundo (...) La palabra es abstracta, pero la imagen es el reflejo concreto del mundo donde cada uno vive” (Freund, 1983: 96). Aun así, la fotografía fue a la par, un poderoso instrumento de propaganda pero también de manipulación, ya que, al igual que en la actualidad, las imágenes respondían a los intereses de los propietarios de la prensa: la industria, la finanza, los gobiernos (Freund, 1983: 96).

En 1826, Joseph Nicéphore Niépce consiguió la primera fotografía en el sentido moderno del término; sin embargo, hasta casi veinte años después no se consiguió pasar de una imagen negativa a cuantas copias positivas se desearan. A partir de aquel momento, comenzaron las reproducciones masivas de fotografías, lo que se tradujo en un aumento de las tiradas; inclusión de la publicidad para cubrir las pérdidas que se originaban entre los costes de producción y los deficitarios precios de venta; e incorporación gradual de las ilustraciones y posteriormente de las fotografías a la prensa periódica.

Quienes fueron los pioneros de la fotografía, comenzaron a utilizarla con el objetivo de mostrar las deficiencias e injusticias del mundo (Susperregui, 1988: 244), sobre todo, las guerras. A este afán de enseñar al mundo, a través de fotografías, los atropellos y la sinrazón se le denominó fotoperiodismo. Si atendemos a una definición más completa, podemos decir que se trata de “La realización de fotografías informativas, interpretativas, documentales o ‘ilustrativas’ para la prensa u otros proyectos editoriales relacionados con la producción de información de actualidad” (Sousa, 2003: 17). En este sentido, el fotoperiodismo se caracteriza por la finalidad y la intención de las imágenes, y no tanto por el producto final (Sousa, 2003: 17). Boltanski afirma que la fotografía que aparece en el periódico no tiene un valor intrínseco, lo que la hace excepcional es el “(...) encuentro entre un suceso fortuito (habitualmente dramático) y el fotógrafo: hay que estar allí en el mismo momento en que el acontecimiento se produce” (2003: 208-209).

Los primeros hechos históricos fotografiados fueron la guerra entre México y EEUU (1846-1847) y el sitio de Roma (1849)³⁴ (López, 2001: 171; Sousa, 2003: 35-36). Sin embargo, fue la guerra de Crimea la que marcó el origen del fotoperiodismo: en 1855 el ex abogado inglés Roger Fenton la fotografió, acompañado de cuatro asistentes y un gran carruaje tirado por tres caballos que le servía como dormitorio y laboratorio. La expedición de Fenton había sido financiada a condición de que no

³⁴ Republica Romana instaurada en 1849 tras la huida del papa Pío IX que apenas duró cinco meses.

fotografiara los horrores de la guerra, para no asustar a las familias de los soldados (Freund, 1993: 96). Como consecuencia, las imágenes de Fenton no dan una visión real de la guerra, fueron censuradas de antemano. Sin embargo, pese a todo, se considera a Fenton como el primer reportero fotográfico (Sousa, 2003: 44).

Años después, en 1870, desembarcó en Norteamérica un danés de 21 años llamado Jacob A. Riis, quien llegaría a ser periodista del *New York Tribune* (Freund, 1993: 97). Riis es considerado el fundador del movimiento de la fotografía documental, ya que utilizó la fotografía para mostrar a la sociedad la cara oculta de la miseria, el hambre, la necesidad y la injusticia social (Susperregui, 1988: 245). Él mismo fue víctima de aquella realidad: pasó los tres primeros años desde su llegada a Norteamérica sin techo y sin trabajo fijo. Cuando entró a trabajar al *New York Tribune*, se volcó en la lucha por las reformas sociales. Dado que a través de sus escritos sus objetivos no tenían resultados, optó por la fotografía para hacer creíbles las imágenes de los barrios pobres (Susperregui, 1988: 246). La mezcla de texto e imágenes debió de ser toda una revolución en aquel momento, ya que, en los periódicos del siglo XIX, las fotografías eran vistas como intrusas, debido, precisamente, a que el diseño de los diarios se basaba en el texto escrito (Sousa, 2003: 53).

Riis presentó algunas de sus fotografías en una conferencia titulada *The other Half: How it Lives and Dies in New York* (*La otra mitad: cómo se vive y muere en Nueva York*). La primera de esas fotografías reproducía una escena habitual: varias costureras trabajando en su domicilio en unas condiciones pésimas que recordaban a los años de esclavitud. El resto de las imágenes seguían esta misma línea de trabajo: malas condiciones de vida, hacinamiento humano y pésimas condiciones higiénicas (Susperregui, 1988: 247). En 1889, tras otra conferencia similar a la anterior, Riis decidió dar un paso más y escribió un libro que recogía la dureza de la realidad social de muchas personas a través tanto del texto como de las fotografías. El libro se reeditó hasta en tres ocasiones, y llegó a las manos de Theodore Roosevelt, futuro vicepresidente y presidente del país, quien se puso en contacto con el fotógrafo. Ambos mantuvieron una larga amistad (Susperregui, 1988: 249).

En Europa también ocurrieron algunos acontecimientos que merecieron una cobertura fotográfica, por ejemplo, la guerra franco-prusiana (1870-1871) y la comuna de París (1871) (Sousa, 2003: 53). En cuanto a la primera, se comenzó a introducir el concepto de velocidad en la fotografía europea, además de empezar a realizarse las primeras imágenes de soldados luchando en el campo de batalla (Sousa, 2003: 53). En cuanto a la comuna de París, es famosa en la historia de la fotografía porque las imágenes realizadas en las revueltas fueron utilizadas por primera vez con fines represivos, para identificar a personas que habían participado e instaurar procesos criminales que condujeron frecuentemente a ejecuciones (Sousa, 2003: 53).

En el caso del Estado español, a lo largo de la primera mitad del siglo XX, el fotoperiodismo tuvo que superar dos pruebas de fuego: la Guerra del Rif (o Segunda Guerra de Marruecos o Guerra de África, 1911-1927) y la guerra civil española (1936-1939) (López, 2001: 177). En cuanto al primer caso, quedó patente la precariedad en la que se encontraba la fotografía en aquel momento, además de la censura militar que imperaba en España (López, 2001: 175). Pese a los obstáculos, varios reporteros consiguieron infiltrarse en campo marroquí y fotografiar al líder rifeño, Abd-el-Krim, y a sus prisioneros (López, 2001: 176).

En cuanto a la Guerra Civil española, enmarcada por el ascenso de los fascismos, atrajo al Estado a cientos de reporteros de todo el mundo que llegaron a constituir una verdadera "(...)

brigada internacional de centro-izquierda armada con cámaras fotográficas” (Capa; visto en López, 2001: 177). Las diferencias entre los fotógrafos españoles y los extranjeros quedaron patentes, no sólo a la hora de la realización de las fotografías, sino también a la hora de la publicación de las mismas (los diarios no tenían planteamientos editoriales claros al respecto) (López, 2001: 178). Una de las anécdotas que mejor ilustra estos hechos es que los fotógrafos se vieron obligados a recurrir a sus viejas cámaras de placas debido a que las películas y papeles fotográficos comenzaron a escasear (López, 2001: 177).

Los periódicos se centraron casi exclusivamente en los contenidos bélicos, dejando entrever su partidismo y sus intereses respecto a cada bando (López, 2001: 179). No obstante, los fotoperiodistas continuaron realizando su trabajo, a pesar de que, debido a la falta de abastecimiento de papel, los diarios cada día tenían menos páginas y éstas eran de peor calidad (López, 2001: 179). Según López, las imágenes más destacadas fueron las de Agustín Centelles, entre las que se encontraban las de la jornada sangrienta del 19 de julio en Barcelona, los combates en el frente de Aragón, o las ofensivas republicanas en Belchite y Teruel (López, 2001: 179).

Tras el fin de la Guerra Civil española, el empobrecimiento cultural se manifestó, además de en otras facetas, también en la prensa (López, 2001: 180). Mientras que en los años republicanos llegaron a editarse hasta dos mil periódicos y revistas, en 1945 tan sólo se publicaron 87 (López, 2001: 180). Además, los contenidos debían de ajustarse a lo dictado en la Ley de Prensa de 1938, inspirada en el principio de que la prensa debía servir al establecimiento del nuevo Estado (López, 2001: 180). Como consecuencia, la información gráfica pasó unos años amargos, hasta mediados de la década de los cincuenta cuando comenzaron a aparecer semanarios gráficos como *La Actualidad Española* (1952) o la *Gaceta Ilustrada* (1955) (López, 2001: 181). Las nuevas generaciones de fotoperiodistas, deseosos de aires nuevos, recuperaron el espíritu reivindicativo y comenzaron a manifestar su rechazo en los sectores más activos de la oposición democrática al franquismo (López, 2001: 181-182). Debido a la censura informativa que todavía imperaba en España, las imágenes denuncia de los fotoperiodistas se publicaban fuera del Estado o en boletines clandestinos (López, 2001: 182). Con el objetivo de distribuir las imágenes se crearon agencias ocasionales como *Grup de Producció*, CIS o la Agencia Informativa Popular (López, 2001: 182).

Con la muerte de Franco, en 1975, nacieron nuevas publicaciones cuyo papel fundamental era el asentamiento de la democracia; sin embargo, los fotógrafos españoles arrastraban problemas derivados de la dictadura, por ejemplo, una carencia cultural y técnica que les incapacitaba para asumir la edición gráfica de los medios de comunicación (López, 2001: 182). Y es que, la fotografía continuó siendo infravalorada, con contadas excepciones, como *Primera Plana*, *Cambio 16*, *Cuadernos para el Diálogo* o *El País* (López, 2001: 182).

Tras las dos guerras mundiales, los conflictos posteriores representaron un terreno fecundo para las agencias fotográficas, y las agencias de noticias (Sousa, 2003: 146). En lo que respecta a las consecuencias de la proliferación de agencias fotográficas, las fotografías crecieron exponencialmente en una doble dirección: por una parte, se encontraron nuevas formas de expresión, debido a los debates en curso y a los nuevos autores y, por otra parte, se originó cierta banalización de las fotografías, debido a la rutina y a la convencionalidad del trabajo fotoperiodístico dentro de la industria cultural (Sousa, 2003: 146). Estas dos líneas de evolución discordantes llegan hasta nuestros días en la medida en que la velocidad y la actualidad, tanto en las agencias como en los periódicos, se volverán cada vez más un valor de noticia (Sousa, 2003: 148).

Finalmente, conviene destacar la complicación de encontrar mujeres fotoperiodistas en la historia. Entrado ya el siglo XX, encontramos algunas fotografías, entre las que figuran Laura Gilpin (1891-1979), Lisette Model (1906-1983) y Diane Arbus (1923-1971). Destacamos a Arbus que realizó un álbum de retratos psicológicos en el que aparecen una gran cantidad de personas representativas de la cultura suburbana norteamericana: nudistas, prostitutas, personas drogodependientes, travestis, familias de clase media, personas con trastornos mentales... (Sousa, 2003: 163).

Así pues, la fotografía de prensa tradicional tiene una larga historia centrada, principalmente, en conflictos bélicos internacionales. A través de estas fotografías, la ciudadanía era testigo de lo que ocurría en aquellos lugares, aunque afirmar que se encontraban informados/as respecto a lo que en las guerras tenía lugar probablemente era demasiado. En este sentido, como hemos apuntado, los periódicos (en el Estado español) dejaban ver sus intereses respecto a cada bando.

En el siguiente apartado, nos centraremos en la fotografía de prensa digital.

2.3.2.2.3. Fotografías de prensa digitales en la era de internet

Las fotografías de la era de internet tienen la característica principal de ser digitales. Básicamente, las imágenes digitales pueden ser definidas de la misma forma que las tradicionales; sin embargo, al añadir el término *digital* se les confieren algunas particularidades que tienen que ver, en gran medida, con el soporte físico en los que se almacenan y en las formas de codificación basadas en un sistema de ceros y puntos (Hernández, 1999: 206).

Las imágenes digitales aparecieron por primera vez a finales de los ochenta (Lister, 1997: 13). Surgieron a raíz de una nueva generación de ordenadores personales más potentes, interfaces gráficos y software para la manipulación de imágenes que, en aquel mismo periodo, empezaron a generalizarse en despachos y empresas, academias de arte, medios y diseño, hogares y escuelas (Lister, 1997: 13). En un primer momento, se llegó a hablar de la “muerte de la fotografía”, entendido ésta como la fotografía tradicional (Lister, 1997: 13); asimismo, también se creía que con el surgimiento de la fotografía digital vendría “la pérdida de lo real” (Lister, 1997: 13). Esto último podía estar unido a otra de las características más importantes de la fotografía digital: la posibilidad de realizar retoques en las imágenes, una vez que éstas hayan sido almacenadas en el ordenador. Retocar significa modificar la imagen contenida en una fotografía (Hernández, 1999: 216). Existen numerosos programas informáticos que permiten hacer retoques que, generalmente, suelen realizarse para ajustar el tamaño de uno o varios objetos de la imagen, realizar retoques de los colores, añadir efectos (adaptar la imagen a un círculo o añadir texto, por ejemplo), ajustar el brillo y el contraste... En este sentido, en la fotografía digital, escribe Hernández (1999: 216), además de juzgarse la foto propiamente dicha con los parámetros tradicionales de composición, belleza, actualidad..., se juzgan algunos aspectos técnicos como una buena resolución de la imagen, un correcto ajuste de los colores a la realidad...

En esta investigación, nos interesan las imágenes digitales de prensa. Según Hernández (1999: 212), el bautismo de la cámara digital ocurrió en 1993 cuando Bill Clinton tomaba posesión de su cargo de presidente de los EEUU. Mientras los/as fotógrafos/as recogían el acontecimiento con sus respectivas cámaras en frente de Clinton, Rond Edmonds, fotógrafo de la agencia *Associated*

Press, disparó una fotografía, salió de entre todas las personas que se encontraban a su alrededor, y se sentó con su teléfono móvil y su ordenador portátil para enviar la foto a su editor. El tiempo transcurrido entre el disparo de la cámara de Edmonds hasta que ésta fue retransmitida a las salas de prensa de todo el mundo fue de tan sólo 12 minutos. Las agencias y los periódicos pudieron cerrar rápidamente sus ediciones y redujeron los costes notablemente.

Con el paso de los años y el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, podemos afirmar que, en la actualidad, la fotografía ha encontrado su hueco en la prensa digital. Sin embargo, este proceso no fue tan sencillo ni revolucionario como podía parecer en un principio (Caminos, Marín y Armentia, 2006: 9-10). Se entiende que, en la prensa tradicional, la imagen fotográfica tiene una utilidad estética dirigida al diseño global de las páginas con la intención de despertar el interés del lector/a; no obstante, en la prensa digital, la utilización plana y repetitiva de la composición de la fotografía en relación a la pantalla del ordenador pierde su sustancia (Caminos, Marín y Armentia, 2006: 10).

En el año 2000, según un estudio realizado por Caminos, Marín y Armentia (2006) en varios medios digitales (*El País*, *El Mundo*, *ABC* y *La Vanguardia*), las imágenes reproducidas en la prensa de papel eran las mismas que en la digital, tan sólo se diferenciaban cuando aparecían noticias de última hora. El uso de las fotografías era fundamentalmente complementario en la prensa digital, si bien la fase experimental lo justificaba. Caminos, Marín y Armentia repitieron el mismo análisis seis años después y concluyeron que, aun cuando, en términos absolutos, se había producido un incremento en el número de fotos que empleaban los diarios digitales, la imagen no terminaba de encontrar su verdadero lugar en las ediciones digitales (Caminos, Marín y Armentia, 2006: 35). Las secciones convencionales eran parcas en el empleo de fotografías; además, algunos de los diarios analizados ni siquiera contaban con una sección específica para almacenar las imágenes del día (Caminos, Marín y Armentia, 2006: 35). Las novedades más evidentes a lo largo de esos seis años fueron la desaparición de muchas de las imágenes que acompañaban a los sumarios en las ediciones digitales, para pasar a incorporarse al desarrollo de las noticias más importantes, y la presencia de secciones específicas dedicadas a la fotografía en todos los periódicos digitales analizados (Caminos, Marín y Armentia, 2006: 34).

Asimismo, se constató que los problemas técnicos que dificultaban la implantación de algunos cambios se superaron, y otros, en cambio, se mantuvieron. Entre los cambios superados se encontraba el uso del color, que se generalizó en todos los medios, convirtiendo la utilización del blanco y negro en algo anecdótico. Sin embargo, el formato medio de las pantallas y el tiempo de descarga impedían una ampliación del tamaño de las fotos. Comparativamente el tamaño de las fotografías era muy similar en casi todos los diarios. Sólo *La Vanguardia.es* reducía las dimensiones de sus fotos más destacadas y utilizaba un formato más apaisado. En el resto de los diarios éstas tenían un formato muy parecido, y la cualidad utilizada como elemento de jerarquización de la información no era el tamaño (Caminos, Marín y Armentia, 2006: 35).

Probablemente, el desarrollo más significativo del uso de la fotografía en internet se dio entre los años 2004 y 2008 (Villa, 2008: 310). Según un estudio realizado en los diarios digitales de *La Vanguardia*, *El País* y *El Mundo*, las emisoras de radio *Cadena Ser*, *Onda Cero*, *COPE*, así como las cadenas de televisión *Antena 3* y *Telecinco*, la imagen noticiosa se fortaleció hasta llegar a convertirse en uno de los ejes fundamentales de los diarios digitales (Villa, 2008: 310). No obstante, afirma la autora, es preciso distinguir su utilidad de su mera presencia: los resultados de su

investigación muestran que la fotografía periodística es utilizada generalmente para ilustrar los textos, sin lograr una integración efectiva en las portadas y las subportadas de las webs (Villa, 2008: 310). En este sentido, según Villa, el fotoperiodismo atraviesa una época de crisis que incluye a los medios digitales y que se expresa en el uso indiscriminado de agencias y, por ende, de “(...) imágenes enlatadas, producidas con criterios de venta máxima, hipercodificadas y estereotipadas y que, una vez publicadas ocupan el espacio físico e intelectual que debería corresponder a otras imágenes resueltas de forma más creativa” (Baeza, 2001; visto en Villa, 2008: 310). Así, las innovaciones tecnológicas han servido para confeccionar y ensamblar información más ágilmente, pero no para fortalecer la función del fotoperiodismo (Villa, 2008: 310).

Como ocurría con el estudio de Caminos, Marín y Armentia (2006), el de Villa (2008) también confiere importancia a las fotogalerías, las cuales son muy efectivas durante hechos de gran trascendencia periodística, como demuestra Torres (visto en Villa, 2008: 310) en su investigación sobre el tratamiento de la imagen durante el 11 y 12 de marzo de 2004 en relación al atentado terrorista en Madrid. Además, en otro sentido, la creciente producción y circulación de imágenes favorece la aparición del fotoperiodismo ciudadano, basado en la publicación de imágenes hechas por aficionados en lugar de profesionales (Villa, 2008: 310). La popularidad de los teléfonos móviles y las conexiones a internet han conseguido hacer más fácil cada día los flujos de información, en forma de fotografías y videos, que pueden compartirse fácilmente de un terminal a otro y de una red social a otra.

Unido a esto último, es necesario apuntar brevemente el aumento del uso de las fotografías en las redes sociales con fines informativos. Las redes sociales son medios de comunicación social que permiten la conexión de personas a través de internet con el objetivo de compartir experiencias, intereses, etc. Las más conocidas en la actualidad son *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *Linkedin*... Así, existe una tendencia cada vez más creciente de emplear estas redes como un elemento más de comunicación mediática. De hecho, y centrándonos en nuestro objeto de estudio, la mayoría de los medios de comunicación digitales (los que conforman nuestra muestra también) tienen sus propios perfiles de *Twitter* y *Facebook*. Ambas redes sociales, podríamos decir, configuran las dos redes sociales más utilizadas por los medios para informar a los/as usuarios/as. En este sentido, y aunque es pronto para afirmarlo, las redes sociales pueden ser en un futuro no muy lejano los nuevos diarios digitales. De hecho, Ruiz del Olmo y Bustos (2016: 110), señalan que “[El uso de las redes sociales] (...) en diferentes facetas de la vida de las personas ha penetrado por tanto con una singular rapidez y ha sido velozmente adoptada también en el ámbito de la comunicación política como un instrumento eficaz para contactar, dinamizar y persuadir a los ciudadanos/electores”.

A modo de ejemplo, según el estudio realizado por Ruiz del Olmo y Bustos (2016), el uso de *Twitter* parece estar evolucionando y convirtiéndose en algo más que mensajes de 140 caracteres, es decir, cada vez es más recurrente el empleo de imágenes durante los eventos de mayor calado político, por parte tanto de los partidos políticos (que son en los que se centra su investigación) como por parte de los medios de comunicación (Ruiz del Olmo y Bustos, 2016: 113). Dicho de otra forma, las fotografías de un acto importante no sólo se publican en los diarios digitales sino que también se publican en las redes sociales por lo tanto los/as lectores/as están doblemente informados/as. De hecho, según las conclusiones de Ruiz del Olmo y Bustos, las imágenes en *Twitter* tienen una mayor relevancia que el propio texto y, en muchos casos, éstas se convierten en los principales vehículos de la comunicación política (2016: 121).

Por lo tanto, las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación han revolucionado tanto los periódicos digitales como las imágenes que en ellos aparecen. Si al comienzo de la generalización de los periódicos digitales parecía que las fotografías no encontraban su hueco (Caminos et al., 2006: 9-10), en la actualidad podemos sostener que éstas están batallando por llenar dicho hueco para ser algo más que complementos del texto.

Por otra parte, redes sociales como *Twitter* y *Facebook* están disputando a los periódicos digitales el uso de las fotografías con fines informativos, como demuestra el estudio realizado por Ruiz del Olmo y Bustos (2016).

Así pues, quizá la generalización de la fotografía digital en la era de internet no ha evolucionado como se esperaba pero, sin duda, está buscando la forma y las herramientas comunicativas para hacerlo. Seguidamente, analizaremos los estudios más relevantes sobre la representación de las mujeres en las imágenes de prensa, tanto en lo que a las fotografías tradicionales como a las digitales se refiere.

2.3.2.2.4. Estudios fundamentales sobre la representación de las mujeres en las imágenes

Como ya se ha apuntado, el interés de las feministas por el análisis de los medios de comunicación comenzó a lo largo de la segunda ola del feminismo, a partir del reconocimiento de la importancia que tienen los factores culturales en la construcción del sistema sexo/género (García, 2007: 143). En este sentido, varias autoras concluyeron que las mujeres son representadas en los medios de comunicación como objetos de contemplación, cuyos cuerpos se convierten en sedes de la sexualidad y en reclamo para la mirada (Lauretis, visto en García, 2007: 143). Laura Mulvey, en su ensayo *Placer visual y cine narrativo* (1975), demostró, con la ayuda del psicoanálisis, que el cine de Hollywood identificaba el placer con la mirada masculina, “En un mundo ordenado por la desigualdad sexual, el placer de mirar se encuentra dividido entre activo/masculino y pasivo/femenino. La mirada masculina determinante proyecta sus fantasías sobre la figura femenina que se organiza de acuerdo con aquella. En su tradicional papel exhibicionista, las mujeres son a la vez miradas y exhibidas, con su apariencia fuertemente codificada para causar un fuerte impacto visual y erótico” (Mulvey, 1988: 9). Por lo tanto, los hombres eran el sujeto tanto de la mirada como de la acción, mientras que las mujeres eran el objeto, por lo que sus cuerpos aparecían en los productos audiovisuales fragmentados y descontextualizados. Mulvey concluyó, asimismo, que era urgente que el movimiento de las mujeres rompiera con ese punto de vista determinante del placer para escapar de la opresión (1988: 9).

A partir de los estudios de Teresa de Lauretis (visto en García, 2007: 143) y Laura Mulvey (1975), se han realizado muchos otros en el contexto de los medios de comunicación en los que las imágenes son fundamentales, por ejemplo, la publicidad, el cine o las fotografías de prensa. Es importante tener en cuenta que los medios de comunicación visual no enseñan ni pueden mostrar el mundo tal como es, por lo tanto, todos los textos visuales son representaciones, y aluden a cuatro aspectos cruciales (López F. Cao, 2002: 207):

- En primer lugar, en el acto de presentar algo nuevo intervienen varios procesos de selección: quién y qué se va a mostrar; qué gente y qué sucesos y cómo esta gente y estos sucesos serán presentados. Tales decisiones se basarán en una serie de criterios: su interés como noticia, la familiaridad del o la espectadora, las convenciones y costumbres, su valor como entretenimiento, motivo, punto de vista, etc. Las selecciones no se hacen sin prejuicio y, consecuentemente, las imágenes que resultan tampoco están libres de prejuicio.
- En segundo lugar, el término representación parece referirse a lo *representativo*, algo que es típico o característico de la persona o grupo representado. Cuando una serie limitada de símbolos se representan repetidamente como algo típico del grupo, pasamos a la cuestión de la creación de estereotipos. Los estereotipos suponen que aceptamos como *naturales* representaciones creadas o construidas, en un momento determinado, sin cuestionarlas.
- En tercer lugar, la palabra representación abarca el significado por el cual una imagen *representa* algo en el sentido de que habla por un grupo. Muchas imágenes que vemos en los medios podrían interpretarse erróneamente como algo que habla por parte de un grupo. Debemos preguntar si la imagen que nos presentan es la misma que el grupo hubiese elegido para representarse a sí mismo o si fue elegida por otros. En el caso de la propaganda

y la publicidad habla el que hace la publicidad y selecciona la imagen para vender el producto.

- En cuarto lugar, el término representación responde a la pregunta *¿qué representa la imagen para mí?* El sexo, la raza, la cultura, la política y la experiencia de cada persona le hace ver el mundo de un modo diferente.

En conclusión, el acto de representación proporciona al espectador/a preguntas clave sobre qué puede decir una imagen acerca del mundo, acerca de los hombres o de las mujeres y de los/as otros/as (López F. Cao, 2002: 208). Por ejemplo, en lo que a los productos audiovisuales de ficción se refiere, la tesis doctoral *Las mujeres y el trabajo en las series de ficción. Cambio social y narraciones televisivas* (2007) analizó las transformaciones del papel de las mujeres en la sociedad (en concreto, en el ámbito del trabajo) y su representación en las series televisivas *Ally McBeal* (2000-2003) y *Yo soy Betty la fea* (2001-2002). Las conclusiones del estudio son claras (García, 2007: 146-147): por una parte, la presencia de las mujeres en la ficción se ha diversificado y ampliado, lo cual tiene su parte positiva y su parte negativa. En cuanto a lo positivo, las mujeres son protagonistas de las series, se mueven en ámbitos laborales en los que son competentes, y se representan algunas situaciones de precariedad y abuso que sufren las mujeres, lo cual forma parte del reconocimiento de problemáticas específicas formuladas por el movimiento feminista. En cuanto a lo negativo, las mujeres trabajadoras son consideradas incompletas sino tienen pareja, la belleza es una exigencia, y determinadas temáticas de género o bien se ignoran o bien se resignifican como problemas individuales o de clase.

Si nos centramos en los estudios que analizan las imágenes de prensa en las que aparecen mujeres, debemos tener en cuenta su escasez. De hecho, hemos tenido problemas para encontrar alguno que se haya realizado en el ámbito de la prensa vasca.

En el Estado español, según uno de los estudios pioneros en esta temática, realizado por Gallego *Género i informació* (1998) (visto en Bach et al., 2000: 53), sólo había un 6,55% de mujeres fotógrafas, frente al 39,67% de fotógrafos; por otra parte, tan sólo el 8,8% de las fotografías totales eran de mujeres, mientras que las de los hombres alcanzaban el 66,68%. El 16,66% restante correspondía a fotografías en las que aparecen grupos mixtos. También se observó en dicho estudio que, a pesar de que aparecieran mujeres en las fotografías, en ocasiones no eran citadas en los pies de foto. Además, cuando las mujeres aparecían en las imágenes, tendían a hacerlo representando estereotipos como la mujer seductora, como ama de casa o como víctima de la violencia de los hombres.

Según otro estudio titulado *La presencia de estereotipos en los medios de comunicación: análisis de la prensa digital española* (Mateos de Cabo et al., 2007), las mujeres aparecían infrarrepresentadas y estereotipadas en las imágenes de prensa. Esto es, aparecían poco y, cuando lo hacían, aparecían en muchas ocasiones representando ciertos estereotipos que han resistido el paso del tiempo y que siguen estando presentes en la mayoría de las sociedades (Mateos de Cabo et al., 2007: 15). Las mujeres aparecían en las imágenes como objetos seductores, como amas de casa o como víctimas de casos de violencia de género (Mateos de Cabo et al., 2007: 15-16).

Unido a las conclusiones del estudio de Mateos de Cabo et al. (2007), Marín y Ganzabal analizaron la construcción de la identidad femenina en las fotografías de prensa, en concreto, en *El País* y *El Mundo* (2010: 25 y ss.). Por una parte, las autoras concluyeron que las mujeres políticas tenían una presencia considerable en las fotografías de ambos periódicos (51% en *El Mundo* y 24,6% en *El País*); sin embargo, “A woman in power tended to be shown in a group or together with a male counterpart who usually overshadowed her” (Marín y Ganzabal, 2010: 30). Por otra parte, las intelectuales constituían una minoría en los dos periódicos. En *El País*, el 34,4% de las mujeres eran anónimas, mientras que en *El Mundo* lo eran el 15% (Marín y Ganzabal, 2010: 31). La mayoría de las mujeres anónimas eran identificadas como víctimas, desamparadas, miembros de una asociación o simples extras. Las mujeres migradas estaban limitadas casi siempre a roles de víctimas y desfavorecidas. El estereotipo de madre abnegada y sacrificada era significativo, mientras que los hombres no aparecían como padres (Marín y Ganzabal, 2010: 31).

Además, los medios de comunicación continuaban demandando mujeres jóvenes y bellas; de hecho, la mayoría de las mujeres fotografiadas en ambos periódicos cumplían dicha *norma* (Marín y Ganzabal, 2010: 32). Las mujeres mayores no tenían prácticamente cabida en las fotografías de prensa, algo que sí ocurría con los hombres mayores de sesenta y cinco años, ya que ocupaban puestos de responsabilidad en empresas, gobierno, etc., por lo que tendían a aparecer en los medios (Marín y Ganzabal, 2010: 32).

Tanto en *El Mundo* como en *El País*, la mitad de las mujeres que salían en fotografías tenían una expresión pasiva y simplemente posaban en ellas (Marín y Ganzabal, 2010: 30). En la otra mitad de las fotografías, aparecían más activas porque desempeñaban algún trabajo (dando una rueda de prensa, dando clase o cantando en un escenario) (Marín y Ganzabal, 2010: 33).

Por otra parte, Lombardo y Meier (2012) comienzan su obra *The symbolic representation of gender* (2012) analizando una fotografía de prensa del 14 de abril de 2008 en la que se ve a la entonces Ministra de Defensa Carme Chacón embarazada de siete meses saludando a las tropas. Las autoras afirman que esta imagen atrajo la atención de los medios de comunicación por distintas razones. En este caso citaremos dos, aunque en la introducción a este estudio se citan más. En primer lugar, porque la imagen mostraba por primera vez un embarazo, símbolo de la feminidad, en un ambiente tradicionalmente masculino; y, en segundo lugar, porque la imagen representaba al ejército, asociado a la masculinidad, en una situación de subordinación y obediencia frente a una mujer en una posición de autoridad suprema (2012: 2).

Es interesante, asimismo, tener presente, según Lombardo y Meier (2012: 8-9), que lo revolucionario de esta imagen puede cambiar dependiendo de la perspectiva de los actores que la analicen. Así, mientras que para algunos medios esta imagen representaba el éxito de las mujeres, para otros medios, como *ABC* o *La Razón*, la imagen era una muestra de la incompetencia y la corrección política del gobierno de aquel momento (Lombardo y Meier, 2012-3).

Finalmente, los datos de los GMMP (Global Media Monitoring Project, citados en el apartado 2.3.1.3. *La representación de las mujeres en las imágenes: estudios más representativos*) de 2000, 2005, 2010 y 2015 ofrecen otra perspectiva opuesta a lo analizado hasta el momento:

Sexo de las personas que parecen en fotografía	Año			
	2000	2005	2010	2015
Mujeres	25%*	23%	26%	30%
Hombres	11%	16%	17%	23%

*Los porcentajes restantes corresponden a imágenes de grupos mixtos.

Fuente: Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2015 (2015: 48)³⁵

En la tabla 2.20. podemos observar los porcentajes de las personas según su sexo que aparecen en las imágenes de prensa analizadas en los GMMP de 2000, 2005, 2010 y 2015. Los porcentajes que muestra la tabla pueden parecer sorprendentes ya que, cada año, asciende el que corresponde a las mujeres (lo que entraría en contradicción con los estudios citados anteriormente). Sin embargo, el estudio GMMP 2015 apunta a que permanece casi inmutable la tendencia de presentar a las mujeres en diferentes grados de desnudez. Y es que, los medios de comunicación continúan deshumanizando y sexualizando a las mujeres. Por lo que podríamos concluir que, por un lado, es probable que aparezcan más mujeres en las imágenes de prensa porque cada vez tienden a estar más presentes en la vida pública; sin embargo, por otro lado, es necesario analizar el contenido de esas imágenes porque pueden estar reproduciendo los roles tradicionales, por ejemplo, como madres, esposas, víctimas, objetos de deseo, etc.

Tras haber realizado un marco teórico en el que hemos estudiado los movimientos sociales, el feminismo y los medios de comunicación, procedemos a establecer los objetivos y las hipótesis de esta investigación.

³⁵ Más información en http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/global/gmmp_global_report_es.pdf [Fecha de consulta: 5 de abril de 2016].

3. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

En este capítulo enumeraremos el objetivo general y los objetivos específicos, así como las hipótesis en las que se basará la presente investigación.

3.1. Objetivos generales y específicos

Esta tesis tiene un objetivo general: analizar las reivindicaciones y las acciones colectivas feministas a partir de las fotografías de la prensa digital española (*El País y ABC*) y vasca (*El Correo y Deia*) más consultada por los/as lectores/as en los años 2013 y 2014.

Los objetivos específicos de esta tesis son los siguientes:

1. Estudiar las unidades informacionales referentes a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas de los periódicos desde un punto de vista periodístico: subgénero periodístico, sección del periódico, autoría de las imágenes, elementos adicionales que pueden aparecer junto a la fotografía, y tipología de la fotografía.
2. Conocer a qué campos reivindicativos les dan más importancia los periódicos objeto de estudio.
3. Analizar las fotografías referentes a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas desde el punto de vista de las teorías de la imagen, por ejemplo, los ángulos, los planos o la luz utilizados.
4. Conocer los lugares concretos en los que se realizan las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas.
5. Conocer el número de personas que aparecen protestando en las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas
6. Analizar cómo son las personas (qué perfil tienen) que aparecen protestando en las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas. En concreto, conocer su sexo y su edad aproximada.
7. Conocer la distancia aproximada o posición en la que se encuentran las personas protagonistas respecto a la persona que realiza la imagen en las fotografías sobre las reivindicaciones y acciones colectivas feministas.
8. Conocer si las personas protagonistas de las imágenes referentes a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas son anónimas, conocidas o famosas.
9. Conocer el lugar al que hace alusión la reivindicación y la acción colectiva de las imágenes referentes a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas.
10. Estudiar qué reivindican las mujeres u otros colectivos tradicionalmente oprimidos (personas homosexuales, por ejemplo) en las fotografías referentes a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas.
11. Conocer los motivos por los que se realizan las reivindicaciones que aparecen en los medios de comunicación analizados, a través de las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas.
12. Estudiar qué acciones colectivas utilizan las mujeres u otros colectivos tradicionalmente oprimidos en las fotografías referentes a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas.

13. Conocer si las acciones colectivas que reflejan los medios de comunicación analizados son institucionalizadas o simbólicas.
14. Estudiar qué tipo de símbolos aparecen en las imágenes referentes a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas.
15. Analizar los slogans que aparecen en las imágenes referentes a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas.

3.2. Hipótesis

Las hipótesis están relacionadas directamente con los objetivos específicos. Éstas son las relativas a la presente investigación:

1. Los subgéneros periodísticos a los que pertenecen el mayor número de unidades informacionales sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas y, por tanto, de imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas, son los *reportajes* y las *noticias*, y a más distancia las *entrevistas*. Los subgéneros periodísticos que menos aparecen son las *fotogalerías* y los *comentarios personales*.
2. Las secciones a las que pertenecen mayor número de unidades informacionales sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas y, por tanto, de imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas, son *Sociedad* (y su sección correspondiente en la prensa autonómica o local, *Local*), *Gente/Estilo/Moda/Gente&Estilo/Gente* y *TV, Cultura/Kultura* y *Blogs*.
3. Las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas son realizadas por hombres en mayor medida que por mujeres. Asimismo, los periódicos analizados se sirven de imágenes que provienen de agencias de fotografías y videos extraídas de redes sociales para ilustrar las unidades informacionales sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas.
4. En general, a los campos reivindicativos que más importancia se les da en las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas son los siguientes: campo de la igualdad de derechos plenos en general; campo de la salud sexual y reproductiva; campo de la libertad de orientación e identidad sexual; y campo de la cultura.
5. Por periódicos, el campo de la igualdad de derechos plenos en general es el que más aparece en todos los periódicos analizados. El segundo campo que más aparece en todos los periódicos analizados es el campo de la salud sexual y reproductiva, salvo en el *ABC*.
6. En cuanto al sexo, en la mayoría de las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas protestan mujeres.
7. En cuanto a la edad, en la mayoría de las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas protestan mujeres jóvenes (entre 19 y 35 años) y adultas (entre 36 y 56 años).
8. La mayoría de las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas se refieren a reivindicaciones o acciones colectivas de todas las mujeres del mundo, es decir, sin distinción de lugar geográfico.
9. La igualdad de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida, el derecho al aborto y el fin de la violencia machista son las tres grandes reivindicaciones de las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas.

10. En las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas se reivindican principalmente cuestiones que tienen que ver con conseguir unos derechos que nunca se han tenido.
11. Las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas reflejan en mayor medida aquellas acciones colectivas que ellos mismos realizan (análisis del medio de comunicación y testimonio individual o colectivo que el diario estima importante). También reflejan aquellas que son más conocidas por la ciudadanía (manifestaciones).

4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Hasta el momento, hemos realizado el marco teórico desde los tres ejes más relevantes: movimientos sociales, feminismo y medios de comunicación. También hemos expuesto los objetivos y las hipótesis de esta investigación. Este nuevo apartado, denominado *Metodología de la investigación*, tiene como objetivo explicar la forma en la que hemos diseñado la metodología que llevaremos a cabo en el análisis de las fotografías objeto de estudio.

El objetivo de esta investigación es analizar las reivindicaciones y las acciones colectivas feministas a partir de las fotografías de la prensa digital española (*El País* y *ABC*) y vasca (*El Correo* y *Deia*) más consultada por los/as lectores/as en los años 2013 y 2014.

Como plantea el objetivo general, el análisis de las fuentes de datos se realizará en torno a las fotografías de prensa de los cuatro diarios digitales seleccionados (ver ANEXO 8.3.). Sin embargo, conviene tener en cuenta que, a la hora de seleccionar las imágenes objeto de estudio, nos hemos encontrado con algunas dificultades imprevistas que nos han obligado a modificar el análisis posterior de las imágenes. El problema principal se nos ha presentado cuando hemos comenzado a buscar las entradas de los periódicos que nos interesan en las respectivas hemerotecas. El problema principal ha sido que habíamos establecido analizar las ediciones digitales de varios periódicos; sin embargo, la hemeroteca del *ABC* no guardaba (en aquel momento) sus entradas online, sino que guardaba lo que publicaba en papel, en formato pdf. Por lo tanto, la única salida fue revisar todos los periódicos de la edición escrita en formato pdf para buscar aquellas entradas que nos interesaban.

Unido a este problema, *Deia* tan sólo guardaba (en aquel momento) en su hemeroteca los datos digitales de los últimos dos años. Cuando procedimos a realizar la búsqueda en su hemeroteca, descubrimos que faltaban cuatro meses del periodo que nos habíamos marcado (de junio a septiembre de 2013). Por lo tanto, la única salida fue revisar las ediciones escritas del *Deia* (en soporte DVD).

Aun así, la cantidad definitiva de imágenes a analizar ha sido muy amplia, lo que nos ha permitido recabar información muy variada. Así pues, recurrimos tanto al análisis cuantitativo como al cualitativo. En este sentido, nos interesa el análisis cuantitativo porque nos ayuda a determinar los números exactos que reflejan las entradas del periódico en las que las mujeres (o los hombres) u otros colectivos tradicionalmente oprimidos aparecen reivindicando algún derecho para el conjunto de las mujeres y de dichos colectivos, desde una perspectiva feminista³⁶. Igualmente, también nos interesa hacer un análisis cualitativo de las entradas seleccionadas porque, entendemos, que las imágenes tienen diferentes significados, esto es, objetivos y subjetivos o simbólicos (Clemente y Santalla, 1991; López F. Cao, 2002; Abril, 2007). Si bien es cierto que, como veremos más adelante, nos hemos centrado en mayor medida en los significados objetivos.

³⁶ Consideramos que una entrada de un periódico tiene perspectiva feminista cuando busca sacar a la luz y reivindicar las situaciones de desigualdad que viven las mujeres (sea cual sea su etnia, religión, clase social...) y las personas homosexuales y transexuales por el hecho de serlo. Entendemos que estas personas sufren una opresión específica fraguada a lo largo de la historia, por lo que dicha opresión tiene consecuencias en la actualidad. Asimismo, es parte inequívoca de la perspectiva feminista impulsar a las sociedades hacia "la transformación y a terminar con la dominación" (Fraser, 1990: 49) y la opresión vengan éstas de donde vengan.

Por lo tanto, el objetivo es hacer un estudio de las imágenes, y de los mensajes que de ellas se desprenden. Así pues, utilizaremos el análisis de contenido para acceder a la información que hemos descrito. A continuación, describiremos las cuestiones que tienen que ver con el análisis de contenido en este apartado metodológico. Antes de nada, conviene explicar que este capítulo consta de tres apartados generales: en primer lugar, el análisis de contenido como metodología de investigación; en segundo lugar, el análisis de contenido de imágenes; y, por último, el análisis de contenido en esta investigación. Seguidamente, concretaremos cada una de estos apartados.

En primer lugar, en el apartado titulado *Metodología de la investigación: el análisis de contenido*, estudiaremos los aspectos básicos de dicho análisis. En concreto, expondremos las definiciones y las características principales que diversos/as autores/as han dado; además, analizaremos resumidamente las investigaciones realizadas con el análisis de contenido como metodología principal en la prensa.

En segundo lugar, en el apartado denominado *El análisis de contenido de las imágenes*, por un lado, analizaremos brevemente las investigaciones de análisis de contenido en las fotografías de prensa; y, por otro lado, explicaremos cómo haremos el análisis de contenido en esta investigación.

En tercer lugar, en el apartado titulado *El análisis de contenido en esta investigación*, pondremos en práctica lo expuesto en el apartado anterior. Por un lado, detallaremos cómo hemos llevado a cabo la selección de los periódicos objeto de estudio y desarrollaremos la historia y las características de cada uno de los periódicos. Por otro lado, detallaremos los criterios según los cuales hemos realizado la selección de las entradas o unidades informacionales³⁷ de los periódicos y de las imágenes objeto de estudio. Además, explicaremos cómo hemos realizado el registro de las imágenes seleccionadas y cómo hemos establecido el sistema de variables y categorías.

Finalmente, justificaremos la forma en la que hemos llevado a cabo la codificación previa de las imágenes objeto de estudio y, por último, explicaremos la codificación propiamente dicha.

³⁷ La entrada o unidad informacional de un periódico es aquella entidad textual formada por todos los componentes del texto periodístico (titular, subtítulo, cuerpo de la noticia, fotografía(s), vídeo(s)...). En el caso de la prensa digital, la entrada o unidad informacional es toda aquella página web que se muestra al/la lector/a cuando *clica* en el titular de la portada del medio digital en cuestión.

4.1. El análisis de contenido

En este primer apartado detallaremos algunas cuestiones básicas que tienen que ver con el análisis de contenido como metodología. En primer lugar, estudiaremos las definiciones y las características del análisis de contenido de acuerdo a varios/as autores/as.

En segundo lugar, nos centraremos en el análisis de contenido en la prensa, en concreto, en algunos de los estudios más representativos que se han realizado en este campo de la comunicación.

4.1.1. El análisis de contenido: definiciones y características

El análisis de contenido es una técnica de investigación que adquiere un destacado protagonismo a la hora de analizar comunicaciones de distintos tipos (Cea, 1996: 351). Estas comunicaciones pueden ser escritas, visuales, sonoras (artículos de prensa, películas, programas de radio...), etc. En este sentido, el análisis de contenido recoge la información de dichos documentos comunicativos para, luego, analizarla y elaborar teorías o generalizaciones sobre ella (Ruiz Olabuénaga e Ispizua, 1989: 182).

Por lo tanto, según Ruiz Olabuénaga e Ispizua (1989: 182), se deben tener en cuenta dos puntos: por una parte, el análisis de contenido se basa en la lectura como instrumento de recogida de información. La lectura no puede realizarse de cualquier manera; por el contrario, debe realizarse de un modo científico, es decir, de manera sistemática, replicable y válida. Por otra parte, tanto la lectura científica como su posterior análisis y teorización pueden llevarse a cabo dentro del marco y la estrategia metodológica del análisis cuantitativo y del cualitativo, respetando siempre los parámetros generales de tales estrategias (Ruiz Olabuénaga e Ispizua, 1989: 182). “El carácter ‘científico’ de la lectura del análisis de contenido, en efecto, equivale para no pocos autores a leer ‘todo’ lo que el texto contiene dentro de sí. La lectura, para ser científica debe ser total y completa y, por ello, no basta con captar el sentido manifiesto de un texto sin llegar a su contenido latente” (Ruiz Olabuénaga e Ispizua: 1989: 183).

Numerosos autores/as han dado definiciones sobre lo que a su juicio significa el análisis de contenido. Sin embargo, parece haber cierto consenso a la hora de enumerar los rasgos básicos del análisis de contenido: objetividad, sistematicidad y cuantificación (Cartwright, 1992: 391). A estos rasgos se le suma otro más: “la inferencia de los ‘datos’ al ‘contexto’ de referencia” (Cea, 1996: 352). Robert P. Weber ha dado una de las definiciones básicas a este respecto: “a research methodology that utilizes a set of procedures to make valid inferences from text. These inferences are about the sender(s) of message, the message itself, or the audience of the message” (1985: 9).

Berganza y Ruiz San Román (2005: 212) citan tres definiciones consideradas puntos de referencia en esta materia. En primer lugar, citan a Bernard Berelson quien definió el análisis de contenido como “(...) una técnica de investigación para describir de forma objetiva, sistemática y cuantitativa el contenido manifiesto de la comunicación”. En segundo lugar, Ole R. Holsti lo define como “(...) cualquier técnica de investigación que sirva para hacer inferencias mediante la identificación sistemática y objetiva de características específicas dentro de un texto”. En último lugar, Klaus Krippendorff lo define como “(...) una técnica de investigación que se utiliza para hacer

inferencias reproducibles y válidas de datos al contexto de los mismos”. Otra definición, de Riffe et al. (1998; visto en Berganza y Ruiz San Román, 2005: 212), concluye que: “Es el examen sistemático y replicable de los símbolos de comunicación”.

Al igual que Weber, Krippendorff también destaca en su definición el elemento inferencial. En este sentido, el análisis de contenido es una herramienta que pretende leer e interpretar el contenido de toda clase de documentos y que “(...) comprende procedimientos especiales para el procesamiento de datos científicos. Al igual que todas las restantes técnicas de investigación, su finalidad consiste en proporcionar conocimientos, una representación de los ‘hechos’ y una guía práctica para la acción” (Krippendorff, 1990: 28).

Otra definición emblemática es la de Lasswell que fue ideada para el análisis de contenido de los medios de comunicación. Este autor estableció los cinco elementos claves (emisor, mensaje, canal, receptor y efecto de la comunicación) a través de las preguntas: ¿quién dice qué?, ¿a través de qué canal?, ¿a quién? y ¿con qué efecto? (Alonso; Volkens y Gómez, 2012: 13).

Manheim y Rich lo definen como “El examen, evaluación e interpretación de la forma y sustancia de la comunicación. El análisis de contenido nos ofrece un método (en realidad, un conjunto de métodos) a través del cual podemos resumir pruebas físicas directas y relativamente seguras del comportamiento de varios tipos de actores políticos y de las relaciones entre ellos” (1988: 210).

Por su parte, López Aranguren destaca el papel que juega la sociedad al definir el análisis de contenido como “(...) una técnica de investigación que consiste en el análisis de los documentos que se crean o se producen en el seno de una o varias sociedades (...) Es una técnica que combina intrincadamente, y de ahí su complejidad, la observación y el análisis documental” (1992: 384).

Como se puede apreciar en las anteriores definiciones, se trata de hacer lo que su propio nombre indica: conocer el contenido de comunicaciones concretas. “La especificidad del modo en que aprehendemos esa realidad viene dada por los pasos que se siguen, las formas como se concreta la búsqueda y el hallazgo de lo que nos interesa” (Berganza y Ruiz San Román, 2005: 212-213). El proceso del análisis, por lo tanto, debe permitir la aplicación sistemática de “unas reglas fijadas previamente que sirvan para medir la frecuencia con que aparecen unos elementos de interés en el conjunto de una masa de información que hemos seleccionado para estudiar algunos de los aspectos que nos parecen útiles conforme a los propósitos de nuestra investigación” (Berganza, y Ruiz San Román, 2005: 213).

Para López Aranguren (1992: 387), el análisis de contenido tiene tres posibles objetivos: la descripción, precisa y sistemática, de las características de la comunicación; la formulación de inferencias sobre asuntos exteriores al contenido de la comunicación; y la prueba de hipótesis, para su verificación o rechazo. Dependiendo de cuál sea el objetivo de la investigación (la descripción, la formulación de inferencias o la prueba de hipótesis), debemos elegir el análisis de contenido más conveniente para probar los objetivos (López Aranguren, 1992: 387).

En cuanto a las características principales del análisis de contenido, Krippendorff, en su obra *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica* (1990), las enumera de la siguiente forma (1990: 10 y ss.):

- su orientación es fundamentalmente empírica, exploratoria, vinculada a fenómenos reales y de finalidad predictiva;
- trasciende las nociones convencionales del contenido como objeto de estudio, y está estrechamente ligado a concepciones más recientes sobre los fenómenos simbólicos; y
- desarrolla una metodología propia que permite al investigador programar, comunicar y evaluar críticamente un plan de investigación con independencia de sus resultados.

Por otra parte, Ruiz Olabuénaga e Ispizua también definen, de forma más concreta que Krippendorff, las características del análisis de contenido (1989: 187-188):

- El análisis de contenido es una técnica, semejante en lo fundamental, al resto de las técnicas de investigación:
 - Los pasos y fases del análisis de contenido son fundamentalmente los mismos (marco teórico, hipótesis, muestreo, recogida de información, control de fiabilidad, validez...) al resto de las técnicas.
 - Puede compatibilizarse con cualquier otro tipo de análisis (observación, entrevista...).
 - No es una técnica para ser utilizada siempre en solitario, sino a menudo conjuntamente con otras para inferir, validar, completar otros análisis del mismo tema o proyecto.
 - No es un *golem* metodológico que obtenga resultados cuasi mágicos inaccesibles a otros métodos.
- El análisis de contenido puede ser tanto una técnica cualitativa como cuantitativa.
- Asimismo, se efectúa a través de la lectura del texto. Normalmente es escrito, pero también puede ser de otros tipos.
- La naturaleza del análisis de contenido es específica, por cuanto es:
 - totalmente “inobstrusiva”, no infiere para nada el analista en la construcción original del texto, aunque sí lo haga en su transformación del texto en “dato”;
 - totalmente desestructurado, sin que el texto imponga de antemano categorías específicas de análisis; y,
 - dependiente del contexto, tanto en su confección como en su análisis.

Así pues, el análisis de contenido es una metodología que permite analizar los contenidos de la comunicación para extraer conclusiones críticas acerca de fenómenos simbólicos (Krippendorff, 1990: 10).

A continuación, analizaremos brevemente, por un lado, el análisis de contenido en los medios de comunicación en general; y, por otro lado, los estudios de análisis de contenido realizados en el ámbito de la prensa.

4.1.2. El análisis de contenido en la prensa

Los orígenes intelectuales del análisis de contenido se remontan al inicio del uso consciente de los símbolos y del lenguaje por parte del ser humano (Krippendorff, 1990: 9). Evidentemente, la historia ha evolucionado y, con ello, el análisis de contenido se ha ido profesionalizando. De hecho, podemos afirmar que, desde sus comienzos como metodología, las principales vías por las que se ha desarrollado el análisis de contenido han sido los medios de comunicación y la comunicación política (Alonso; Volkens y Gómez, 2012: 11). El objetivo fundamental, al comienzo, era leer de un modo sistemático textos publicados por los medios, concretamente por los periódicos, para obtener datos empíricos con los que evaluar hipótesis científicas (Alonso; Volkens y Gómez, 2012: 11).

El análisis de contenido ha sido utilizado en numerosas investigaciones de ámbitos del saber diferentes, entre los que se encuentra el campo de la comunicación y de las imágenes, como veremos más adelante. A mediados del siglo XX, estos campos comenzaron a despertar el interés de los/as científicos/as sociales, por lo que empezaron a desarrollar una metodología concreta para “(...) analizar los aspectos ‘manifiestos’ de la comunicación” (Clemente y Santalla, 1991: 22). El análisis de contenido, como su propio nombre indica, se centra en el análisis de los contenidos de la comunicación, y, lo que aquí nos interesa, en los contenidos de la prensa escrita y las imágenes. Antes de nada, analizaremos brevemente, por un lado, el análisis de contenido en los medios de comunicación en general y, por otro lado, el análisis de contenido en la prensa escrita. En el siguiente apartado nos centraremos en las fotografías de prensa.

En primer lugar, si hacemos referencia a los medios de comunicación en general, a lo largo de los primeros años de investigación, el acento se puso en desentrañar las influencias que los contenidos tenían en las personas que los consumían (Clemente y Santalla, 1991: 22). Este hecho obtuvo no pocas críticas, ya que algunos autores creían que “El poder de los media reside en los propios media y no en sus contenidos” (Kientz, 1974: 15). Probablemente, sea un conjunto de todos los elementos que conforman los medios de comunicación, tanto internos como externos, lo que les dota de tanto poder. A pesar de todo, creemos que los estudios de los medios de comunicación continúan centrándose hoy en día también en los contenidos y en sus influencias, más que en cualquier otro elemento. Por ejemplo, cuando constatamos los estereotipos que se utilizan en las películas de Hollywood lo hacemos pensando en las posibles consecuencias negativas y dañinas que dichos estereotipos tienen en las personas reales. Así, no es que queramos reflejar que, desde mediados del siglo XX hasta la actualidad, los estudios en este campo no hayan cambiado; sino, más bien, que las investigaciones, y sus resultados, han evolucionado, al igual que lo han hecho los propios medios de comunicación y, por ende, sus contenidos. Por lo tanto, continúa siendo labor de los/as científicos/as sociales desvelar las posibles trampas que encierran los medios de comunicación, incluyendo los mensajes o los contenidos que emiten.

Los primeros análisis en este campo vinieron de la mano de Barelson y su equipo (Lazarsfeld, Barelson y Gaudet, 1944; visto en Clemente y Santalla, 1991: 22). Mediante el estudio de programas de radio, evaluaron las posibles influencias de este medio en las elecciones presidenciales norteamericanas de 1940. Concluyeron que los medios de comunicación de masas no cambian la opinión del/a oyente, sino que refuerzan sus ideas y actitudes iniciales. Este grupo de investigación también estableció el mecanismo denominado *percepción selectiva*, de forma que, si la influencia de

los medios no es tan grande como parece es porque el sujeto no presta excesiva atención a determinadas informaciones, por lo que se rompe la concepción unilateral según la cual el/la oyente es receptor pasivo de los medios ((Lazarsfeld, Barelson y Gaudet, 1944; visto en Clemente y Santalla, 1991: 22-23). Estas conclusiones fueron fuertemente criticadas con posterioridad.

Continuando con la televisión, aunque es extrapolable a otros medios, al darles ésta más prioridad a unos personajes sobre otros, promueve actitudes determinadas, y crea estereotipos concretos (Clemente y Santalla, 1991: 25). En este sentido, algunas investigaciones (Horner, 1972; Hoffman, 1977; visto en Clemente y Santalla, 1991: 25), demostraron que las mujeres, según la televisión, deben elegir entre ser buenas esposas o madres, o tener éxito profesional. Otro estudio (Maynes y Melnyk, 1974; visto en Clemente y Santalla, 1991: 25), concluyó lo siguiente: por un lado, del total de actrices que representan papeles de casadas y que trabajan fuera de casa, el 47% están *infelizmente casadas*; mientras que, en el caso del papel de los hombres, esto sólo ocurre en el 14% de las ocasiones. Respecto al grado general de felicidad, sólo el 5% de las actrices que representan el papel de casadas que no trabajan, estaban casadas siendo infelices, mientras que, como se ha dicho, para la mujer casada que trabaja este porcentaje era del 47%.

En la actualidad, creemos que hemos superado la necesidad de demostrar que los medios de comunicación tienen influencia en la ciudadanía. Y es por esto por lo que las investigaciones continúan haciendo hincapié en los estereotipos y en los roles de determinados colectivos en los medios (mujeres, personas migradas, de color, homosexuales...). Además, a la vez que se ha ido constatando el progreso de los medios de comunicación digitales, las investigaciones se centran también en los propios medios de comunicación: en qué se diferencian los medios tradicionales de los digitales, a través de qué mecanismos consiguen las informaciones de última hora, qué procedimientos tecnológicos están posibilitando que los periódicos digitales sean cada vez más multimedia etc.

En segundo lugar, en lo que respecta al análisis de contenido de la prensa escrita, las primeras investigaciones datan de finales del siglo XIX. Según Krippendorff (1990: 16), a finales del siglo XIX se produjo un aumento de producción masiva de material impreso en EEUU, así como una inquietud por evaluar los mercados de masas y conocer la opinión pública. Los primeros estudios de análisis de contenido aplicados a la prensa fueron precedidos por los primeros estudios cuantitativos en prensa. Éstos se centraron básicamente en el recuento de artículos en los diferentes tipos de contenidos de los periódicos. Para Krippendorff, el problema metodológico dominante parecía ser el apoyo que los datos científicos ofrecían a las argumentaciones periodísticas; para salvar dicho problema, los datos debían ser cuantitativos (1990: 17). Uno de los primeros análisis de contenido en prensa fue publicado en 1893, y formulaba esta intencionada pregunta: *Do newspapers now give the news?* (Speed, 1893; visto en Krippendorff, 1990: 16-17). El autor mostraba en esta publicación el modo en que las cuestiones religiosas, científicas y literarias habían desaparecido de los principales periódicos neoyorkinos entre 1881 y 1893, para ser sustituidos por la chismografía, los escándalos y los deportes (Krippendorff, 1990: 17). En este sentido, un estudio semejante trató de mostrar el abrumador espacio que tenían en los periódicos asuntos "(...) desmoralizantes, malsanos y triviales", en oposición a los temas que "valían la pena" (Mathews, 1910; visto en Krippendorff, 1990: 17).

A comienzos del siglo XX, con la aparición de las escuelas de periodismo, en especial la de Columbia, surgió la necesidad de estudiar los periódicos (Sierra y Corbi, 2013: s.n.). Se analizaba todo lo relacionado con la prensa: el grado de sensacionalismo, cuánto espacio se les otorgaba a determinados temas, las diferencias entre los diarios rurales y los de ciudad... (Sierra y Corbi, 2013: s.n.).

A partir de otros estudios, en concreto, los relativos a la opinión pública, se incorporó el análisis de contenido al estudio de otros mensajes, por ejemplo, los estereotipos sociales (Lippmann, 1922; visto en Krippendorff, 1990: 19). Asimismo, adquirieron importancia cuestiones sobre la forma en que se representaba a las personas negras en la prensa de Filadelfia (Simpson, 1934; visto en Krippendorff, 1990: 19).

Después de la segunda guerra mundial, el análisis de contenido se expandió a numerosas disciplinas, aunque los relativos a la comunicación de masas siguieron siendo predominantes (Krippendorff, 1990: 23-24). Por ejemplo, Lasswell (1941; visto en Krippendorff, 1990: 23), concretó su idea de un estudio mundial sobre la atención sometiendo a análisis los símbolos políticos de los editoriales de medios de prensa oficialistas de Francia, Alemania, Gran Bretaña, Rusia y EEUU, así como los que aparecían en discursos políticos importantes.

A principios de 1960, el análisis de contenido fue alentado por el uso del ordenador, y programas específicos para el procesamiento de cómputo de palabras (Krippendorff, 1990: 26). Probablemente fueron Sebeok y Zeps (1958; visto en Krippendorff, 1990: 26) quienes abordaron primero el análisis de contenido por ordenador aplicando rutinas de recuperación de información para analizar unas cuatro mil leyendas populares de los *cheremis*, pueblo finés oriental que vive a orillas del Volga, en Rusia.

En las últimas décadas, el principal avance en los estudios de análisis de contenido ha venido de la mano de la digitalización e internet. La aparición de *software* de análisis textual supuso en los años ochenta un *boom* en la producción de este tipo de trabajos, ya que estos programas realizan la parte más laboriosa del proceso, reduciendo visiblemente el tiempo necesario.

Sin embargo, la digitalización e internet no han sido los únicos elementos que han revolucionado la investigación mediática. Las temáticas sobre las que se investiga también han cambiado. Y es que, la preocupación contemporánea por la imagen de la violencia en televisión y por el tratamiento de las mujeres y de los grupos minoritarios en la publicidad y en otros ámbitos de los medios de comunicación, ha incrementado la popularidad del análisis de contenido entre los/as investigadores/as (Wimmer y Dominick, 1996: 169).

En el Estado español, se han publicado numerosos estudios que utilizan esta técnica de análisis del tratamiento informativo. Estos son algunos de ellos (Sierra y Corbi, 2013: s.n.): *Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional* (Moreno, 2000); *La presencia de estereotipos en los medios de comunicación: análisis de la prensa digital española* (Mateos de Cabo et al., 2007); *Prensa española, ante la condena de la ONU a Israel por la invasión de Gaza* (De Pablos y Ardévol, 2009: 189-206); *La agenda de los alumnos en clase, profesores como medios y agenda-setting* (Rodríguez, 2009); *El editorial como generador de campañas de agitación: intervención social de ABC y La Razón ante Educación para la Ciudadanía* (Carratalá, 2010).

Resumiendo, el análisis de contenido, tras su amplia historia, ha perfeccionado sus procedimientos para llegar a ser un método científico capaz de ofrecer inferencias a partir de datos esencialmente verbales, simbólicos o comunicativos (Krippendorff, 1990: 27). El interés por esta disciplina ha aumentado en los últimos años, desde campos como la comunicación, la sociología, la psicología o la ciencia política, si bien poco se ha hecho en torno a las fotografías de prensa, como veremos a continuación.

4.2. Análisis de contenido en las imágenes

Tras estudiar los diferentes estudios de análisis de contenido realizados en los medios de comunicación en general y en la prensa escrita, analizaremos a continuación las investigaciones de análisis de contenido realizadas en las fotografías de prensa.

Como se ha apuntado, si bien es cierto que el análisis de contenido se ha desarrollado, sobre todo, en los textos escritos, no es esa su única aplicación. Sin embargo, es necesario aclarar que resulta complicado encontrar bibliografía especializada en el análisis de contenido de imágenes. En concreto, nos referimos a fotografías de prensa, cuyo análisis no tiene demasiado que ver con las imágenes artísticas o las publicitarias, por citar algunas. Es por esto por lo que nos hemos guiado por las publicaciones que tienen como objetivo de realizar el análisis de contenido de textos comunicativos (el análisis de las imágenes de prensa aparece de forma superficial), y hemos añadido, de forma más artesanal, lo que nos interesa extraer del análisis de contenido de imágenes.

A continuación, comentaremos, por una parte, los estudios de análisis de contenido realizados en el ámbito de las imágenes de prensa, y, por otra parte, cómo realizaremos en análisis de contenido en esta investigación.

4.2.1. Estudios de análisis de contenido en las fotografías de prensa

Las fotografías que aparecen en la prensa, tanto escrita como digital, no han sido tan estudiadas como el texto que las acompaña. Mientras que resulta sencillo encontrar investigaciones que analicen periódicos, no ocurre lo mismo con las fotografías. En la mayoría de los estudios acerca de medios de comunicación escritos, digitales o no, se hace un breve apunte acerca de la fotografía (el lugar que ocupa, quienes aparecen en ella...). Esto ocurre en gran parte de las investigaciones utilizadas como referencias bibliográficas en esta tesis (Canga et. al., 1999; Armentia et. al., 2000; Franquet et. al., 2005; Mateos de Cabo et. al., 2007). En el caso de Canga et al. (1999), los/as autores/as analizan varios periódicos digitales comparándolos con su versión en papel (*El País*, *El Mundo*, *El Correo*, *El Diario Vasco*, *ABC*, *La Vanguardia* y *El Periódico*), y apenas conceden un capítulo al “Análisis del tratamiento fotográfico” de cada uno de ellos. En dicho capítulo analizan brevemente el formato de las fotografías (tamaño, orientación y número de fotografías), su ubicación y las diferencias respecto a la edición en papel.

En cuanto a Armentia et al. (2000), analizan varios medios digitales, entre los que están *El País*, *El Mundo*, *ABC* y *La Vanguardia*. En este sentido, comparan las imágenes de la prensa en papel respecto a las digitales, así como la función que cumplen unas y otras teniendo en cuenta el diferente formato en las que se publican.

Franquet et al. (2005: 100 y ss.), por su parte, en su amplio estudio sobre prensa, radio y televisión digitales, analizan, fugazmente, la autoría de las imágenes, las galerías de imágenes como un recurso novedoso de los medios, los tamaños, la ubicación, los sujetos de las imágenes y los tipos de planos más utilizados.

Finalmente, en Mateos de Cabo et al. (2007), en la parte teórica de la investigación encontramos un capítulo titulado “La representación de la mujer en la fase supratextual: las

imágenes”; sin embargo, en la parte empírica del estudio, no encontramos datos ni análisis en los que se hayan tenido en cuenta las fotografías de los medios analizados.

De esta forma, concluimos que, dado que estas investigaciones no ponen las imágenes en el centro de sus análisis ni las analizan en profundidad, apenas desarrollan alguna metodología que podamos tomar como referencia. Si bien es cierto que ofrecen algunas pautas que pueden ser de interés, no reparan en lo que aquí nos interesa: una metodología de análisis para las imágenes de prensa.

4.2.2. Cómo hacer el análisis de contenido en las imágenes de prensa

Las comunicaciones, sean del tipo que sean, continen información de distinto tipo. Es por esta razón por lo que es necesario diseñar una metodología que nos ayude a extraer la información que nos interesa: “(...) there is too much information in texts. Their richness and detail preclude analysis without some form of data reduction. The key to content analysis, and indeed to all modes of inquiry, is choosing a strategy for information loss that yields substantively interesting and theoretically useful generalizations while reducing the amount of information addressed by the analyst” (Weber, 1985: 41). Así pues, con la intención de establecer una estrategia válida para reducir la información y analizarla, estableceremos una serie de pasos a la hora de llevar a cabo el análisis de contenido de las imágenes de prensa. Como ya hemos apuntado, la mayoría de los autores se refieren a textos escritos (Weber, 1985: 22 y ss.; Ruiz Olabuénaga e Ispizua, 1989: 191 y ss.; Krippendorff, 1990: 77 y ss.; Wimmer y Dominick, 1996: 174 y ss.; Ruiz Olabuénaga, Aristegui y Melgosa, 1998: 227; Juaristi, 2003: 227), por lo que escogeremos aquello que nos pueda servir para nuestra investigación. Además, añadiremos cuestiones extraídas de la poca bibliografía que hemos encontrado al respecto, así como otros aspectos específicos para esta investigación.

A continuación, hemos añadido esquemáticamente los pasos principales en los que se basará este análisis de contenido. Después, explicaremos en qué consistirá cada uno de ellos.

- 1) Formulación de los datos registro
 - a) Determinación de las unidades
 - i) Unidades de análisis o de codificación
 - ii) Unidades de contexto
 - b) Registro
- 2) Reducción de los datos
 - a) Determinar el sistema de variables y categorías
 - b) Codificación previa
 - c) Revisar la codificación
- 3) Codificación de las imágenes
- 4) Análisis de los datos obtenidos

- a) Análisis descriptivo: frecuencias y porcentajes
- b) Análisis relacional: tablas cruzadas

5) Formulación de conclusiones y búsqueda de explicaciones

Seguidamente, explicaremos cada uno de los pasos expuestos e incluiremos el procedimiento que hemos seguido en esta investigación en cada uno de dichos pasos:

- 1) Formulación de los datos de registro. Una vez seleccionado el objetivo y el tipo de texto que va a ser analizado, debemos decidir qué datos seleccionar para la investigación. Para ello, se distinguen tres operaciones decisivas en el análisis de contenido: la determinación de las unidades, el muestreo y el registro. En nuestro caso, realizaremos la determinación de las unidades y el registro, ya que no vamos a llevar a cabo el muestreo (analizaremos todas las fotografías que cumplan el objetivo propuesto).
 - a) Determinación de las unidades. La primera tarea de toda investigación consiste en descomponer en unidades que pueden ser, según Krippendorff (1990: 82 y ss.):
 - i) Unidades de registro o unidades de codificación: son aquellas que tienden a poseer límites fijados tras un trabajo descriptivo por parte de la persona que investiga (Krippendorff, 1990: 83). Las unidades de registro pueden ser las palabras del texto, las frases, el documento completo, etc. En nuestro caso, las unidades de registro son las fotografías de prensa seleccionadas.
 - ii) Unidades de contexto: son aquellas que fijan límites a la información contextual que puede incorporarse a la descripción de una unidad de registro (Krippendorff, 1990: 85). En nuestro caso, las unidades de contexto son las diferentes entradas o unidades informacionales de los periódicos, de las que, después, hemos extraído las imágenes.
 - b) Registro: “La proposición, aceptada en las ciencias naturales, de que la realidad no es accesible como tal sino a través de la mediación de un instrumento de medición, debe aplicarse también en este caso. No es posible analizar lo que no ha sido adecuadamente registrado” (Krippendorff, 1990: 102).

Tras la selección de las fotografías, todas ellas han sido incluidas en documentos Word. Cada documento Word tiene todas las fotografías de un mismo periódico del periodo de análisis seleccionado (del 1 de junio de 2013 al 31 de mayo de 2014) (ver ANEXO 8.3.). Asimismo, cada documento está dividido por meses. Además, hemos realizado una tabla por cada entrada o unidad informacional. Dicha tabla contendrá la imagen o imágenes que nos interesen, así como los datos básicos para entenderlas. He aquí un ejemplo de la manera en la que hemos registrado las entradas o unidades informacionales y las fotografías:

Tabla 4.1. Ejemplo de registro de fotografías
Número de la fotografía
Fecha
Titular
Subtítulo
Fotografía/s
Pie de fotografía/s
Total de fotografías (si hay algún otro elemento multimedia, además de las fotografías, se hará constar en este punto)

Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, hemos obtenido cuatro documentos Word, cada uno de un periódico digital, con todas las fotografías numeradas, divididas por mes y por día, y con la información básica de cada una de ellas. En este sentido, cuando hablamos de información básica nos referimos a aquella información que nos ofrece los datos esenciales para que no sea necesario acudir al texto completo para entender mejor la fotografía, a pesar de que en ocasiones es necesario hacerlo debido a que el titular, el subtítulo y/o el pie de página no dan suficiente información. Como se ha apuntado en otra parte, las fotografías por sí mismas no pueden ofrecer toda la información de un hecho noticioso (lo mismo ocurre con el texto), es decir, el texto y las imágenes se complementan para ofrecer al/a lector/a toda la información posible.

Además, es necesario añadir que algunas variables son apreciables a simple vista en la fotografía (cantidad de personas, posición, tipos de planos...); sin embargo, otras no lo son tanto y es necesario buscar dicha información en el titular, subtítulo, pie de página e incluso a veces en el texto completo de la entrada (reivindicaciones, lugares geográficos, acciones colectivas...).

- 2) Reducción de los datos. La pieza clave del análisis de contenido es el sistema de categorización empleado, es decir, la acotación de las variables y las categorías:
 - a) Determinar el sistema de variables y categorías: este sistema se utiliza para clasificar las unidades de análisis cuantificadas (Wimmer y Dominick, 1996: 179). En otras palabras, la categorización consiste en simplificar reduciendo el número de datos a un número menor de clases o variables. En una misma variable se incluyen datos diferentes (o categorías); sin embargo, esos datos deben tener un criterio determinado en común. Existen una serie de reglas a tener en cuenta a la hora de llevar a cabo la categorización (Ruiz Olabuénaga e Ispizua, 1989: 197):
 - i) cada serie de categorías ha de construirse de acuerdo con un criterio único;
 - ii) ha de ser exhaustiva de forma que no quede ningún dato sin que pueda ser incluido en alguna de las categorías establecidas;
 - iii) las categorías de cada serie han de ser mutuamente excluyentes;

- iv) tienen que ser significativas, es decir, deben tener capacidad descriptiva y significativa suficiente;
- v) tienen que ser claras, no ambiguas, y consistentes consigo mismas, de forma que esté claro en cuál de ellas debe ser incluido un dato determinado; y,
- vi) deben ser replicables, es decir, dos autores/as deben ser capaces de incluir los datos en las mismas y no en diferentes categorías.

En nuestro caso, como puede examinarse en el apartado 4.3.3. *Sistema de variables y categorías de análisis*, hemos descrito las variables y las categorías según las cuales realizaremos la posterior codificación de las imágenes. Como veremos en el citado apartado, las variables han sido divididas en cuatro áreas de análisis generales según el tipo de información que hemos querido obtener de las fotografías. En el seno de cada área hemos desarrollado unas variables que obedecen al criterio que impone el área general al que pertenecen, y que no pueden ser incluidas en otra área, que tienen capacidad descriptiva y significativa, y que son claras, precisas y consistentes. A cada categoría se le ha asignado unas siglas que, después, se incluirán en un documento Excel.

Posteriormente, cada variable tiene una serie de categorías a las que se les ha asignado un código numérico, del 1 en adelante. He aquí un ejemplo de las áreas de análisis generales, de las variables y de las categorías:

Tabla 4.2. Ejemplo del desarrollo de las áreas de análisis generales, las variables y las categorías	
Área de análisis general: Identificación e información descriptiva de la fotografía	
Variables: Periódico en la que aparece (P.) / Subgénero periodístico al que pertenece (T.I.A.) / Sección a la que pertenece la unidad informacional (S.E.)	
Categorías:	
Código 1: <i>El Correo</i> Código 2: <i>Deia</i> Código 3: <i>ABC</i> Código 4: <i>El País</i>	} P.
Código 1: Noticia Código 2: Reportaje Código 3: Entrevista Código 4: Comentario personal Código 5: Fotogalería	} T.I.A.
Código 1: Internacional/Mundo Código 2: Economía Código 3: Política Código 4: Sociedad...	} S.E.

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 4.2. puede verse cómo hemos organizado el sistema de categorización de las fotografías de prensa. En primer lugar, hemos establecido un área de análisis general (en este caso, la identificación e información descriptiva de la fotografía); en segundo lugar, hemos establecido las variables que están en el seno de dicha área de análisis (el periódico, el subgénero periodístico y la sección a la que pertenece la imagen); y, finalmente, hemos especificado las categorías de cada una de las variables (por ejemplo, la variable periódico en el que aparece la imagen tiene las siguientes categorías: El Correo, Deia, ABC y El País). Cada una de las categorías tiene asignado, asimismo, un código numérico que hemos utilizado para realizar la codificación, como explicamos a continuación.

- b) Codificación previa: la codificación es definida como “la tarea de adscripción de una unidad de análisis dentro de una determinada categoría” (Wimmer y Dominick, 1996: 181). Es importante realizar un pequeño estudio de prueba para comprobar si (Ruiz Olabuénaga e Ispizua, 1989: 202):
- i) se dan contradicciones;
 - ii) se dan casos ambiguos;
 - iii) aparecen significados no previstos en la categorización que precisen categorías nuevas;
 - iv) se necesita mayor precisión; o,
 - v) si es inadecuado y hay que reformarlo por completo.

En nuestro caso, tras llevar a cabo el registro y desarrollar el sistema de variables y categorías (ver tablas 4.1. y 4.2.), hemos realizado la codificación previa. Para ello, hemos creado una tabla en Excel (Imagen 4.3.). En la primera columna de dicha tabla encontramos una lista de números que corresponderán a cada una de las entradas o unidades informacionales seleccionadas; en la segunda columna aparece una lista con los números de cada fotografía. Hemos decidido incluir estas dos columnas porque, en ocasiones, una entrada de un periódico posee más de una fotografía; de esta manera queda claro cuando una entrada posee únicamente una fotografía y cuando posee varias (en la Imagen 4.1. el círculo rojo muestra un ejemplo de una misma entrada que contiene más de una imagen). En la parte superior de la tabla, en horizontal, aparecerán las siglas de las variables de cada área de análisis. La tabla se completará con los códigos numéricos asignados a cada categoría. Básicamente, la tabla en un documento de Excel nos permitirá crear una base de datos de toda la información que poseemos. A continuación, hemos realizado una captura de la tabla en Excel:

Imagen 4.1. Ejemplo de tabla de codificación previa en Excel

	A	B	C	D	E	F
1	Nº UI	Nº FOTO	P.	F.	T.I.A.	S.E.
2	1	1	4	01-jun-13	1	4
3	2	2	4	02-jun-13	2	15
4	3	3	4	02-jun-13	1	6
5	3	4	4	02-jun-13	1	6
6	4	5	4	04-jun-13	1	9
7	4	6	4	04-jun-13	1	9
8	5	7	4	06-jun-13	2	4
9	6	8	4	08-jun-13	2	4
10	7	9	4	10-jun-13	2	5
11	8	10	4	10-jun-13	2	7
12	8	11	4	10-jun-13	2	7
13	8	12	4	10-jun-13	2	7
14	9	13	4	11-jun-13	1	6
15	10	14	4	12-jun-13	1	6
16	11	15	4	15-jun-13	2	7
17	11	16	4	15-jun-13	2	7
18	11	17	4	15-jun-13	2	7
19	11	18	4	15-jun-13	2	7
20	11	19	4	15-jun-13	2	7
21	11	20	4	15-jun-13	2	7
22	11	21	4	15-jun-13	2	7
23	12	22	4	20-jun-13	3	4
24	13	23	4	24-jun-13	3	15
25	13	24	4	24-jun-13	3	15
26	14	25	4	24-jun-13	1	4
27	15	26	4	27-jun-13	1	6
28	16	27	4	28-jun-13	1	5
29	17	28	4	29-jun-13	1	6
30	18	29	4	01-jul-13	2	4
31	18	30	4	01-jul-13	2	4
32	18	31	4	01-jul-13	2	4

Lista de entradas o unidades informacionales seleccionadas de cada periódico digital

Lista de fotografías

En una entrada puede haber más de una fotografía

Variables

Categorías

Fuente: Elaboración propia

En la imagen 4.1. puede verse la forma en la que hemos llevado a cabo la codificación previa en la tabla en Excel. Los recuadros grises tienen como objetivo explicar la información relativa a cada columna (de izquierda a derecha): la primera columna contiene los números de cada entrada o unidad informacional; la segunda columna contiene los números de cada fotografía; de la tercera columna en adelante encontramos todas variables, cada una de ellas en una columna (las siglas sirven para identificar cada variable). Asimismo, cada columna correspondiente a una variable se rellenará con los códigos numéricos atribuidos a las categorías.

Tras rellenar todo el documento de Excel con los códigos numéricos de las categorías, es necesario revisar que dicha codificación se haya realizado correctamente, como explicamos a continuación:

- c) Revisar la codificación en función de su grado de (Ruiz Olabuénaga e Ispizua, 1989: 200-201):
 - i) Precisión: se refiere a la amplitud o estrechez de la unidad de categoría. En la medida en que se aumenta (subdividiendo) el número de categorías, mayor es la precisión de la clasificación, y viceversa.

- ii) Consistencia: se refiere a la constancia con la que una categorización es aplicada con el mismo criterio a lo largo de todo el análisis, sin cambiar o alterar el primer criterio utilizado.
- iii) Estabilidad: hace referencia al grado de estabilidad con la que una misma clasificación resulta de diferentes aplicaciones de las mismas categorías al mismo texto.
- iv) Reproducibilidad: si varios/as codificadores/as utilizan el mismo sistema de categorización en el análisis del mismo texto, el resultado debe de ser el mismo.
- v) Validez aparente: las mismas categorías reflejan el contenido que encierran.
- vi) Validez convergente: cuando dos o varias maneras de análisis confirman el mismo aparato teórico, ofreciendo resultados similares.

Es imprescindible revisar la codificación completa en busca de posibles errores tanto en la realización de las variables y categorías como en la propia codificación.

- 3) Codificación de las imágenes. Debemos codificar las imágenes de forma que estén preparadas para su análisis.

En nuestro caso, además de codificar todas las fotografías, debemos trasladar la información del documento en Excel (ya que es una mera base de datos) al programa informático y estadístico SPSS, el cual nos permitirá analizar gran cantidad de datos, establecer análisis estadísticos para descubrir relaciones de dependencia e interdependencia, realizar diferentes tipos de gráficas, etc.

- 4) Análisis de los datos obtenidos. Una vez codificadas todas las imágenes, es necesario, según Krippendorff (1990: 161):
- a) resumir los datos, representarlos de tal modo que puedan ser mejor comprendidos e interpretados;
 - b) descubrir en el interior de los datos pautas y relaciones que sin el análisis no podrían haberse discernido, y verificar las hipótesis; y,
 - c) relacionar los datos obtenidos a partir del análisis de contenido con los objetivos a partir de otros métodos o situaciones, con el fin de convalidar los métodos utilizados o de suministrar información ausente.

Para ello, el análisis de contenido cuenta con una serie de técnicas analíticas a su disposición. Por ejemplo, Krippendorff (1990: 162 y ss.) cita las frecuencias; asociaciones, correlaciones y tabulaciones cruzadas hacen referencia a las relaciones entre variables; conglomerados etc. En el caso de Ruiz Olabuénaga e Ispizua (1989: 211-212), las técnicas analíticas que describen son la proximidad o compañía o las estructuras temáticas.

En nuestro caso, nos interesan dos tipos de análisis: el análisis descriptivo y el análisis relacional. En primer lugar, el análisis descriptivo hace referencia a "(...) aukeratutako erregistro unitateen agerpen maiztasunen azterketa" (Juaristi, 2003: 227). En este sentido, el análisis descriptivo tiene como objetivo describir los hechos sociales con precisión y exactitud (Ruiz

Olabuénaga, Aristegui y Melgosa, 1998: 86). Para ello se utilizan normalmente los porcentajes o los ratios (Juaristi, 2003: 227).

En esta investigación, se utilizarán porcentajes.

En segundo lugar, el análisis relacional pretende ayudar a conocer cómo funciona cualquier sociedad, grupo o institución, a través de la asociación de diversos fenómenos (Ruiz Olabuénaga, Aristegui y Melgosa, 1998: 108). Es decir, no es suficiente con describir lo que ocurre, sino que es necesario describir lo que ocurre por su conexión con otros factores (Ruiz Olabuénaga, Aristegui y Melgosa, 1998: 108).

Así pues, el análisis relacional se refiere a “(...) lortutako kategorien zein hauen eta beste bide batzuetatik lortutako aldagaien arteko harremanen azterketa” (Juaristi, 2003: 227). Para llevar a cabo el análisis relacional se utilizan principalmente las tablas cruzadas, medidas de asociación y correlaciones (Juaristi, 2003: 227).

En esta investigación se utilizarán tablas cruzadas.

- 5) Formulación de conclusiones y búsqueda de explicaciones. En este último capítulo debemos, por una parte, definir las conclusiones a las que hemos llegado tras el análisis de los datos y, por otra parte, buscar explicaciones a dichas conclusiones.

En cuanto a la formulación de conclusiones, debemos comprobar si se han ejecutado todos los objetivos planteados en la investigación y, además, debemos comprobar si las hipótesis planteadas se han cumplido o no.

En cuanto a la búsqueda de explicaciones, debemos intentar comprender las razones por las que las conclusiones de la investigación han ido en una dirección u otra.

Además, debemos establecer las limitaciones de la investigación, así como plantear soluciones al problema y realizar aportaciones para posibles investigaciones futuras.

4.3. El análisis de contenido en esta investigación

Tras establecer un panorama general acerca del análisis de contenido en los medios de comunicación, en la prensa y en las imágenes de prensa, procedemos a plantear el análisis de contenido en esta investigación.

Antes de nada, conviene puntualizar el periodo seleccionado para el análisis de los distintos periódicos. En primer lugar, se ha escogido el año 2013 por diversas razones. La razón principal ha sido la siguiente: en el 2013 comenzamos esta tesis, y, por ende, resultaba más lógico empezar con la elección de la muestra, es decir, la elección de las noticias, ese mismo año. Por razones prácticas, resultaba más lógico ir recogiendo y seleccionando las noticias según iban ocurriendo, y no, esperar al año siguiente para comenzar con dicha elección. Por lo tanto, en febrero comenzamos con la beca predoctoral y casi tres meses después definimos cuál sería el objetivo central de la tesis. Decidimos, por estas razones, establecer como día de inicio de la selección de la muestra el 1 de junio de 2013 y, como fin de la misma, un año natural después, es decir, el 31 de mayo de 2014.

A continuación, señalaremos varios aspectos respecto a cómo hemos realizado el análisis de contenido en esta investigación. En primer lugar, en el apartado *Selección de los periódicos digitales objeto de estudio*, elegiremos unos periódicos online de acuerdo a una serie de criterios y realizaremos un repaso histórico (o radiografía histórica, como aquí lo hemos denominado) de cada uno de ellos. En segundo lugar, en el apartado *Selección de las fotografías objeto de estudio*, expondremos los criterios metodológicos según los cuales hemos seleccionado las entradas de los periódicos (o unidades informacionales) y las imágenes.

El tercer lugar, en el apartado *Sistema de variables y categorías de análisis*, expondremos las áreas de análisis generales y las variables y categorías según las cuales analizaremos cada una de las fotografías objeto de estudio. En cuarto lugar, en el apartado *Codificación previa: tabla de Excel*, explicaremos cómo y por qué hemos insertado todos los datos en una tabla Excel.

Finalmente, en el apartado *La codificación: SPSS*, expondremos cómo hemos exportado los datos de Excel a SPSS, así como qué tipo de análisis realizaremos gracias a este programa.

4.3.1. Selección de los periódicos digitales objeto de estudio

Se han elegido cuatro diarios digitales: *El País*, *ABC*, *El Correo* y *Deia*. Esta elección se ha realizado de acuerdo a un proceso de descarte que explicaremos a continuación. En primer lugar, nos interesa analizar diarios de información general (de cualquier ámbito de la vida política, social, cultural, etc.), y de ámbito nacional (es decir, que cubriera los hechos que suceden en cualquier parte del Estado español) y local o autonómico. De esta forma, obtendremos unas conclusiones que nos permitirán realizar una radiografía más general (tras el análisis de los periódicos del ámbito del Estado español), y otra radiografía más particular (tras el análisis de los periódicos de ámbito autonómico).

En segundo lugar, pensamos que, si el diario seleccionado posee una página de Internet en la que aparezcan la mayor parte de las entradas que tendría el periódico tradicional en papel,

podríamos analizar también sus ediciones digitales, y darle, asimismo, un plus de interés a la investigación. Esta decisión tiene sus pros y sus contras. Por una parte, el análisis de un diario digital nos ofrece una visión especial de la sociedad porque, en la actualidad, cada vez más personas consultan la edición digital de los diarios para mantenerse informadas en cualquier momento del día. Además, el aumento de visitas ha traído varias consecuencias, como son la evolución del diseño gráfico de las páginas y buscadores de noticias; la invasión de la publicidad; la reducción de la velocidad de navegación y de descarga; el aumento del tiempo que ahora pasamos online etc. Internet posee un gran impacto social en nuestras vidas, forma parte de nuestro tiempo de ocio, de nuestro trabajo, de nuestra formación, de nuestra forma de comunicarnos y relacionarnos con las demás personas. Estos hechos no podíamos pasarlos por alto a la hora de decidir que periódico elegir para nuestra muestra.

Sin embargo, una de las desventajas más importantes a la que nos hemos enfrentado a la hora de llevar a cabo esta investigación ha sido el reducido número de estudios realizados en periódicos online que hemos encontrado, pese a que éstos llevan ya unos años entre nosotros/as.

Finalmente, nos parecía de gran importancia elegir aquellos diarios que fueran los más consultados en internet. Hemos decidido tomar como referencia los estudios estadísticos realizados por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC)³⁸ por varias razones: en primer lugar, porque se incluye una amplia variedad de medios de comunicación españoles; en segundo lugar, porque los datos se encuentran en internet fácilmente; y finalmente, porque los datos son actualizados a menudo, en concreto, tres veces al año.

En el caso que nos ocupa, tomamos como referente el Estudio General de Medios (EGM) realizado en febrero y marzo de 2013 (cuyos resultados aparecen en abril de ese mismo año). Así, en el ámbito español, *El País* es el periódico digital de información general más consultado en Internet (con 4.449.000 visitas). Por delante de él tan sólo se encuentran *Youtube* (una plataforma de visionado de videos) y el diario deportivo *Marca*, los cuales no son periódicos de información general.

El segundo diario online seleccionado es *ABC* con 1.207.000 visitas. Es evidente que la diferencia de visitas entre *El País* y *ABC* es importante. A continuación, en el siguiente gráfico podemos observar las páginas web que se encuentran entre ambos diarios y que han quedado excluidas de la muestra por no ser únicamente diarios digitales de información generalista (salvo una excepción que explicaremos a continuación):

³⁸La AIMC realiza estudios estadísticos conocidos como Estudios Generales de Medios (EGM), a través de 30.000 entrevistas personales cara a cara al año. Los EGM son distribuidos en tres olas (cuyos resultados se conocen en abril, junio y diciembre) y ofrecen un retrato sobre el consumo de medios a escala nacional y autonómica. Para más información consultar la página <http://www.aimc.es>.

Imagen 4.2. Visitas a páginas web de internet en el ámbito español en la primera ola de 2013

Visita de sitios de Internet el último mes (000)

	Ult. Dato					
	Feb/ Mar 1º/13	Oct/ Nov 3º/12	Abr/ May 2º/12	Feb/ Mar 1º/12	DIF (%) 1º13/3º12	DIF (%) 1º13/1º12
SITIOS DE INTERNET						
YOU TUBE	18.022	16.956	15.887	n.d	6,3	
MARCA	4.854	4.604	4.822	4.290	5,4	13,1
ELPAIS.COM	4.449	3.886	3.815	3.685	14,5	20,7
AS	2.452	2.449	2.460	2.299	0,1	6,7
ANTENA3 TV	2.215	2.444	2.225	2.036	(9,4)	8,8
LOS40.COM	2.034	2.298	2.052	2.164	(11,5)	(6,0)
RTVE.ES	1.734	2.056	2.140	2.061	(15,7)	(15,9)
20MINUTOS.ES	1.472	1.275	1.047	1.112	15,5	32,4
SPORT	1.376	1.313	1.395	1.371	4,8	0,4
LASEXTA.COM	1.280	1.443	1.520	1.554	(11,3)	(17,6)
PAGINAS AMARILLAS	1.273	1.366	1.317	1.200	(6,8)	6,1
ABC	1.207	994	941	1.041	21,4	15,9
LOTERIAS Y APUESTAS.ES	1.197	1.106	951	1.440	8,2	(16,9)
LA VANGUARDIA	1.119	1.088	895	845	2,8	32,4
EL MUNDO DEP.	1.096	1.149	1.228	1.208	(4,6)	(9,3)
EUROPA FM	1.055	1.224	1.047	1.112	(13,8)	(5,1)
EL PERIODICO	955	869	793	833	9,9	14,6
CADENASER.COM	918	985	979	1.023	(6,8)	(10,3)
PUBLICO.ES	884	955	863	1.160	(7,4)	(23,8)
MAXIMA FM	840	797	765	859	5,4	(2,2)
LA RAZÓN.ES	767	641	613	557	19,7	37,7
EL ECONOMISTA.ES	696	634	474	495	9,8	40,6
EXPANSION	642	660	470	656	(2,7)	(2,1)
EL JUEVES	596	607	488	479	(1,8)	24,4
ONDA CERO	548	566	595	579	(3,2)	(5,4)
LAVOZDEGALICIA.ES	533	442	464	464	20,6	14,9
CADENA DIAL	488	585	540	469	(16,6)	4,1
KISS FM	447	564	487	466	(20,7)	(4,1)
CINCODIAS.COM	309	347	238	368	(11,0)	(16,0)
M80	307	272	330	272	12,9	12,9
NUEVA ESPAÑA.ES	285	179	205	142	59,2	100,7
LEVANTEEMV.ES	266	183	185	208	45,4	27,9
HERALDO	256	191	251	251	34,0	2,0
DIARIO INFORMACIÓN	212	253	171	189	(16,2)	12,2

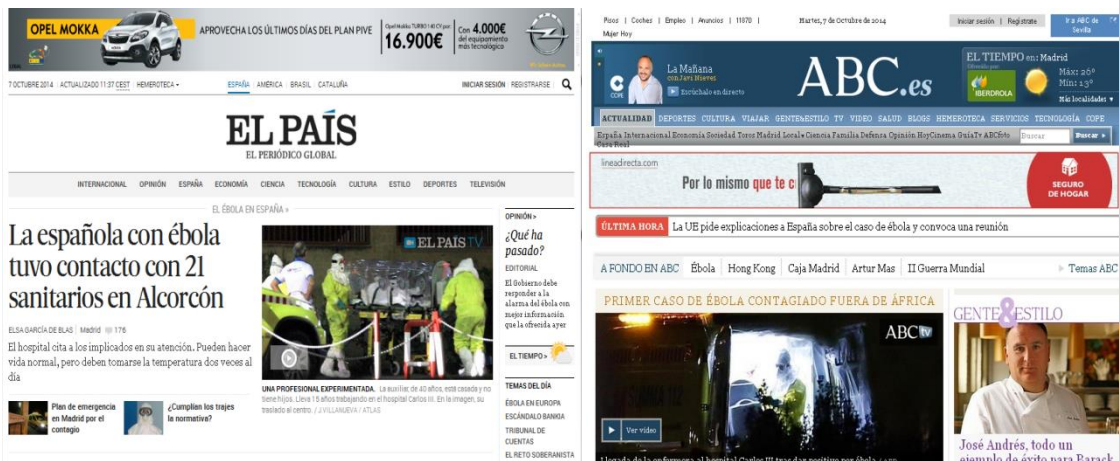
Fuente: aimc.es³⁹

Como puede verse en la imagen 4.2., hay un periódico de información nacional y general entre los más visitados en Internet, más visitado que *ABC*: *20minutos*. Según un estudio sobre prensa gratuita realizado por la agencia de medios Orange Media en 2007, este periódico es percibido por los/as lectores/as como un periódico de ideología de izquierda o de centro izquierda⁴⁰. Es por esa razón por la que no se ha seleccionado para el análisis dicho diario porque posee una ideología parecida a la de *El País*. En este sentido, nos interesaba, en la medida de lo posible, ofrecer otro punto de vista, en este caso, un punto de vista más de derechas, algo que se ajusta claramente al *ABC*. Además, la diferencia de visitas entre uno y otro no es desmesurada, concretamente, es de 265.000 visitas.

³⁹Fuente: www.aimc.es/spip.php?action=acceder_documento&arg=2318&cle=6bad9ed76323957477b14c1fc599722574726733&file=pdf%2Finternet113.pdf [Fecha de consulta: 28 de septiembre de 2013].

⁴⁰El link al archivo de este estudio se encuentra en el siguiente enlace: <http://www.anuncios.com/investigacion-medios/mas-anuncios/1019947009701/batalla-prensa-diaria-gratuita.1.html> [Fecha de consulta: 16 de octubre de 2016].

Imágenes 4.3 y 4.4. Portadas digitales de *El País* y *ABC*



Fuente: elpais.com y abc.es

Por lo tanto, en el ámbito nacional, *El País* y *ABC* son los periódicos digitales seleccionados para el análisis. Dado que ambos son leídos por amplios grupos de personas (de sectores ideológicos opuestos), podemos pensar que son los que más influencia tienen en las personas y en la percepción que ellas tienen de las noticias que aquí nos interesa analizar. Es por esto por lo que nos parece que son las fuentes de datos idóneas para analizar las reivindicaciones de las mujeres y de los colectivos tradicionalmente oprimidos que reivindican sus derechos y las actuaciones que llevan a cabo para conseguirlos.

En el ámbito local vasco, se han seleccionado *El Correo* y *Deia*. En este caso, el criterio que se ha utilizado ha sido el mismo que el de los diarios digitales de información generalista de ámbito nacional: el número de visitas en Internet. Para ello, hemos consultado el ranking de webs por menciones de la población de Euskadi usuaria de internet en 2013 y 2014 realizado por el EUSTAT (Instituto Vasco de Estadística)⁴¹. Los datos son de la población mayor de 15 años (en miles):

⁴¹Dicho estudio puede encontrarse en la siguiente página web: http://www.eustat.es/elementos/ele0003300/ti_Ranking_de_Webs_por_menciones_de_la_poblacin_de_la_CA_de_Euskadi_usuaria_de_internet_de_15_y_ms_aos_en_miles_2013-2014/tbl0003329_c.html#axzz3F4gXlhZy [Fecha de consulta: 6 de octubre de 2014].

Imagen 4.5. Visitas a páginas web en el ámbito vasco en 2013 y 2014 (en miles)

1	ELCORREODIGITAL.COM	316,3
2	GOOGLE.COM	302,0
3	YOUTUBE.COM	251,9
4	DIARIOVASCO.COM	194,0
5	HOTMAIL.COM	170,1
6	FACEBOOK.COM	153,4
7	WIKIPEDIA.ORG	141,6
8	MARCA.ES	132,5
9	GMAIL.COM	132,2
10	EUSKADI.NET	103,7
11	ELPAIS.COM	84,2
12	YAHOO.COM	74,1
13	LANBIDE.NET	64,9
14	KUTXABANK.ES	62,1
15	ELTIEMPO.ES	59,7
16	DEIA.ES	59,3

Fuente: eustat.es

Como ocurre con *El País* en el ámbito nacional, la página web de *El Correo* es la más visitada con diferencia en Euskadi. Este periódico ofrece las noticias de Vizcaya y Álava. Según el EUSTAT, el siguiente diario más consultado es el *Diario Vasco*. Sin embargo, no lo hemos elegido para el análisis porque pertenece al mismo grupo editorial que *El Correo* (Vocento); y, a pesar de que las noticias que aparecen son de Guipúzcoa (el territorio histórico que nos faltaría por reflejar), pensamos que los resultados que obtendríamos serían muy similares. De hecho, tan sólo comparando el inicio de las dos páginas webs (logos y menús principales, por ejemplo) queda claro que son muy parecidas. Lo que nos lleva a pensar que ocurriría lo mismo con los contenidos:

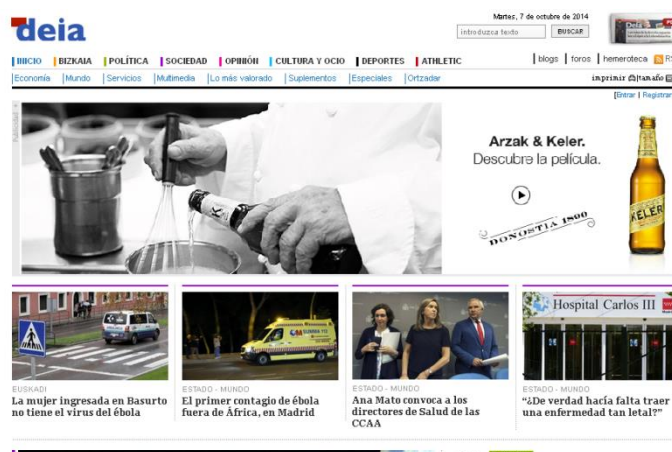
Imágenes 4.6 y 4.7. Portadas digitales de *El Correo* y *El Diario Vasco*



Fuente: elcorreo.com y diariavasco.com

El siguiente periódico online más consultado en Euskadi es *El País*. Dado que se analizará como el diario principal de ámbito nacional, pasamos al siguiente periódico más consultado en el ámbito local o autonómico: *Deia*. El mercado fundamental de este diario es Vizcaya, aunque nació con el objetivo de abarcar todo Euskadi. He aquí la parte superior de la portada de *Deia*:

Imagen 4.8. Portada digital de *Deia*



Fuente: deia.com

Así pues, en esta investigación analizaremos los periódicos digitales de información general y de ámbito nacional *El País* y *ABC*. En cuanto a los periódicos digitales de información general pero de ámbito local o autonómico, estudiaremos *El Correo* y *el Deia*.

A continuación, explicaremos la vida y las características de cada uno de estos periódicos digitales a través de una radiografía histórica propuesta por Kayser (1982).

4.3.1.1. Radiografía histórica de un diario digital

El periodista francés Jaques Kayser publicó en 1962 *El diario francés*, una obra que analizó los periódicos que se habían publicado durante los años cincuenta. En este sentido, explicaba la metodología y los resultados del análisis comparativo que llevó a cabo entre los periódicos de París y de las capitales de provincia francesas con tiradas superiores a los 100.000 ejemplares, publicados durante la semana del lunes 25 al sábado 30 de septiembre de 1961.

Las aportaciones de Kayser han sido utilizadas desde entonces en diversas investigaciones, entre las que se encuentran algunas de las que utilizaremos como guías metodológicas en esta tesis (Abril, 1994: 240; Moreno, 1998: 41). Así pues, según el autor francés, es conveniente poner en claro las características esenciales del periódico que se quiere analizar, tanto si lo que se quiere es estudiar un diario a lo largo de un amplio periodo de tiempo como si lo que se quiere es analizar alguno de sus números. Por lo tanto, se debe establecer el “estado civil” (Kayser, 1982: 55) del mismo, es decir, las características esenciales del periódico en cuestión. Según las palabras de este autor, algunos datos del periódico a analizar deben ser recopilados y registrados obligatoriamente para establecer el *registro de identificación*; otros datos, más difíciles de conseguir y menos explícitos, constituyen el *expediente de identidad* (Kayser, 1982: 55). Éste último comprende cinco aspectos que no pueden deducirse tras la lectura del periódico: estructura jurídica y financiera, condiciones de fabricación, condiciones de distribución, organización de la redacción y líneas y acción políticas (Kayser, 1982: 85). Como se puede observar, estos aspectos no ayudan en la investigación de los objetivos de esta tesis, por lo que quedarán fuera de ella.

Por otra parte, es necesario que estudiemos el *registro de identificación*, básico según Kayser. Dicho registro se compone de quince puntos (Kayser, 1982: 55 y ss.):

- 1) Nombre del diario
 - a) Indicación que acompaña al nombre
- 2) Lugar de residencia de la administración
 - a) Lugar de residencia de la redacción (si es diferente)
- 3) Periodicidad
- 4) Momento de su aparición (mañana, tarde)
- 5) Fecha del primer número
- 6) Zona principal de difusión
- 7) Tirada (con indicación de la fuente)
- 8) Precio
- 9) Formato
- 10) Número habitual de páginas: máximo habitual/mínimo habitual
 - a) Número de columnas por página
- 11) Nombre y dirección del impresor
- 12) Número de ediciones (zona cubierta por cada edición)
- 13) Características excepcionales de la vida del diario
- 14) Lugar de conservación de sus ediciones
- 15) Ficheros o dossiers

En nuestro caso, analizaremos periódicos digitales, por lo que algunas de las cuestiones planteadas por Kayser no pueden ser analizadas. Este es el caso, por ejemplo, de la periodicidad, momento de su aparición, zona principal de difusión, precio, formato, número habitual de páginas, nombre y dirección del impresor, número de ediciones, lugar de conservación de sus ediciones y ficheros o dossiers. Si bien es cierto que *El País*, *ABC*, *El Correo* y *Deia* cuentan con una edición escrita (y, por lo tanto, podríamos obtener los datos arriba citados más o menos fácilmente), pensamos que nos aportará datos que no tienen que ver con la investigación actual. Es por eso por lo que tomaremos las indicaciones de Kayser como guía para realizar nuestro propio registro de identificación del medio. En primer lugar, eliminaremos los puntos que hacen referencia a las características de la prensa escrita, y que, por tanto, en nuestro caso no son necesarios. Tras eliminarlos quedarían los siguientes puntos de análisis:

- 1) Nombre del diario
 - a) Indicación que acompaña al nombre
- 2) Lugar de residencia de la administración
 - a) Lugar de residencia de la redacción (si es diferente)
- 3) Fecha del primer número
- 4) Características excepcionales de la vida del diario
- 5) Tirada (con indicación de la fuente)
- 6) Número de columnas por página

En segundo lugar, encontramos varios puntos de análisis que pueden ser modificados para que tengan sentido en el ámbito digital. Si tomamos como ejemplo *El País*, no hablamos de la “Fecha del primer número” (escrito) pero sí de la “Fecha del primer número digital” (la fecha del primer número escrito aparecerá en “Características excepcionales de la vida del diario”). Además, no tiene sentido hablar de la tirada de *El País* digital, pero sí tiene sentido hablar del número de visitas que obtiene la página web de *El País*. Lo mismo ocurre con el “Número de columnas por página”. Estaríamos hablando en este caso de “Número de columnas de la portada de la página web”, ya que el texto completo de cada entrada del periódico digital aparece en una sola columna (en todos los diarios digitales objeto de estudio). Por lo tanto, el registro de identificación de los diarios digitales, basado en el propuesto por Kayser, quedaría de la siguiente forma:

- 1) Nombre del diario
 - a) Indicación que acompaña al nombre
- 2) Lugar de residencia de la administración
 - a) Lugar de residencia de la redacción (si es diferente)
- 3) Fecha del primer número digital
- 4) Características excepcionales de la vida del diario y secciones
- 5) Número de visitas (con indicación de la fuente)
- 6) Número de columnas de la portada de la página web

Finalmente, creemos necesario añadir un punto que nos permita describir la estructura de la página web de los diarios digitales, tanto de la portada como de la pestaña que se abre a la hora de

consultar el texto completo de la entrada escogida. En este caso, haremos constar la fecha en la cual hemos realizado el análisis de la portada y de la pestaña que contiene el texto completo debido a que, posteriormente, dichas estructuras han podido ser modificadas.

Así pues, el registro de identificación queda de la siguiente forma:

1. Nombre del diario
 - a. Indicación que acompaña al nombre
2. Lugar de residencia de la administración
 - a. Lugar de residencia de la redacción (si es diferente)
3. Fecha del primer número digital
4. Características excepcionales de la vida del diario y secciones
5. Número de visitas recibidas (con indicación de la fuente)
6. Número de columnas de la portada de la página web
7. Estructura de la portada digital del periódico online: Como es lógico, cada medio de comunicación tiene su propio diseño gráfico. El análisis gráfico de los diarios impresos resulta más fácil porque tienen, salvo excepciones muy puntuales, siempre la misma estructura. Sin embargo, una de las ventajas que ofrecen los diarios digitales es que poseen una estructura que se puede cambiar fácilmente, es decir, tienen sus propias reglas respecto a los contenidos y a la presentación de la información, su propio estilo informativo y un lenguaje propio. Esto hace que, la hora de analizar el diario, sea más complejo.

A la hora de analizar la estructura de un periódico digital debemos tener en cuenta, por una parte, el diseño gráfico (división del espacio, infografía, fotografías...), y por otra, las actualizaciones de las entradas web del mismo, ya que éstas hacen que el diseño gráfico cambie por la irrupción de nuevas informaciones.

En cuanto al diseño gráfico, es importante tener en cuenta que, al no existir las páginas pares o impares, la distribución y ubicación de la información tiene sus propios códigos. La importancia de una noticia con respecto a las demás viene determinada por su ubicación en la página: si ésta se encuentra o no en la portada y en qué lugar de la misma. La información es distribuida siguiendo una jerarquía, y esta jerarquía se manifiesta por el lugar que ocupa la noticia en la página (es decir, cuanto más arriba, más importante), el tamaño de los titulares y de la foto, la inclusión o no de imágenes, vídeos o gráficos relacionados, etc.

- a. Estructura de las páginas que contienen el texto completo

Cuando la persona que lee la portada del periódico desea profundizar en alguno de los contenidos, debe hacer *clic* con el ratón en el titular de la noticia y se abrirá una ventana. Esa nueva ventana contiene el texto completo, además de otros elementos de la noticia (videos, fotografías, gráficos...).

A continuación, realizaremos la radiografía histórica de los cuatro periódicos digitales seleccionados: *El País*, *ABC*, *El Correo y Deia*.

4.3.1.2. Radiografía histórica de *El País*

Seguidamente, desarrollaremos punto por punto las cuestiones planteadas en el ámbito anterior, siguiendo a Kayser (1982).

La descripción que realizamos a continuación ha sido llevada a cabo teniendo en cuenta la estructura que *El País* tenía en el último trimestre de 2014.

1. Nombre del diario e indicación que acompaña al nombre:

El País: el periódico global

2. Lugar de residencia de la administración y lugar de residencia de la redacción (si es diferente):

Ambos se encuentran en Madrid, aunque posee delegaciones en las ciudades principales de España: Barcelona, Sevilla, Valencia, Bilbao, Santiago de Compostela. Desde estas delegaciones se editan las ediciones territoriales específicas de cada una de ellas. Además, *El País* digital tiene dos ediciones más: una de América y otra de Brasil.

3. Fecha del primer número digital:

Elpais.es es el último diario de información general en estar disponible en Internet (Mateos de Cabo et al., 2007: 64). El primer número digital se lanzó el 4 de mayo de 1996 coincidiendo con el vigésimo aniversario del surgimiento del periódico en papel.

4. Características excepcionales de la vida del diario y secciones:

El primer número de *El País* apareció el 4 de mayo de 1976, de la mano de su fundador José Ortega Spottorno, al mismo tiempo que España iniciaba su transición hacia la democracia. El periódico nació con el objetivo de representar no sólo una opción claramente democrática, sino también pretendía llenar el hueco de una izquierda que, en aquel momento, no tenía sitio en el mercado (Cruz y Sueiro, 2004: 72).

El éxito de *El País* fue en aumento, era considerado el diario más influyente en la clase política, además de fuente de diversas luchas por su control. Sin embargo, fue con motivo del golpe de estado del 23 de febrero de 1981 cuando *El País* se convirtió en el referente de la política española por su intención de contribuir a abortar el golpe de estado, cuando todavía parecía que podía triunfar. A raíz de dichos acontecimientos, sus ventas alcanzaron los 591.000 ejemplares, la cifra de difusión más alta hasta la fecha (Cruz y Sueiro, 2004: 204).

Además del éxito cosechado tras el 23F, *El País* triunfó gracias a su abierto apoyo al gobierno de Felipe González, quien consiguió la mayoría absoluta en las elecciones de 1982. Como consecuencia, el periódico se consolidó como líder de la prensa española, en oposición al otro diario mayoritario y rival por excelencia de tendencia conservadora: el *ABC*.

La historia de *El País* no es sólo una historia de éxitos. Con el comienzo de la década de los 90, comenzó también un clima de crispación, tanto en el ámbito político como en el periodístico. Los escándalos de corrupción del gobierno de Felipe González hicieron peligrar el éxito de *El País*. Sin embargo, contra todo pronóstico, el PSOE volvió a ganar las elecciones, esta vez sin mayoría

absoluta, lo que hizo que la política y la prensa españolas continuaran con una guerra mediática encarnizada que aumentaba progresivamente.

Años después, con la llegada al gobierno del PP, *El País* se convirtió en el periódico de la oposición. A partir de entonces, desde el entorno del PP y de los medios que le apoyaban, esto es, *ABC* y *El Mundo*, se ha acusado a *El País* de apoyar los intereses políticos del PSOE, quien ahora denominaba a ambos diarios como los *periódicos gubernamentales*. Las *guerras* entre los diferentes diarios, y los respectivos grupos editores (en este caso, el grupo Prisa) se incrementaron con las denominadas *guerras del fútbol*, por los derechos audiovisuales de este deporte de masas, y por la lucha de audiencias de los distintos medios (Cruz y Sueiro, 2004: 512).

En su vigésimo aniversario, *El País* estrenó su versión digital, en un primer momento gratuita y con una edición diaria e igual a la escrita. Poco a poco, el periódico fue ganando lectores/as, muchos/as de ellos/as provenientes de fuera del Estado español (de Estados Unidos y América Latina, sobre todo).

La versión digital fue desarrollándose con el tiempo y pasó por diferentes estados, esto es, llegó incluso a ser de pago (excepto la portada y los editoriales). De hecho, fue el primer periódico español que impuso el sistema de pago, el 18 de noviembre de 2002. Aun así, en los primeros años del siglo XXI, en número de suscriptores aumentó progresivamente, de 26.000 en 2003 a 30.000 en 2004 (Cruz y Sueiro, 2004: 580). Tres años después, *El País* volvió a abrir el contenido del diario gratuitamente, dejando a los suscriptores el acceso a algunos suplementos, contenidos multimedia y a las versiones en formato pdf.

En la actualidad, la mayoría de los contenidos de elpais.es son gratuitos (incluso la edición impresa del diario en pdf), a excepción del servicio digital *Kiosko y Más* que permite disfrutar del periódico o revista tanto en el ordenador como en el dispositivo móvil. Según la página web que lo oferta (elpais.kioskoymas.com/index.php/faq), el/la cliente tiene acceso a la oferta de ediciones y suplementos de la publicación a la que se suscriba (hay más de 100 publicaciones a elegir), desde cualquier dispositivo móvil y con la opción de consultar los ejemplares publicados en los últimos 90 días.

En cuanto a las secciones de *El País*, en la siguiente tabla podemos apreciar el orden en el que aparecen en la propia página del periódico, así como las subsecciones de las que se compone cada una de ellas:

Tabla 4.3. Secciones y subsecciones de *El País*

SECCIONES Y SUBSECCIONES

- INICIO
- ÚLTIMA HORA
- LO MÁS VISTO
- EDICIÓN IMPRESA (Vídeos, Fotos, Gráficos, Audios, Archivo, Buscador)
- INTERNACIONAL (Blogs Internacional, Debate Internacional, Corresponsales)
- POLÍTICA (Blogs Política, Debate Político, Caso Bárcenas, Debate del Estado de la Nación, El final de ETA, Víctimas de ETA)
- ESPAÑA (Andalucía , Cataluña , Comunidad Valenciana , Galicia , Madrid , País Vasco)
- ECONOMÍA (Blogs Economía, Bolsa, Declaración de la Renta)
- IN ENGLISH
- EL PAÍS Semanal
- S MODA
- ICON
- PLANETA FUTURO
- DEPORTES
- SOCIEDAD (Blogs Sociedad , Vida & Artes , Educación , Salud, Ciencia , Medio Ambiente , Igualdad, Consumo , Comunicación , Astronomía, Guías de Viaje , Tierra)
- GENTE (Resumen del año, Fotos del año)
- CULTURA (Blogs Cultura, Tentaciones , Libros, Libros del año, Cine , Música, Teatro/Danza, Moda, Gastronomía, El Español, Gastronomía)
- TELEVISIÓN
- TECNOLOGÍA (Blogs Tecnología, MWC - Mobile World Congress, Meristation)
- MOTOR
- OPINIÓN (Blogs Opinión, Editoriales, Tribunas, Columnas, Viñetas, Defensor del Lector, Nuestras Firmas, Cartas al Director)
- ENTREVISTAS DIGITALES
- BLOGS
- SERVICIOS (Mis Favoritos, RSS, Podcast, Diccionarios, Traductor, El Tiempo , Estaciones de Esquí, Playas, Tráfico, Gasolineras baratas, Juegos , Sorteos , Lotería Navidad, Lotería del Niño, Regalos de Navidad, Recetas de Navidad, Cartelera, Programación TV, Horóscopo, Páginas Amarillas, Postales)
- MASTER DE PERIODISMO
- PROMOCIONES
- SUSCRIPCIONES
- EL PAÍS +
- PUBLI ESPECIALES (Clasificados EL PAÍS, Buscar Casa, Buscar Trabajo, Buscar Cursos)
- APLICACIONES (Móvil, iPad, Kindle, TV).

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de la página web elpais.com

5. Número de visitas (con indicación de la fuente):

Según el EGM, de abril de 2013 a marzo de 2014 *El País* recibió 4.618.000 visitas (en los 30 días anteriores a la publicación del estudio)⁴².

6. Número de columnas de la portada de la página web:

El País posee, como norma general, tres columnas.

Imagen 4.9. Diseño de las columnas de la portada digital de *El País*



Fuente: Elaboración propia

7. Estructura de la portada digital del periódico online y estructura de las páginas que contienen el texto completo

Si atendemos a la estructura de *El País*, podemos decir que su portada digital está, normalmente, dividida en tres columnas. En dos de ellas (la de la izquierda y la central) aparecen entradas sobre temas de actualidad y, en la última, la más estrecha, el editorial del periódico (perteneciente a la sección de Opinión), publicidad y los enlaces a las secciones del diario: a las internacionales (Europa, Estados Unidos, México, América Latina, Oriente Próximo, Asia, África y corresponsales) y a las nacionales, esto es, de cada comunidad autónoma (Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia, Madrid, País Vasco...). Además, también encontramos enlaces a

⁴² Disponible en: <http://www.aimc.es/Entrega-de-resultados-EGM-1%C2%AA-ola,1409.html> [Fecha de consulta: 9 de marzo de 2016].

otros servicios como los suplementos, la información sobre los dispositivos móviles en los que se puede leer el diario, las promociones, los clasificados etc.).

Por tanto, gran parte de la información que necesitamos en esta investigación nos la ofrecerá tanto la columna de la izquierda como la columna central. Ambas columnas recogerán noticias de actualidad de las secciones de Política y Economía, que son, claramente, las que el diario considera más importantes (ya que habitualmente aparecen en la parte superior de la página). Puede ocurrir que un día o un momento de un día concreto haya una noticia perteneciente a una sección secundaria, por ejemplo, Gente; pero será una excepción. En el caso de la columna central, ésta no tiene una estructura fija, depende en gran medida de la importancia que el medio dé a las noticias del día. Puede ocurrir también que, si una noticia es muy relevante, ocupe las dos columnas (o incluso las tres columnas si es extremadamente importante). Sin embargo, lo más normal es que una se mantenga independiente de la otra. En la columna de la izquierda, generalmente, aparecen las noticias de actualidad de más envergadura, ordenadas de arriba a abajo por orden de importancia. De esta forma, cuanto más arriba esté la noticia en la página web y más grande sea la infografía del titular, más trascendente es, según este diario digital. Estas noticias, por lo general, aparecerán acompañadas de un cintillo⁴³, si se esperan más hechos relacionados durante los siguientes días; una fotografía, un video y/o un gráfico y una o varias noticias relacionadas. Los reportajes, entrevistas y entradas a blogs pueden aparecer intercalados entre las noticias de actualidad, en cualquiera de las dos columnas.

Por otra parte, es importante tener en cuenta que un periódico digital se actualiza varias veces al día, lo que hace que su estructura sea modificada según las necesidades de las informaciones nuevas que llegan y las que desaparecen de la portada. Esto sucede tanto si hay como si no hay entradas lo suficientemente importantes como para que las que estaban al comienzo de día desaparezcan, y sean reemplazadas por otras, o se cambie el orden de aparición de alguno de estos elementos (evidentemente todas estas modificaciones se realizan en función de lo que la línea editorial del periódico en cuestión considere importante). Cuando el/la usuario/a accede a la página web puede ver la hora exacta en la que se ha actualizado por última vez (en la parte superior de la misma). De esta forma puede tener la seguridad de que lo que está leyendo es lo último que ha ocurrido (es decir, lo último de lo que la prensa tiene constancia que ha ocurrido).

El caso del editorial de *El País* es diferente. Cada día hay dos editoriales diferentes, uno en la primera actualización del día y otro por la tarde (con la excepción de los días festivos, en los que puede haber uno o ninguno, esto último ocurre en el día de Año Nuevo).

Así pues, *El País* se actualiza a primera hora de la mañana, a medio día y por la noche. También puede ocurrir que suceda alguna noticia de última hora importante y se actualice a una hora diferente. En cuanto a las hemerotecas digitales conviene tener en cuenta que algunos diarios digitales cambian y desarrollan su hemeroteca para que los/as lectores/as encuentren la información que buscan con mayor facilidad⁴⁴. De esta forma, en la hemeroteca digital de *El País* (o Archivo Web, como aparece en su página de internet) queda guardada la portada de la mañana, de

⁴³ El cintillo es un elemento periodístico que sirve para unificar un tema cuando su desarrollo exige más de una página o cuando se intuye que el tema aparecerá en el periódico durante varios días. En este sentido, dicho elemento, que suele ser una frase corta, aparecerá inmutable siempre que se escriba sobre el mismo tema.

⁴⁴ Por lo tanto, en esta tesis se plasman los datos tal y como estaban cuando los consultamos entre los años 2013 y 2016.

la tarde y de la noche, y las noticias que aparecían en cada una de ellas. En ella se puede consultar, según su página de internet, “informaciones y artículos de manera indistinta en la edición digital e impresa”⁴⁵, desde el 4 de mayo de 1976 hasta el día anterior al que nos encontremos.

Además, *El País* posee también una hemeroteca en la que únicamente se recogen los ejemplares impresos (Archivo Edición Impresa, según su página web)⁴⁶. En ella se pueden consultar las publicaciones impresas desde el 4 de mayo de 1976 hasta el 7 de febrero de 2012.

Como vemos, las posibilidades son múltiples, no existe una regla concreta. Es ahí donde radica el interés por el periodismo digital, pero es también lo que lo convierte en algo complejo de analizar.

Una vez que el/la usuario/a accede a la entrada del diario online que quiere conocer más a fondo, se aprecian dos columnas. Sin embargo, tan sólo la columna de la izquierda posee el texto completo (en este caso, dicha columna está formada por el titular; el subtítulo; el nombre o nombres del autor/a de la entrada, el lugar, la fecha y la hora; las etiquetas a través de las que se puede llegar a dicha noticia; y el texto, las fotografías, videos o gráficos pertinentes).

Después del texto aparecen otras informaciones, manteniéndose en la misma columna, como publicidad, noticias relacionadas de *El País*, noticias relacionadas de otros medios y los comentarios de los/as usuarios/as.

En la columna de la derecha se encuentran las entradas del periódico de última hora y las entradas del periódico más leídas, y entre ambos bloques, publicidad.

4.3.1.3. Radiografía histórica de ABC

La descripción que realizaremos ha sido llevada a cabo teniendo en cuenta la estructura que tenía el ABC el último trimestre de 2014. A continuación, trazaremos la radiografía histórica del diario ABC.

1. Nombre del diario e indicación que acompaña al nombre:

ABC. Tu diario en español

2. Lugar de residencia de la administración y lugar de residencia de la redacción (si es diferente):

Ambos se encuentran en Madrid, aunque posee delegaciones en las ciudades principales de España: Valencia, Castellón, Sevilla, Zaragoza o Santiago de Compostela. Desde estas delegaciones se editan las doce ediciones territoriales (Madrid, Aragón, Castilla La Mancha, Cataluña, Galicia, País Vasco, Sevilla, Canarias, Castilla León, Comunidad Valenciana, Navarra y Toledo).

⁴⁵ Disponible en: elpais.com/archivo/ [Fecha de consulta: 6 de mayo de 2016].

⁴⁶ Disponible en: <http://elpais.com/diario/> [Fecha de consulta: 6 de mayo de 2016].

3. Fecha del primer número digital:

ABC.es estuvo disponible en Internet en septiembre de 1995. Desde su nacimiento, la evolución de la página web de este diario ha sido constante (Armentia et. al., 2000: 155). A mediados de 1998 incluyeron las ediciones del periódico y al año siguiente comenzaron a ofrecer noticias de última hora (Armentia et. al., 2000: 155).

4. Características excepcionales de la vida del diario y secciones:

Torcuato Luca de Tena, fundador del *ABC*, sacó a la calle en 1891, una revista semanal titulada *Blanco y Negro*, idea concebida tras observar este tipo de publicaciones en Alemania (Langa, 2007: 68). La publicación presentaba nuevas ilustraciones y tuvo gran prestigio debido a sus artículos y colaboraciones literarias. En 1903, la revista se convirtió en un periódico, sin embargo, no fue de tirada diaria hasta el 1 de junio de 1905, cuando salió con una portada formada por anuncios (Langa, 2007: 68-69). Así nació el *ABC*. Una de las anécdotas más importantes del periódico y, sin duda alguna, la que lo consagró como un diario monárquico, liberal, conservador, e ilustrado con dibujos y fotografías, fue cuando, en 1905, *ABC* cubrió los viajes de Alfonso XIII a París y Londres, con la intención, entre otras, de encontrar esposa⁴⁷.

En 1912 fue distribuido en todo el país. Ese año, su tirada alcanzaba los 100.000 ejemplares (Langa, 2007: 69). Al comienzo, sus características más llamativas fueron su pequeño formato y su amplia paginación (Langa, 2007: 69). En 1915 comenzó a utilizar el huecograbado en la impresión, lo que le permitió publicar imágenes con mejor calidad (Langa, 2007: 69). El huecograbado es un procedimiento fotomecánico para la reproducción de toda clase de originales, y se consigue rebajando las partes de la placa que se van a imprimir, de acuerdo con la intensidad del color que se desea⁴⁸.

Los años veinte fueron la edad de oro del *ABC* (Langa, 2007: 69). Su tirada creció hasta los 200.000 ejemplares e, incluso, llegó a triplicar sus páginas (Langa, 2007: 69). Como prueba del buen resultado del periódico, en 1929, se publicó *ABC de Sevilla* y, un año más tarde, empezó a utilizarse el color en las portadas dominicales (Langa, 2007: 69).

A partir de 1933, algunas delegaciones del *ABC* manifestaron inclinación hacia los regímenes totalitarios (Langa, 2007: 73). A pesar de que Luca de Tena criticó la violencia de la falange, otros colaboradores del periódico exigieron la radicalización y mayor violencia por parte de ésta. Con el estallido de la guerra civil española comenzaron los desacuerdos en el periódico. El *ABC de Sevilla* apoyó a los golpistas, mientras que en Madrid apoyaban la II República (Langa, 2007: 71).

Al comienzo de la guerra civil, el gobierno incautó el diario, y éste dejó de ser propiedad de Luca de Tena. Entre 1936 y 1939, el *ABC* se dividió en dos (no literalmente, sólo en cuanto a la ideología): el *ABC Nacional*, publicado en Sevilla, y el *ABC Republicano*, publicado en Madrid. En cuanto a este último, el 16 de noviembre de 1936, el subtítulo del *ABC* de Madrid era: “diario republicano de izquierdas” (Langa, 2007: 76). Fue el único periódico que contó la guerra desde los dos bandos, por lo tanto, desde dos puntos de vista antagónicos.

⁴⁷ Fuente: <http://www.abc.es/abcfoto/revelado/20150330/abci-atentado-alfonso-xiii-201503271743.html> [Fecha de consulta: 16 de octubre de 2016].

⁴⁸ La definición de huecograbado ha sido extraída de: <http://www.abc.es/abcfoto/revelado/20140402/abci-0204-201403311805.html> [Fecha de consulta: 16 de octubre de 2016].

En los inicios de la transición española, el diario fue dirigido por Luis María Anson (Olmos, 2002: 593). Éste lo resituó como segundo periódico nacional tras *El País* (Olmos, 2002: 595). Los principales cambios de Anson fueron la realización de una portada más atractiva, la captación de las clases medias (ya que antes se había dirigido en gran medida a las clases acomodadas) y la defensa de los ideales de la derecha (conservador y monárquico) (Olmos, 2002: 596 y ss.).

En 2002, la empresa editora del diario, Prensa Española, se fusionó con el Grupo Correo, líder español en prensa regional, actualmente conocido como Vocento. Algunos años después, bajo la dirección de José Antonio Zarzalejos, el *ABC* se alineó, en mayor medida, con el sector del Partido Popular. En 2008, Ángel Expósito fue nombrado director. A partir de ese momento, comenzaron en el diario varios procesos de modernización, en prensa escrita y en prensa digital. Con el siguiente director Bieito Rubido Ramonde, el *ABC* continuó con los cambios, tanto en el diseño de la edición impresa como en el de la página web, y nuevas aplicaciones de dispositivos móviles.

En cuanto a las secciones del *ABC*, en el siguiente cuadro podemos apreciar el orden en el que aparecen en la propia página web del periódico:

Tabla 4.4. Secciones del ABC	
SECCIONES	
•	Última hora
•	España
•	Casa Real
•	Madrid
•	Sevilla
•	Canarias
•	Castilla y León
•	Cataluña
•	C. Valenciana
•	Galicia
•	Navarra
•	País Vasco
•	Toledo
•	Internacional
•	Opinión
•	Deportes
•	Real Madrid
•	Atlético de Madrid
•	Fútbol
•	Baloncesto
•	Tenis
•	Fórmula 1
•	Motos
•	Náutica
•	Economía
•	Conocer
•	Ciencia
•	Salud
•	Familia
•	Viajar

- Tecnología
- El Recreo
- Natural
- Motor
- Cultura
- La Guía TV
- Hoy Cinema
- Historia
- Libros
- Teatro
- Arte
- Toros
- ABC Cultural
- Museo ABC
- Eurovisión
- Gente & Estilo
- Moda
- Belleza
- Sevilla
- Últimas noticias
- Blogs
- Multimedia
- Servicios
- Horóscopo
- Lotería
- El tiempo
- Gasolineras
- Premios
- Traductor
- Esquelas
- Juegos
- Hemeroteca
- Suscripciones
- Publicidad
- Promociones
- Máster ABC

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de la página web abc.es

5. Número de visitas (con indicación de la fuente):

Según el EGM, de abril de 2013 a marzo de 2014 el ABC recibió 1.207.000 visitas (en los 30 días anteriores a la publicación del estudio)⁴⁹.

6. Número de columnas de la portada de la página web:

El ABC posee, como norma general, tres columnas.

⁴⁹ Disponible en: <http://www.aimc.es/Entrega-de-resultados-EGM-1%C2%AA-ola,1409.html> [Fecha de consulta: 9 de marzo de 2016].

Imagen 4.10. Diseño de columnas de la portada digital del ABC



Fuente: Elaboración propia

7. Estructura de la portada digital del periódico online y estructura de las páginas que contienen el texto completo

Si atendemos a la estructura del ABC, podemos decir que su portada digital está, normalmente, dividida en tres columnas. En dos de ellas (la de la izquierda y la central, esta última en un rectángulo grisáceo) aparecen las entradas sobre temas de actualidad y, en la última, la más estrecha, los deportes. Después de las noticias de deportes, también se incluyen otras de la sección de Gente&Estilo, Lo más leído y, sobre todo, publicidad. Se ha apreciado, en esa tercera columna, que el periódico permite que el/la usuario/a elija su sección favorita para que le aparezca después de los deportes.

Al finalizar las noticias consideradas por el diario digital más importantes, las tres columnas se vuelven una para que el/la lector/a pueda ver los últimos posts de los blogs, así como las secciones Gente&Estilo, Hoy Cinema, ABC Viajar, ABC Tecnología, ABC Motor, ABC Natural, ABC Salud, últimos videos de ABCTV y las fotogalerías con las últimas fotografías de diferentes temas.

Por tanto, gran parte de la información que necesitamos en esta investigación nos la ofrecerá tanto la columna de la izquierda como la columna central. Ambas columnas recogerán noticias de actualidad de las secciones de Política, Economía, Madrid, España o Internacional, que son, claramente, las que el diario considera más importantes (ya que habitualmente aparecen en la parte superior de la página, hasta el inicio de los blogs). Puede ocurrir que un día o un momento de un día concreto haya una noticia perteneciente a una sección secundaria, por ejemplo, Gente; pero será una excepción. En el caso de la columna central, ésta tiene una estructura bastante fija, a pesar de que puede ser modificada dependiendo de la importancia que el medio dé a las noticias del día. Puede ocurrir también que, si una noticia es muy relevante, ocupe las dos columnas (o incluso las tres columnas si es extremadamente importante). Sin embargo, lo más normal es que una se mantenga independiente de la otra. En la columna de la izquierda, generalmente, aparecen las

noticias de actualidad de más envergadura, ordenadas de arriba a abajo por orden de importancia. De esta forma, cuanto más arriba esté la noticia en la página web y más grande sea la infografía del titular, más trascendente es, según este diario digital. Estas noticias, por lo general, aparecerán acompañadas de un cintillo, si se esperan más hechos relacionados durante los siguientes días; una fotografía, un video y/o un gráfico y una o varias noticias relacionadas.

Por otra parte, es importante tener en cuenta que un periódico digital se actualiza varias veces al día, lo que hace que su estructura sea modificada según las necesidades de las informaciones nuevas que llegan y las que desaparecen de la portada. Esto sucede tanto si hay como si no hay entradas lo suficientemente importantes como para que las que estaban al comienzo de día desaparezcan, y sean reemplazadas por otras, o se cambie el orden de aparición de alguno de estos elementos (evidentemente todas estas modificaciones se realizan en función de lo que la línea editorial del periódico en cuestión considere importante). Cuando el/la usuario/a accede a la página web puede ver la hora exacta en la que se ha actualizado por última vez (en la parte superior izquierda de la misma). De esta forma puede tener la seguridad de que lo que está leyendo es lo último que ha ocurrido (es decir, lo último de lo que la prensa tiene constancia que ha ocurrido).

A contrario de lo que ocurre en la hemeroteca de *El País*, donde quedan guardadas las portadas tal y como se habían publicado a la mañana, a la tarde y a la noche, en el *ABC* se guardan las noticias en forma de lista, sin respetar el aspecto de la portada. En este sentido, el *ABC* tiene dos formas de búsqueda: en primer lugar, a través de un buscador de palabras simple (en el que no se pueden encontrar entradas de los últimos 15 días)⁵⁰ o a través de una búsqueda avanzada (por palabras o frases, así como por fechas o por publicaciones concretas)⁵¹; en segundo lugar, permite filtrar por publicación y por año⁵². Esta última opción es muy interesante porque es, básicamente, una base de datos de todas las publicaciones del *ABC* desde el momento de su primera publicación en 1903. Además, una vez elegido el año que se desea consultar, permite escoger el día concreto, y descargar en pdf, página por página, el periódico completo. Sin embargo, lo que llama la atención de esta hemeroteca es que, sea cual sea la forma de búsqueda que utilicemos, sólo permite buscar informaciones que hayan sido publicadas en su edición escrita⁵³.

Como vemos, igual que ocurría con *El País*, las posibilidades son múltiples, no existe una regla concreta. Es ahí donde radica el interés por el periodismo digital, pero es también lo que lo convierte en algo complejo de analizar.

Una vez que el/la usuario/a accede a la entrada del diario online que quiere conocer más a fondo, se aprecian dos columnas. Sin embargo, tan sólo la columna de la izquierda posee el texto completo; además del titular; el subtítulo; la fotografía; el nombre o nombres del autor/a de la entrada, el lugar, la fecha, la hora en la que se escribió el texto y la hora de la última actualización; el texto; un link a la portada del medio; publicidad; noticias recomendadas; y la opción de escribir algún comentario relacionado con la noticia.

⁵⁰ Disponible en: <http://hemeroteca.abc.es/> [Fecha de consulta: 6 de mayo de 2016].

⁵¹ Disponible en: <http://hemeroteca.abc.es/avanzada.stm> [Fecha de consulta: 6 de mayo de 2016].

⁵² Disponible en: <http://hemeroteca.sevilla.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca> [Fecha de consulta: 6 de mayo de 2016].

⁵³ Este hecho quizá se deba a que el *ABC* publica lo mismo en papel que en su edición digital; en cualquier caso, no es objetivo de esta tesis comparar ambas ediciones.

En la columna de la derecha se encuentran los contenidos relacionados, la última hora y las entradas del periódico más leídas. Entre estos tres bloques se intercala publicidad.

4.3.1.4. Radiografía histórica de *El Correo*

La descripción que hemos realizado ha sido llevada a cabo teniendo en cuenta la estructura que tenía *El Correo* el último trimestre de 2014. A continuación, trazaremos la radiografía histórica del diario *El Correo*.

1. Nombre del diario e indicación que acompaña al nombre:

ELCORREO.COM

2. Lugar de residencia de la administración y lugar de residencia de la redacción (si es diferente):

La sede de ambos se encuentra en Bilbao, aunque posee redacciones, además de en Bilbao, en Vitoria, Baracaldo, Durango, Guernica, Logroño y Miranda de Ebro.

3. Fecha del primer número digital

En noviembre de 1996 se inauguró la primera edición de *El Correo digital*.

4. Características excepcionales de la vida del diario y secciones:

El Correo Español/El Pueblo Vasco fue fundado en 1910. En sus inicios el periódico tenía nombre compuesto porque fue el resultado de la fusión de *El Correo Español*, editado por la Falange a partir de la ocupación de Bilbao, y *El Pueblo Vasco*, un periódico monárquico, conservador y católico. A lo largo de su historia, *El Correo Español/El Pueblo Vasco* pasó por varias vicisitudes, por ejemplo, durante las décadas de 1960 y 1970, *La Gaceta* y *El Correo Español/El Pueblo Vasco* se disputaban la hegemonía de las tiradas si bien fue la primera quien terminó liderando la prensa vasca (Díaz, 2012: 185). Hasta cuatro rotativas estrenó *La Gaceta* entre 1937 y 1960, mientras que su competidor aún tendría que esperar a 1965 para renovar su tecnología (Díaz, 2012: 185). Sin embargo, las ventas del segundo se iban acercando, hasta que sobrepasaron a su competidor por primera vez en 1975, coincidiendo, por tanto, con la muerte de Francisco Franco y con la llegada de la transición política. Mientras *El Correo* se adaptó a los nuevos tiempos, *La Gaceta* mantuvo invariables los postulados de antaño, se alejó del nacionalismo y se alineó con las posiciones más integristas (Díaz, 2012: 185).

Durante los cuarenta años de franquismo *El Correo Español/El Pueblo Vasco* llevó a cabo una política expansionista, propagando su red informativa y de distribución (Abril, 1994: 257). Además, tras la modernización emprendida en la década de los setenta, *El Correo Español/El Pueblo Vasco* pasó a constituirse como un grupo (*El Grupo Correo*), abarcando así *El Correo Español* y *El Pueblo Vasco*, *El Diario Vasco* y *El Diario Montañés* (Díaz, 2012: 201). En 1988 adquirieron, además, la Editorial Católica, ente otras.

En noviembre de 1996 se inauguró la primera edición de *El Correo* digital (Díaz, 2012: 221), la cual comenzó con cierta sensación de provisionalidad. En un principio no recogía toda la información diaria, pero no tardó en hacerlo, ofreciendo en la red todo el contenido de su periódico tradicional (Armentia et al., 2000: 160-161). Resulta curioso que, al comienzo, se exigía un registro previo del/a usuario/a, del que se obtenía una clave de acceso al sitio web (Armentia et al., 2000: 161). Posteriormente, esta exigencia se eliminó, siguiendo los pasos de los demás diarios digitales.

En 2001, *El Correo* dio un paso más con la adquisición de *Prensa Española*, propietaria del diario *ABC*, y en 2005, cuando el *Grupo Correo-Prensa Española* pasa a denominarse *Vocento* (Díaz, 2012: 201). Poseía entonces trece diarios (que sumaban entre todos más del 25% de la cuota de penetración de prensa diaria en España), un suplemento fin de semana (*El Semanal*), doce televisiones locales, tres productoras, una participación del 13% en *Telecinco* y una enorme presencia en internet (Díaz, 2012: 201).

En cuanto a las secciones de *El Correo*, en el siguiente cuadro podemos apreciar la lista de secciones que aparecen en la propia página web del periódico entrando en la Hemeroteca. Las secciones de este medio suelen ser clasificadas en función de la edición⁵⁴ del mismo, aunque algunas son comunes:

⁵⁴ Las dos ediciones de *El Correo* son la edición de Vizcaya y la de Álava.

Tabla 4.5. Secciones y subsecciones en función de la edición de <i>El Correo</i>		
Secciones	Subsecciones	
	Edición de Vizcaya	Edición de Álava
PORTADA	Bizkaia, Política, Mundo, Economía, Athletic, Deportes, Sociedad, Culturas, Tecnología, Gente, Planes, Zurekin	Álava/Alaba, Política, Mundo, Economía, Alavés, Baskonia, Deportes, Sociedad, Culturas, Tecnología, Gente, Planes, Zurekin
LOCAL	Margen Izquierda, Margen Derecha, Duranguesado, Costa, Nervión Ibaizabal, Gipuzkoa, La Rioja, Miranda	Miranda, Bizkaia, Gipuzkoa, La Rioja
DEPORTES	Fútbol, Bilbao Basket, Giro de Italia, Baloncesto, Pelota, Fórmula 1, Motociclismo, Tenis, Euro 2016, Más deportes	Baskonia, Alavés, Mirandés, Giro de Italia, Baloncesto, Motor, Ciclismo, Tenis, Fútbol
ECONOMÍA	Dinero, Bolsa, Empresas, Trabajo, Vivienda, Fiscalidad, Banca, Cotizaciones, Econfidencial	
MÁS ACTUALIDAD	Política, Mundo, Sociedad, Cultura, Vidasolitaria, Tecnología e internet, Final de la violencia de ETA	
GENTE Y TV	Gente y Estilo	
OCIO	Planes	
PARTICIPA		
BLOGS		
SERVICIOS		
HEMEROTECA		

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de la página web elcorreo.com

5. Número de visitas recibidas (con indicación de la fuente):

Según el EUSTAT, entre los años 2013 y 2014 El Correo recibió 316.300 visitas⁵⁵.

6. Número de columnas de la portada de la página web:

El Correo posee, como norma general, tres columnas.

⁵⁵ Disponible en: http://www.eustat.es/elementos/ele0003300/ti_Ranking_de_Webs_por_menciones_de_la_poblacin_de_la_CA_de_Euskadi_usuario_de_internet_de_15_y_ms_aos_en_miles_2013-2014/tbl0003329c.html#axzz3F4gXlhZy [Fecha de consulta: 6 de octubre de 2014].

Imagen 4.11. Diseño de las columnas de la portada digital de *El Correo*



Fuente: Elaboración propia

7. Estructura de la portada digital del periódico online y estructura de las páginas que contienen el texto completo:

Si atendemos a la estructura de *El Correo*, podemos decir que su portada está, generalmente, dividida en tres columnas. En las tres aparecen noticias y reportajes; sin embargo, en la segunda, en la parte superior de la misma aparece publicidad, y en ocasiones también se intercala entre las noticias. La primera columna suele estar reservada para noticias de actualidad, generalmente, de temas políticos o económicos. Al abrir la página web, el/la lector/a se encuentra con estos temas porque son los que están en la parte superior, ya que el periódico los considera más importantes. La tercera columna está reservada para noticias deportivas.

Esta estructura se mantiene hasta la mitad de la página. A esta altura la publicidad separa un sector de otro, a pesar de que las tres columnas se mantienen. La temática en esta segunda parte es más ligera, con noticias de secciones como Cultura, Televisión o *Zurekin*, un apartado de noticias y reportajes en euskera. Finalmente, encontramos un tercer sector enfocado a las secciones Gente y Ocio que consta de aproximadamente diez noticias sobre personas famosas.

En la parte inferior de la página web encontramos el nombre de algunas secciones más con los titulares de las noticias principales, además de un apartado que permite ver las fotos y los videos del día.

Como también ocurre en los demás periódicos analizados, *El Correo* se actualiza varias veces al día, aunque no tenemos constancia de que lo haga siempre a las mismas horas (como sí ocurre en *El País*). Las actualizaciones conllevan la desaparición de las noticias menos importantes de la portada, así como la aparición de otras nuevas.

En cuanto a la hemeroteca digital de *El Correo*, ésta ofrece dos formas de búsqueda. Por una parte, permite buscar por términos o por día (los resultados van desde enero de 2006 hasta la actualidad)⁵⁶. Una vez que aparecen todos los resultados, la hemeroteca permite filtrar por edición

⁵⁶ Disponible en: <http://www.elcorreo.com/hemeroteca/> [Fecha de consulta: 6 de mayo de 2016].

(Álava o Bizkaia), sección (Alavés, Araba, Athletic...) y autor (aparece una lista de autores para elegir). También permite ordenar los resultados por relevancia, últimos y antiguos.

Por otra parte, la hemeroteca ofrece la posibilidad de realizar una búsqueda avanzada⁵⁷. Para ello, hay que seleccionar la sección deseada, el formato (audio, galería, topic, blog...), las palabras o frases, el día o un periodo de tiempo.

No se ha encontrado ninguna entrada referente a la editorial del periódico en la portada.

Una vez que el/la usuario/a accede a una entrada de *El Correo*, se aprecian dos columnas. En la parte superior de la página se encuentra el titular de la noticia que toma las tres columnas; después, se encuentra el subtítulo que toma las dos de la izquierda, y finalmente, el cuerpo de la noticia que toma el mismo espacio que el subtítulo. Por lo tanto, la columna de la izquierda es la más ancha y es donde se concentra el cuerpo de la noticia; la columna de la derecha, por el contrario, es para la publicidad.

Cuando la unidad informacional tiene fotografía, ésta ocupa el lugar de la publicidad de la parte superior de la página (en la columna derecha). Después de la imagen, continúa la publicidad.

Al terminar el cuerpo de la noticia encontramos las etiquetas y los temas, la opción de dejar comentarios y las noticias relacionadas, así como lo más visto, comentado y compartido en la columna de la derecha.

⁵⁷ Disponible en: <http://www.elcorreo.com/hemeroteca/avanzada/> [Fecha de consulta: 6 de mayo de 2016].

4.3.1.5. Radiografía histórica de DEIA

La descripción que hemos realizado ha sido llevada a cabo teniendo en cuenta la estructura que tenía el *Deia* el último trimestre de 2014. A continuación, realizaremos la radiografía histórica del diario *Deia*.

1. Nombre del diario e indicación que acompaña al nombre:

DEIA. Noticias de Bizkaia.

2. Lugar de residencia de la administración y lugar de residencia de la redacción (si es diferente):

Ambos se encuentran en Bilbao.

3. Fecha del primer número digital:

Deia fue el último diario vasco en realizar su edición digital, en concreto, en octubre de 1999 (Armentia et al., 2000: 166). En 2005 la página web se renovó tanto en diseño como en estructura, ya que hasta entonces era muy limitada (Díaz, 2012: 222).

4. Características excepcionales de la vida del diario y secciones:

El primer número de *Deia* apareció el 8 de junio de 1977, una semana antes de que se celebrasen las elecciones en el Estado español, con el siguiente lema de lanzamiento: “Gure prentsa behar dugulako” / “Porque necesitamos nuestra propia prensa” (Abril, 1994: 242).

En muchos aspectos, el *Deia* de los primeros momentos era un diario innovador, que seguía, al menos en diseño y formato, el modelo de *El País*, el primero que introdujo en sus páginas el color en el País Vasco, con profesionales jóvenes, titulados universitarios y varias ediciones (Díaz, 2012: 202). *Deia* concedió, por razones sin duda pragmáticas, menos espacio al euskara del que se esperaba. De hecho, en 1984 contenía una media de un 4,3% de informaciones en euskara, que bajó a un 2,4% en 1994, y siempre en noticias *soft* (Díaz, 2012: 202).

El objetivo de *Deia* era abarcar el País Vasco completo. Sin embargo, actualmente, *Deia* posee el mercado de Vizcaya, ya que los demás territorios vascos están divididos entre el *Diario de Noticias* en Navarra, *Noticias de Gipuzkoa* en Guipúzcoa y *Noticias de Álava* en Álava. Todos ellos pertenecen al Grupo Noticias, el cual tuvo que inyectar capital en *Deia* en 2008, por lo que éste quedó en sus manos (Díaz, 2005: 204). También pertenece al grupo la emisora de radio *Onda Vasca* y la cadena de televisión *Hamaika Telebista*.

En cuanto a las secciones del *Deia*, a cada una se le ha asignado un color en la página web. En algunas ocasiones, en las entradas no aparece a qué sección pertenece la noticia, pero sí aparece una línea de un color determinado, lo que nos dice en qué sección ha sido incluida. En el siguiente cuadro podemos apreciar el orden en el que aparecen en la propia página del periódico:

Tabla 4.6. Secciones y subsecciones del *Deia*

SECCIONES Y SUBSECCIONES
<ul style="list-style-type: none"> • Inicio (Economía, Mundo, Servicios, Multimedia, Lo más valorado, Suplementos, Especiales) • Bizkaia (Bilbao, Eskuinaldea, Ezkerraldea-Enkarterri, Kostaldea, Durangaldea, Audio-Nerbioi, Arratia-Nerbioi, Uribe kosta – Txorierri, Ecos de sociedad, Sucesos, Hemendik sariak) • Athletic (Athletic Gu Gara, Plantilla, La tira de Asier, Más deporte) • Política (Euskadi, Estado, Elecciones 20D) • Sociedad (Euskadi, Estado – Mundo, Obituarios, Historias de los vascos, Euskadi y Bizkaia en datos) • Deportes (Fútbol, Baloncesto, Ciclismo, Pelota, Montañismo, Atletismo, Otros deportes, Remo, Futbol7, Vídeos deportivos) • Cultura y Ocio (Cultura, Ocio, Comunicación, Agenda, Internet y ciencia, Rutas, Críticas de cine, Qué mundo, Humor, Saludeia, Motor, Dekogune) • Opinión (Editorial, Cartas al director, Tribuna abierta, Columnistas, Foros, Blogs, La opinión del lector)

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de la página web deia.com

5. Número de visitas (con indicación de la fuente):

Según el EUSTAT, en 2013 y 2014, el *Deia* recibió 59.300 visitas⁵⁸.

6. Número de columnas de la portada de la página web:

El *Deia* posee, como norma general, tres columnas.

Imagen 4.12. Diseño de las columnas en la portada digital del *Deia*



Fuente: Elaboración propia

⁵⁸ Disponible en: <http://www.aimc.es/Entrega-de-resultados-EGM-1%C2%AA-ola,1409.html> [Fecha de consulta: 9 de marzo de 2016].

7. Estructura de la portada digital del periódico online y estructura de las páginas que contienen el texto completo

Si atendemos a la estructura del *Deia*, podemos decir que su portada digital mezcla la división de tres columnas, que hemos visto hasta ahora, con dos columnas. Es decir, en vez de mantener la constante de tres columnas y dos columnas como excepción, el *Deia* mezcla indistintamente su número de columnas. Entendemos, en este sentido, que utiliza las dos columnas para entradas más importantes, ya que el tamaño de la fotografía y del titular es el mayor. Por lo tanto, son las columnas de la izquierda y central las que, en ocasiones, se fusionan, y se forman de noticias de secciones como Política, Sociedad, Bizkaia o Cultura. Mientras que en la columna de la derecha aparecen secciones como Deportes, Opinión, Humor, entradas a blogs, Cultura, encuestas y publicidad.

Por tanto, gran parte de la información que necesitamos en esta investigación nos la ofrecerá tanto la columna de la izquierda como la columna central. Como ocurre en otros diarios digitales, cuanto más arriba esté la noticia en la página web y más grande sea la infografía del titular, más trascendente es, según este diario digital. Estas noticias, por lo general, aparecerán acompañadas de un cintillo, si se esperan más hechos relacionados durante los siguientes días; una fotografía, un video y/o un gráfico y una o varias noticias relacionadas.

Por otra parte, es importante tener en cuenta que un periódico digital se actualiza varias veces al día, lo que hace que su estructura sea modificada según las necesidades de las informaciones nuevas que llegan y las que desaparecen de la portada. Esto sucede tanto si hay como si no hay entradas lo suficientemente importantes como para que las que estaban al comienzo de día desaparezcan, y sean reemplazadas por otras, o se cambie el orden de aparición de alguno de estos elementos (evidentemente todas estas modificaciones se realizan en función de lo que la línea editorial del periódico en cuestión considere importante). Cuando el/la usuario/a accede a la página web, generalmente, puede ver la hora exacta en la que se ha actualizado por última vez (en la parte superior de la misma). En *Deia* esto no ocurre, no aparece la hora de la última actualización. Así pues, no podemos saber cuándo se actualiza. Probablemente, será cuando suceda alguna noticia de última hora importante.

En cuanto a la hemeroteca, permite buscar por fecha desde el año 2014 en adelante. Tras realizar la búsqueda, las entradas aparecen en una lista.

Como vemos, las posibilidades son múltiples, no existe una regla concreta, es decir, para cada forma de estructurar una información existen otras formas diferentes de hacerlo, y se hacen. Es ahí donde radica el interés por el periodismo digital, pero es también lo que lo convierte en algo complejo de analizar.

Una vez que el/la usuario/a accede a la entrada del diario online que quiere conocer más a fondo, se aprecian dos columnas. La columna de la izquierda es más ancha que la de la derecha. Así, la columna de la izquierda posee el texto completo; además del titular; el subtítulo; una fotografía muy pequeña; el nombre o nombres del autor/a de la entrada, el lugar, la fecha, y la hora de la última actualización; el texto; publicidad; noticias relacionadas; y la opción de escribir algún comentario relacionado con la noticia.

En la columna de la derecha se encuentran publicidad; los contenidos referentes al Estado o al mundo; lo más leído y lo más comentado; vídeos, fotos y galerías; blogs; y la última hora.

4.3.2. Selección de las fotografías objeto de estudio

El universo de la investigación se compone de 551 fotografías de prensa (ver ANEXO 8.3.). El total de dichas fotografías ha sido determinado en función de la fecha, de los periódicos y las unidades informacionales seleccionadas, como veremos a continuación. Es necesario tener en cuenta que en esta investigación no hay una muestra de fotografías objeto de estudio. Es decir, hemos tomado para el análisis todas las imágenes que respondían a los criterios metodológicos que exponemos a continuación.

En cuanto a la fecha, tal y como se señaló en el apartado 4.3. *El análisis de contenido en esta investigación*, se ha decidido analizar el periodo que va desde el 1 de junio de 2013 hasta el 31 de mayo de 2014.

En cuanto a los diarios digitales elegidos, y tal y como se ha expuesto en el apartado 4.3.1. *Selección de los periódicos objeto de estudio*, se han elegido cuatro periódicos concretos, los más consultados en Internet de acuerdo a su ámbito (tipo de información que ofrecen y geografía que abarcan):

- a nivel de información generalista y nacional: *El País* y *ABC*;
- a nivel de información generalista y local o autonómico: *El Correo* y *Deia*.

Una vez definidos tanto la fecha como los diarios digitales a analizar, es necesario explicar de acuerdo a qué criterios metodológicos se han seleccionado las entradas o unidades informacionales de los periódicos digitales y las fotografías objeto de estudio. Asimismo, también explicaremos cómo hemos registrado las fotografías, una vez hayamos aplicado los criterios metodológicos correspondientes.

4.3.2.1. Criterios metodológicos para la selección de entradas de periódicos y fotografías

Para elegir las fotografías objeto de estudio nos hemos guiado por las entradas o unidades informacionales de los periódicos digitales. En primer lugar, expondremos a qué hemos denominado entrada o unidad informacional.

Las entradas o unidades informacionales de un periódico son los textos completos que aparecen en los periódicos, es decir, son todos aquellos textos formados por el titular, subtítulo y cuerpo de la noticia, además de la(s) fotografía(s), vídeo(s)... y demás elementos que la compongan. En el caso de la prensa digital, la unidad informacional es toda aquella página web que se muestra al/la lector/a cuando *clica* en uno de los titulares de la portada del medio digital en cuestión.

Como hemos apuntado, todas las imágenes vienen insertas en un texto, el cual puede ser más o menos extenso, en función del género periodístico al que pertenezca. Dicho texto actúa como complemento de las imágenes, incluso en las fotogalerías, en las que las imágenes son las

protagonistas, pero van siempre acompañadas de un pie de fotografía en el que se dan algunos detalles que no pueden extraerse de la contemplación de las imágenes.

Imagen 4.13. Ejemplo de entrada o unidad informacional

The image shows a screenshot of a news article from EL PAÍS. The article is titled "Ni políticos, ni religiosos ni instituciones. Las mujeres decidimos si queremos hijos" and is dated 16 de abril de 2014. The main text discusses a protest in Valladolid against the proposed abortion law, with women demanding the right to decide for themselves. The article includes several photographs: a group of women holding signs, a woman speaking at a podium, and a large crowd of protesters. The article also features a sidebar with related news items and a "MÁS VISTOS EN" section.

Fuente: elpais.es⁵⁹

Tras seleccionar las entradas o unidades informacionales de la forma que detallaremos en el siguiente apartado, procedemos a extraer de ellas todas las fotografías que contienen. En este sentido, no todas ellas serán objeto de estudio ya que, al igual que las entradas o unidades informacionales, deberán cumplir con una serie de criterios metodológicos (apartado 4.3.2.3. *Criterios metodológicos para la selección de las fotografías*). Los criterios metodológicos establecidos para la elección de entradas o unidades informacionales y fotografías son diferentes, principalmente, porque son elementos distintos y no se pueden estudiar con las mismas variables.

⁵⁹ Fuente: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/01/31/actualidad/1391203557_881595.html [Fecha de consulta: 16 de abril de 2015].

De esta forma, para elegir las entradas o unidades informacionales del diario digital que más nos interesan respecto a los objetivos que nos hemos marcado, hemos procedido a mirar día tras día la portada de *El País*, el *ABC*, *El Correo* y *Deia*, durante el 1 de junio de 2013 hasta el 31 de mayo de 2014. Hemos examinado noticias, reportajes, entrevistas, comentarios personales, entradas de blogs y fotogalerías, partes imprescindibles todas ellas en la actualidad de un diario digital. De acuerdo a lo que se exponga en estas entradas, serán seleccionadas o no, siguiendo una serie de criterios que estableceremos a continuación.

Una vez seleccionada una entrada o unidad informacional, la hemos registrado. En este sentido, no hemos registrado tan sólo la imagen sino que hemos recogido la información básica que nos pueda hacer falta para entender con mayor precisión la imagen. Explicaremos más detalladamente el registro de las imágenes objeto de estudio más adelante.

A continuación, explicaremos, en primer lugar, los criterios metodológicos establecidos para elegir las entradas o unidades informacionales y, en segundo lugar, los criterios metodológicos para seleccionar las imágenes dentro de dichas entradas.

4.3.2.2. Criterios metodológicos para la selección de las entradas o unidades informacionales

Al comienzo de este apartado hemos apuntado que en esta investigación no hay muestra, sino que se han seleccionado todas las entradas o unidades informacionales que responden a una serie de criterios. Así, si nuestro objetivo principal es analizar las reivindicaciones y las acciones colectivas que llevan a cabo las mujeres y los colectivos tradicionalmente oprimidos por defender sus derechos a través de las imágenes de prensa, debemos seleccionar las entradas que sean representativas de nuestro objetivo, y dejar fuera las que no tengan nada que ver con él. En este sentido, hemos establecido unos criterios que nos permiten seleccionar las entradas que podemos analizar y desechar las que no.

Como ya hemos expuesto, cuando hablamos de entradas o unidades informacionales, nos referimos a todos aquellos textos de los diarios digitales formados por el titular, subtítulo y cuerpo de la noticia, además de la fotografía, vídeo... y demás elementos que la compongan.

A continuación, exponemos los criterios metodológicos para la selección de las unidades informacionales:

1. Se han analizado entradas o unidades informacionales en las que se reivindican derechos de las mujeres y de otros colectivos tradicionalmente oprimidos desde una perspectiva feminista, es decir, que se reivindiquen los derechos de las mujeres y de otros colectivos tradicionalmente oprimidos para conseguir unos derechos que no se han alcanzado o que necesitan ser ampliados, mejorados o simplemente ejercidos en el día a día. Además de analizar entradas en las que se reivindiquen los derechos de las mujeres y de colectivos tradicionalmente oprimidos en general, también hemos examinado los periódicos objeto de estudio en busca de unidades informacionales en las que se busque reivindicar los derechos de personas que tradicionalmente hayan sido oprimidas por razón de raza, orientación sexual, religión... desde una perspectiva feminista. Teniendo en cuenta ambas consideraciones, sostenemos que tanto el sexo como categorías interseccionales como la raza, la orientación e identidad sexual o de género, la religión, etc., interactúan entre ellas dando lugar a discriminaciones múltiples (Platero, 2012: 23).
2. Se han elegido aquellas entradas en la que se reivindican los derechos de las mujeres o de personas que pertenezcan a colectivos tradicionalmente oprimidos desde una perspectiva feminista. Consideramos que una unidad informacional de un periódico tiene perspectiva feminista cuando busca sacar a la luz y reivindicar las situaciones de desigualdad que viven las mujeres, así como las personas que pertenezcan a colectivos tradicionalmente oprimidos. Asimismo, es parte inequívoca de la perspectiva feminista impulsar a las sociedades hacia la transformación y a terminar con la dominación y la opresión vengán éstas de donde vengán (Fraser, 1990: 49).
3. La reivindicación debe aparecer de forma explícita bien en el titular o en el subtítulo o bien en el cuerpo de la entrada digital.
4. En el caso de aquella entrada en la que con el titular y con el subtítulo no se pueda saber con rotundidad si se refiere a alguna reivindicación feminista de los derechos de las mujeres o de colectivos tradicionalmente oprimidos, se ha accedido al texto completo de la misma para buscar dicha reivindicación.

5. Se han analizado las entradas que aparecen en la portada digital de los cuatro medios digitales. Para ello se ha utilizado la hemeroteca de cada medio digital⁶⁰.
6. Se han analizado aquellas entradas compuestas por una fotografía o más y el cuerpo de la noticia (no se han analizado ni videos ni gráficos). Como explicaremos más adelante, estudiaremos los *frames* de video que cumplan el papel de las fotografías.
7. Si en la entrada se hace referencia a una reivindicación realizada fuera del periodo de la muestra (es decir, del 1 de junio de 2013 al 1 de enero de 2014), dicha entrada no se ha seleccionado. Por el contrario, sí se ha seleccionado si en el texto se justifica que se está llevando a cabo alguna reivindicación en la actualidad, y si dicha reivindicación tiene sentido en el contexto histórico actual. Por ejemplo, se seleccionará una entrada si en ella se explica que, hoy en día, se ha organizado una exposición de fotografías de los años 70 que tenían como objetivo mostrar el papel de las mujeres en la sociedad. Asimismo, en el texto debe justificarse que el rol de las mujeres en los años 70 tiene todavía que ver con el que cumplen actualmente las mujeres.
8. Si la entrada hace referencia a una reivindicación realizada como consecuencia de un acto discriminatorio para el conjunto de las mujeres o de colectivos tradicionalmente oprimidos, dicha entrada sólo se ha seleccionado si el acto ocurrió dentro del periodo de la muestra.

Tras analizar los cuatro periódicos digitales, podemos concluir que, de acuerdo con los criterios, las entradas o unidades informacionales formadas por noticias, reportajes, entrevistas, comentarios personales y fotogalerías, en la fecha seleccionada, asciende a 346. A continuación, en la siguiente tabla, dividimos el número total de unidades informacionales por periódico digital:

⁶⁰ Como hemos apuntado al comienzo de este capítulo, este criterio no se ha podido llevar a cabo en los cuatro diarios digitales debido a las normas de cada hemeroteca. Cuando comenzamos a buscar las entradas o unidades informacionales, descubrimos que las hemerotecas del ABC y de Deia tenían unas reglas concretas: en el caso del ABC, su hemeroteca no guardaba (en aquel momento) sus entradas online, sino que guardaba lo que publicaba en papel, en formato pdf. Por lo tanto, la única salida fue revisar todos los periódicos de la edición escrita en formato pdf para buscar aquellas entradas que nos interesaban. En el caso de Deia, éste tan sólo guardaba (en aquel momento) en su hemeroteca los datos digitales de los últimos dos años. Cuando procedimos a realizar la búsqueda en su hemeroteca, descubrimos que faltaban cuatro meses del periodo que nos habíamos marcado (de junio a septiembre de 2013). Por lo tanto, la única salida fue acudir a una hemeroteca y revisar las ediciones escritas del *Deia* (en soporte DVD).

En segundo lugar, el siguiente problema vino como consecuencia del anterior. Es decir, teníamos una mayoría amplia de entradas objeto de análisis que venían de una fuente digital pero otras tantas venían de la edición en papel. Por lo tanto, algunas categorías de análisis diseñadas en un principio únicamente para lo digital, no podían ser analizadas porque en las entradas extraídas de la edición en papel no tenían sentido. Entre esas categorías que tuvimos que desechar estaba, por ejemplo, si aparecía o no una fotografía en la portada o el lugar que ocupaba ésta (y la noticia a la que complementaba) en la portada digital del medio en cuestión y, unido a esto, la relevancia que el medio otorgaba a dicha noticia.

Tabla 4.7. Número de unidades informacionales a analizar por periódico	
	Nº de unidades informacionales (de junio de 2013 a mayo de 2014)
<i>El País</i>	169
<i>ABC</i>	41
<i>El Correo</i>	90
<i>Deia</i>	46
Total	346

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 4.7. se han analizado 364 entradas o unidades informacionales. De las cuales, 169 pertenecen a *El País*, 41 al *ABC*, 90 a *El Correo* y 46 a *Deia*.

Tras conocer los criterios metodológicos que hemos utilizado para seleccionar las entradas o unidades informacionales, expondremos los criterios metodológicos para la selección de las fotografías.

4.3.2.3. Criterios metodológicos para la selección de las fotografías

Una vez explicados los criterios que utilizaremos para seleccionar las entradas o unidades informacionales de *El País*, *ABC*, *El Correo* y *Deia*, es necesario hacer lo propio con el grupo de datos a analizar, las fotografías. Los criterios de elección de las imágenes son los siguientes:

1. Se han analizado las fotografías que aparecen en las unidades informacionales⁶¹ seleccionadas bajo los criterios descritos en el apartado anterior. Algunas de las imágenes se han suprimido si no han cumplido con los criterios metodológicos que describiremos a continuación.
2. Se han analizado las fotografías en las que aparecen personas (no paisajes), aunque no aparezcan de cuerpo entero ni se les vea el rostro (a pesar de que entendemos que éste es el que permite identificar a las personas). Es decir, se aceptarán aquellas imágenes que sean de un plano detalle (manos, espalda, pies...).
3. Se han analizado los *frames* de videos que cumplen el objetivo de fotografías. Los *frames* de videos son aquellas imágenes fijas extraídas de los vídeos. “Esta modalidad [*frames* de videos] se tiene en cuenta porque refleja los cambios de los medios de comunicación convencionales en su paso a la red y a la vez porque los *frames* en estas webs operan como sucedáneos de la fotografía, marcando una evolución tecnológica determinada y un cambio en el acto de representación” (Lister, 2007; visto en Villa, 2008: s.n.).
4. Se han analizado aquellas imágenes cuya fecha de realización está fuera del periodo de selección de la muestra, siempre que el texto que las acompaña justifique que dichas imágenes están siendo utilizadas en la actualidad para realizar una reivindicación que está vigente.

Tras analizar las entradas seleccionadas de los cuatro periódicos digitales, podemos concluir que, de acuerdo con los criterios, el número de fotografías a analizar asciende a 551. A continuación, exponemos en la tabla los diarios digitales seleccionados, divididos por número de unidades informacionales y fotografías, así como el total de cada una de ellas.

⁶¹ Recordemos que las unidades informacionales son los textos completos que aparecen en los periódicos, es decir, todos aquellos textos formados por el titular, subtítulo y cuerpo de la noticia, además de las fotografías, videos, gráficos,... y demás elementos que la compongan. En el caso de la prensa digital, la unidad informacional es toda aquella página web que se muestra a la persona que la lee cuando *clica* en el titular de la portada del medio digital en cuestión.

Tabla 4.8. Número de unidades informacionales y de imágenes a analizar por periódico		
	Nº de unidades informacionales	Nº de fotografías
<i>El País</i>	169	312
<i>ABC</i>	41	65
<i>El Correo</i>	90	108
<i>Deia</i>	46	66
Total	346	551

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 4.8., se han analizado 551 fotografías distribuidas en 346 entradas o unidades informacionales. Del total de fotografías analizadas, 312 pertenecen a *El País*, 65 al *ABC*, 108 a *El Correo* y 66 a *Deia*.

A continuación, tras establecer los criterios para la elección de las entradas o unidades informacionales, explicaremos cómo hemos registrado las fotografías.

4.3.2.4. Registro de las fotografías objeto de estudio

Tras extraer de las unidades informacionales las imágenes que cumplen nuestros criterios metodológicos, las hemos registrado en documentos Word para analizarlas posteriormente imagen por imagen. Hemos realizado un documento Word para cada periódico. En el interior de cada documento, las imágenes se encuentran divididas por meses.

A cada entrada o unidad informativa le corresponde una tabla en la que se han incluido todas las imágenes que aparecen en la misma (ver ANEXO 8.3.). Sin embargo, hemos creído conveniente no registrar exclusivamente la imagen o las imágenes que conforman la unidad informativa, sino plasmar también, junto a ellas, la información básica que nos permita identificar cada imagen. Dicha información básica es la siguiente: el número de la unidad informativa (en cada mes las unidades informacionales empiezan a partir del número 1); la fecha; el titular y el subtítulo; las imágenes; los pies de fotografía (y la fuente de la imagen, si aparece); y, por último, el total de fotografías que aparecen en la unidad informativa.

He aquí un ejemplo de cómo hemos registrado la unidad informativa aparecida el 2 de junio de 2013 en *El País* y cuyo titular es *Noche de ruido y divas en Londres*⁶²:

Tabla 4.9. Ejemplo del registro de fotografías de acuerdo con la unidad informativa a la que pertenecen	
3.	2 JUN
Noche de ruido y divas en Londres	
Beyoncé, Salma Hayek y Frida Giannini organizan un macroconcierto por los derechos de las mujeres	
	
Pie de foto: (1) Beyoncé, en el concierto The Sound of Change. / wireimage (2) Salma Hayek, Frida Giannini y Beyoncé, antes del concierto. / getty	
Total de fotos: 2	

Fuente: Elaboración propia

⁶² Fuente: http://elpais.com/elpais/2013/06/02/gente/1370127213_349005.html [Fecha de consulta: 29 de agosto de 2016].

4.3.3. Sistema de variables y de categorías de análisis

Como ya hemos apuntado, la pieza clave del análisis de contenido es el sistema de categorización y codificación. Una vez determinadas las fechas, los periódicos digitales y las fotografías objeto de estudio, hemos delimitado unas variables y unas categorías de análisis que nos han permitido extraer toda la información que nos ha interesado de las imágenes en cuestión.

Como ya adelantábamos en el apartado 4.2.2. *Cómo hacer el análisis de contenido en imágenes de prensa*, en primer lugar, estableceremos las áreas de análisis generales; en segundo lugar, desarrollaremos las variables de cada área de análisis (a las que se les adjudicarán unas siglas). En tercer lugar, a cada variable, a su vez, le asignaremos una serie de categorías (a las que se les dará un código numérico, del 1 en adelante). Tanto las áreas de análisis, como las variables y categorías se definirán a continuación.

4.3.3.1. Áreas de análisis generales

Teniendo en cuenta los datos que queremos extraer de las imágenes hemos dividido el sistema de categorías en cuatro áreas de análisis. La función de estas áreas no es más que clasificar y precisar cada grupo de categorías, ya que cada uno de ellos ofrece un tipo de información. Por lo tanto, las áreas de análisis son las siguientes:

1. Identificación e información descriptiva de la fotografía
El objetivo es identificar la fotografía a través de los datos básicos de la misma, por ejemplo, a qué periódico pertenece, la fecha en la que apareció, el subgénero periodístico al que pertenece etc.
2. Atributos biográficos de la fotografía
Una vez identificada la fotografía, se ofrecerán datos más específicos para conocer detalles del papel que ocupa en el periódico. Por ejemplo, la autoría de la imagen, los posibles elementos adicionales que pueda contener, la tipología de la imagen...
3. Mensaje plástico
Esta área de análisis nos permitirá saber los detalles técnicos de la fotografía, entre los que están la luz y los tipos de planos y de ángulos.
4. Mensaje denotado
Esta área de análisis hace referencia a lo que se ve en la fotografía, aunque no sólo. También nos ayudaremos del texto que está alrededor de la imagen para extraer la información que necesitamos, por ejemplo, el lugar en el que se ha sacado la fotografía; la cantidad, el sexo y la edad de las personas que aparecen reivindicando en la imagen; la reivindicación; la acción colectiva...

4.3.3.2. Variables y categorías de análisis

En el seno de cada área de análisis definida en el apartado anterior, hemos determinado una serie de variables que nos ha permitido extraer la información que deseamos obtener de acuerdo a los objetivos marcados. Cada variable tiene unas siglas asignadas (veremos su función más adelante). A su vez, cada variable tiene todas las categorías posibles en su interior, que varían de fotografía en fotografía. Asimismo, cada una de ellas tiene un número asignado (del 1 en adelante).

En la siguiente tabla, observamos cómo se llevará a cabo la exposición de las variables y categorías:

Tabla 4.10. Ejemplo del desarrollo de las variables y categorías de análisis
1. Nombre del área de análisis general
1.1. Nombre de la variable (siglas): definición
Código 1: Nombre de categoría: definición

Fuente: Elaboración propia

A continuación, siguiendo el ejemplo de la tabla 4.10, detallaremos las áreas de análisis, las variables y las categorías:

1. Identificación e información descriptiva de la fotografía:

1.1. Periódico en la que aparece (P.): ¿a qué periódico digital pertenece la fotografía?

Código 1: *El Correo*

La fotografía pertenece a *El Correo*.

Código 2: *Deia*

La fotografía pertenece al *Deia*.

Código 3: *ABC*

La fotografía pertenece al *ABC*.

Código 4: *El País*

La fotografía pertenece a *El País*.

1.2. Fecha de la noticia en la que aparece (F.): ¿cuándo apareció la fotografía en prensa? En este caso, la fecha no será codificada, aparecerá en formato de fecha (dd/mm/aaaa) tanto en el documento de Excel como en el de SPSS.

1.3. Subgénero periodístico en el que aparece la imagen (T.I.A.): como hemos visto en el apartado 2.3.2.1.5. *Los géneros periodísticos de los periódicos digitales*, los géneros periodísticos son distintas formas de expresión lingüística relacionadas con informaciones de actualidad y destinadas a ser difundidas a través de los medios de comunicación

(Armentia et. al., 2000: 175). Además, las características específicas de cada género hacen que el/la lector/a adopte una posición intelectual determinada ante el texto (Díaz, 2005: 146).

Los géneros periodísticos pueden ser informativos (noticias y fotogalerías), interpretativos (reportaje), dialógicos (entrevistas) o de opinión (comentario personal) (Díaz, 2005: 150).

En este caso, lo que nos interesa saber es el subgénero periodístico en el que está inserta la fotografía, por ejemplo, en una noticia, en un reportaje, en una entrevista...

Código 1: Noticia

La noticia es un escrito publicado en periódicos sobre hechos de interés público sin que contengan opinión ni interpretación (Yanes, 2010: 44).

Código 2: Reportaje

El reportaje es un trabajo que profundiza en las interioridades de una noticia, en las causas y en las consecuencias de algún acontecimiento de actualidad, e investiga aspectos desconocidos a partir de testimonios confidenciales (aunque no sólo) o a través de la búsqueda de datos (Yanes, 2010: 195).

En ocasiones, los reportajes son conjuntos de varios testimonios, además del análisis más o menos extenso del/a periodista. En esta investigación es este hecho, precisamente, el que diferencia al reportaje de la entrevista: en el primero, se entrevista o se recogen los testimonios de más de una persona, además del análisis que hace el/la periodista; en el segundo, tan sólo se entrevista a una persona (puede ser el/la propio/a entrevistado/a la que haga el análisis pero no el/la periodista).

Código 3: Entrevista

La entrevista es el texto resultante de un diálogo dirigido entre el/la periodista y la(s) persona(s) entrevistada(s). Consideramos entrevista tanto el formato típico de preguntas y respuestas (reproducción fiel de las palabras), como entrecuillar algunas respuestas en un texto creativo (Yanes, 2010: 81-82), y/o utilizar el estilo indirecto en algunas de esas respuestas (suelen aparecer ambas formas combinadas). En la entrevista el/la periodista no realiza ninguna reflexión por sí mismo, sino que se dedica simplemente a plasmar las palabras de otra(s) persona(s).

Código 4: Comentario personal

El comentario personal es aquel en el que el/la autor/a da una opinión sobre una experiencia personal, una noticia etc. No es un editorial porque no lo escribe el/la director/a del medio ni una persona con un cargo relevante del mismo, sino una persona anónima o periodista del medio. Se distingue, generalmente, por estar escrito en primera persona.

Código 5: Fotogalería

La fotogalería se compone de un grupo de imágenes sobre una misma temática. Va acompañada de un pie de fotografía para que aporte más información a las fotografías que la componen.

- 1.4. Sección a la que pertenece la entrada o unidad informacional (S.E.): Se hará referencia a la sección del diario en la que se incluye la fotografía. Como sabemos, la fotografía está inserta en un texto escrito, salvo en el caso de las fotogalerías, y ese texto escrito pertenece a una sección que el propio diario establece. Por lo tanto, en este caso,

recogeremos la información que nos ofrece el periódico. Algunas secciones son las mismas en todos los diarios; otras, en cambio, cambian o se añaden debido, en nuestro caso, al ámbito geográfico que aborda cada periódico.

En el caso de las fotogalerías, a pesar de no estar en un texto escrito, el periódico también las incluye en una sección concreta.

Cuando en el título de las subcategorías aparece más de un término es porque, cada medio analizado, denomina a una misma sección de diferente manera. Por ejemplo, en la sección Internacional/Mundo/Mundua nos hemos referido a las tres formas distintas que utilizan los medios para designar a aquella sección que recoge hechos internacionales. En este sentido, hemos agrupado las imágenes en aquellas secciones que recogen los mismos tipos de entradas, y hacemos constar los nombres que les otorgan cada medio (siempre que sea diferente del ya dado).

Código 1: Internacional/Mundo/Mundua

La sección Internacional recoge la información referente a países que no son España.

Código 2: Economía

La sección Economía recoge la información referente al mundo empresarial y comercial del país a territorio al que pertenece el periódico.

Código 3: Política

La sección Política recoge la información referente a la actualidad política del país a territorio al que pertenece el periódico.

Código 4: Sociedad/Gizartea

La sección Sociedad recoge la información referente a los sucesos ocurridos en el país a territorio al que pertenece el periódico.

Código 5: Blog

La sección Blog recoge las publicaciones, de carácter personal, de ciertas personas, que trabajan o no en el medio en cuestión, pero que tienen relación con el mismo.

Código 6: Gente/Estilo/Moda/Gente&Estilo/Gente y TV

La sección Gente/Estilo/Moda/Gente&Estilo recoge la información referente a personas famosas (cantantes, actores o actrices...) y a algún hecho que les haya ocurrido; así como los datos referentes a los usos de la ropa y los complementos que hacen dichas personas.

Código 7: Opinión/Iritzia

La sección Opinión recoge la información referente a los pareceres de las personas que trabajan en el periódico.

Código 8: Cultura/Kultura

La sección Cultura recoge la información referente a temas culturales, como teatro, cine, música, bellas artes, radio, libros... Recoge acontecimientos nacionales e internacionales.

Código 9: Deportes

La sección Deportes recoge la información referente a temas deportivos en general.

Código 10: Televisión/Televisión y Radio

La sección Televisión recoge la información referente al mundo televisivo (contenidos, actores y actrices, presentadores/as...).

Código 11: Tecnología

La sección Tecnología recoge la información referente a los avances tecnológicos en general.

Código 12: Planeta Futuro

La sección Planeta Futuro es una sección concreta de *El País*. Según la página web del periódico, es un portal sobre desarrollo global humano sostenible y Objetivos del Milenio. Su objetivo es enriquecer el debate político y social sobre estos retos y dar la visión de expertos/as sobre cómo abordar el desarrollo humano desde ámbitos tan distintos como la economía, la salud, la educación, los derechos humanos o las políticas de género⁶³.

Código 13: Ciencia

La sección Ciencia recoge la información referente a investigaciones y avances científicos, tanto de ámbito nacional como internacional.

Código 14: Suplementos

La sección Suplementos recoge la información referente a las publicaciones que se han incluido en un suplemento del periódico. En la prensa escrita, estas publicaciones se encontraban en una revista a parte del diario. En la prensa digital, en cambio, se incluyen en un lugar concreto de la propia portada de la página web, bajo un epígrafe con el nombre del suplemento.

Código 15: Cataluña

La sección Cataluña recoge la información referente a los hechos noticiosos ocurridos en la provincia de Cataluña.

Código 16: Madrid

La sección Madrid recoge la información referente a los hechos noticiosos ocurridos en la provincia de Madrid.

Código 17: País Vasco

La sección País Vasco recoge la información referente a los hechos noticiosos ocurridos en la provincia del País Vasco.

Código 18: Más actualidad

La sección Más actualidad recoge la información referente a los hechos noticiosos ocurridos fuera de la provincia del País Vasco.

Código 19: Local

La sección Local recoge la información referente a los hechos noticiosos ocurridos en la provincia del País Vasco.

Código 20: Ocio

La sección Ocio recoge la información referente a los hechos noticiosos ocurridos que tienen que ver con las actividades que se pueden hacer en el tiempo libre.

Código 21: Portada

La sección Portada recoge la información referente a los hechos noticiosos que el diario incluye desde el momento de su publicación en la portada del mismo.

Código 22: Bizkaia

La sección Bizkaia recoge la información referente a los hechos noticiosos ocurridos en esta provincia vasca.

Código 23: Agenda

La sección Agenda recoge la información referente a las previsiones (generalmente, culturales) que se llevarán a cabo en cada jornada dentro del ámbito local, nacional o internacional, indicando lugar y hora.

⁶³⁶³ Más información disponible en: http://elpais.com/elpais/2014/01/15/planeta_futuro/1389826297_972956.html [Fecha de consulta: 30 de septiembre de 2016].

Código 24: Enfoque

Enfoque es una sección del diario ABC que ofrece a los/as lectores/as las imágenes y los rostros de actualidad, acompañadas de comentarios informativos y editoriales. Esta sección es una versión renovada de páginas gráficas que ABC inventó hace 75 años⁶⁴.

Código 25: España

La sección España recoge la información referente a los hechos noticiosos ocurridos en el Estado español.

Código 26: Familia

La sección Familia, que aparece únicamente en el periódico ABC, recoge la información referente a los hechos noticiosos que tienen que ver con aspectos familiares.

Código 27: Videos

La sección Videos recoge videos.

2. Atributos biográficos de la fotografía:

2.1. Autoría (A): esta subcategoría responde a la pregunta: ¿qué o quién tomó la fotografía? La autoría de la fotografía se define en torno a la información que ofrece su pie de fotografía. En este caso, nos interesa conocer el sexo de la persona que saca la imagen pero en muchas ocasiones el pie de fotografía no ofrece esa información. Por tanto, en las ocasiones en las que no se puede saber si la imagen ha sido generada por un hombre o una mujer, nos fijaremos de dónde viene la imagen, por ejemplo, de una agencia de fotografías, del archivo del propio periódico, de internet...

Código 1: Hombre

Se refiere al sexo de la persona que hace la fotografía. En este caso, podremos saber si es un hombre porque aparecerá el nombre propio en el pie de foto. Como norma general, esta persona trabajará para el Departamento fotográfico del periódico o para una agencia de fotografías. Generalmente, si sólo aparece el nombre y los apellidos de la persona que hace la fotografía, ésta trabajará para el periódico; mientras que, si trabaja para una agencia, entre paréntesis, aparecerá el nombre de dicha agencia.

Código 2: Mujer

Se refiere al sexo de la persona que hace la fotografía. En este caso, podremos saber si es una mujer porque aparecerá el nombre propio de la persona que ha hecho la fotografía. Como norma general, esta persona trabajará para el Departamento fotográfico del periódico o para una agencia de fotografías. Generalmente, si sólo aparece el nombre y los apellidos de la persona que hace la fotografía, ésta trabajará para el periódico; mientras que, si trabaja para una agencia, entre paréntesis, aparecerá el nombre de dicha agencia.

Código 3: Hombre y mujer

En ocasiones, puede ocurrir la fotografía haya tanto por un hombre como por una mujer, ambos trabajadores del periódico o de una agencia de fotografía.

Código 4: Agencias de fotografía/videos

⁶⁴ Información extraída de la página web del ABC. Disponible en: http://www.abc.es/hemeroteca/historico-12-04-2008/abc/TVyRadio/enfoque-abc-se-reinventa-75-a%C3%B1os-despues_164178865106_7.html [6 de junio de 2016].

Las agencias de fotografías y videos son aquellos organismos que recogen imágenes y videos de su ámbito de actividad, las tratan y las envían a los medios de comunicación (periódicos, televisiones, revistas...).

Código 5: Servicio de archivo y documentación del periódico, y capturas de videos grabados por el periódico.

En ocasiones, los medios utilizan fotografías que tienen en sus archivos. También puede ocurrir que el medio grabe un video y lo cuelgue, a modo de *frame* de video, como si fuera una fotografía (ver variable “Elementos multimedia adicionales de la fotografía”). Cuando esto ocurre, aparece el nombre del periódico en el pie de página.

Código 6: Redes sociales (*Twitter, Facebook, Instagram...*), páginas web propias de la(s) persona(s) protagonista(s) de la unidad informacional o páginas web especializadas en emisiones de videos (*Youtube...*)

Las imágenes pueden ser extraídas de internet, por ejemplo, de redes sociales (*Twitter, Facebook, Instagram...*), de páginas web propias de la(s) persona(s) protagonista(s) de la unidad informacional o páginas web especializadas en emisiones de videos (*Youtube...*)

Código 7: Otras

Centros específicos de fotografía, museos, centros en los que realizan conferencias; capturas de televisión (programas de televisión, series, cine, documentales...), siempre que no tengan el nombre del periódico; organismos oficiales, institucionales y/o políticos; empresas comerciales o grupos de comunicación (*Mediaset España, Grupo Atresmedia...*).

Código 8: No se especifica

Cuando en el pie de página no se especifica de qué fuente viene la fotografía.

- 2.2. Elementos multimedia adicionales de la fotografía (E.A.): además de la fotografía objeto de análisis, ¿hay en la unidad informacional más elementos audiovisuales (videos, gráficos, pantallazos de mensajes de redes sociales...)?

Código 1: No, sólo la fotografía principal

En la unidad informacional tan sólo hay una imagen.

Código 2: Otra(s) fotografía(s) además de la principal

En la unidad informacional hay más de una fotografía.

Código 3: Fotografía(s) y video(s)/Frame de video (o fotograma)

En la unidad informacional podemos encontrar, por una parte, una combinación de una o varias fotografías y uno o varios videos, además del texto. Por otra parte, también podemos encontrar uno o varios frames de videos que suplen a las fotografías. Los frames de videos son aquellas imágenes fijas extraídas de los vídeos. “Esta modalidad [frames de videos] se tiene en cuenta porque refleja los cambios de los medios de comunicación convencionales en su paso a la red y a la vez porque los frames en estas webs operan como sucedáneos de la fotografía, marcando una evolución tecnológica determinada y un cambio en el acto de representación (Lister, 2007: 265)” (visto en Villa, 2008: s.n.).

Código 4: Otros

En la unidad informacional encontramos fotografías combinadas con otros elementos, por ejemplo, gráficos, con pantallazos de páginas de internet, ilustraciones...

- 2.3. Campo reivindicativo al que se refiere la fotografía (C. R.): dado que estamos analizando las reivindicaciones feministas, la fotografía debe hacer referencia a algún tipo de reivindicación. En este sentido, ¿hacia qué ámbito se orienta la reivindicación de la fotografía (hacia el campo de la familia, de la educación, de los derechos laborales...)?

Código 1: Campo del feminismo

Se hace referencia abierta, clara y específicamente al feminismo, a su situación, a los debates que genera... Es necesario aclarar que, pese a que las reivindicaciones que se incluyen en los campos que se definen a continuación también las consideramos feministas, en este caso nos referimos a cuando se habla (en el texto escrito) de feminismo de forma explícita.

Código 2: Campo de la salud sexual y reproductiva

Se hace referencia a los derechos en torno a una vida sexual segura y satisfactoria; derecho al aborto; derecho a la información y acceso a métodos de regulación de la fertilidad seguros, eficaces y asequibles; derecho a disponer de servicios accesibles de planificación familiar y salud pública...

Código 3: Campo familiar

Se hace referencia a los derechos para las mujeres o de colectivos tradicionalmente oprimidos en el ámbito de la familia, incluyendo el reparto equitativo de tareas, la desaparición de los roles tradicionales en el hogar...

Código 4: Campo laboral

Se hace referencia a los trabajos y/o empleos que desempeñan mayoritariamente las mujeres y de los colectivos tradicionalmente oprimidos, su situación laboral, sus derechos laborales, la igualdad salarial, la discriminación, el acoso, la división sexual del trabajo, el trabajo doméstico, el liderazgo, las experiencias profesionales y todo lo relacionado con el desempeño de sus tareas laborales.

Código 5: Campo de la vida política

Se hace referencia a la representación política de las mujeres o de los colectivos tradicionalmente oprimidos, sus roles, liderazgo, consideración de los cargos que ocupan o su participación en actividades de carácter político.

Código 6: Campo educativo

Se hace referencia a la educación de las mujeres o de los colectivos tradicionalmente oprimidos, a su preparación, a la educación y al lenguaje no sexista, a la coeducación, al currículo de las escuelas...

Código 7: Campo de la igualdad de derechos plenos en general

Se hace referencia a los derechos humanos de las mujeres y de los colectivos tradicionalmente oprimidos, es decir, a aquellas injusticias específicas que sufren las mujeres por el simple hecho de ser mujeres y que suponen y han supuesto históricamente una vulneración sistemática de derechos. Entre estos derechos están el derecho a una vida sin violencia, a la libertad individual, prostitución, tráfico de mujeres, explotación, violación, pornografía, pobreza, mutilación genital femenina...

También se han incluido en este campo aquellas reivindicaciones que se refieren a la igualdad de las personas en general, sin especificar un derecho concreto.

Código 8: Campo de la libertad de orientación e identidad sexual

Se hace referencia a la lucha por los derechos de las personas homosexuales, transexuales... para lograr unas condiciones de igualdad real respecto a las personas heterosexuales.

Código 9: Campo de la cultura

Se hace referencia a la lucha por conseguir una cultura artística no machista. Dicha cultura abarca ámbitos tales como la fotografía artística, las producciones audiovisuales (cine, series de televisión, documentales, música...), la pintura, la moda...

Código 10: Otros

Se hace referencia a la lucha por otro tipo de derechos como pueden ser la situación de las mujeres en el deporte, la coyuntura de las mujeres presas...

2.4. Tipología de la fotografía (T.I.P.): La distinción entre los tipos de imágenes se realiza dependiendo de la información que ofrecen al/la lector/a y de la función que ocupa en la unidad informacional. Los tipos de fotografía son los siguientes:

Código 1: Fotografía como noticia

La fotografía como noticia es aquella que por su calidad informativa tiene capacidad para convertirse en noticia por sí misma (Abreu, 2007: 147). Asimismo, recoge todos los componentes visuales de la noticia para dar el máximo posible de información.

Código 2: Fotografía documental

La fotografía documental “registra el testimonio histórico y comprueba los hechos (...) Igualmente, proporciona realismo y credibilidad” (Abreu, 2007: 147). La fotografía documental funciona como testigo de una realidad histórica.

Código 3: Fotografía simbólica

La fotografía simbólica, según Carlos Abreu (2007: 147), que a su vez cita a Mariano Cebrián, se define como aquella fotografía que pierde capacidad informativa para constituirse en un símbolo universal de una realidad, o como elemento comparativo o metafórico de situaciones, debates, debates sociales...

Código 4: Fotografía ilustrativa

La fotografía ilustrativa se utiliza para romper la monotonía del texto, como recurso estético, pero sin apenas carga informativa. De hecho, a veces no tiene vinculación directa con el texto (Abreu, 2007: 148).

Código 5: Retrato fotográfico informativo

La función del retrato fotográfico informativo es identificar a las personas protagonistas del texto escrito.

3. Mensaje plástico:

3.1. Luz (L): nos interesa saber si las imágenes han sido realizadas con luz artificial, lo cual indicaría que se han realizado en el interior de algún lugar, o con luz natural, lo cual indicaría que se han realizado en el exterior.

Código 1: Luz natural/Exterior

La imagen ha sido realizada con luz natural del exterior.

Código 2: Luz artificial/Interior

La imagen ha sido realizada con luz artificial del interior.

Código 3: No se aprecia

No se aprecia que luz se ha utilizado.

- 3.2. Tipos de planos (P.L.): los planos fotográficos son el resultado del encuadre o el punto de vista desde el que se realiza la fotografía. Los planos pueden ser de distintos tipos según la posición desde la que se ha realizado la fotografía.

Código 1: Plano general

Es aquel plano de cuerpo entero. Normalmente, sirve para situar a la(s) persona(s) que aparece(n) en la imagen, por lo tanto, también ofrece información sobre el contexto en el que se realiza la fotografía.

Código 2: Plano americano

Es un plano también llamado tres cuartos, es decir, desde la mitad de los muslos hacia arriba.

Código 3: Plano medio-largo

Es aquel plano que va desde debajo de la cintura hacia arriba.

Código 4: Plano medio

Es aquel plano que va desde la cintura hacia arriba.

Código 5: Plano medio corto

Es aquel plano que va desde debajo del pecho hacia arriba. Con este plano se pretende focalizar la atención en la(s) persona(s) que aparece(n) en la imagen, descontextualizándola(s) de su entorno.

Código 6: Primer plano

Es aquel plano que va de los hombros hacia arriba. Este plano sirve para mostrar confianza e intimidad respecto a la(s) persona(s) que aparece(n) en la imagen.

Código 7: Primerísimo plano

Es un plano de la cabeza, sin el cuello. Debido a que la cámara se encuentra cada vez más cerca de la(s) persona(s) que aparece(n) en la imagen, este plano se utiliza, al igual que el anterior, para mostrar confianza e intimidad.

Código 8: Plano detalle

Es aquel plano que recoge una parte concreta del cuerpo, por ejemplo, una mano, los ojos, los labios... También entenderemos como plano detalle cuando la cámara se centre en una parte del cuerpo, por muy amplia que esta sea, pero que no aparezca la cabeza de la persona protagonista.

- 3.3. Tipos de ángulos (Á.N.): el ángulo en una fotografía se refiere a la altura a la que se coloca la cámara fotográfica en relación al sujeto que se pretende fotografiar. En función de la angulación, el punto de vista de la escena podría cambiar haciendo que el/la lector/a vea la imagen de una forma que no es habitual, y tenga sensaciones diferentes.

Código 1: Horizontal o normal

Ángulo normal, es decir, paralelo al suelo. Este ángulo ofrece sensación de tranquilidad, ya que es el mismo ángulo desde el que observamos el mundo. También ofrece una sensación

de igualdad debido a que la persona que saca la fotografía se sitúa al mismo nivel que el sujeto que refleja.

Código 2: Picado

Ángulo de arriba abajo; refleja situación de inferioridad, vulnerabilidad o debilidad del objeto de la fotografía. Esto es, al contrario que el ángulo horizontal, la persona que realiza la imagen se sitúa en un ángulo superior respecto al objeto que aparece en ella.

Código 3: Contrapicado

Ángulo de abajo arriba; refleja una situación de superioridad o de una posición dominante respecto al objeto/sujeto de la fotografía. Esto es, la persona que realiza la imagen se sitúa en un ángulo inferior respecto a lo que aparece en ella.

Código 4: Otros

Se han incluido otro tipo de ángulos que no sean ninguno de los anteriores, por ejemplo, el ángulo cenital (cuando la cámara se sitúa en un ángulo perpendicular a los/as personajes que aparecen en la fotografía).

4. Mensaje denotado:

4.1. Escenario concreto que se refleja (E.S.): ¿en qué lugar se ha tomado la fotografía?

Código 1: Exterior/Calle

La fotografía ha sido tomada en la calle, en un lugar desconocido

Código 2: No se aprecia/No se especifica

La fotografía ha sido tomada en un lugar que, a simple vista, no se puede identificar. Además, ni en el pie de página ni en el texto de la entrada, se especifica en qué lugar ha sido tomada la imagen.

Código 3: Concierto musical/Festival

La fotografía ha sido tomada en un concierto musical o en un festival de música.

Código 4: Lugar de trabajo/Sede de un partido político

La fotografía ha sido tomada en el lugar de trabajo de la persona que la protagoniza o en la sede de un partido político.

Código 5: Otros

La fotografía ha sido tomada en lugares tales como un hospital, un coche, una escuela pública, un bar, un plató de TV o un lugar de culto.

Código 6: Pasarela de modelos/Photocall

La fotografía ha sido tomada en una pasarela de modelos o en un photocall, es decir, en aquel lugar en el que una persona posa delante de los/as fotógrafos/as.

Código 7: Edición de unos premios relacionados con la cultura

La fotografía ha sido tomada en el lugar en el que se reparten unos premios relacionados con el cine, la música, la literatura...

Código 8: Exposición/Conferencia/Taller/Asociación u organización

La fotografía ha sido tomada en aquel lugar en el que hay una exposición, conferencia, taller o asociación u organización.

Código 9: Institución del Estado

La fotografía ha sido tomada en una institución dependiente del Estado (dentro o frente a ella), especialmente, nos referimos a aquellas instituciones que tienen que ver con la

creación, aprobación o cumplimiento de las leyes, embajadas e instituciones penitenciarias.

Código 10: Lugar en el que se practica deporte

La fotografía ha sido tomada en aquel lugar en el que se practica algún deporte (campo de fútbol, campo de baloncesto...).

Código 11: Naturaleza

La fotografía ha sido tomada en alguno de estos lugares relacionados con la naturaleza: la playa o la piscina, el campo o el parque.

Código 12: Casa

La fotografía ha sido tomada en una casa o en alguna de sus partes (salón, baño, cocina...).

Código 13: Estación de tren y metro

La fotografía ha sido tomada en una estación de tren y/o metro.

- 4.2. Cantidad de personas que se aprecian reivindicando en la fotografía (C.A.): ¿cuántas personas aparecen reivindicando en la fotografía? En un primer momento, se tendrán en cuenta todas aquellas personas que aparezcan reivindicando algún derecho para el conjunto de las mujeres o de los colectivos tradicionalmente oprimidos. El objetivo de esta categoría es dilucidar cuántas personas aparecen protestando y no tanto cuántas personas aparecen en la imagen. Por ejemplo, si aparecen cuatro mujeres protestando a favor del derecho al aborto y cuatro policías, sólo se tendrá en cuenta a las cuatro mujeres.

Sin embargo, puede ocurrir que en una imagen no aparezcan personas reivindicando un derecho sino, por ejemplo, podrían aparecer aquellas personas culpables de que un derecho vaya a ser eliminado o personas que hayan realizado un acto hostil contra las mujeres. En estos casos, se tendrán en cuenta todas las personas que aparezcan en la fotografía, sin distinción.

Asimismo, se tendrán en cuenta aquellas personas que, cumpliendo con los criterios anteriores, no aparezcan de cuerpo entero ni se les vea el rostro, siempre que se pueda establecer que las partes del cuerpo que se ven pertenecen a una misma persona (por ejemplo, aparecen cuatro pares de pies, de ahí entendemos que hay cuatro personas).

Código 1: Dos personas o menos

En la fotografía pueden apreciarse una o dos personas, o partes del cuerpo correspondientes a una o dos personas.

Código 2: Entre 3 y 4 personas

En la fotografía pueden apreciarse tres o cuatro personas, o partes del cuerpo correspondientes a tres o cuatro personas.

Código 3: Entre 5 y 10 personas

En la fotografía pueden apreciarse entre cinco y diez personas, o partes del cuerpo correspondientes a entre cinco y diez personas.

Código 4: Entre 11 y 20 personas

En la fotografía pueden apreciarse entre once y veinte personas, o partes del cuerpo correspondientes a entre once y veinte personas.

Código 5: 21 personas o más

En la fotografía pueden apreciarse más de veintiuna personas, o partes del cuerpo correspondientes a más de veintiuna personas.

- 4.3. Sexo de las personas que se aprecian en la fotografía (S): ¿a qué sexo pertenecen en su mayoría las personas que aparecen reivindicando en la fotografía? Se tendrá en cuenta la categoría anterior para establecer el sexo de la mayoría de las personas que aparecen reivindicando algún derecho para el conjunto de las mujeres o de los colectivos tradicionalmente oprimidos. Siguiendo con el ejemplo anterior, si aparecen cuatro mujeres protestando a favor del derecho al aborto y cuatro policías, sólo se tendrá en cuenta el sexo de las personas que reivindican, esto es, mujeres.

Como comentábamos, si lo que ocurre es que aparecen personas culpables de que un derecho vaya a ser eliminado o personas que hayan realizado un acto hostil contra las mujeres, se tendrá en cuenta el sexo de todas las personas que aparezcan en la fotografía, sin distinción.

Código 1: Más mujeres

La mayoría de las personas que aparecen en la fotografía son mujeres.

Código 2: Más hombres

La mayoría de las personas que aparecen en la fotografía son hombres.

Código 3: Ambos por igual

En la fotografía hay el mismo número de mujeres que de hombres.

Código 4: No se aprecia

Es imposible definir qué sexo aparece más representado en la imagen.

Código 5: Se juega con la ambigüedad del sexo y el género

Como ya se ha apuntado, entendemos el sexo como las características biológicas con las que nace el ser humano. El género, en cambio, es toda aquella construcción social que se atribuye a cada uno de los sexos, que los jerarquiza y que los encauza para que sigan una serie de roles establecidos.

En este sentido, puede ocurrir que en las imágenes se juegue con la indeterminación tanto del sexo como del género. Así, puede ocurrir que se muestre a una mujer (sexo) masculina (género) o a un hombre (sexo) femenino (género).

Podría ocurrir también que en el texto hubiera información concreta para saber si la(s) persona(s) que aparecen en la fotografía son hombres y mujeres; sin embargo, creemos que, ya que la reivindicación principal de este tipo de fotografías es la de la necesidad de terminar con el sistema sexo/género (es decir, a cada sexo se le atribuye un género y no otro), es importante no caer de nuevo en binomio mujer/hombre.

- 4.4. Edad de las personas que aparecen protestando en la fotografía (E.): ¿qué edad tienen las personas que aparecen protestando en las imágenes? En bastantes ocasiones, en los textos que acompañan a las fotografías se hace constar la edad de las personas que aparecen (sobre todo, si son famosas o si están haciendo un retrato de su vida). Sin embargo, en otras ocasiones no consta la edad de las personas que aparecen, por lo que estableceremos unas subcategorías lo suficientemente amplias para tener un margen de error.

Por otra parte, tendremos en cuenta la edad de las personas que protestan, y no tanto las edades de todas las personas que aparecen en la imagen. En el caso de que no aparezcan personas reivindicando un derecho sino, por ejemplo, que aparezcan aquellas personas

culpables de que un derecho vaya a ser eliminado o personas que hayan realizado un acto hostil contra las mujeres, se tendrán en cuenta la edad de todas las personas que aparezcan en la fotografía, sin distinción.

Código 1: Menor de 18 años

Las personas que aparecen en la fotografía tienen 18 o menos años.

Código 2: Entre 19 y 35 años

Las personas que aparecen en la fotografía tienen entre 19 y 35 años.

Código 3: Entre 36 y 55 años

Las personas que aparecen en la fotografía tienen entre 36 y 55 años.

Código 4: Más de 56 años

Las personas que aparecen en la fotografía tienen más de 56 años.

Código 5: Personas de diferentes rangos de edad

Puede ocurrir que en las fotografías haya varias personas y cada una de ellas pertenezca a los diferentes rangos de edades en torno a los cuales estamos realizando estas subcategorías.

Código 6: No se aprecia

No se aprecia la edad de las personas que aparecen protestando en la imagen de debido a varias razones, por ejemplo, no se les ve la cara o no se les distingue.

- 4.5. Posición de los/as protagonistas (P.O.S.): ¿a qué distancia de la cámara aparecen las personas de la fotografía? Entendemos que cuánta más distancia se deja entre la persona que realiza la fotografía y el objeto de la misma, menos detalles se quieren ofrecer a aquellas personas que van a ver la imagen en los medios, y por lo tanto menos importancia se le da.

Esta regla tiende a no cumplirse cuando las imágenes muestran congregaciones de muchas personas, por ejemplo, manifestaciones o concentraciones. En este caso, la persona que saca la fotografía suele tener como objetivo mostrar la cantidad de personas que asistieron a la acción colectiva, y no tanto cómo eran esas personas. Por lo tanto, suele ser habitual que las imágenes de manifestaciones y concentraciones se hagan a más distancia que las que se hacen a una persona que va a ser entrevistada, por ejemplo.

Código 1: Primer plano

Las personas que aparecen en la fotografía están en un primer plano respecto a la persona que saca la imagen, es decir, están cerca de la cámara, por lo que se les considera protagonistas.

Código 2: Segundo plano

Las personas que aparecen en un segundo plano se encuentran en una posición intermedia, más alejadas. Tienden a ser personajes secundarios y se les distingue con cierta dificultad.

Código 3: Tercer plano

Las personas que aparecen en un tercer plano no son importantes en la fotografía, apenas se les distingue. En algunas fotografías de manifestaciones o concentraciones, por ejemplo, lo importante suele ser enseñar la cantidad de personas que asistieron, sin centrarse en

ninguna. Para ello, la persona que hace la fotografía se aleja del objetivo de la imagen, y los/as manifestantes quedarían en un tercer plano. Ésta es una forma de que pueda apreciarse el cúmulo de asistentes.

- 4.6. Protagonista(s) (P.R.): ¿son personas anónimas las que aparecen reivindicando en la fotografía? ¿O son personas conocidas o famosas?

Código 1: Persona(s) anónima(s)

Las personas anónimas son aquellas que no son conocidas por la sociedad. Generalmente, en los textos que acompañan a las imágenes no aparecen ni sus nombres ni sus apellidos, si bien es cierto que, en ocasiones, puede ocurrir que se utilice su testimonio para acompañar una información y hacerla más real (por lo tanto, sí que aparecerían sus nombres y apellidos), sin embargo, son anónimas a ojos de la sociedad.

Código 2: Persona(s) famosa(s)

Las personas famosas son aquellas que tienen y reclaman un alto grado de atención por parte del público y de los medios de comunicación. Dicha atención no es únicamente por lo que hacen en el ámbito público, sino que su vida privada también es de interés (su vida sentimental y de pareja, por ejemplo). Normalmente, se asocian con las personas que vienen del mundo del arte, del entretenimiento o del deporte.

Código 3: Persona(s) conocida(s)

La(s) persona(s) conocida(s) son aquellas que, por su empleo, activismo..., aparecen en los medios de comunicación pero no tienen por qué ser conocidas por toda la sociedad. Es decir, lo que estas personas dicen tiene interés público porque su testimonio o sus acciones tienen relevancia para las demás personas; por eso aparecen en el medio. Debido a este hecho, en el texto escrito deben aparecer obligatoriamente el nombre y los apellidos de dicha(s) persona(s). Si no aparecen esos datos, se le(s) considerara personas anónimas (Código 1).

Código 4: Persona(s) anónima(s) y famosa(s) o conocida(s)

En ocasiones, las personas famosas o conocidas aparecen acompañadas de una o varias personas anónimas.

- 4.7. Lugar geográfico al que hace referencia la reivindicación (L.G.): ¿a qué lugar hace alusión la reivindicación? En el texto del titular o del subtítulo se suele especificar, normalmente, en qué lugar se centra. Si no es así, deberemos buscar la respuesta en el texto completo.

Código 1: General

Cuando lo que se reivindica es para todas las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos del mundo, sin distinciones.

Código 2: Estado Español

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos del Estado español.

Código 3: El Salvador

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de El Salvador.

Código 4: Franja de Gaza

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de la Franja de Gaza.

Código 5: Pakistán

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Pakistán.

Código 6: EEUU

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de EEUU.

Código 7: Yemen

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Yemen.

Código 8: Túnez

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Túnez.

Código 9: Rusia

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Rusia.

Código 10: India

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de la India.

Código 11: Marruecos

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Marruecos.

Código 12: Arabia Saudí

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Arabia Saudí.

Código 13: América Latina

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de América Latina.

Código 14: Francia

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Francia.

Código 15: Siria

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Siria.

Código 16: México

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de México.

Código 17: Asia

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Asia.

Código 18: Alemania

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Alemania.

Código 19: Irán

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Irán.

Código 20: Egipto

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Egipto.

Código 21: Japón

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Japón.

Código 22: Argentina

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Argentina.

Código 23: Sudáfrica

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Sudáfrica.

Código 24: Somalia

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Somalia.

Código 25: Libia

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Libia.

Código 26: Senegal

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Senegal.

Código 27: Ruanda

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Ruanda.

Código 28: Kenia

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Kenia.

Código 29: Bolivia

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Bolivia.

Código 30: China

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de China.

Código 31: Afganistán

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Afganistán.

Código 32: Uganda

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Uganda.

Código 33: Brasil

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Brasil.

Código 34: Nepal

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Nepal.

Código 35: Ecuador

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Ecuador.

Código 36: Nigeria

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Nigeria.

Código 37: Nicaragua

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Nicaragua.

Código 38: Perú

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Perú.

Código 39: Colombia

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Colombia.

Código 40: Kirguistán

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Kirguistán.

Código 41: Ucrania

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Ucrania.

Código 42: Canadá

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Canadá.

Código 43: Cuba

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Cuba.

Código 44: Bizkaia

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Bizkaia.

Código 45: Euskadi

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Euskadi.

Código 46: Turquía

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Turquía.

Código 47: Sáhara

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos del Sáhara.

Código 48: Guatemala

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Guatemala.

Código 49: Santurtzi

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos de Santurtzi⁶⁵.

Código 50: Congo

Cuando lo que se reivindica tiene como sujeto a las mujeres o los colectivos tradicionalmente oprimidos del Congo.

- 4.8. Reivindicación (R.E.): ¿qué reivindica(n) la(s) persona(s) que aparecen en la unidad informacional? Según la RAE, las reivindicaciones son “reclamaciones de algo a lo que se cree tener derecho”. Concretamente, entendemos por reivindicaciones feministas aquellas reclamaciones de la justicia a la que creen tener derecho las mujeres u otros colectivos tradicionalmente oprimidos, entre los que están las personas discriminadas por razón de orientación o identidad sexual, raza, religión...

En el texto del titular o del subtítulo se suele especificar, normalmente, de qué reivindicaciones se trata. Si no es así, deberemos buscar la respuesta en el texto completo.

Código 1: Derecho al aborto

Esta reivindicación tiene como eje central la interrupción voluntaria del embarazo en condiciones de seguridad y legalidad plenas.

Código 2: Lucha por la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida

Esta reivindicación pretende poner el acento en la necesidad de conseguir la igualdad de derechos para todas las personas en todos los ámbitos de la vida.

Código 3: Rebelarse contra la narración machista en la cultura

Esta reivindicación tiene como objetivo poner fin al machismo en todos los ámbitos de la cultura, por ejemplo, en la moda, en la fotografía...

Código 4: Las mujeres deben poder decidir sobre su propio cuerpo

En este caso, no nos referimos al derecho al aborto, sino a decisiones más “simples” cómo ir vestidas como quieran, tener relaciones sexuales con quien quieran, sin que ello suponga que vayan a ser juzgadas, que la sociedad no imponga cánones de belleza imposibles e insanos...

Código 5: Impulsar el empoderamiento de las mujeres en todos los ámbitos

Esta reivindicación pretende fomentar la toma de conciencia del poder de las mujeres, tanto a nivel individual como colectivo.

Código 6: A favor de los derechos de la comunidad homosexual, transexual e intersexual

Esta reivindicación tiene como objetivo exigir la igualdad de derechos para todas las personas homosexuales, transexuales o intersexuales en todos los ámbitos de la vida.

Código 7: Otras

En esta categoría entran reivindicaciones como no infantilizar a las personas con diversidad funcional; igualdad a la hora de acceder a tratamientos de reproducción asistida; necesidad de una revolución sexual masculina; normalizar la llegada de la menstruación; las personas famosas tienen la responsabilidad de denunciar las discriminaciones; denunciar la presión social por ser madres, y por ser buenas madres; denunciar la situación de esclavitud de las

⁶⁵ Se ha incluido la categoría Santurtzi porque hemos encontrado imágenes que se referían exclusivamente a este municipio vizcaíno.

mujeres presas; internet refleja el sexismo de la sociedad; necesidad de informar a las jóvenes sobre el machismo; y, finalmente, visibilizar la desigualdad que viven las mujeres en las zonas rurales.

Código 8: Terminar con la esclavitud sexual

Se incluyen reivindicaciones como la visibilización de las condiciones de vida de las prostitutas, poner fin a la prostitución, y terminar con la esclavitud sexual.

Código 9: Dejar de juzgar a las mujeres por su aspecto físico y terminar con las etiquetas que las encasillan

Esta reivindicación pone el acento en la necesidad de terminar con la exigencia de que las mujeres cumplan con los cánones de belleza establecidos por la sociedad, así como terminar con las etiquetas que las definen.

Código 10: Necesidad de denunciar las agresiones y las discriminaciones hacia las mujeres
Las mujeres sufren agresiones y discriminaciones por ser mujeres. Esta reivindicación pretende poner el énfasis en este hecho y ponerle fin.

Código 11: Lucha por la igualdad real de mujeres de distintas etnias

Esta reivindicación tiene como objetivo la lucha contra dos grandes sistemas de dominación: el machismo y el racismo.

Código 12: Terminar con las convenciones sociales tradicionales de género

La necesidad de abolir el sistema sexo/género, es decir, que a cada sexo biológico le corresponda un género (mujer femenina y hombre masculino).

Código 13: Defensa del liderazgo de las mujeres

Las mujeres que ostentan puestos de poder en cualquier ámbito se enfrentan al machismo existente en ámbitos tradicionalmente ocupados por hombres. Por lo tanto, esta reivindicación pretende visibilizar y defender a dichas mujeres.

Código 14: Deconstruir el amor romántico para terminar con la violencia machista

El amor romántico es “el caldo de cultivo, la matriz, en la que se constituye en la Era Moderna un orden social desigual. De género, clase, etnia, sexualidad... Un orden, asimismo, heterosexual, que implica no solo privilegiar una forma de deseo frente a otras posibles, sino una forma de entender las relaciones entre lo masculino y lo femenino absolutamente dicotómica y complementarista (...) Pero que supone también una representación y una organización concreta de parentesco, de la familia y del matrimonio, construcciones todas que van a la vez” (Esteban, 2011: 48).

Por lo tanto, es necesario deconstruir el amor romántico que genera desigualdad y que puede ser fuente de la violencia machista.

Código 15: Necesidad de la lucha feminista

Se reivindica la necesidad del feminismo como movimiento liberador para las mujeres.

Código 16: Visibilizar el papel de las mujeres en la sociedad; así como sus logros a lo largo de la historia y los cambios que han conseguido en los últimos tiempos, en cuanto a derechos

Código 17: Necesidad de que cambie la imagen de las mujeres en cualquier ámbito de los medios de comunicación

Los medios de comunicación, entendidos de forma amplia, son productores y reproductores de la desigualdad sexual. Por lo tanto, es necesario sacar las desigualdades a la luz y mejorar las imágenes que transmiten de las mujeres, así como de cualquier otro colectivo tradicionalmente discriminado.

Código 18: Terminar con la violencia contra las mujeres

Poner fin a la violencia contra las mujeres, ejercida contra éstas por el hecho de ser mujeres, es una de las reivindicaciones principales del feminismo.

Código 19: Denunciar la culpabilización de las víctimas de violencia machista por defenderse

Las víctimas de violencia machista tienen derecho a defenderse y no deben ser culpabilizadas por ello.

Código 20: Visibilizar las situaciones de machismo diario que sufren muchas mujeres

Esta reivindicación hace referencia a la importancia de sacar a la luz las situaciones de desigualdad diarias que sufren las mujeres (también conocidas como micromachismos, un término poco adecuado para referirse al machismo de “baja intensidad” o de menor importancia).

Código 21: Necesidad de terminar con los aspectos religiosos patriarcales que son hostiles con las mujeres

Las religiones y las interpretaciones que de ellas se hacen tienden a ser androcéntricas y machistas, por lo que es necesario acabar con dichos aspectos.

Código 22: Acabar con la infrarrepresentación de las mujeres en cualquier ámbito de la sociedad

Las mujeres o cualquier otro colectivo tradicionalmente oprimido han tenido y continúan teniendo hoy en día más dificultades que los hombres para acceder a ciertos ámbitos de la sociedad, sobre todo, los que ostentan poder. En este sentido, nos referimos tanto a puestos políticos relevantes como a recibir premios por su trayectoria profesional o de vida, etc.

- 4.9. Razón de la reivindicación (R.R.): El objetivo de esta categoría es averiguar, brevemente, los porqués de las reivindicaciones y acciones colectivas feministas. La finalidad no es tanto conocer la razón concreta por la que se dan las reivindicaciones sino, en general, saber si las mujeres y los grupos tradicionalmente oprimidos protestan, según los periódicos objeto de estudio, por una situación de violencia previa, por visibilizar una situación discriminatoria, por conseguir unos derechos que nunca se han tenido etc.

Código 1: Fortalecimiento del empoderamiento de las mujeres

La reivindicación se centra en que las mujeres se empoderen, esto es, que tomen las riendas de sus vidas o de un ámbito de ellas, y asuman su poder a nivel personal y político.

Código 2: Lucha para conseguir un/unos derecho/s que nunca se ha/han tenido

Se realiza la reivindicación con el objetivo de alcanzar unos derechos que no se han tenido nunca o que nunca han sido efectivos. Es decir, en las sociedades formalmente igualitarias los derechos de las personas son los mismos sea cual sea su sexo, su raza, su orientación sexual, su clase social etc.; sin embargo, eso no significa que todas las personas vivan en condiciones plenas de igualdad. Las desigualdades tienen trayectorias históricas que no se resuelven simplemente con la igualdad de derechos. Por ejemplo, en el Estado español las mujeres nunca han vivido en condiciones igualitarias respecto a los hombres, a pesar de que el artículo 14 de la Constitución de 1978 establezca que “los españoles son iguales ante la ley, sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social”.

Código 3: Protesta contra un suceso concreto (asesinato, violación, agresión...)

La reivindicación se centra en un acto concreto. Si ese acto no hubiera ocurrido, la acción colectiva en cuestión tampoco.

Código 4: Lucha por mantener un derecho que se intenta eliminar o se ha eliminado

Se realiza la reivindicación porque el gobierno de determinado país pretende eliminar o ha eliminado algo que antes era un derecho total o parcial. Por ejemplo, en el Estado español, antes del intento del gobierno del PP de cambiar y endurecer los requisitos para abortar, el derecho al aborto no era total. Sin embargo, se pretendía endurecer tanto que prácticamente se prohibía en todos los supuestos. Por lo tanto, las reivindicaciones y las acciones colectivas que se organizaron en torno a este asunto iban encaminadas, por norma general, a que la ley se mantuviese como estaba.

Código 5: Lucha por la visibilidad y el reconocimiento del papel que cumplen las mujeres en un ámbito concreto

La reivindicación se da por la necesidad de visibilizar y reconocer el rol de las mujeres en la historia, por ejemplo.

4.10. Acción colectiva (A.C.): ¿qué forma de acción protesta llevan a cabo los sujetos de la unidad informacional para hacer la reivindicación?

En el apartado 2.2.3.2.1. *Definición y clasificaciones previas de la acción colectiva feminista*, definíamos la acción colectiva feminista como toda acción desplegada por grupos de mujeres⁶⁶ unidas en virtud de unas identidades comunes, resultado de un proceso continuo de negociación, que plantean reivindicaciones nuevas o no aceptadas, utilizando todas las estrategias y actividades a su alcance frente a las autoridades o a otros grupos (Del Moral, 2012: 45). Dichas actividades representan una amenaza al orden establecido debido al repertorio que utilizan para su consecución, al contenido de sus demandas, a su intención declarada o bien a todos esos elementos juntos (Del Moral, 2012: 45).

Código 1: Exhibición del cuerpo desnudo o semidesnudo en público

Se trata de utilizar el cuerpo, en concreto partes de él que la sociedad considera que deben ser cubiertos (los senos, principalmente), para llamar la atención sobre las injusticias o desigualdades. Las consignas o eslóganes suelen estar escritos sobre los torsos de las mujeres.

Código 2: Manifestación

Las manifestaciones son marchas de grupos de personas en la esfera pública que pretenden ejercer influencia política, social y/o cultural sobre las autoridades, la opinión pública o los/as propios participantes, mediante la expresión disciplinada y pacífica de una opinión o demanda (Casquete, 2005: 106). Normalmente, los lugares públicos en los que ocurren las manifestaciones combinan alta visibilidad y relevancia simbólica (Casquete, 2005: 106).

Código 3: Concentración/Escrache

Las concentraciones se diferencian de las manifestaciones en que son reuniones de personas en la esfera pública, es decir, son agrupamientos de personas que permanecen

⁶⁶ En nuestro caso, entendemos que la acción colectiva feminista no es únicamente aquella desplegada por grupos de mujeres, sino también por grupos tradicionalmente oprimidos por razón de orientación o identidad sexual, racismo, clasismo, etc., siempre que se declaren feministas.

en un mismo lugar y pretenden ejercer influencia sobre “las autoridades, la opinión pública o los/as propios participantes, mediante la expresión disciplinada y pacífica de una opinión o demanda” (Casquete, 2005: 106).

El escrache, según la RAE, es una manifestación popular de denuncia contra una persona pública a la que se acusa de haber cometido delitos graves o actos de corrupción, y que en general se realiza frente a su domicilio o en algún otro lugar público al que deba concurrir la persona denunciada. En nuestro caso, entendemos el escrache como una concentración y no como una manifestación, ya que las personas que lo llevan a cabo, como norma general, tienden a quedarse en un sitio concreto y ante una persona concreta.

Código 4: Narración de los acontecimientos históricos o actuales protagonizados por mujeres

Se trata de relatar y detallar el rol de las mujeres en la historia y los papeles que han jugado y que han sido silenciados e invisibilizados.

Código 5: Asistencia a formaciones/Realización de un estudio o informe

La formación también es una forma de acción colectiva. Se trata de comprender por qué existen las desigualdades y las injusticias sociales. La formación va de la mano de la toma de conciencia y de la práctica política.

Entendemos la elaboración de un informe o estudio como acción colectiva en la medida en la que ofrece datos objetivos y fiables sobre una situación discriminatoria que se pretende denunciar. Por ejemplo, un organismo realiza un estudio sobre las causas que tienden a motivar la violencia contra las mujeres.

Código 6: Creación y/o difusión de material musical, fotográfico, de lectura...

Se trata de concebir y/o de hacer llegar al público en general cierto material que busca reivindicar situaciones que se consideran discriminatorias con el objetivo de visibilizar y cambiar dichas situaciones. El material puede ser de distinto tipo, por ejemplo, conciertos musicales, exposiciones fotográficas y libros, principalmente.

Código 7: Luchar en los tribunales para conseguir un derecho

Las leyes deben proteger a los colectivos que han sido tradicionalmente oprimidos. En ocasiones, es necesaria una sentencia en firme que sienta jurisprudencia para que dichas leyes sean creadas, modificadas o incluso cambiadas si no cumplían con el requisito de protección. Por ejemplo, la lucha de las personas homosexuales por el reconocimiento de sus derechos de adopción o de sucesión.

Código 8: Testimonio individual o colectivo que el diario estima importante

El medio de comunicación refleja las palabras de, normalmente, una persona (aunque pueden ser más de una) que haya vivido la situación que se pretende denunciar. El objetivo es conocer de primera mano lo que supone vivir esa situación. Esta acción colectiva tiende a aparecer en forma de entrevista, aunque no siempre.

Código 9: Análisis del medio

El propio medio es que el realiza un análisis más o menos profundo de un hecho que considera desigualitario e injusto. Esta acción colectiva puede contar con algún testimonio individual de personas que hayan pasado por la experiencia de la que se habla; sin embargo, diferenciamos la acción colectiva anterior de ésta en que, en este caso, se hace un análisis más amplio y complejo de la situación de la que se está hablando, es decir, el testimonio es una pequeña parte del análisis, mientras que en la acción colectiva anterior

el testimonio individual o colectivo es central. Esta acción colectiva tiende a aparecer en forma de reportaje aunque no siempre.

Código 10: Creación y/o participación en un proyecto artístico para denunciar situaciones de discriminación (realización de películas, documentales cortos...)

Se trata de la elaboración y/o colaboración en un proyecto que tiene que ver principalmente con el mundo audiovisual, esto es, cine de ficción, documentales, cortometrajes...

Código 11: Desobedecer u obstruir la aprobación de una ley o norma como protesta

La desobediencia y la obstrucción ciudadanas han sido tradicionalmente acciones colectivas muy utilizadas. En este caso nos referimos a la desobediencia u obstrucción de leyes que ciertos colectivos ciudadanos consideran injustas y discriminatorias.

Código 12: Firma de un pacto/documento

Cierto grupo de personas elabora y firma un acuerdo como forma de mostrar su disconformidad ante un hecho que consideran injusto y discriminatorio. Generalmente, a dicho grupo de personas les une algo, por ejemplo, su profesión.

Código 13: Acto institucional de apoyo y/o homenaje a colectivos concretos/Acto informativo/Acto de campaña o precampaña electoral

Esta acción colectiva se refiere a aquellos actos realizados por algún organismo institucional y político hacia colectivos tradicionalmente oprimidos. Los actos pueden ser de apoyo u homenaje, informativos o enfocados a una precampaña o campaña electoral.

Código 14: Representación teatral de las vidas de las mujeres

Se lleva a cabo un espectáculo en forma de teatro para reivindicar los derechos de las mujeres.

Código 15: Interrupción de un discurso o de una marcha o manifestación

Se trata de obstaculizar la disertación de una persona o la marcha o manifestación de un grupo de personas con las que se está radicalmente en desacuerdo sobre algún hecho.

Código 16: Colocación de pancartas en una institución religiosa

Se trata de situar unas pancartas en una institución religiosa para protestar por algún hecho llevado a cabo, directa o indirectamente, por dicha institución. En este sentido, se procura colocar las pancartas en un lugar visible y que no esté al alcance de los/as viandantes.

Código 17: Performances simbólicas

Esta acción colectiva hace referencia a aquellas pequeñas representaciones que, de forma metafórica, buscan reivindicar situaciones injustas.

Código 18: Huelga de hambre/Boicot

La huelga de hambre es una protesta voluntaria que consiste en abstenerse de ingerir alimentos con el objetivo de mostrar a las autoridades o a la opinión pública una situación de injusticia.

El boicot, por otra parte, según la RAE, es una acción dirigida contra una persona o entidad para obstaculizar el desarrollo o funcionamiento de una determinada actividad social o comercial.

Código 19: Uso de plataformas virtuales (páginas web, blogs, redes sociales...) con fines reivindicativos

Se trata de utilizar las plataformas virtuales para reivindicar hechos que se consideran discriminatorios. El objetivo suele ser aprovechar las ventajas de internet para llegar a un gran número de personas y poder concienciarlas y conseguir su apoyo.

4.11. Características de la acción colectiva (C.A.C.): las características de la acción colectiva pueden ser institucionalizadas o simbólicas. Las primeras son aquellas que han sido creadas, organizadas y/o subvencionadas por grupos de personas que tienen cierto grado de poder respecto a otras personas. Entre esos grupos estarían las instituciones del Estado o las direcciones de los medios de comunicación (esto es, las personas que en un medio de comunicación deciden qué contenidos se publican y qué contenidos no se publican). Ejemplo de esto pueden ser una concentración en el ayuntamiento de una ciudad por un asesinato o el análisis que realiza un periódico en torno a los intentos de contacto y acoso sexual que reciben las adolescentes con frecuencia en las redes sociales (análisis que depende de la línea editorial del medio de comunicación).

En ocasiones, puede ocurrir que una acción colectiva sea institucional, a pesar de no haber sido creada, organizada y/o subvencionada por instituciones públicas o por la dirección de los medios de comunicación. En estos casos, su realización dependerá del permiso de las autoridades policiales competentes (si ésta se realizase sin permiso de las autoridades, la consideraríamos simbólica). Por lo tanto, debido a que este tipo de acciones de protesta también dependen de un grupo de personas que ostentan poder, serán consideradas institucionalizadas. Este es el caso, por ejemplo, de las manifestaciones.

Por otra parte, entendemos la acción colectiva simbólica como una representación verbal y/o visual que da significado a una realidad. Dicha representación es comprendida por aquellas personas que comparten una identidad. No debe confundirse la acción colectiva simbólica con la performance simbólica (la cual ha sido definida como un tipo de acción colectiva). En primer lugar, cuando una acción colectiva tiene la característica de ser simbólica significa que ha sido organizada y llevada a cabo de forma más súbita o imprevista que una acción colectiva institucional (esto no significa que haya sido realizada de forma irreflexiva), con poco tiempo de antelación pero, sobre todo, que no tiene nada que ver con las autoridades, las instituciones de un Estado o incluso con la redacción de un medio de comunicación. Por el contrario, las personas que las crean y organizan son personas de la calle sin vinculación a grupos de poder como los descritos anteriormente; de hecho, suelen ser personas que pertenecen a asociaciones, movimientos sociales etc. Serán simbólicas las interrupciones de un discurso de un/a político/a o la irrupción en una manifestación contraria, entre otras.

Código 1: Simbólica

Una acción colectiva es simbólica cuando hay una representación verbal y/o visual que da significado a una realidad. Dicha representación es comprendida por aquellas personas que comparten una identidad. Por ejemplo, interrumpir un discurso, performances...

Código 2: Institucionalizada

Una acción colectiva es institucionalizada cuando es creada y/o subvencionada por las propias instituciones del Estado (esto es, organismos cuya función es de interés público). Por ejemplo, una concentración en el ayuntamiento en el que se hace un minuto de silencio, un análisis de un medio de comunicación, una manifestación (salvo que se haga sin el permiso de las autoridades)...

4.12. Símbolos (S.I.): los símbolos son “condensaciones mediáticas de ideologías” (Korff, 1991; visto en Casquete, 2005: 104). Los símbolos poseen la capacidad de representar constructos ideológicos y proporcionan, en aquellas comunidades políticas con fundamentos identitarios compartidos, una idea bastante aproximada del mensaje que sus portadores/as pretenden transmitir (Casquete, 2005: 104). Así pues, ese consenso se traduce en que los símbolos estimulan una cierta unanimidad interpretativa en la población que actúa en dos direcciones: por una parte, marca la identidad colectiva e induce un proceso de integración y por otra, actúa como diferenciación (Casquete, 2013: 431).

Código 1: Exhibición del cuerpo desnudo o semidesnudo como herramienta política
Como ya se ha apuntado en el apartado 2.2.3.2.2.2. *Huellas de la historia de la acción colectiva feminista en el Estado español*, “la expresión de ideas políticas mediante el cuerpo en el espacio público ha sido una de las estrategias centrales del activismo feminista” (Cobo y Nogueiras, 2014: 58). Las feministas han escrito y pintado sus propios cuerpos desnudos o semidesnudos, los han fotografiado y mostrado en espacios públicos como forma de subversión y expresión de sus reivindicaciones. Una de las razones principales es que el feminismo entiende el cuerpo de las mujeres como una forma de rebeldía, precisamente porque éste ha sido asignado al ámbito privado o ha sido utilizado para satisfacer las fantasías de los hombres. Según Esteban, el cuerpo puede ser un lugar de discriminación pero también de contestación (2004: 46).

Código 2: Brazo izado y puño cerrado

Este símbolo tiene una larga historia como símbolo de resistencia y solidaridad, y ha sido asociado tanto a los/as políticos/as de izquierda como a la lucha de los grupos oprimidos. La iconografía basada en el puño se puede ver en las primeras propagandas de las organizaciones sindicales; como saludo por parte de las fuerzas Republicanas a raíz de la Guerra Civil española; como imagen del movimiento feminista (puño dentro del espejo de Venus); como saludo del poder negro en la lucha estadounidense por los derechos civiles de las personas negras y de grupos *Black Power* en los años sesenta, etc.

Código 3: No hay símbolos

No se han encontrado símbolos en la fotografía.

Código 4: Banderas o pancartas

Las banderas son símbolos que representan a territorios nacionales o de cualquier otro tipo, así como a ciudades, instituciones, colectivos...

Las pancartas son, según la RAE, carteles con consignas o diversos mensajes, que se exhiben con propósitos normalmente reivindicativos, en manifestaciones y otros actos públicos.

Código 5: Otros

En esta categoría hemos aglutinado diversos tipos de símbolos, por ejemplo, la formación de un triángulo con las manos (como símbolo feminista); cara, manos u otra parte del cuerpo pintadas de rojo simulando sangre; ropa negra y/o máscara blanca; romper portadas de un libro; mostrar tarjetas rojas; lápidas y cruces. También puede darse una combinación de alguno de estos elementos.

Código 6: Espejo de Venus

Es un símbolo compuesto por un círculo ubicado por encima de una pequeña cruz. Se cree que simboliza a la diosa Afrodita según la mitología griega o a la diosa romana Venus. De esta última se dice que el símbolo es una representación estilizada del espejo que sujeta en la mano la diosa Venus. Sea como sea, en la actualidad, éste es uno de los símbolos más conocidos del movimiento feminista. En ocasiones, se representa con un puño cerrado en el interior del círculo.

Código 7: Beso

Los besos son muestras sociales de afecto, saludo amor... Hemos decidido incluir los besos como símbolos debido a que se utilizan, a veces, como demostraciones de apoyo a colectivos tradicionalmente oprimidos, por ejemplo, a los homosexuales.

4.13. Slogans (S.G.): los slogans son lemas que se utilizan a la hora de hacer una reivindicación. Normalmente, son frases cortas escritas en pancartas, en paredes, en el cuerpo...

Código 1: "Naked"

Código 2: "Votes for Women"

Código 3: No hay slogans

Código 4: "Free Femen"

Código 5: "Free Pauline"

Código 6: "Free Marguerite"

Código 7: "Free Josephine"

Código 8: "Fight is a right"

Código 9: "Presas por feministas"

Código 10: "Obama, ayuda"

Código 11: "We don't need your democracy"

Código 12: "Dictaterror"

Código 13: "My boobs are my bombs"

Código 14: "My only weapon is my body"

Código 15: "Aborto es sagrado"

Código 16: "Spain needs Femen"

Código 17: "Femen soldada"

Código 18: "Emakumeenganako indarkeriari ez"/"No a la violencia contra las mujeres"

Código 19: "Feminismoak aske egiten gaitu"

Código 20: Erasorik ez erantzunik gabe"

Código 21: "Where the mind is without fear"

Código 22: "En mi cuerpo mando yo"

Código 23: "I am god"

Código 24: "Hartas de que mueran mujeres pobres para que las ricas aborten en secreto"

Código 25: "Maternidad libre y deseada"

Código 26: "Abortatzeko eskubidea"/"Derecho al aborto"

Código 27: "Aborto libre y gratuito"

Código 28: "Gure gorputza, gure erabakia"

Código 29: "Abortua ez da delitua, eskubidea baizik"

Código 30: "Toño fuera de mi coño"

Código 31: Hay slogans pero no se pueden leer debido a diversas razones (mala calidad de la fotografía, está en otro idioma...)

Código 32: "Yo aborto, tú respetas"

Código 33: "La virgen María también abortaría"

Código 34: "Aborto libre"

Código 35: "Indarkeria sexistarik ez!"

Código 36: "Erasorik ez erantzunik gabe"

Código 37: "Emakumeenganako indarkeriari ez"

Código 38: "8 de marzo. Emakumeen eguna"

Código 39: "Madre libre"

Código 40: "Obispos, PP, contra la mujer"

Código 41: "Aborto libre en la Seguridad Social"

Código 42: "Martxoak 8. Gure askatasuna borrokatuz. El derecho a decidir..."

Código 43: "En nuestros úteros, no se legisla"

Código 44: "Nuestros cuerpos no se maltratan"

Código 45: "Nuestros derechos no se recortan"

Código 46: "No me sale de..." (dos flechas indicando sus pechos)

Código 47: "Derechos-Libertades-Dignidad. Plataforma 8 de marzo"

Código 48: "Por la vida, la mujer y la maternidad"

Código 49: "Abortaremos en vuestros púlpitos"

Código 50: "Free Pussy Riot"

Código 51: "Eraso sexistei erantzun"

Código 52: "Fuera de mi coño"

Código 53: "Mi cuerpo mis normas"

Código 54: "Nosotras decidimos"

Código 55: "Se están pisoteando los derechos de las mujeres"

Código 56: "Aborto askea eta doain"/"Aborto libre y gratuito"

Código 57: "Por favor, dadme dinero para ir a Londres a abortar"

Código 58: "Aborto legal"

Código 59: "PP enemigo de la libertad de las mujeres"

Código 60: "Feminismo global"

Código 61: "Homofobiarik ez"/"No a la homofobia"/"Stop homofobia"

Código 62: "Abortatzea ez da delitua, eskubidea baizik"

Código 63: "Embarque para aborto de 1ª clase con destino Londres"

Código 64: "Now!"

Código 65: "Revolution"

Código 66: "Free Amina"

Código 67: "Votes for Women"/"Vote yes on women suffrage"

Código 68: "Do women have to be naked to get into the Met. Museum?"

Código 69: "Less than 5% of the artists in the Museum Art sections are women, but 85% of the nudes are female"

Código 70: "The advantages of being a woman artist"

Código 71: "The birth of feminism"

Código 72: "Equality now!"

Código 73: "Aurat foundation condemns the killing of Farzana"

Código 74: "No more honor killing"
Código 75: "Stop violence against women"
Código 76: "...impide la igualdad. Nuestros derechos se defienden. Hetaira".
Código 77: "Maternidad elegida. Yo elijo dónde, cómo y cuándo"
Código 78: "¿Aborto sí, aborto no? ¡Eso lo decido yo!"
Código 79: "Slut?"
Código 80: "Puta. Puta o no, no es no"
Código 81: "Formo parte de una cadena de extorsión y violencia contra las mujeres. ¿De verdad no lo sabes?"
Código 82: "Paremos la explotación sexual"
Código 83: "Proud to be gay"
Código 84: "La violencia machista es un crimen. Que te encarcelen por defenderte también"
Código 85: "Libertad"
Código 86: "Apocalypse by Mursi"
Código 87: "NO a leyes clericales, machistas y medievales"
Código 88: "Iglesia y Estado, mi cuerpo es mío"
Código 89: "Nosotras parimos, nosotras decidimos"
Código 90: "Aborto libre, la mujer decide"
Código 91: "El Tren de la Libertad. Porque yo decido"
Código 92: "Mi cuerpo es mío. No es pecado ni delito"
Código 93: "No"
Código 94: "La mujer decide, la sociedad respeta, el Estado garantiza, las iglesias no intervienen"
Código 95: "Decidir nos hace libres"
Código 96: "Yo decido"
Código 97: "El Tren de la Libertad. Mujeres cineastas"
Código 98: "Desde el feminismo ¡ni un paso atrás!"
Código 99: "¿A trabajar a Alemania, y a abortar a Londres?"
Código 100: "Thanks god I can abort"
Código 101: "Abortion is sacred"
Código 102: "All out"
Código 103: "Sport does not discriminate. Support principle"
Código 104: "Olympic sponsors speak out now"
Código 105: "Decida la mujer si madre ser"
Código 106: "Aborto libre, legal, seguro y gratuito"
Código 107: "Els nostres cossos, els nostres drets, joves, lliures, feministes. Desobedients!"
Código 108: "African gay not a choice"
Código 109: "Fim da criminalizaçáo da mulher!!! Aborto é um direito"
Código 110: "Sexo sin consentimiento es violación"
Código 111: "Vivimos en una sociedad que enseña a las mujeres como vestirse en vez de enseñar a los hombres a no violar"
Código 112: "Nada justifica el acoso sexual"
Código 113: "Quiero sentirme segura aunque esté sola"
Código 114: "No es no"

Código 115: "Tú me quieres santa, tú me quieres casta, tú me tienes harta"

Código 116: "Yo decido con qué me visto y con quién me desvisto"

Código 117: "Con minifalda o pantalón... respétame cabrón"

Código 118: "Una mujer mal culeada es culpa de un machista porque la IGUALDAD es disfrute de a 2"

Código 119: "Soy puta"

Código 120: "Bring back our girls"

4.3.4. Codificación previa: tabla Excel

Una vez llevado a cabo el sistema de variables y categorías, hemos realizado una tabla Excel que sirve como base de datos. Realizar primeramente esta tabla nos permite conocer la envergadura de datos que poseemos, así como hacer los cambios que consideremos oportunos y añadir variables y categorías, si vemos la necesidad. También nos permite repasar los códigos introducidos y corregir los posibles errores.

A continuación, explicaremos brevemente cómo realizamos esta codificación, siguiendo con el ejemplo que utilizábamos en el apartado 4.3.2.4. *Registro de las fotografías objeto de estudio*. Así pues, en primer lugar, la fotografía que vamos a utilizar como ejemplo (la primera de las dos que encontramos a continuación) ha sido registrada de la siguiente forma:

Tabla 4.11. Ejemplo de registro de fotografías	
4.	2 JUN
Noche de ruido y divas en Londres	
Beyoncé, Salma Hayek y Frida Giannini organizan un macroconcierto por los derechos de las mujeres	
	
Pie de página: (1) Beyoncé, en el concierto The Sound of Change. / wireimage	
(2) Salma Hayek, Frida Giannini y Beyoncé, antes del concierto. / getty	
Total de fotos: 2	

Fuente: Elaboración propia

Tras el registro de las fotografías, hemos realizado la codificación en una tabla Excel. En la primera columna del documento aparece una lista de números que corresponden a cada una de las entradas seleccionadas en los diferentes periódicos (*Nº UI*, ver imagen 4.14.). En la segunda columna, hay una lista con los números de cada fotografía (*Nº FOTO*, ver imagen 4.14.). En este sentido, hemos decidido realizar esta distinción en las columnas porque, en numerosas ocasiones, una entrada de un periódico posee más de una fotografía; en estos casos, los números de las entradas y de las fotografías no coinciden (ver imagen 4.15., señalado con un círculo rojo).

En la parte superior de la tabla (en horizontal, ver imagen 4.14.) aparecen las siglas de cada variable (establecidas en el apartado anterior) que hacen referencia a las variables de cada área de análisis. Posteriormente, la tabla ha sido completada con los códigos numéricos asignados a cada categoría. Así, de cada fotografía hemos extraído la información que nos indica cada variable.

En segundo lugar, teniendo en cuenta la información que ofrece la imagen, así como el titular, el subtítulo, el pie de fotografía o el texto completo si fuera necesario, hemos completado la tabla Excel con los códigos numéricos establecidos en el apartado 4.3.3.2. *Variables y categorías de análisis* (imagen 4.14., señalado con círculo verde), como se muestra en las dos imágenes siguientes:

Imagen 4.14. Ejemplo de la codificación de fotografías en Excel

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	Nº UI	Nº FOTO	P.	F.	T.I.A.	S.E.	A.	E.A.	C.R.	T.I.P.	L.	E.S.F.	P.L.	Á.N.
2		1	1											
3		2	2											
4		3	3	4	02-jun-13	1	6	4	2	7	4	2	1	1
5														
6														
7														

Fuente: Elaboración propia

Imagen 4.15. Continuación del ejemplo anterior (Imagen 4.14.) de la codificación de Fotografías en Excel

	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA
1	E.S.	C.A.	S.	P.O.S.	P.R.	L.G.	R.E.		R.R.	A.C.	C.A.C.	S.I.	S.G.
2													
3		1	1	2	2	1	2	18	2	6	2	6	2
4													
5													

Fuente: Elaboración propia

En algunas ocasiones puede ocurrir que en una misma fotografía aparezca más de una categoría (imagen 4.15. señalado con un círculo rojo), por ejemplo, es posible detectar dos Reivindicaciones (R.E.) en una misma imagen; por lo tanto, hemos creado otra columna más, y en cada una de ellas, se codifica cada reivindicación. Así, en la fotografía seleccionada hemos encontrado las siguientes reivindicaciones:

Código 2: Lucha por la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida

Código 18: Terminar con la violencia contra las mujeres

Finalmente, traspasaremos la codificación del documento Excel al programa informático SPSS, para comenzar con el análisis.

4.3.5. La codificación: SPSS

Tras completar el documento Excel con todos valores numéricos correspondientes a cada fotografía, hemos volcado toda la información al programa estadístico SPSS, una herramienta informática para el análisis de datos. Con la ayuda de este programa hemos realizado un análisis cuantitativo de las fotografías.

Como hemos apuntado en el apartado 4.2.2. *Cómo hacer el análisis de contenido en las fotografías de prensa*, en nuestro caso, nos interesan dos tipos de análisis: el análisis descriptivo y el análisis relacional. En primer lugar, el análisis descriptivo hace referencia a “aukeratutako erregistro unitateen agerpen maiztasunen azterketa” (Juaristi, 2003: 227). En este sentido, el análisis descriptivo tiene como objetivo describir los hechos sociales con precisión y exactitud (Ruiz Olabuénaga, Aristegui y Melgosa, 1998: 86). Para ello se utilizan normalmente los porcentajes o los ratios (Juaristi, 2003: 227). En esta investigación, se utilizarán porcentajes.

En segundo lugar, el análisis relacional pretende ayudar a conocer cómo funciona cualquier sociedad, grupo o institución, a través de la asociación de diversos fenómenos (Ruiz Olabuénaga, Aristegui y Melgosa, 1998: 108). Es decir, no es suficiente con describir lo que ocurre, sino que es necesario describir lo que ocurre por su conexión con otros factores (Ruiz Olabuénaga, Aristegui y Melgosa, 1998: 108).

Así pues, el análisis relacional se refiere a “lortutako kategorien zein hauen eta beste bide batzuetatik lortutako aldagaien arteko harremanen azterketa” (Juaristi, 2003: 227). Para llevar a cabo el análisis relacional se utilizan principalmente las tablas cruzadas, medidas de asociación y correlaciones (Juaristi, 2003: 227).

A continuación, exponemos un ejemplo de la apariencia que han tomado los datos exportados desde el documento Excel al documento SPSS, desde el cual hemos podido después analizar la información a través de tablas y gráficos:

Imagen 4.16. Ejemplo del aspecto después de exportar los datos del documento de Excel al SPSS

	P	F	T.I.A	S.E	A	E.A	C.R	T.I.P	L	P.L	Á.N	E.S	C.A
1	El País	01-Jun-2013	Noticia	Sociedad/Gizartea	Hombre	No, sólo la fotogr...	Campo de la salu...	Fotografía como...	Luz natural/Exterior	Plano medio-corto	Contrapicado	Exterior/Calle	Dos personas
2	El País	02-Jun-2013	Reportaje	Suplementos	Hombre	No, sólo la fotogr...	Campo del femini...	Fotografía ilustrat...	Luz natural/Exterior	Primer plano	Horizontal o normal	No se aprecia/No...	Dos personas
3	El País	02-Jun-2013	Noticia	Gente/Estilo/Mod...	Agencia de fotogr...	Otra(s) fotografía...	Campo de la igua...	Fotografía ilustrat...	Luz artificial/Interior	Plano general	Horizontal o normal	Concierto musica...	Dos personas
4	El País	02-Jun-2013	Noticia	Gente/Estilo/Mod...	Agencia de fotogr...	Otra(s) fotografía...	Campo de la igua...	Fotografía ilustrat...	Luz artificial/Interior	Plano medio-corto	Horizontal o normal	Pasarela de mod...	Entre 3 y 4 per
5	El País	04-Jun-2013	Noticia	Cultura/Kultura	Otras	Otra(s) fotografía...	Campo de la cult...	Fotografía simból...	Luz natural/Exterior	Plano general	Picado	Naturaleza	Dos personas
6	El País	04-Jun-2013	Noticia	Cultura/Kultura	Otras	Otra(s) fotografía...	Campo de la cult...	Fotografía simból...	Luz natural/Exterior	Plano detalle	Horizontal o normal	No se aprecia/No...	Dos personas
7	El País	06-Jun-2013	Reportaje	Sociedad/Gizartea	No se especifica	No, sólo la fotogr...	Campo de la salu...	Retrato fotográf...	Luz artificial/Interior	Plano medio	Horizontal o normal	Lugar de trabajo/...	Dos personas
8	El País	08-Jun-2013	Reportaje	Sociedad/Gizartea	Mujer	No, sólo la fotogr...	Campo de la salu...	Retrato fotográf...	Luz artificial/Interior	Plano medio-largo	Picado	Otros	Dos personas
9	El País	10-Jun-2013	Reportaje	Blog	No se especifica	No, sólo la fotogr...	Campo de la igua...	Retrato fotográf...	Luz natural/Exterior	Primer plano	Horizontal o normal	No se aprecia/No...	Dos personas
10	El País	10-Jun-2013	Reportaje	Gente/Estilo/Mod...	Agencia de fotogr...	Otra(s) fotografía...	Campo de la cult...	Fotografía ilustrat...	Luz artificial/Interior	Plano general	Horizontal o normal	Pasarela de mod...	Dos personas
11	El País	10-Jun-2013	Reportaje	Gente/Estilo/Mod...	Agencia de fotogr...	Otra(s) fotografía...	Campo de la cult...	Fotografía ilustrat...	Luz artificial/Interior	Plano americano	Horizontal o normal	Pasarela de mod...	Dos personas
12	El País	10-Jun-2013	Reportaje	Gente/Estilo/Mod...	Agencia de fotogr...	Otra(s) fotografía...	Campo de la cult...	Fotografía ilustrat...	Luz artificial/Interior	Plano general	Horizontal o normal	Edición de unos ...	Dos personas
13	El País	11-Jun-2013	Noticia	Gente/Estilo/Mod...	Redes sociales o	No, sólo la fotogr...	Campo de la liber...	Fotografía simból...	Luz artificial/Interior	Plano americano	Horizontal o normal	Casa	Dos personas
14	El País	12-Jun-2013	Noticia	Gente/Estilo/Mod...	Redes sociales o	No, sólo la fotogr...	Campo de la igua...	Retrato fotográf...	Luz artificial/Interior	Plano medio-largo	Horizontal o normal	No se aprecia/No...	Dos personas
15	El País	15-Jun-2013	Reportaje	Gente/Estilo/Mod...	Otras	Otra(s) fotografía...	Campo de la igua...	Retrato fotográf...	Luz artificial/Interior	Plano americano	Horizontal o normal	No se aprecia/No...	Dos personas
16	El País	15-Jun-2013	Reportaje	Gente/Estilo/Mod...	Otras	Otra(s) fotografía...	Campo de la igua...	Retrato fotográf...	Luz artificial/Interior	Plano general	Horizontal o normal	No se aprecia/No...	Dos personas
17	El País	15-Jun-2013	Reportaje	Gente/Estilo/Mod...	Otras	Otra(s) fotografía...	Campo de la igua...	Retrato fotográf...	Luz artificial/Interior	Plano americano	Horizontal o normal	No se aprecia/No...	Dos personas
18	El País	15-Jun-2013	Reportaje	Gente/Estilo/Mod...	Otras	Otra(s) fotografía...	Campo de la igua...	Retrato fotográf...	Luz artificial/Interior	Plano general	Horizontal o normal	No se aprecia/No...	Dos personas
19	El País	15-Jun-2013	Reportaje	Gente/Estilo/Mod...	Otras	Otra(s) fotografía...	Campo de la igua...	Retrato fotográf...	Luz artificial/Interior	Plano general	Horizontal o normal	No se aprecia/No...	Dos personas
20	El País	15-Jun-2013	Reportaje	Gente/Estilo/Mod...	Otras	Otra(s) fotografía...	Campo de la igua...	Retrato fotográf...	Luz artificial/Interior	Plano americano	Horizontal o normal	No se aprecia/No...	Dos personas
21	El País	15-Jun-2013	Reportaje	Gente/Estilo/Mod...	Otras	Otra(s) fotografía...	Campo de la igua...	Retrato fotográf...	Luz artificial/Interior	Primer plano	Horizontal o normal	No se aprecia/No...	Dos personas
22	El País	20-Jun-2013	Entrevista	Sociedad/Gizartea	Hombre	No, sólo la fotogr...	Campo de la salu...	Retrato fotográf...	Luz natural/Exterior	Plano medio-largo	Horizontal o normal	Naturaleza	Dos personas
23	El País	24-Jun-2013	Entrevista	Suplementos	Agencia de fotogr...	Otra(s) fotografía...	Campo de la igua...	Fotografía ilustrat...	Luz artificial/Interior	Plano general	Horizontal o normal	No se aprecia/No...	Dos personas
24	El País	24-Jun-2013	Entrevista	Suplementos	Hombre	Otra(s) fotografía...	Campo de la igua...	Retrato fotográf...	Luz natural/Exterior	Primer plano	Horizontal o normal	No se aprecia/No...	Dos personas
25	El País	24-Jun-2013	Noticia	Sociedad/Gizartea	Hombre	No, sólo la fotogr...	Campo de la igua...	Retrato fotográf...	Luz artificial/Interior	Primer plano	Horizontal o normal	No se aprecia/No...	Dos personas
26	El País	27-Jun-2013	Noticia	Gente/Estilo/Mod...	Agencia de fotogr...	Otros	Campo de la liber...	Retrato fotográf...	Luz artificial/Interior	Primer plano	Horizontal o normal	No se aprecia/No...	Dos personas
27	El País	28-Jun-2013	Noticia	Blog	No se especifica	No, sólo la fotogr...	Campo de la liber...	Fotografía ilustrat...	Luz natural/Exterior	Plano medio-largo	Horizontal o normal	Exterior/Calle	Entre 5 y 10 pi
28	El País	29-Jun-2013	Noticia	Gente/Estilo/Mod...	Agencia de fotogr...	No, sólo la fotogr...	Campo de la salu...	Fotografía docum...	Luz artificial/Interior	Plano medio	Horizontal o normal	Institución del Es...	Dos personas

Fuente: Elaboración propia

La imagen 4.16. muestra la vista de datos del programa. En este caso, el SPSS ha convertido en datos los códigos numéricos que hemos introducido en el documento Excel (ver imágenes 4.14. y 4.15.).

Hasta el momento hemos expuesto los criterios según los cuales hemos seleccionado tanto las entradas o unidades informacionales como las fotografías; el sistema de variables y categorías para analizar las imágenes; y, finalmente, la codificación previa en Excel y la codificación propiamente dicha en SPSS. El objetivo por el que hemos expuesto todas estas cuestiones no era otro que preparar una metodología para analizar las fotografías de prensa desde una perspectiva feminista. A continuación, comenzamos con el análisis de los datos obtenidos tras introducir la codificación en el programa SPSS.

5. ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES SOBRE REIVINDICACIONES Y ACCIONES COLECTIVAS FEMINISTAS EN LA PRENSA DIGITAL ESPAÑOLA Y VASCA EN LOS AÑOS 2013 Y 2014

Una vez que todos los datos han sido incluidos en el programa estadístico SPSS, procedemos a extraer las frecuencias absolutas y relativas, las tablas cruzadas y los gráficos que nos interesan y a analizarlos. Sin embargo, antes de nada, conviene aclarar algunas cuestiones y conceptos.

Como hemos apuntado al comienzo del apartado anterior, para la elección de las imágenes nos hemos guiado por las entradas o unidades informacionales de los periódicos digitales seleccionados. Las unidades informacionales son los textos completos que aparecen en los periódicos, es decir, todos aquellos textos formados por el titular, subtítulo y cuerpo de la noticia, además de la(s) fotografía(s), vídeo(s)... y demás elementos que la compongan. En el caso de la prensa digital, la unidad informacional es toda aquella página web que se muestra al/la lector/a cuando *clica* en el titular de la portada del medio digital en cuestión.

En el momento en el que decidimos que una unidad informacional cumple los criterios metodológicos que hemos establecido, extraemos la(s) fotografía(s) que la componen (ver ANEXO 8.3.). En ocasiones, las fotografías extraídas de las unidades informacionales no ofrecen la suficiente información para conocer las cuestiones planteadas en las variables de análisis⁶⁷, por lo que será necesario consultar dicha información en las unidades informacionales (normalmente, en el titular, subtítulo o texto completo). Es por esta razón por la que en algunas tablas y análisis nos referimos a las unidades informacionales, en otras a las imágenes y en otras a ambas (por ejemplo, *tabla 5.2. Subgéneros periodísticos a los que pertenecen las unidades informacionales objeto de estudio (El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014); tabla 5.10. Tipos de fotografías objeto de estudio (El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014); y tabla 5.16. Lugar geográfico al que hacen referencia las reivindicaciones de las unidades informacionales o las imágenes objeto de estudio*).

También conviene recordar, tal y como adelantábamos en el capítulo 4. *Metodología de la investigación*, que a la hora de realizar la selección de las imágenes objeto de estudio hemos tenido dos problemas. En primer lugar, cuando comenzamos a buscar las entradas de los periódicos que nos interesaban en sus respectivas hemerotecas, encontramos varios problemas que, en determinados casos, imposibilitaban el análisis tal y como lo habíamos planteado. El problema principal fue que habíamos establecido analizar las ediciones digitales de varios periódicos (generalmente, los periódicos tienen una edición digital diferente de la edición física); sin embargo, la hemeroteca del ABC no guardaba (en aquel momento) sus entradas online, sino que guardaba lo que publicaba en papel, en formato pdf. Por lo tanto, la única salida fue revisar todos los periódicos de la edición escrita en formato pdf para buscar aquellas entradas que nos interesaban. Unido a este problema, el Deia tan sólo guardaba (en aquel momento) en su hemeroteca los datos digitales de los últimos dos años. Cuando procedimos a realizar la búsqueda en su hemeroteca, descubrimos que faltaban cuatro meses del periodo que nos habíamos marcado (de junio a septiembre de 2013).

⁶⁷ Por ejemplo, en ocasiones una imagen no nos aclara cuál es la reivindicación feminista que plantea o en qué lugar se plantea dicha reivindicación.

Por lo tanto, la única salida fue acudir a una hemeroteca y revisar las ediciones escritas del *Deia* (en soporte DVD).

En segundo lugar, el siguiente problema vino como consecuencia del anterior. Es decir, teníamos una mayoría amplia de entradas objeto de análisis que venían de una fuente digital pero otras tantas venían de la edición en papel. Por lo tanto, algunas categorías de análisis diseñadas en un principio únicamente para lo digital, no podían ser analizadas porque en las entradas extraídas de la edición en papel no tenían sentido. Entre esas categorías que tuvimos que desechar estaba, por ejemplo, si aparecía o no una fotografía en la portada o el lugar que ocupaba ésta (y la noticia a la que complementaba) en la portada digital del medio en cuestión y, unido a esto, la relevancia que el medio otorgaba a dicha noticia.

Finalmente, estas últimas dos cuestiones podrán observarse en este capítulo de la siguiente manera: hemos expuesto ejemplos de imágenes para ilustrar las cuestiones que analizaremos en cada apartado. Dichas imágenes van acompañadas de un pie de página en la que exponemos el enlace a la página de internet de la que hemos extraído la unidad informacional y, por tanto, la imagen. Las imágenes que han sido extraídas de *pdfs* (en el caso del *ABC*) y de las ediciones físicas (en el caso de *Deia*) no irán acompañadas de ningún enlace a la página de internet puesto que no han podido ser extraídas de internet.

A continuación, procedemos a analizar los datos obtenidos. Para ello, hemos llevado a cabo pequeños apartados en los que analizamos cada una de las variables y categorías descritas en el apartado metodológico 4.3.3. *Sistema de variables y categorías de análisis*. El primer apartado, el 5.1. *Total de fotografías a analizar según periódico*, no corresponde a ninguna variable. Ha sido incluido con el fin de ayudar al/a lector/a a situarse en el marco general de esta investigación. Además, algunas variables se han agrupado en un solo apartado porque ofrecen información similar (por ejemplo, las variables sexo y edad se han incluido en un mismo apartado titulado *Perfil de las personas que aparecen protestando en las fotografías*).

5.1. Total de fotografías a analizar según los periódicos

El objetivo principal de esta investigación es analizar las reivindicaciones y las acciones colectivas feministas a partir de las fotografías de la prensa digital española (*El País* y *ABC*) y vasca (*El Correo* y *Deia*) más consultada por los/as lectores/as en los años 2013 y 2014.

Para ello, comenzamos el análisis aludiendo al total de imágenes que vamos a analizar en este apartado, divididas asimismo por los periódicos objeto de estudio:

	Frecuencia	Porcentaje
<i>El Correo</i>	108	19,6
<i>Deia</i>	66	12,0
<i>ABC</i>	65	11,8
<i>El País</i>	312	56,6
<i>Total</i>	551	100,0

Fuente: Elaboración propia

Como puede observarse en la tabla 5.1., en total vamos a analizar 551 fotografías de prensa. Del total de imágenes, el 19,6% pertenecen a *El Correo*, el 12% al *Deia*, el 11,8% al *ABC* y el 56,6% a *El País*. La diferencia entre *El Correo*, el *Deia* y el *ABC* respecto a *El País* es clara; de hecho, ni sumando los porcentajes de los primeros tres periódicos llegan a la mitad de todas las imágenes analizadas (43,6% frente a 56,6%). Este hecho nos lleva a pensar que la importancia que otorga, al menos cuantitativamente, *El País* a temas relacionados con los derechos de las mujeres y de los colectivos tradicionalmente oprimidos, sus reivindicaciones y acciones colectivas es mayor que la que otorga cualquier otro medio analizado. Sin embargo, la mayor cantidad de unidades informacionales no tiene por qué significar mayor calidad o mayor perspectiva feminista⁶⁸, que es lo que al fin y al cabo estamos analizando.

En este sentido y como veremos más adelante, además de que en *El País* la cantidad de entradas de índole feminista es superior a la de los otros medios digitales, este medio también trata asuntos con temáticas concretas muy variadas a este respecto.

⁶⁸ Consideramos que una entrada de un periódico tiene perspectiva feminista cuando busca sacar a la luz y reivindicar las situaciones de desigualdad que viven las mujeres (sea cual sea su etnia, religión, clase social...) y las personas homosexuales, transexuales e intersexuales por el hecho de serlo. Entendemos que estas personas sufren una opresión específica fraguada a lo largo de la historia, por lo que dicha opresión tiene consecuencias en la actualidad. Asimismo, es parte inequívoca de la perspectiva feminista impulsar a las sociedades hacia la transformación y a terminar con la dominación y la opresión vengan éstas de donde vengan.

5.2. Subgéneros periodísticos de las unidades informacionales a los que pertenecen las fotografías

Las unidades informacionales⁶⁹ pertenecen a géneros periodísticos concretos. Éstos se refieren a las distintas formas de expresión lingüística relacionadas con informaciones de actualidad (Armentia et. al., 2000: 175). Los géneros periodísticos ejercen como modelos de interpretación o como horizontes de expectativas, es decir, las características específicas de cada género hacen que el/la lector/a adopte una posición intelectual determinada ante el texto (Díaz, 2005: 146).

Los géneros periodísticos pueden ser informativos (noticias y fotogalerías), interpretativos (reportaje), dialógicos (entrevistas) o de opinión (comentario personal) (Díaz, 2005: 150). En este caso, lo que nos interesa saber es el subgénero periodístico en el que está inserta la fotografía, por ejemplo, en una noticia, en un reportaje, en una entrevista...

En este apartado llevaremos a cabo dos tablas: la primera tabla señala las frecuencias y porcentajes de cada subgénero periodístico, mientras que la segunda tabla indica los subgéneros periodísticos que corresponden a cada periódico objeto de estudio.

En primer lugar, exponemos la tabla que muestra las frecuencias y porcentajes relativos a cada subgénero periodístico:

Tabla nº 5.2. Subgéneros periodísticos a los que pertenecen las unidades informacionales objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)		
	Frecuencia	Porcentaje
Noticia	221	40,1
Reportaje	205	37,2
Entrevista	78	14,2
Comentario personal	20	3,6
Fotogalería	27	4,9
Total	551	100,0

Fuente: Elaboración propia

⁶⁹ En la prensa digital, las unidades informacionales son las páginas web que ve el/la lector/a cuando *clica* en un titular del periódico digital. En la página web que se le muestra se combinan todos los elementos de una noticia, reportaje, entrevista, comentario personal o fotogalería. Por ejemplo, el texto completo, las fotografías, los videos, los gráficos,...

Tal y como muestra la tabla, el 40,1% de todas las unidades informacionales recopiladas son noticias. Las noticias son escritos publicados en periódicos sobre hechos de interés público sin que contengan opinión ni interpretación (Yanes, 2010: 44).

Por otra parte, el 37,2% de las unidades informacionales son reportajes. Los reportajes son trabajos que profundizan en las interioridades de una noticia, en las causas y en las consecuencias de algún acontecimiento de actualidad, e investigan aspectos desconocidos a partir de testimonios confidenciales (aunque no sólo) o a través de la búsqueda de datos (Yanes, 2010: 195).

El 14,2% de las unidades informacionales son entrevistas. Las entrevistas son el texto resultante de un diálogo dirigido entre el/la periodista y la(s) persona(s) entrevistada(s).

El 4,9% de las unidades informacionales son fotogalerías. Las fotogalerías son un grupo de imágenes sobre una misma temática que van acompañadas de un pie de fotografía para que aporte más información a las fotografías que la componen.

Finalmente, 3,6% de las unidades informacionales son comentarios personales. Los comentarios personales son aquellos textos en el que el/la autor/a da una opinión sobre una experiencia personal, una noticia, etc. Éstos suelen estar escritos por personas anónimas o periodistas del medio, generalmente, en primera persona.

Como hemos apuntado, las imágenes objeto de estudio se encuentran dentro de las unidades informacionales que responden a los subgéneros periodísticos arriba descritos. El uso que hacen los medios de los subgéneros periodísticos nos sirve, en nuestra opinión, para conocer la importancia da cada medio analizado a los temas que estamos estudiando en esta investigación. Podríamos aventurarnos a decir que todas las unidades informacionales, salvo las noticias, tienen capacidad de análisis. Entendemos por capacidad de análisis el estudio de los fundamentos, las relaciones, las causas, los testimonios y las posibles consecuencias de algún acontecimiento de actualidad. Por lo tanto, cuanto más se utilicen los reportajes, las entrevistas, los comentarios personales y las fotogalerías, más importancia estarán dando los medios a las reivindicaciones feministas y, por ende, a las reivindicaciones concretas de cada texto o fotografía.

Así las cosas, parece que las imágenes seleccionadas de acuerdo a nuestros objetivos están presentes en mayor medida en las noticias (40,1%), en los reportajes (37,2%) y, a más distancia, en las entrevistas (14,2%). El que los medios de comunicación prioricen las noticias para mostrar las reivindicaciones feministas puede deberse a que los medios entienden que estos hechos son de interés público y que no es necesario, por parte del medio, realizar ningún análisis o interpretación de lo que en las noticias se cuenta. Ejemplo de esto puede ser la noticia aparecida el día 6 de junio de 2013 en *El Correo*. He aquí la unidad informacional:

Imagen 5.1. Ejemplo de unidad informacional en forma de noticia: Activistas de FEMEN protestan ante la embajada de Túnez en Madrid (12 de junio de 2013).



Fuente: elcorreo.com⁷⁰

Sabemos que la imagen 5.1. es una noticia porque en el texto se explica lo que ocurrió, cuándo ocurrió, dónde ocurrió y las razones por las que el colectivo FEMEN protestaba. Además, se cuenta un hecho de interés público sin opinión ni interpretación alguna.

Al contrario de lo que ocurre con esta noticia, en el caso de los reportajes, merece la pena profundizar en las interpretaciones, causas y posibles consecuencias de algún acontecimiento de actualidad. Un ejemplo de reportaje es el siguiente:

⁷⁰ Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/rc/20130612/mundo/activistas-femen-embajada-201306121301.html> [Fecha de consulta: 22 de junio de 2014].

Imagen 5.2. Ejemplo de unidad informacional en forma de reportaje: “Quieren que las mujeres de Gaza vivan en la Edad de Piedra” (6 de junio de 2013).



Fuente: elpais.com⁷¹

Como ya se ha apuntado, en la imagen 5.2., además de los hechos que cuenta el periodista, se intercalan reflexiones de tres personas que viven en Gaza (Samah Ahmed, Adnan Barakat y Noha el Suri). Así, no sólo se ofrece a la persona que lee el reportaje información básica sobre la cancelación de una maratón tras la prohibición de que participaran mujeres, sino que se profundiza en cómo viven las mujeres las obligaciones religiosas impuestas por el gobierno a través de los testimonios de tres mujeres.

Finalmente, un ejemplo de entrevista es el aparecido en el *Deia* el 17 de mayo de 2014. El titular es el siguiente: “Inmaculada Mujika, Javier Regalado y Beatriz Ramírez: ‘Esta sociedad no ha resuelto sus problemas con la diversidad sexual’”⁷². En este caso, resulta sencillo detectar que se

⁷¹ Fuente: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/06/06/actualidad/1370546751_660110.html [Fecha de consulta: 22 de junio de 2015].

⁷² El periódico *Deia* ha retirado este reportaje de su página web (debido a que han pasado más de dos años desde que fue publicado); por este motivo ha sido imposible exponer un pantallazo del mismo. Fuente: <http://www.deia.com/2014/05/17/bizkaia/esta-sociedad-no-ha-resuelto-sus-problemas-con-la-diversidad->

trata de entrevista porque el formato utilizado por el periódico es el clásico en el que se intercalan preguntas del/a periodista y respuestas de las personas entrevistadas⁷³; además, el/la periodista ni interpreta ni analiza los hechos (por lo que no es un reportaje). Además, las entrevistas sirven para conocer testimonios directos y basados en las experiencias personales de las personas afectadas, en este caso, de personas con sexualidades diversas que viven en sociedades que no han normalizado las prácticas sexuales no heterosexuales.

En segundo lugar, en la siguiente tabla podemos ver los tipos de géneros periodísticos cruzados con los periódicos objeto de estudio ($\chi^2= 130,779$, $gl= 12$, $p<0,000$). Esta información nos sirve, en nuestra opinión, para saber cuánta importancia da cada medio analizado a los temas que estamos estudiando en esta investigación. Como hemos apuntado, pensamos que todas las unidades informacionales, salvo las noticias, tienen capacidad de análisis. Por lo tanto, cuanto más se utilicen los demás subgéneros periodísticos, más importancia estarán dando los medios a las reivindicaciones feministas y, por ende, a las reivindicaciones concretas de cada texto o fotografía. He aquí la tabla que contiene dicha información:

Tabla nº 5.3: Subgéneros periodísticos a los que pertenecen las unidades informacionales en <i>El Correo</i>, <i>Deia</i>, <i>ABC</i> y <i>El País</i> en 2013 y 2014							
			Periódico				Total
			<i>El Correo</i>	<i>Deia</i>	<i>ABC</i>	<i>El País</i>	
Subgéneros periodísticos	Noticia	Recuento	73	45	37	66	221
		% dentro de Periódico	67,6%	68,2%	56,9%	21,2%	40,1%
	Reportaje	Recuento	29	13	14	149	205
		% dentro de Periódico	26,9%	19,7%	21,5%	47,8%	37,2%
	Entrevista	Recuento	6	7	14	51	78
		% dentro de Periódico	5,6%	10,6%	21,5%	16,3%	14,2%
	Comentario personal	Recuento	0	1	0	19	20
		% dentro de Periódico	0,0%	1,5%	0,0%	6,1%	3,6%
	Fotogalería	Recuento	0	0	0	27	27
		% dentro de Periódico	0,0%	0,0%	0,0%	8,7%	4,9%
Total	Recuento		108	66	65	312	551
	% dentro de Periódico		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

sexual-esta-sociedad-no-ha-resuelto-sus-problemas-con-la-diversidad-sexual [Fecha de consulta: 30 de agosto de 2014].

⁷³ Sin embargo, es necesario recordar que también consideramos entrevistas otros formatos, por ejemplo, aquellos textos en los que se entrecomillan algunas respuestas (Yanes, 2010: 81-82) y/o se utiliza el estilo indirecto dentro de un texto creativo, siempre que el/la autor/a no interprete ninguna de las respuestas.

Así pues, en la tabla 5.3. observamos que, en el caso de las noticias, el *Deia* y *El Correo* se hacen eco en mayor medida de noticias referentes a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas. En concreto, *Deia* y *El Correo* tienen unos porcentajes muy parecidos en este sentido: en *Deia*, 68,2% de las unidades informacionales que aparecen son noticias, mientras que en *El Correo* los son el 67,6%. A más distancia, un 56,9% de las unidades informacionales son noticias en el *ABC*, mientras que el 21,2% pertenecen a *El País*.

En cuanto a los reportajes, *El País* es el que más utiliza este subgénero periodístico, en concreto, un 47,8%. A mucha distancia se encuentra *El Correo* con un 26,9% de reportajes.

En el caso de las entrevistas el *ABC* desbanca a *El País*, con un 21,5% (mientras que éste último obtiene un 16,3% de entrevistas). Finalmente, los casos de los comentarios personales y las fotogalerías son más minoritarios en los cuatro periódicos, aunque en ambos es *El País* el periódico que más unidades informacionales de este tipo tiene, 6,1% y 8,7%, respectivamente.

Por lo tanto, a excepción de *El País*, advertimos que en los demás periódicos analizados no se tiende tanto a analizar en profundidad aquellos temas relacionados con los derechos de las mujeres y de los colectivos tradicionalmente oprimidos. Por el contrario, se redactan en mayor medida noticias que ofrecen información básica sobre un hecho de actualidad sin opinión ni interpretación.

Aunque ésta es la tendencia general, en *El Correo* encontramos un ejemplo de un reportaje en el que se pretende reivindicar la necesidad de que cambie la imagen de las mujeres en la ficción, y para ello se analizan tanto películas como series protagonizadas por mujeres fuertes e independientes. He aquí un ejemplo de dicho reportaje:

Imagen nº 5.3. Ejemplo de reportaje en el que se analiza el cambio de rol de las mujeres en la ficción estadounidense: Heroínas, la nueva mina de oro de Hollywood (14 de julio de 2013).



Fuente: elcorreo.com⁷⁴

Fuera de la tendencia general, también encontramos comentarios personales, los cuales son parecidos a los reportajes en cuanto al nivel de análisis⁷⁵ pero se basan en experiencias personales del/a autor/a. De hecho, se distinguen, generalmente, por estar escritos en primera persona. La siguiente imagen es un ejemplo de comentario personal:

⁷⁴ Esta unidad informacional ha sido extraída del suplemento *Mujer Hoy* que aparece en la portada de la página web de *El Correo*. Fuente: <http://www.mujerhoy.com/hoy/mujeres-hoy/heroinas-nueva-mina-hollywood-735106072013.html> [Fecha de consulta: 22 de junio de 2014].

⁷⁵ El nivel o capacidad de análisis hace referencia al estudio de los fundamentos, las relaciones, las causas, los testimonios y las posibles consecuencias de algún acontecimiento de actualidad. Como hemos apuntado, las noticias son el subgénero periodístico que menos capacidad de análisis tienen, mientras que los reportajes, las entrevistas, los comentarios personales y las fotogalerías son los que más capacidad de análisis tienen.

Imagen 5.5. Ejemplo de unidad informacional en forma de fotogalería: Manifestación contra la ley del aborto (1 de febrero de 2014).



Fuente: elpais.com⁷⁷

La fotogalería de la imagen 5.5. está compuesta por 21 imágenes diferentes (como se indica en la parte superior de la primera imagen de la fotogalería, *foto 1 de 21*) que muestran la multitudinaria manifestación de *El Tren de la Libertad* celebrada en Madrid. La fotogalería contiene imágenes que van desde la presentación de las manifestantes a la estación de Atocha en Madrid, hasta su llegada al Congreso de los Diputados, donde presentaron un escrito, pasando por calles importantes como el paseo del Prado.

Por lo tanto, cuánto más se utilicen el reportaje, las entrevistas, las fotogalerías y los comentarios personales en un medio de comunicación, más trascendencia estará dando dicho medio, en este caso, a las reivindicaciones feministas, porque se estará esforzando en buscar

⁷⁷ Fuente: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/02/01/album/1391251375_627604.html#1391251375_627604_1391256710 [Fecha de consulta: 16 de agosto de 2016].

distintas causas, consecuencias y voces que apoyen o refuten argumentos,... Teniendo en cuenta los datos que ofrece la tabla 5.3, casi el 60% de las unidades informacionales seleccionadas tienen una capacidad de análisis superior a las noticias (que conforman el 40% restante). Esto ocurre gracias a *El País* ya que los demás medios, como hemos visto, ofrecen más visibilidad a las noticias que a los demás subgéneros periodísticos.

Este hecho nos lleva a pensar que es necesario hacer más esfuerzos por analizar y visibilizar en estos medios las reivindicaciones y acciones colectivas feministas. Las noticias sirven para visibilizar actos, pero por sí mismas no tienen capacidad de analizar las razones por las que esos actos ocurren, qué opinan las voces expertas o las víctimas sobre esos actos, qué consecuencias pueden tener esos actos o cómo se pueden solucionar.

En este sentido, creemos que los reportajes son subgéneros periodísticos básicos que nos permitirán comprender mejor el funcionamiento de las desigualdades y, en consecuencia, estaremos en mejor posicionamiento para buscar soluciones. Las entrevistas, las fotogalerías y los comentarios personales, por otro lado, son también subgéneros periodísticos que nos pueden ayudar en este camino.

5.3. Secciones a las que pertenecen las imágenes

En este apartado hemos analizado las secciones en las que aparecen las unidades informacionales sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas. Así pues, expondremos dos tablas que tienen que ver con las secciones de los periódicos digitales analizados: en la primera tabla se muestran las frecuencias y porcentajes correspondiente a las secciones en las que aparecen las imágenes; y, en la segunda tabla, se muestra el cruce de datos entre las secciones y los periódicos digitales, por lo que podremos saber cuáles son las secciones más utilizadas en cada periódico objeto de estudio.

A continuación, exponemos la tabla que contiene los datos acerca de las secciones a las que pertenecen las imágenes objeto de estudio:

Tabla nº 5.4. Secciones a las que pertenecen las fotografías objeto de estudio (El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014)		
	Frecuencia	Porcentaje
Internacional/Mundo/Mundua	22	4,0
Política	10	1,8
Sociedad/Gizartea	144	26,1
Blog	62	11,3
Gente/Estilo/Moda/Gente&Estilo/Gente y TV	110	20,0
Opinión/Iritzia	3	,5
Cultura/Kultura	30	5,4
Deportes	8	1,5
Televisión/Televisión y Radio	4	,7
Tecnología	2	,4
Planeta Futuro	27	4,9
Suplementos	17	3,1
Cataluña	2	,4
Madrid	8	1,5
País Vasco	1	,2
Más actualidad	28	5,1
Local	35	6,4
Ocio	2	,4
Portada	2	,4
Bizkaia	13	2,4
Agenda	3	,5
Enfoque	2	,4
España	4	,7
Familia	11	2,0
Videos	1	,2
Total	551	100,0

Fuente: Elaboración propia

Como se aprecia en la tabla 5.4., podemos afirmar que es Sociedad/Gizartea la sección en la que más unidades informacionales e imágenes aparecen, concretamente, el 26,1%. Esta sección trata de los sucesos ocurridos en el país al que pertenece el periódico.

En segundo lugar, de las imágenes objeto de estudio, el 20% se encuentran en la sección denominada Gente/Estilo/Moda/Gente&Estilo/Gente y TV. En esta sección aparece información referente a personas famosas (cantantes, actores, actrices...) y a algún hecho que les haya ocurrido o hayan llevado a cabo.

En tercer lugar, encontramos las unidades informacionales y las fotografías que aparecen en Blogs, en concreto, el 11,3%. Esta sección recoge las publicaciones, de carácter personal, de personas que guardan algún tipo de relación con el medio, pudiendo ser ésta profesional o no.

En cuarto lugar, a una distancia considerable, la sección Local es la que más imágenes posee, en concreto, el 6,4%. Esta sección pertenece a un periódico local por lo que se refiere a los hechos noticiosos ocurridos en el País Vasco.

A más distancia, tanto la sección Cultura como Más actualidad obtienen un porcentaje parecido de imágenes, 5,4% y 5,1%, respectivamente. En cuanto a la sección Cultura, ésta recoge temas relativos al teatro, cine, música, bellas artes, radio, libros... y recoge tanto acontecimientos nacionales como internacionales.

Como hemos apuntado en el capítulo teórico 2.3.1.3.2. *Antecedentes europeos y el caso del Estado español en los estudios sobre medios de comunicación desde una perspectiva de género*, tradicionalmente, las secciones se dividían en secciones *soft* y secciones *hard* (Mateos de Cabo et al., 2007: 28). Apuntábamos que generalmente las mujeres tenían doble protagonismo en las secciones *soft*, es decir, ellas creaban y eran protagonistas de esas informaciones en las secciones menos importantes del periódico (Sociedad, Cultura, Gente, entre otras); y los hombres tenían doble protagonismo en las secciones *hard*, esto es, ellos creaban y eran protagonistas de esas informaciones en las secciones más importantes de los periódicos (Política y Economía, entre otras).

Siguiendo esta argumentación, las conclusiones de este estudio continúan por el camino de los resultados que obtenían las investigaciones en los primeros años del siglo XXI. Las secciones en las que aparecen las mujeres y los colectivos tradicionalmente oprimidos reivindicando sus derechos son las secciones *soft*: Sociedad (26,1%), Gente/Estilo/Moda/Gente&Estilo/Gente y TV (20%), Local (que sería como la sección Sociedad pero a nivel regional, en un 6,4%), etc. Debido a la evolución de los medios de comunicación digitales, un 11,3% de las imágenes aparecen en otra sección llamada Blog en la que, normalmente, se lleva a cabo un análisis de carácter personal sobre algún hecho de importancia. Esta sección la consideramos *soft* debido a que su implantación en los medios analizados es todavía residual en comparación con secciones como Política o Sociedad, y además su ubicación en las páginas web de los periódicos digitales no es tan privilegiada como la de las secciones *hard* (ni probablemente como la de las secciones *soft*).

En la sección Política, una de las más importantes en los medios de comunicación, apenas aparecen el 1,8% de las imágenes totales estudiadas en esta investigación, esto es, 10 fotografías del total. La temática de 9 de las 10 fotografías es la reivindicación del derecho de las mujeres al aborto, la cual comenzó tímidamente tras el anuncio de la intención del gobierno del PP (en 2012) de

modificar la ley de 2010 para hacerla más restrictiva, y se intensificó tras la aprobación en consejo de ministros del anteproyecto de ley en diciembre de 2013. Todas las demás imágenes en torno a esta cuestión están incluidas en la sección de Sociedad (en el caso de *El País* y *Deia*, ver tabla 5.5.), en la de Más actualidad, Local o Sociedad (dependiendo del lugar geográfico al que se refiere la unidad informacional, en el caso de *El Correo*, ver tabla 5.5.) y en España o Vídeos (en el caso del *ABC*, ver tabla 5.5.).

Así, por lo que hemos podido comprobar, estas imágenes aparecen en la sección de Política, no por la temática de las mismas, sino por el lugar en el que se han realizado las imágenes o por las personas que se encontraban involucradas (hemos subrayado ambos aspectos en la lista que aparece a continuación). En concreto, las imágenes incluidas en la sección Política tienen los siguientes titulares:

- FEMEN exigiendo el derecho al aborto en el Congreso de los Diputados (4 imágenes) (*El País*, 9 de octubre de 2013).
- Un grupo de mujeres exigiendo el derecho al aborto en el Registro de lo Mercantil (2 imágenes) (*El País*, 6 de febrero de 2014).
- Entrevista a Ana Ferrer, primera magistrada en la historia de la Sala Segunda del Tribunal Supremo, que considera que “la regulación del aborto no puede estar sometida a vaivenes políticos” (1 imagen) (*El País*, 11 de mayo de 2014).
- Interrupción de un mitin de Cañete tras haber realizado declaraciones machistas (1 imagen) (*El País*, 20 de mayo de 2014).
- Interrupción de un discurso de Rajoy para exigir el derecho al aborto durante la clausura del 14 Congreso Regional del PP vasco (1 imagen) (*Deia*, 8 de marzo de 2014).

Por otra parte, encontramos algunas otras secciones que son menos utilizadas que las que hemos apuntado hasta ahora pero no menos importantes. Entre estas secciones encontramos Cultura/Kultura (5,4% de las imágenes); Planeta Futuro (4,9% de las imágenes); Internacional/Mundo/Mundua (4% de las imágenes); Suplementos (3,1% de las imágenes); Bizkaia (2,4% de las imágenes); Familia (2% de las imágenes); Deportes (1,5% de las imágenes); y, finalmente, Madrid (1,5% de las imágenes).

Por último, las secciones menos utilizadas para mostrar las reivindicaciones y acciones colectivas feministas en los periódicos digitales analizados son las siguientes: Televisión/Televisión y Radio (0,7% de las imágenes); España (0,7% de las imágenes); Opinión/Iritzia (0,5% de las imágenes); Agenda (0,5% de las imágenes); Tecnología (0,4% de las imágenes); Cataluña (0,4% de las imágenes); Ocio (0,4% de las imágenes); Portada (0,4% de las imágenes); Enfoque (0,4% de las imágenes); País Vasco (0,2% de las imágenes); y, finalmente, Videos (0,2% de las imágenes).

En la segunda tabla referente a las secciones se muestra el cruce de datos entre las secciones y los periódicos digitales. De esta forma, podemos conocer las secciones más utilizadas en cada periódico objeto de estudio ($X^2= 767,720$, $gl= 72$, $p< 0,000$). La siguiente tabla nos ofrece dichos datos:

Tabla 5.5. Secciones a las que pertenecen las imágenes objeto de estudio en *El Correo*, *Deia*, *ABC* y *El País* en 2013 y 2014

		Periódico				Total
		<i>El Correo</i>	<i>Deia</i>	<i>ABC</i>	<i>El País</i>	
Internacional/Mundo/ Mundua	Recuento	1	7	6	8	22
	% dentro de Periódico	0,9%	10,6%	9,2%	2,6%	4,0%
Política	Recuento	1	1	0	8	10
	% dentro de Periódico	0,9%	1,5%	0,0%	2,6%	1,8%
Sociedad/Gizartea	Recuento	21	37	1	85	144
	% dentro de Periódico	19,4%	56,1%	1,5%	27,2%	26,1%
Blog	Recuento	0	0	0	62	62
	% dentro de Periódico	0,0%	0,0%	0,0%	19,9%	11,3%
Gente/Estilo/Moda/Gente& Estilo/Gente y TV	Recuento	8	0	14	88	110
	% dentro de Periódico	7,4%	0,0%	21,5%	28,2%	20,0%
Opinión/Iritzia	Recuento	0	0	1	2	3
	% dentro de Periódico	0,0%	0,0%	1,5%	0,6%	0,5%
Cultura/Kultura	Recuento	5	6	7	12	30
	% dentro de Periódico	4,6%	9,1%	10,8%	3,8%	5,4%
Deportes	Recuento	0	2	2	4	8
	% dentro de Periódico	0,0%	3,0%	3,1%	1,3%	1,5%
Televisión/Televisión y Radio	Recuento	0	0	2	2	4
	% dentro de Periódico	0,0%	0,0%	3,1%	0,6%	0,7%
Tecnología	Recuento	0	0	2	0	2
	% dentro de Periódico	0,0%	0,0%	3,1%	0,0%	0,4%
Planeta Futuro	Recuento	0	0	0	27	27
	% dentro de Periódico	0,0%	0,0%	0,0%	8,7%	4,9%
Suplementos	Recuento	6	0	1	10	17
	% dentro de Periódico	5,6%	0,0%	1,5%	3,2%	3,1%
Cataluña	Recuento	0	0	0	2	2
	% dentro de Periódico	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	0,4%
Madrid	Recuento	0	0	7	1	8
	% dentro de Periódico	0,0%	0,0%	10,8%	0,3%	1,5%
País Vasco	Recuento	0	0	0	1	1
	% dentro de Periódico	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,2%
Más actualidad	Recuento	28	0	0	0	28
	% dentro de Periódico	25,9%	0,0%	0,0%	0,0%	5,1%
Local	Recuento	35	0	0	0	35
	% dentro de Periódico	32,4%	0,0%	0,0%	0,0%	6,4%
Ocio	Recuento	1	0	1	0	2
	% dentro de Periódico	0,9%	0,0%	1,5%	0,0%	0,4%
Portada	Recuento	2	0	0	0	2
	% dentro de Periódico	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%
Bizkaia	Recuento	0	13	0	0	13
	% dentro de Periódico	0,0%	19,7%	0,0%	0,0%	2,4%
Agenda	Recuento	0	0	3	0	3
	% dentro de Periódico	0,0%	0,0%	4,6%	0,0%	0,5%
Enfoque	Recuento	0	0	2	0	2
	% dentro de Periódico	0,0%	0,0%	3,1%	0,0%	0,4%
España	Recuento	0	0	4	0	4
	% dentro de Periódico	0,0%	0,0%	6,2%	0,0%	0,7%
Familia	Recuento	0	0	11	0	11
	% dentro de Periódico	0,0%	0,0%	16,9%	0,0%	2,0%
Videos	Recuento	0	0	1	0	1
	% dentro de Periódico	0,0%	0,0%	1,5%	0,0%	0,2%
Total	Recuento	108	66	65	312	551
	% dentro de Periódico	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Según las tablas 5.4. y 5.5., de todas las imágenes objeto de estudio, el 26,1% pertenecen a la sección Sociedad/Gizartea. Según la tabla 5.5., *Deia* es el periódico que mayor porcentaje de fotografías posee en la sección de Sociedad/Gizartea (el 56,1% del total de todas sus imágenes pertenecen a esta sección); en segundo lugar, se encuentra *El País* con un 27,2% de sus imágenes pertenecientes a Sociedad/Gizartea; en tercer lugar, se encuentra *El Correo*, con un 19,4% de sus fotografías. Finalmente, el *ABC* apenas tiene un 1,5% de fotografías en esta sección.

Por otra parte, el 20% de las imágenes pertenecen a la sección Gente/Estilo/Moda/Gente&Estilo/Gente y TV. Pues bien, en la tabla 5.5., podemos observar que el 28,2% de las imágenes de *El País* pertenecen a esta sección. En el caso del *ABC*, el 21,5% de sus imágenes seleccionadas pertenecen a esta misma sección. Los dos periódicos restantes apenas tienen representación en la sección Gente/Estilo/Moda/Gente&Estilo/Gente y TV (*Deia*, 0% y *El Correo*, 7,4%).

Además, el 11,3% de las imágenes pertenecen a la sección Blog. Según la tabla 5.5., todas las imágenes recogidas en esta sección pertenecen a *El País*.

En cuanto a las secciones de Local y Más actualidad, ambas pertenecen a un periódico local, *El Correo*: la primera reúne información referente a lo ocurrido en el País Vasco, y la segunda hace lo propio con la información de fuera del País Vasco. Así, según la tabla 5.5., el 6,4% de todas las imágenes objeto de estudio pertenecen a la sección Local. Asimismo, el 5,1% de todas las imágenes objeto de estudio pertenecen a la sección Más actualidad.

Según las tablas 5.4. y 5.5., de todas las imágenes objeto de estudio, el 5,4% pertenecen a la sección Cultura/Kultura. Esta sección aparece más en *ABC*, en concreto, en el 10,8% de las imágenes; en segundo lugar, aparece en el *Deia*, en el 9,1% de las imágenes; en tercer lugar, aparece en *El Correo*, en el 4,6% de las imágenes; y, por último, aparece en *El País*, en el 3,8% de las imágenes.

Asimismo, el 4,9% de las imágenes pertenecen a la sección Planeta Futuro. Según la tabla 5.5., todas las imágenes recogidas en esta sección pertenecen a *El País*.

Por otro lado, el 4% de las imágenes pertenecen a la sección Internacional/Mundo/Mundua. Según la tabla 5.5., las imágenes aparecen en mayor medida en *Deia*, en el 10,6% de las imágenes; en el *ABC*, en el 9,2% de las imágenes; en *El País*, en el 2,6% de las imágenes; y, finalmente, en *El Correo*, en el 0,9% de las imágenes.

Además, el 3,1% de las imágenes pertenecen a la sección Suplementos. Según la tabla 5.5., las imágenes aparecen en mayor medida en *El Correo*, en el 5,6% de las imágenes; en *El País*, en el 3,2% de las imágenes; y, finalmente, en *ABC*, en el 1,5% de las imágenes.

Según las tablas 5.4. y 5.5., de todas las imágenes objeto de estudio, el 2,4% pertenecen a la sección Bizkaia. Según la tabla 5.5., todas las imágenes recogidas en esta sección pertenecen a *Deia*.

El 2% de las imágenes pertenecen a la sección Familia. Según la tabla 5.5., todas las imágenes recogidas en esta sección pertenecen al *ABC*.

El 1,8% de las imágenes pertenecen a la sección Política. Según la tabla 5.5., las imágenes aparecen en mayor medida en *El País*, en el 2,6% de las imágenes; en *Deia*, en el 1,5% de las imágenes; y, finalmente, en *El Correo*, en el 0,9% de las imágenes.

El 1,5% de las imágenes pertenecen a la sección Deportes. Según la tabla 5.5., las imágenes aparecen en mayor medida en *El País*, en el 1,3% de las imágenes; en *ABC*, en el 3,1% de las imágenes; y, finalmente, en *Deia*, en el 3% de las imágenes.

El 1,5% de las imágenes pertenecen a la sección Madrid. Según la tabla 5.5., las imágenes aparecen en mayor medida en *ABC*, en el 10,8% de las imágenes; y, finalmente, en *El País*, en el 0,3% de las imágenes.

El 0,7% de las imágenes pertenecen a la sección Televisión/Televisión y Radio. Según la tabla 5.5., las imágenes aparecen en mayor medida en *ABC*, en el 3,1% de las imágenes; y, finalmente, en *El País*, en el 0,6% de las imágenes.

El 0,7% de las imágenes pertenecen a la sección España. Según la tabla 5.5., todas las imágenes recogidas en esta sección pertenecen al *ABC*.

El 0,5% de las imágenes pertenecen a la sección Opinión/Iritzia. Según la tabla 5.5., las imágenes aparecen en mayor medida en *ABC*, en el 1,5% de las imágenes; y, finalmente, en *El País*, en el 0,6% de las imágenes.

El 0,5% de las imágenes pertenecen a la sección Agenda. Según la tabla 5.5., todas las imágenes recogidas pertenecen al *ABC*.

El 0,4% de las imágenes pertenecen a la sección Tecnología. Según la tabla 5.5., todas las imágenes recogidas en esta sección pertenecen a *ABC*.

El 0,4% de las imágenes pertenecen a la sección Cataluña. Según la tabla 5.5., todas las imágenes recogidas en esta sección pertenecen a *El País*.

El 0,4% de las imágenes pertenecen a la sección Ocio. Según la tabla 5.5., las imágenes aparecen en mayor medida en *ABC*, en el 1,5% de las imágenes; y, finalmente, en *El Correo*, en el 0,9% de las imágenes.

El 0,4% de las imágenes pertenecen a la sección Portada. Según la tabla 5.5., todas las imágenes recogidas en esta sección pertenecen a *El Correo*.

El 0,4% de las imágenes pertenecen a la sección Enfoque. Según la tabla 5.5., todas las imágenes recogidas en esta sección pertenecen a *ABC*.

El 0,2% de las imágenes pertenecen a la sección País Vasco. Según la tabla 5.5., todas las imágenes recogidas en esta sección pertenecen a *El País*.

Finalmente, el 0,2% de las imágenes pertenecen a la sección Videos. Según la tabla 5.5., todas las imágenes recogidas en esta sección pertenecen a *ABC*.

Como conclusión, en lo referido a las secciones, pensamos que los temas relacionados con las mujeres y los colectivos tradicionalmente oprimidos, a pesar de que éstos sean reivindicaciones y acciones colectivas, se encuentran situados en los medios de comunicación analizados en las secciones *soft*, es decir, Sociedad, Gente/Estilo/Moda/Gente&Estilo/Gente y TV, Local y Cultura. En cuanto a las secciones *hard*, vemos que apenas tienen representación estadística entre las unidades informacionales seleccionadas para el análisis.

En cuanto a las conclusiones en torno a las secciones que aparecen en cada uno de los periódicos analizados, los datos se encuentran muy fragmentados. Podemos ver que las tendencias generales se repiten en la mayoría de los periódicos pero tiende a haber alguna excepción. Por ejemplo, en el caso de la sección de Sociedad/Gizartea, muchas de las imágenes tanto de *Deia*, como de *El País* y de *El Correo* aparecen en esta sección; sin embargo, apenas el 1,5% de las imágenes del *ABC* corresponden a la sección de Sociedad/Gizartea.

El caso contrario ocurre con la segunda sección que más imágenes contiene: Gente/Estilo/Moda/Gente&Estilo/Gente y TV. En ella, es *Deia* el único periódico que no tiene ninguna imagen en esta sección, mientras que los demás medios digitales analizados tienen unos porcentajes altos (28,2% de imágenes *El País*; 21,5% de imágenes el *ABC*; 7,4% de imágenes *El Correo*).

Teniendo estos aspectos en cuenta, creemos que los medios de comunicación analizados deben prestar más atención a en qué secciones incluyen las reivindicaciones y acciones colectivas feministas, si es que las consideran fundamentales para crear sociedades más igualitarias. En este sentido, las unidades informacionales e imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas incluidas en la sección Gente/Estilo/Moda/Gente&Estilo/Gente y TV, la más utilizada por los medios de comunicación analizados, no deberían ser incluidas en dicha sección porque quién hace la reivindicación o la acción colectiva sea una persona famosa, sino por el significado y la importancia de la reivindicación en sí.

5.4. Autoría de las imágenes

En este apartado hemos reparado en quién ha creado las imágenes que aparecen en las unidades informacionales. La autoría de la fotografía se define en torno a la información que ofrece su pie de fotografía. En este caso, nos interesa conocer el sexo de la persona que saca la imagen, sin embargo, en muchas ocasiones el pie de fotografía no ofrece dicha información. Por lo tanto, en las ocasiones en las que no se puede saber si la imagen ha sido generada por un hombre o una mujer, nos fijaremos en la fuente de la imagen, es decir, de dónde viene la fotografía, por ejemplo, de una agencia de fotografías, del archivo del propio periódico, de internet, de otros lugares o no se especifica... En la siguiente tabla podemos observar esta información:

Tabla nº 5.6: Autoría de las imágenes objeto de estudio (El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014)		
	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	146	26,5
Mujer	22	4,0
Hombre y Mujer	4	0,7
Agencia de fotografías o vídeos	139	25,2
Servicio de archivo o documentación del periódico	12	2,2
Redes sociales o páginas webs	31	5,6
Otras	59	10,7
No se especifica	138	25,0
Total	551	100,0

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 5.6., de las imágenes analizadas, encontramos que el 26,5% son llevadas a cabo por hombres. Por el contrario, las realizadas por mujeres son el 4%. Las demás categorías, como hemos explicado, han sido codificadas de la manera que puede verse en la tabla debido a que, en los pies de fotografías, no aparece el nombre propio de la persona que ha realizado la fotografía y, por lo tanto, no podemos saber si ha sido hombre o mujer. Es por esto por lo que entendemos que más fotografías han podido ser realizadas por mujeres, sin embargo, es imposible saberlo.

Por otra parte, en el 25% de las imágenes analizadas no consta quién las ha realizado o de dónde se han cogido, lo cual no deja de ser sorprendente, ya que resulta llamativo que no se cite la fuente de la que se ha tomado la imagen.

Además, vemos que el 25,2% proviene de agencias de fotografías o videos. Estas agencias son organismos que recogen imágenes y videos del ámbito concreto de actividad al que pertenecen, las tratan y se las venden a los medios de comunicación que las soliciten (periódicos, televisiones, revistas...).

Por otra parte, el 10,7% de las fotografías analizadas han sido aglutinadas bajo el término *Otras* debido a su variada procedencia, entre los que están centros específicos de fotografía, museos, centros en los que realizan conferencias; capturas de televisión (programas de televisión, series, cine, documentales...); organismos oficiales, institucionales y/o políticos; y, finalmente, empresas comerciales o grupos de comunicación (Mediaset España, Grupo Atresmedia...).

El 5,6% de las imágenes han sido extraídas de internet, en concreto, de redes sociales como *Twitter, Facebook, Instagram...* o de las propias páginas web de la(s) persona(s) protagonista(s) de la unidad informativa o páginas web especializadas en emisiones de videos, como, por ejemplo, *Youtube*.

El 2,2% de las imágenes objeto de estudio han sido extraídas del servicio de archivo o documentación del periódico

Finalmente, el 0,7% de las imágenes objeto de estudio han sido realizadas tanto por un hombre como por una mujer. En ocasiones, los medios de comunicación utilizan fotografías que tienen en sus archivos. También puede ocurrir que el medio grabe un video y lo cuelgue, a modo de frame de video, como si fuera una fotografía (ver variable Elementos multimedia adicionales de la fotografía). Cuando esto ocurre, aparece el nombre del periódico en el pie de página.

Por lo tanto, concluimos, por una parte, que la presencia de las mujeres fotógrafas es anecdótica en los medios analizados, en los que apenas realizan fotografías. Por otra parte, podemos observar que es una práctica extendida el no citar el lugar del cual se ha tomado la imagen. Asimismo, vemos que los medios se nutren en numerosas ocasiones de las fotografías que les envían las agencias de imágenes o videos.

5.5. Elementos multimedia adicionales de la unidad informacional

En cuanto a los elementos multimedia que aparecen en la unidad informacional, nos interesa saber si las imágenes seleccionadas para el análisis van acompañadas de algún otro elemento multimedia o audiovisual (otras imágenes, videos, gráficos...). Como ya ocurría con los géneros periodísticos, en este caso también entendemos que cuantos más elementos multimedia haya, más importancia le estará dando el medio a la unidad informacional en cuestión. He aquí la tabla que facilita esta información:

Tabla nº 5.7. Elementos multimedia adicionales de las unidades informacionales (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)		
	Frecuencia	Porcentaje
Sólo la fotografía principal	232	42,1
Otra(s) fotografía(s) además de la principal	256	46,5
Fotografía(s) y videos y/o <i>frames</i> de vídeo	58	10,5
Otros	5	,9
Total	551	100,0

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 5.7., el 46,5% de las imágenes seleccionadas van acompañadas de otras imágenes en una misma unidad informacional. Por el contrario, el 42,1% de las fotografías son las únicas que aparecen en la unidad informacional, sin ningún elemento multimedia adicional.

A una distancia mucho mayor, el 10,5% de las fotografías van acompañadas de videos. También hemos incluido en esta subcategoría los *frame* de videos que son imágenes fijas extraídas de videos y que, por lo tanto, cumplen el objetivo de fotografías. Como ya hemos apuntado en el apartado metodológico, nos interesaba diferenciar los *frame* de videos de las fotografías normales porque es una nueva modalidad que refleja los cambios en los medios de comunicación, si bien es cierto que su uso es todavía residual.

Por último, la categoría Otros se refiere a las fotografías que se combinan con otros elementos, por ejemplo, gráficos, pantallazos de páginas de internet, ilustraciones... Así, el 0,9% de las imágenes van acompañadas de alguno de estos elementos.

En conclusión, los datos obtenidos de los elementos multimedia adicionales de las distintas unidades informacionales no son por sí mismos concluyentes para conocer si los medios de comunicación analizados dan importancia o no a aquellas unidades informacionales que tienen

como objetivo informar acerca de las reivindicaciones y las acciones colectivas feministas. En este sentido, debemos continuar con el análisis de otros aspectos para averiguarlo.

5.6. Campos reivindicativos a los que se refieren las fotografías

En este apartado pretendemos clarificar hacia qué campos reivindicativos se orientan las diferentes reivindicaciones que muestran las fotografías, es decir, a qué ámbitos generales pertenecen las reivindicaciones que hemos desglosado más adelante. Para ello, hemos llevado a cabo dos tablas: en la primera de ellas, haremos referencia a los porcentajes totales de cada campo respecto a las imágenes seleccionadas, y en segunda tabla, tendremos en cuenta los campos reivindicativos por diarios digitales.

He aquí la primera tabla correspondiente a los campos reivindicativos a los que se refieren las imágenes:

Tabla nº 5.8. Campos reivindicativos a los que se refieren las fotografías objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)		
	Frecuencia	Porcentaje
Campo del feminismo	41	7,4
Campo de la salud sexual y reproductiva	118	21,4
Campo familiar	18	3,3
Campo laboral	9	1,6
Campo de la vida política	8	1,5
Campo educativo	16	2,9
Campo de la igualdad de derechos plenos en general	225	40,8
Campo de la libertad de orientación e identidad sexual	45	8,2
Campo de la cultura	64	11,6
Otros	7	1,3
Total	551	100,0

Fuente: Elaboración propia

Así pues, por un lado, el campo que más imágenes contiene es el de la igualdad de derechos plenos en general, el cual hace referencia a aquellas injusticias específicas que sufren las mujeres por el simple hecho de ser mujeres, y que suponen y han supuesto históricamente, una vulneración sistemática de sus Derechos Humanos. Hemos incluido en este campo todas aquellas unidades informacionales en las que se habla específicamente de igualdad de mujeres y hombres. Así, este campo aglutina el 40,8% de las imágenes analizadas.

El siguiente campo es el de la salud sexual y reproductiva con un 21,4%. En este campo encontramos reivindicaciones que hacen referencia a derechos en torno a una vida sexual segura y satisfactoria, derecho al aborto, derecho a la información y acceso a métodos de regulación de la fertilidad, etc.

Por otro lado, se encuentra el campo de la cultura artística que abarca reivindicaciones realizadas en ámbitos como la fotografía, las producciones audiovisuales (cine, series de televisión, documentales, música...), la pintura, la moda, etc. Este campo obtiene el 11,6% de las imágenes.

A poca distancia encontramos otros dos campos: por un lado, el de la libertad de orientación e identidad sexual con el 8,2% de las imágenes, y que se refiere a la lucha por los derechos de las personas homosexuales y transexuales para lograr unas condiciones de igualdad real respecto a las personas heterosexuales.

Por otro lado, el campo del feminismo con el 7,4% de las imágenes, y que se refiere a la referencia abierta, clara y específica del feminismo, a su situación, a los debates que genera... Es necesario aclarar que, pese a que las reivindicaciones que se incluyen en los campos que se definen a continuación también las consideramos feministas, en este caso nos referimos a cuando se habla (en el texto escrito) de feminismo de forma explícita.

Las demás categorías de los campos reivindicativos contienen menos imágenes, por lo que son menos importantes para los medios de comunicación analizados. Por un lado, encontramos el campo familiar que se refiere a los derechos de las mujeres y de las personas pertenecientes a colectivos tradicionalmente oprimidos en el ámbito de la familia, incluyendo el reparto equitativo de las tareas y la desaparición de los roles tradicionales de género. El campo familiar contiene el 3,3% de las imágenes totales.

Por otro lado, el campo educativo se refiere a la educación de las mujeres y de las personas pertenecientes a colectivos tradicionalmente oprimidos, a su preparación, a la coeducación... El campo educativo contiene el 2,9% de las imágenes totales.

El campo laboral se refiere a los empleos que desempeñan mayoritariamente las mujeres y las personas pertenecientes a colectivos tradicionalmente oprimidos, su situación laboral, sus derechos laborales, la igualdad salarial, la discriminación, el acoso, el liderazgo... El campo laboral contiene el 1,6% de las imágenes totales.

El campo de la vida política se refiere a la representación política de las mujeres y de las personas pertenecientes a colectivos tradicionalmente oprimidos, sus roles, liderazgo, cargos que ocupan... El campo de la vida política contiene el 1,5% de las imágenes totales.

Finalmente, el campo Otros hace referencia a la lucha por otro tipo de derechos como la situación de las mujeres y de las personas pertenecientes a colectivos tradicionalmente oprimidos en el deporte, la situación de las mujeres presas... El campo Otros contiene el 1,3% de las imágenes totales.

A continuación, expondremos tres ejemplos de imágenes relativos a los tres campos reivindicativos que más se repiten en las imágenes objeto de estudio:

Imagen nº 5.6. Ejemplo de imagen perteneciente al campo reivindicativo de la igualdad de derechos plenos en general: El concurso de Miss Iowa pasa de los estereotipos (12 de junio de 2013).



Fuente: elpais.com⁷⁸

Imagen 5.7. Ejemplo de imagen perteneciente al campo reivindicativo de la salud sexual y reproductiva: Una activista de FEMEN irrumpió en la catedral de Colonia para protestar contra las posiciones antiabortistas del Vaticano (25 de diciembre de 2013).



Fuente: elcorreo.com⁷⁹

⁷⁸ Fuente: http://elpais.com/elpais/2013/06/12/gente/1371055365_235677.html [Fecha de consulta: 5 de febrero de 2016].

⁷⁹ Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/rc/20131225/mundo/femen-colonia-201312251711.html> [Fecha de consulta: 3 de febrero de 2017].

Imagen 5.8. Ejemplo de imagen perteneciente al campo reivindicativo de la cultura: Cate Blanchett acusa a la industria del cine de discriminar a las mujeres (16 de mayo de 2014).



Fuente: elpais.com⁸⁰

Por lo tanto, los tres campos reivindicativos que más han aparecido en las imágenes objeto de estudio son el campo de la igualdad de derechos plenos en general, el cual se encuentra a más distancia de los demás (40,8% de las imágenes); el campo de la salud sexual y reproductiva (21,4% de las imágenes); y, finalmente, el campo de la cultura (11,6% de las imágenes).

En segundo lugar, si cruzamos los campos reivindicativos por periódicos, es interesante advertir las diferencias temáticas de cada periódico ($\chi^2= 136,951$, $gl= 27$, $p<0,000$). La siguiente tabla nos ofrece los siguientes datos:

⁸⁰ Fuente: http://cultura.elpais.com/cultura/2014/05/16/actualidad/1400257862_097646.html [Fecha de consulta: 3 de febrero de 2017].

Tabla nº 5.9. Campos reivindicativos a los que se refieren las imágenes objeto de estudio en <i>El Correo, Deia, ABC y El País</i> en 2013 y 2014						
		Periódico				Total
		<i>El Correo</i>	<i>Deia</i>	<i>ABC</i>	<i>El País</i>	
Campo del feminismo	Recuento	10	4	2	25	41
	% dentro de Periódico	9,3%	6,1%	3,1%	8,0%	7,4%
Campo de la salud sexual y reproductiva	Recuento	27	23	3	65	118
	% dentro de Periódico	25,0%	34,8%	4,6%	20,8%	21,4%
Campo familiar	Recuento	1	0	11	6	18
	% dentro de Periódico	0,9%	0,0%	16,9%	1,9%	3,3%
Campo laboral	Recuento	1	1	3	4	9
	% dentro de Periódico	0,9%	1,5%	4,6%	1,3%	1,6%
Campo de la vida política	Recuento	1	5	0	2	8
	% dentro de Periódico	0,9%	7,6%	0,0%	0,6%	1,5%
Campo educativo	Recuento	1	0	2	13	16
	% dentro de Periódico	0,9%	0,0%	3,1%	4,2%	2,9%
Campo de la igualdad de derechos plenos en general	Recuento	40	24	33	128	225
	% dentro de Periódico	37,0%	36,4%	50,8%	41,0%	40,8%
Campo de la libertad de orientación e identidad sexual	Recuento	17	7	1	20	45
	% dentro de Periódico	15,7%	10,6%	1,5%	6,4%	8,2%
Campo de la cultura	Recuento	10	2	5	47	64
	% dentro de Periódico	9,3%	3,0%	7,7%	15,1%	11,6%
Otros	Recuento	0	0	5	2	7
	% dentro de Periódico	0,0%	0,0%	7,7%	0,6%	1,3%
Total	Recuento	108	66	65	312	551
	% dentro de Periódico	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 5.8. hemos visto que el campo de la igualdad de derechos plenos en general es el campo que más imágenes contiene. Si cruzamos las variables de los campos reivindicativos con los periódicos objeto de estudio, observamos que todos ellos dan a este campo más importancia que a los demás (*ABC* 50,8%; *El País* 41%; *El Correo* 37%; y *Deia* 36,4%).

Por otra parte, el segundo campo reivindicativo al que más importancia dan los periódicos analizados, excepto el *ABC*, es el campo de la salud sexual y reproductiva. En este campo contrasta la diferencia entre el *Deia* (34,8%), *El Correo* (25%) y *El País* (20,8%) respecto al *ABC* (4,6%). Y es que, como vamos a ir viendo poco a poco, este último periódico ha mostrado claramente su posición de apoyo al anteproyecto de ley del gobierno del PP de 2013. De hecho, la gran mayoría de las publicaciones del *ABC* pedían una nueva legislación más restrictiva en torno al aborto, y es por esta razón por la que todas esas publicaciones han quedado fuera de esta investigación: porque no habían sido creadas desde una posición feminista, sino desde la contraria, desde una posición conservadora y de reducción de los derechos de las mujeres y de las personas pertenecientes a

colectivos tradicionalmente oprimidos⁸¹. Y, por otro lado, el *ABC* también ha mostrado su posición en cuanto al aborto al no publicar ninguna fotografía de las acciones colectivas que las mujeres han organizado para exigir sus derechos, pero sí publicar las que algunos colectivos realizaban en contra, es decir, manifestaciones provida.

Asimismo, el *ABC* no sólo muestra su rechazo a la libertad de elección de las mujeres sino que apenas encontramos una imagen (esto es, una unidad informacional) que se refiere al campo de la libertad de orientación e identidad sexual, mientras que los demás periódicos analizados tienen en este campo más fotografías (*El Correo*, 15,7%; *Deia*, 10,6%; *El País*, 6,4%).

Si continuamos con el *ABC*, encontramos otro dato de interés que lo aleja de nuevo de los otros tres periódicos analizados. Y es que el *ABC* obtiene el porcentaje más alto en lo que correspondiente al campo familiar, en concreto, un 16,9% de las imágenes analizadas de este periódico corresponden a dicho campo. En este sentido, como puede verse en la tabla 5.9., el 16,9% de las imágenes de este periódico corresponden a la sección Familia. Los demás diarios, por el contrario, apenas le conceden alguna unidad informacional al campo familiar (*El País*, 1,9%; *El Correo*, 0,9%; *Deia*, 0%). En este sentido, llama la atención que los periódicos analizados den escasa importancia a campos reivindicativos como el laboral, el educativo o el de la vida política. Este hecho nos lleva a pensar que no consideran necesario incidir en el lugar que ocupa la igualdad en esos ámbitos, o al menos entienden que hay otras reivindicaciones que tienen más peso.

El campo del feminismo ocupa un 7,4% de las imágenes. Las diferencias entre periódicos son notables: *El Correo* es el diario que más espacio dedica entre sus imágenes a este movimiento social y político, en concreto, un 9,3% de las imágenes; en segundo lugar, se encuentra, *El País*, a más distancia, con el 8% de imágenes; en tercer lugar, el *Deia* con 6,1% de imágenes; y, finalmente, de nuevo el *ABC*, con el 3,1% de imágenes.

El campo de la cultura contiene un 11,6% de las imágenes. Las diferencias entre periódicos no son excesivas, aunque destaca la importancia que *El País* otorga a esta sección (15,1% de sus imágenes totales). Los demás periódicos tienen los siguientes porcentajes: *El Correo* es el diario que, tras *El País*, más espacio dedica entre sus imágenes a este campo, en concreto, un 9,3% de las imágenes; en segundo lugar, se encuentra, *ABC*, a más distancia, con el 7,7% de imágenes; y, finalmente, el *Deia* con un 3% de imágenes.

El campo educativo contiene un 2,9% de las imágenes. Las diferencias entre periódicos son notables: *El Correo* es el diario que más espacio dedica entre sus imágenes a este movimiento social y político, en concreto, un 9,3% de las imágenes; en segundo lugar, se encuentra, *El País*, a más distancia, con el 8% de imágenes; en tercer lugar, el *Deia* con 6,1% de imágenes; y, finalmente, de nuevo el *ABC*, con el 3,1% de imágenes.

La importancia que cada periódico otorga a cada uno de los campos que hemos creado y descrito en esta investigación responde, en nuestra opinión, a la ideología que cada uno de ellos

⁸¹ Recordemos que uno de nuestros criterios metodológicos para la elección de las fotografías objeto de estudio era que estuviesen insertas en una unidad informacional con perspectiva feminista, es decir, que se reivindicasen los derechos de las mujeres y de otros colectivos tradicionalmente oprimidos para conseguir unos derechos que no se han alcanzado o que necesitan ser ampliados, mejorados o simplemente ejercidos en el día a día.

profesa. Esto se ve claramente en el periódico *ABC* que otorga mayor importancia al campo de la igualdad de derechos en general (50,8% de las imágenes), al familiar (16,9% de las imágenes) y al cultural (7,7% de las imágenes), mientras que relega los campos de la salud sexual y reproductiva (4,6% de las imágenes), del feminismo (3,1% de las imágenes), de la educación (3,1% de las imágenes), de la libertad de orientación e identidad sexual (1,5% de las imágenes) y de la vida política (0% de las imágenes).

Los medios de comunicación restantes dan mayor importancia al campo de la salud sexual y reproductiva (*Deia* 34,8% de las imágenes; *El Correo* 25% de las imágenes; *El País* 20,8% de las imágenes) y al campo de la libertad de orientación e identidad sexual (*El Correo* 15,7% de las imágenes; *Deia* 10,6% de las imágenes; *El País* 6,4% de las imágenes).

En conclusión, podemos afirmar que el periódico digital *ABC* es el medio más conservador respecto a las reivindicaciones tradicionales y básicas del feminismo. En cambio, *El País*, *El Correo* y *Deia* muestran claramente su posición de apoyo al feminismo tanto en el campo de la salud sexual y reproductiva como el de la libertad de orientación e identidad sexual.

5.7. Tipología de las fotografías

La tabla siguiente muestra qué tipo de fotografías son las imágenes seleccionadas. La distinción entre los tipos de imágenes se realiza dependiendo de la información que ofrecen al/la lector/a y de la función que ocupa en la unidad informacional. He aquí la tabla que muestra esta información:

Tabla nº5.10. Tipos de fotografías objeto de estudio (El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014)		
	Frecuencia	Porcentaje
Fotografía como noticia	151	27,4
Fotografía documental	42	7,6
Fotografía simbólica	71	12,9
Fotografía ilustrativa	94	17,1
Retrato fotográfico informativo	193	35,0
Total	551	100,0

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 5.10., por una parte, el 35% de las imágenes analizadas son retratos informativos, es decir, son fotografías cuyo objetivo principal es ayudar a identificar a la(s) persona(s) protagonista(s) de la unidad informacional.

Por otra parte, el 27,4% de las imágenes poseen gran calidad informativa y dan el máximo posible de información, por lo que son fotografías que cumplen la función de noticias.

En el extremo contrario encontramos aquellas imágenes que apenas tienen carga informativa y que se utilizan, generalmente, para romper la monotonía del texto. Este tipo de fotografías suponen un 17,1% del total.

Las fotografías simbólicas son aquellas que tienen la suficiente carga informativa para constituirse en un símbolo universal de una realidad o en un elemento metafórico de ciertas situaciones. Estas imágenes suponen un 12,9% del total.

Finalmente, las fotografías documentales, que funcionan como testigos de una realidad histórica, suponen el 7,6% del total.

A continuación, expondremos un ejemplo de cada tipo de fotografía:

Imagen nº 5.9. Ejemplo de un retrato fotográfico informativo: “Me lo dijo la policía: si te quiere matar, te va a matar”, recibió 16 puñaladas de su ex marido (17 de septiembre de 2013).



Fuente: elpais.com⁸²

Imagen nº 5.10. Ejemplo de una fotografía como noticia: cientos de personas protestan en Londres contra la ley anti-gay rusa (10 de agosto de 2013).



Fuente: elcorreo.com⁸³

Imagen nº 5.11. Ejemplo de una fotografía ilustrativa: Las mujeres lesbianas carecen de referentes políticos y sociales que hagan visible su opción sexual (4 de noviembre de 2013).



Fuente: deia.com⁸⁴

⁸²Fuente: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/09/16/actualidad/1379365727_474328.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

⁸³Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/rc/20130810/mundo/manifestacion-londres-contra-rusia-201308101833.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

⁸⁴Fuente: <http://www.deia.com/2013/11/04/sociedad/euskadi/lesbos-tan-cerca-pero-tan-lejos> [Fecha de consulta: 22 de julio de 2014].

Imagen nº 5.12. Ejemplo de una fotografía simbólica: *The Unslut project* milita contra el afán social por avergonzar la sexualidad femenina. La última oleada de suicidios de jóvenes traumatizadas por el *bullying sexual*, el catalizador (17 de octubre de 2013).



Fuente: elpais.com⁸⁵

Imagen nº 5.13. Ejemplo de fotografía documental: Basauri se rinde a las sufragistas en su almanaque (27 de diciembre de 2013).



Fuente: elcorreo.com⁸⁶

Los datos que hemos visto en la tabla 5.10. y su reflejo en las imágenes elegidas como ejemplos nos llevan a pensar que los medios de comunicación seleccionados utilizan las fotografías, por un lado, para situar a los/as lectores y para que sepan a quién se refieren en las unidades informacionales, y puedan así identificar a dicha persona. Sin embargo, por otro lado, los medios también tratan de obtener imágenes de gran carga informativa para que la fotografía pueda convertirse en una noticia por sí misma y circule por internet a gran velocidad.

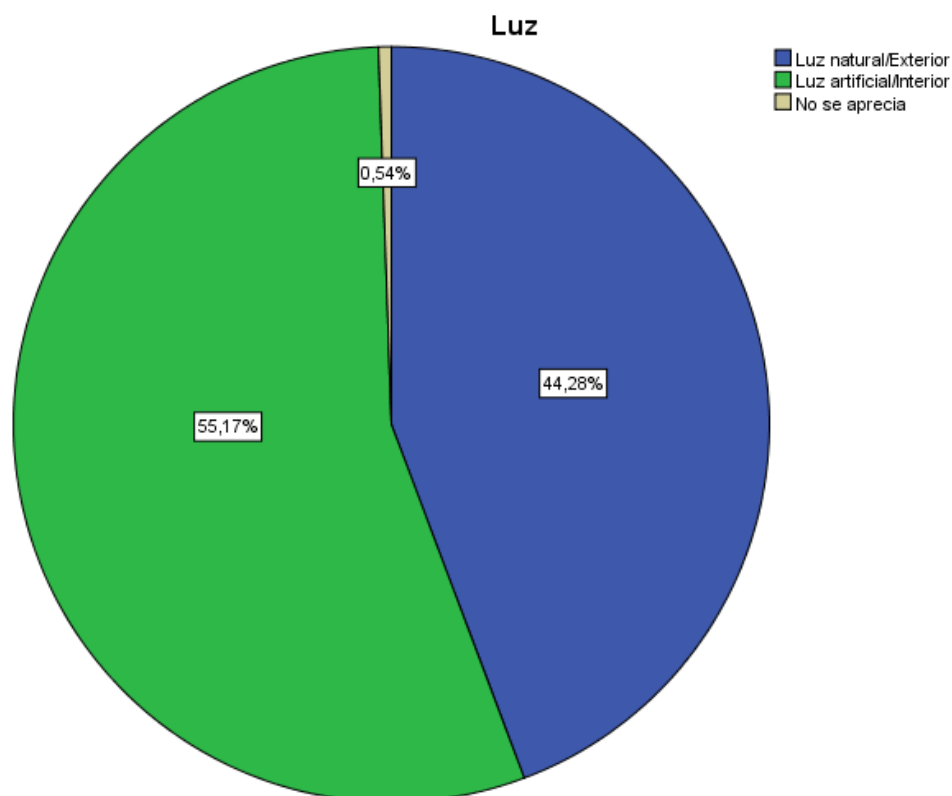
⁸⁵ Fuente: <http://smoda.elpais.com/moda/un-documental-para-que-no-me-llames-puta/> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

⁸⁶ Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/v/20131227/nervion/basauri-rinde-sufragistas-almanaque-20131227.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

5.8. Luz de las imágenes

En cuanto a la luz, nos interesa saber si las imágenes han sido realizadas con luz artificial, lo cual indicaría que se han realizado en el interior de algún lugar, o con luz natural, lo cual indicaría que se han realizado en el exterior. He aquí el gráfico de la luz que se aprecia en las imágenes analizadas en esta investigación:

Gráfico nº 5.1. Luz de las imágenes objeto de estudio (*El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014*)



Fuente: Elaboración propia

Como puede verse en el gráfico 5.1., las diferencias entre las fotografías realizadas en el exterior y las realizadas en el interior no son significativas. Por una parte, el 55,1% de las imágenes objeto de estudio han sido realizadas en el interior de algún lugar, con luz artificial.

Por otro lado, el 44,3% de las imágenes objeto de estudio han sido realizadas en el exterior, con luz natural.

Finalmente, en el 0,5% de las imágenes objeto de estudio no se aprecia si han sido realizadas con luz artificial o con natural.

A continuación, expondremos dos ejemplos de imágenes en los que se puede apreciar la luz de las fotografías:

Imagen 5.14. Ejemplo de imagen realizada en el interior de algún lugar, con luz artificial: La actriz y empresaria, Blanca Marsillach, inicia un nuevo proyecto dentro de su programa de teatro social (27 de octubre de 2013).



Fuente: abc.es⁸⁷

Imagen 5.15. Ejemplo de imagen realizada en el exterior de algún lugar, con luz natural: Los movimientos feministas turcos reivindican su lugar en la rebelión ciudadana (10 de junio de 2013).



Fuente: deia.com

⁸⁷ Fuente: <http://www.abc.es/estilo/gente/20131027/abci-blanca-marsillach-infantil-201310262139.html> [Fecha de consulta: 3 de febrero de 2017].

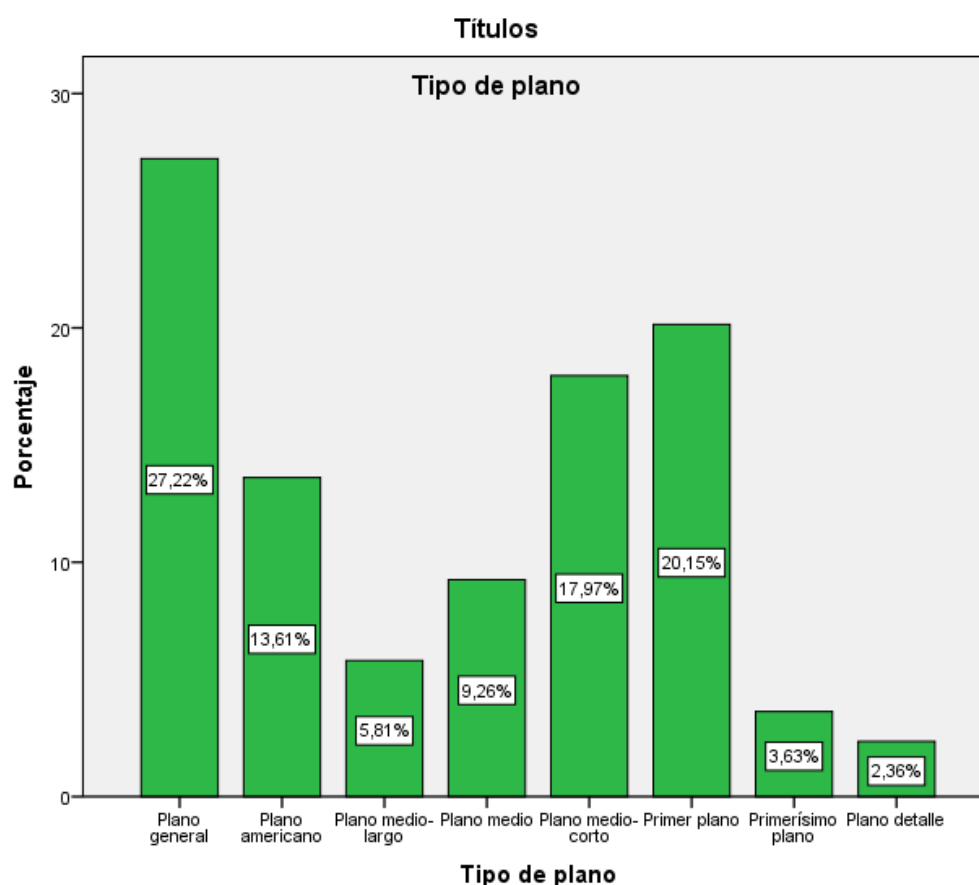
En este sentido, pensábamos que quizá más imágenes de mujeres y de las personas pertenecientes a colectivos tradicionalmente oprimidos podían haber sido realizadas en el interior por haber sido éstas históricamente relegadas al ámbito privado. Sin embargo, creemos que las diferencias son prácticamente inexistentes.

5.9. Tipos de planos de las imágenes

Para continuar, tanto los planos como los ángulos fotográficos (los cuales veremos en el siguiente apartado) son el resultado del encuadre o el punto de vista desde el que se realiza la fotografía. En cuanto al plano, puede decirse que es la perspectiva visual que se fotografía desde un lugar determinado, abarcando un encuadre específico. Los planos pueden ser de distintos tipos según el encuadre que se desee resaltar. En esta investigación hemos establecido los tipos de planos respecto al sujeto humano que aparece en las imágenes⁸⁸.

En el siguiente gráfico de barras podemos ver los tipos de planos más utilizados en las imágenes analizadas:

Gráfico nº 5.2. Tipos de planos de las fotografías objeto de estudio (*El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014*)



Fuente: Elaboración propia

⁸⁸ Recordemos que, según los criterios establecidos para la selección de las imágenes objeto de estudio, en todas las fotografías deben aparecer personas y no paisajes, aunque no aparezcan de cuerpo entero ni se les vea el rostro (ya que entendemos que éste es el que permite identificar a las personas). Es decir, se aceptarán aquellas que sean de un plano detalle (manos, espalda, pies...).

Como muestra el gráfico 5.2., el plano más utilizado es el plano general o de cuerpo entero, el cual aparece aproximadamente en un 27,2% de las fotografías. Normalmente, este plano sirve para situar a la(s) persona(s) que aparece(n) en la imagen, por lo tanto, también ofrece información sobre el contexto en el que se realiza la fotografía.

En segundo lugar, se encuentra el primer plano, en un 20,1% de las imágenes. Este tipo de plano se encuadra de los hombros hacia arriba y sirve para mostrar confianza e intimidad respecto a la(s) persona(s) que aparece(n) en la imagen.

A poca distancia de este último, se halla el plano medio corto que va desde debajo del pecho hacia arriba. Con este plano se pretende focalizar la atención en la(s) persona(s) que aparece(n) en la imagen, descontextualizándola de su entorno. Este tipo de plano aparece en el 18% de las imágenes objeto de estudio.

El siguiente plano que más aparece en las imágenes analizadas es el plano americano, en concreto, aparece en el 13,6% de las imágenes. Este tipo de plano es conocido también como plano tres cuartos ya que va desde la mitad de los muslos de las personas que aparecen en la imagen hacia arriba.

El plano medio es utilizado en el 9,3% de las imágenes. Este plano enfoca desde la cintura de las personas que aparecen en la imagen hacia arriba.

Finalmente, los tipos de planos menos utilizados en las imágenes objeto de estudio son el plano medio largo, el primerísimo plano y el plano detalle. Por un lado, el plano medio largo es aquel que va desde debajo de la cintura de las personas que aparecen en la imagen hacia arriba. Este tipo de plano aparece en el 5,8% de las imágenes.

Por otro lado, el primerísimo plano es aquel que muestra la cabeza de las personas que aparecen en la imagen, sin cuello. Este plano se suele utilizar para mostrar confianza e intimidad ya que la cámara se encuentra a muy poca distancia del objeto que se ha fotografiado. Este tipo de plano aparece en el 3,6% de las imágenes.

Finalmente, el plano detalle es aquel que muestra una parte concreta del cuerpo de una persona, por ejemplo, los ojos, los labios, las manos... Entendemos como plano detalle aquel que se centra en una parte del cuerpo, por muy amplia que sea, pero que no aparezca la cabeza de la persona protagonista (y por lo tanto no se le pueda identificar). Este tipo de plano aparece en el 2,4% de las imágenes.

A continuación, exponemos un ejemplo de cada uno de los tres planos más utilizados en las imágenes analizadas:

Imagen nº 5.16. Ejemplo de fotografía de plano general. Trabajadoras del ayuntamiento, alumnas y responsables de la asociación Barró (11 de junio de 2013).



Fuente: abc.es

Imagen nº 5.17. Ejemplo de fotografía de primer plano. Ibone Bengoetxea, junto a una publicidad de Basqueskola (5 de agosto de 2013).



Fuente: *Deia*

Imagen nº 5.18. Ejemplo de fotografía de plano medio. Famosos heterosexuales posan besándose para una campaña de la revista alemana GQ (13 de diciembre de 2013).



Fuente: elpais.com⁸⁹

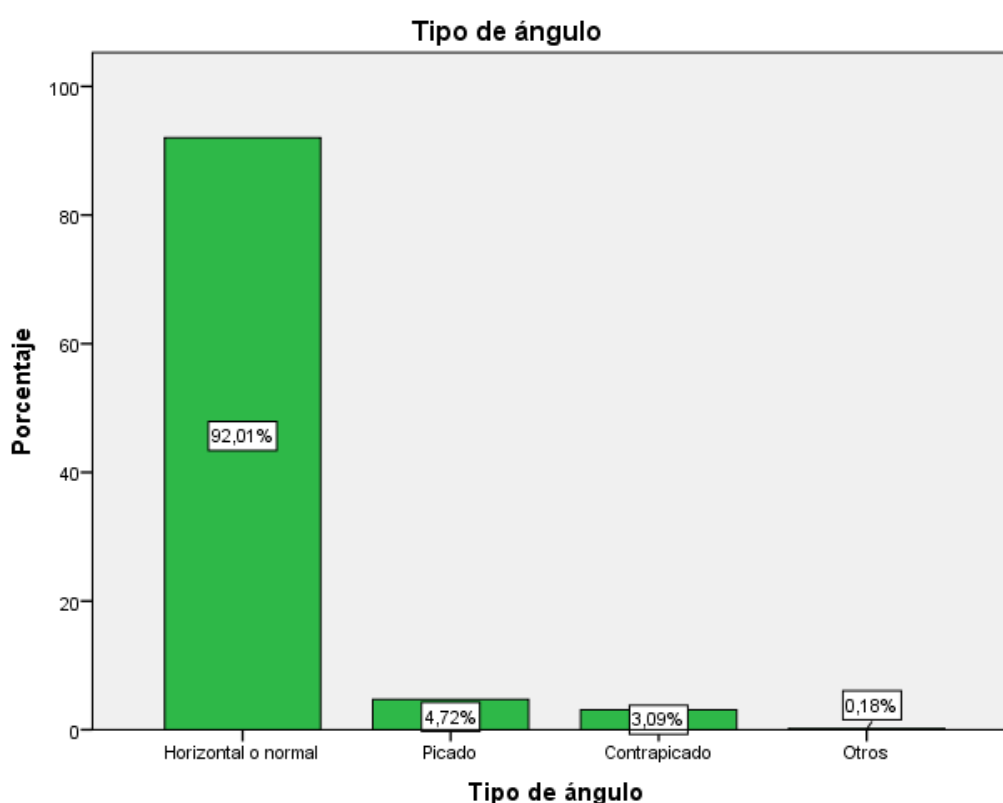
⁸⁹ Fuente: http://elpais.com/elpais/2013/12/13/gente/1386940118_126936.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Resulta llamativo que los tipos de planos más utilizados sean opuestos. Es decir, en un extremo tenemos un tipo de plano de cuerpo entero (en el caso del plano general), y en el otro extremo, dos tipos de planos que se centran en la parte superior del cuerpo de las personas que aparecen en la imagen, del pecho hacia arriba (si bien es cierto que el primerísimo plano y el plano detalle son más opuestos, su incidencia es mucho menor). No hay excesivas diferencias porcentuales entre ambos grupos de planos (por un lado, los más generales, por el otro, los específicos). Estos resultados podrían indicarnos que los medios de comunicación analizados tienden a polarizar sus decisiones en torno a la elección de las fotografías entre las más contextualizadoras, es decir, las que ofrecen más información respecto al contexto en el que se ha realizado la imagen, y las más concretas, es decir, aquellas que tienen como objetivo centrar la atención en la(s) persona(s) que aparecen en ellas. El hecho de que los medios analizados se centren en las personas protagonistas de las imágenes parece confirmar, como hemos apuntado anteriormente, que el tipo de imagen más utilizado sea el retrato fotográfico informativo (ver tabla 5.10), esto es, la fotografía cuyo objetivo principal es ayudar a identificar a la(s) persona(s) protagonista(s) de la unidad informacional.

5.10. Tipos de ángulos de las imágenes

Al igual que ocurría con los planos fotográficos, los ángulos son también el resultado del encuadre o punto de vista desde el que se realiza la fotografía. Así pues, el ángulo en una fotografía se refiere a la altura a la que se coloca la cámara fotográfica en relación al sujeto que se pretende fotografiar. En función de la altura o la angulación, el punto de vista de la escena cambia haciendo que el/la lector/a vea la imagen de una forma que no es habitual. El ángulo habitual es el llamado horizontal o normal, mientras que los más inusuales son los ángulos picados y contrapicados (existen otros ángulos más singulares pero, normalmente, no se utilizan en las imágenes de prensa). He aquí el gráfico que muestra los datos sobre los tipos de ángulos hallados en las imágenes seleccionadas:

Gráfico nº 5.3. Tipos de ángulos de las fotografías objeto de estudio (*El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014*)



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico de barras 5.3. podemos observar que claramente predomina el ángulo horizontal o normal. Éste aparece en el 92% de las imágenes objeto de estudio y ofrece una sensación de igualdad debido a que la persona que saca la fotografía se sitúa al mismo nivel que el sujeto que refleja.

En contraposición, en un 4,7% de las fotografías la cámara se coloca en ángulo picado, esto es de arriba abajo. Así, al contrario que el ángulo horizontal, la persona que realiza la imagen se sitúa en un ángulo superior respecto al objeto que aparece en ella, por lo que tiende a dar una imagen de superioridad respecto al sujeto fotografiado.

En torno a un 3% de las imágenes, la cámara se coloca en ángulo contrapicado, es decir, de abajo arriba. En este caso, la persona que realiza la imagen se sitúa en un ángulo inferior respecto a lo que aparece en ella, por lo que tiende a dar una imagen de inferioridad respecto al sujeto fotografiado.

Finalmente, el 0,2% de las imágenes objeto de estudio habían sido realizadas desde otro tipo de ángulos poco habituales en las fotografías de prensa, por ejemplo, desde el ángulo cenital (la cámara se sitúa en un ángulo perpendicular a las personas que aparecen en la imagen).

He aquí algunos ejemplos de los tres tipos de ángulos más utilizados en las imágenes objeto de estudio:

Imagen nº 5.19. Ejemplo de fotografía de ángulo horizontal o normal. La directora Haifaa Al Mansour tuvo que esconderse en una caravana para dirigir *La bicicleta verde* en Arabia Saudí por ser mujer (27 de julio de 2013).



Fuente: abc.es

Imagen nº 5.20. Ejemplo de una fotografía en ángulo picado. Protesta ante la Embajada de España en París por el cambio en la ley del aborto (13 de enero de 2014).



Fuente: elpais.com⁹⁰

Imagen nº 5.21. Ejemplo de una fotografía en ángulo contrapicado. Ana Ferrer, primera magistrada en la historia de la Sala Segunda del Tribunal Supremo, opina que “la regulación del aborto no puede estar sometida a vaivenes políticos” (11 de mayo de 2014).



Fuente: elpais.com⁹¹

Los datos estudiados en este apartado nos llevan a pensar que, en nuestro caso, en la mayoría de las fotografías la persona que saca las imágenes se sitúa en una posición de igualdad respecto a las personas que aparecen en ellas. Este hecho es debido a que todos los sujetos implicados se encuentran en el mismo ángulo desde el que observamos el mundo, es decir, ninguno de ellos se encuentra en una posición de inferioridad ni de superioridad respecto a los otros. En cuanto a los tipos de ángulos restantes, creemos que los porcentajes son lo suficiente bajos para afirmar que apenas tienen influencia en el global de las imágenes analizadas.

⁹⁰ Fuente: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/01/13/actualidad/1389645076_670094.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

⁹¹ Fuente: http://politica.elpais.com/politica/2014/05/10/actualidad/1399749267_868643.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

5.11. Escenario en el que se han tomado las imágenes

En lo que respecta al lugar concreto en el que se han tomado las fotografías, hemos agrupado algunos escenarios que tenían puntos comunes debido a la amplia variedad de lugares que obtuvimos en un primer momento. En la siguiente tabla vemos dichos lugares y los porcentajes en que aparecen cada uno de ellos en las imágenes objeto de estudio:

Tabla nº 5.11. Escenario en el que se han tomado las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)		
	Frecuencia	Porcentaje
Exterior/Calle	177	32,1
No se aprecia/No se especifica	228	41,4
Concierto musical/Festival	16	2,9
Lugar de trabajo/Sede de un partido político	15	2,7
Otros	15	2,7
Pasarela de modelos/Photocall	9	1,6
Edición de unos premios relacionados con la cultura	10	1,8
Lugar en el que hay una exposición/ Conferencia/Taller/Asociación u organización	21	3,8
Institución del Estado	27	4,9
Lugar en el que se practica algún deporte	6	1,1
Naturaleza	8	1,5
Casa	12	2,2
Estación de tren o metro	7	1,3
Total	551	100,0

Fuente: Elaboración propia

Como muestra la tabla 5.11., los escenarios en los que han sido tomadas las imágenes objeto de estudio son muy variados. En primer lugar, observamos que en el 41,4% de las imágenes no se aprecia ni se especifica (ni en el texto ni en el pie de foto) dónde se han realizado las fotografías.

En segundo lugar, el 32,1% de las imágenes han sido tomadas en el exterior, en un lugar desconocido.

En tercer lugar, el 4,9 de las fotografías analizadas han sido realizadas en instituciones del Estado de diversa índole. Entre ellas se encuentran el Congreso de los Diputados en Madrid, juzgados, embajadas e incluso instituciones penitenciarias.

A más distancia, aunque también reseñable, advertimos que un 3,8% de las imágenes han sido realizadas en exposiciones, conferencias, talleres, asociaciones u organizaciones de algún tipo.

Otras imágenes han sido realizadas en conciertos musicales o festivales (el 2,9% de las imágenes); lugares de trabajo o sedes de partidos políticos (el 2,7% de las imágenes); en otros lugares (el 2,7% de las imágenes); o en casas privadas (el 2,2% de las imágenes);

Finalmente, las imágenes que menos han aparecido han sido las realizadas en lugares en los que se otorgaban premios relacionados con la cultura (el 1,8% de las imágenes); en pasarelas de modelos o *photocalls* (el 1,6% de las imágenes); en la naturaleza (el 1,5% de las imágenes); en estaciones de tren o metro (el 1,3% de las imágenes); o lugares en los que se practica algún deporte (el 1,1% de las imágenes).

A continuación, exponemos unas fotografías que ejemplifican estos porcentajes:

Imagen nº 5.22. Ejemplo de imagen en la que no se aprecia ni se especifica en el texto el lugar en el que ha sido tomada: España apuesta por la cooperación en otros países para luchar contra la pobreza, en especial, contra la pobreza que afecta a las mujeres (7 de septiembre de 2013)



Fuente: abc.es

Imagen nº 5.23. Ejemplo de imagen tomada en el exterior, en la calle, pero en un lugar desconocido: en casi ochenta países se castiga por ser gay a base de latigazos, prisión, cadena perpetua e incluso pena de muerte (20 de enero de 2014).



Fuente: deia.com⁹²

Imagen nº 5.24. Ejemplo de fotografía realizada en alguna institución de Estado (en este caso, una embajada): FEMEN pide a *Facebook* que reabra su página en la red social ya que la consideran “una herramienta para transformar el mundo y proteger los derechos de las mujeres” (3 de julio de 2013).



Fuente: abc.es

⁹²Fuente: <http://www.deia.com/2014/01/20/sociedad/euskadi/cuando-ser-homosexual-se-considera-un-delito> [Fecha de consulta: 14 de septiembre de 2015].

Imagen nº 5.25. Ejemplo de imagen tomada en una asociación u organización: el tribunal *Viena +20* denuncia en Euskadi la vulneración de los derechos de las mujeres (8 de junio de 2013).



Fuente: Deia

Los datos en torno al lugar concreto en el que se realizan las imágenes nos llevan a pensar que los medios, generalmente, se desplazan en mayor medida a lugares públicos (la calle, por ejemplo) o, aunque en menor medida, a lugares que tienen que ver directamente con las decisiones políticas que afectan a las personas. En el caso de los lugares públicos, además, no especifican ni en el texto completo de la unidad informacional ni en el pie de fotografía la localización específica de las personas que aparecen en la imagen.

Los medios de comunicación, por otra parte, se desplazan muy pocas veces a aquellos lugares en los que se realizan pequeñas acciones colectivas o en los que se planean y organizan acciones de protesta.

5.12. Cantidad de personas que aparecen protestando en las fotografías

En este apartado analizaremos la cantidad de personas que aparecen reivindicando algún derecho para el conjunto de las mujeres y de las personas de colectivos tradicionalmente oprimidos en las fotografías objeto de estudio. En este caso, es necesario anticipar algunas consideraciones. En primer lugar, debemos tener en cuenta que las imágenes que los medios introducen en las unidades informacionales no siempre están directamente relacionadas con el titular o el subtítulo de la entrada en cuestión. En segundo lugar, y en este caso concreto, debemos diferenciar entre cuántas personas aparecen protestando y cuántas aparecen simplemente en la imagen. En ocasiones, ocurre que en una imagen no aparecen personas reivindicando un derecho (recordemos que, para la selección de las imágenes finales, nos guiamos principalmente, aunque no únicamente, por los titulares y subtítulos de las unidades informacionales) sino, por ejemplo, aparecen aquellas personas culpables de que un derecho vaya a ser eliminado o personas que hayan realizado un acto hostil contra las mujeres. Por lo tanto, tendremos en cuenta cuántas personas aparecen protestando en las imágenes. En los casos en los que no aparezcan personas reivindicando un derecho, se tendrán en cuenta todas las personas que aparezcan en la fotografía, sin distinción.

He aquí la tabla que muestra la cantidad de personas que protestan en las imágenes objeto de estudio:

Tabla nº 5.12. Cantidad de personas que protestan en las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)		
	Frecuencia	Porcentaje
Dos personas o menos	356	64,6
Entre 3 y 4 personas	58	10,5
Entre 5 y 10 personas	54	9,8
Entre 11 y 20 personas	31	5,6
21 personas o más	52	9,4
Total	551	100,0

Fuente: Elaboración propia

Así, en la tabla 5.12. vemos que en el 64,6% de las imágenes seleccionadas aparecen una o dos personas. Este hecho tiene que ver con que, como veíamos en la tabla 5.10, el 35% de las imágenes son retratos fotográficos informativos y, generalmente, son de una persona.

A una gran distancia, apreciamos que en el 10,5% de las imágenes aparecen tres o cuatro personas y en el 9,8% de las imágenes aparecen entre cinco y diez personas.

Además, en el 9,4% de las fotografías aparecen más de 21 personas, presumiblemente, estas fotografías suelen ser de manifestaciones y concentraciones.

En último lugar, en un 5,6% de las imágenes objeto de estudio aparecen entre 11 y 20 personas.

A continuación, podemos ver algunos ejemplos de imágenes en las que aparecen distintas cantidades de personas.

Imagen nº 5.26. Ejemplo de imagen en las que aparecen dos personas: dos jóvenes portan pancartas de rechazo al anteproyecto de ley del PP en la manifestación de El Tren de la Libertad en Madrid (1 de febrero de 2014).



Fuente: elpais.com⁹³

⁹³Fuente: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/02/01/album/1391251375_627604.html?rel=mas#1391251375_627604_1391276091 [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Imagen nº 5.27. Ejemplo de fotografía en la que aparecen cuatro personas protestando ante una situación que consideran discriminatoria (en esta imagen puede verse que sólo hemos tenido en cuenta a las personas que reivindican una situación y no a todas las que aparecen en la imagen, como hemos señalado al comienzo de este apartado): varias activistas de FEMEN interrumpen una marcha por la vida (23 de marzo de 2014).



Fuente: elcorreo.com⁹⁴

Imagen nº 5.28. Ejemplo de imagen en la que aparecen más de 21 personas reivindicando una situación que consideran discriminatoria: integrantes de la banda rosa, llamada así porque llevan saris de ese color y un palo de bambú, exigen sus derechos en uno de los Estados más pobres de India (21 de marzo de 2014).



Fuente: elpais.com⁹⁵

Así, concluimos que los medios de comunicación seleccionados tienden a fotografiar a las mujeres y a las personas pertenecientes a colectivos tradicionalmente oprimidos que reivindican sus derechos solas o con otra persona. Las razones pueden ser muy diversas, aunque podemos aventurar que quizá les interesa centrarse en pocas personas y dar detalles de ellas, o profundizar en las problemáticas que se describen en la unidad informacional entrevistando a pocas personas (y por lo tanto haciéndoles las fotos sólo a ellas).

⁹⁴Fuente: http://www.elcorreo.com/vizcaya/rc/20140323/sociedad/arranca-marcha-vida-plaza-2014_032_31224.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

⁹⁵ Fuente: http://elpais.com/elpais/2014/03/21/mujeres/1395378000_139537.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

No obstante, también podemos aventurar hipótesis negativas. Por ejemplo, a los medios de comunicación seleccionados les interesa dar la impresión de que pocas mujeres o pocas personas pertenecientes a colectivos tradicionalmente oprimidos luchan por sus derechos, por lo tanto, puede ser una táctica para relegar e invisibilizar a todas las que lo hacen.

5.13. Perfil de las personas que aparecen protestando en las fotografías

En este apartado analizaremos el sexo y la edad de las personas que aparecen reivindicando algún derecho para el conjunto de las mujeres y de las personas pertenecientes a colectivos tradicionalmente oprimidos. En este caso, seguiremos la misma consideración que hacíamos en el apartado anterior (teníamos en cuenta la cantidad de personas que reivindicaban y no a todas las personas que aparecían en la imagen, aunque a veces coincidiese). Esto es, tendremos en cuenta el sexo y la edad de las personas que aparecen reivindicando los derechos de las mujeres, y omitiremos tanto el sexo como la edad de las personas que no estén reivindicando. En el caso de que la imagen muestre a aquellas personas culpables de que un derecho vaya a ser eliminado o personas que hayan realizado un acto hostil contra las mujeres, se tendrán en cuenta el sexo y la edad de todas las personas que aparezcan en la fotografía, sin distinción.

En cuanto al sexo de las personas que reivindican, realizaremos dos tablas: en la primera encontraremos los datos relativos al desglose de las categorías que forman la variable Sexo, mientras que en la segunda tabla cruzaremos esos datos por los cuatro periódicos analizados. Una vez realizados los análisis correspondientes a las dos tablas, continuaremos con la edad de las personas que reivindican.

He aquí la primera tabla correspondiente al sexo de las personas que aparecen reivindicando en las imágenes:

Tabla nº 5.13. Sexo de las personas que protestan en las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)		
	Frecuencia	Porcentaje
Más mujeres	423	76,8
Más hombres	43	7,8
Ambos por igual	37	6,7
No se aprecia	40	7,3
Se juega con la ambigüedad del sexo y el género	8	1,5
Total	551	100,0

Fuente: Elaboración propia

Como puede verse en la tabla 5.13., la mayoría de las personas que protestan por los derechos de las mujeres y de los colectivos tradicionalmente oprimidos son las propias mujeres, en concreto, el 76,8%.

En ciertas imágenes protestan la misma cantidad de hombres y de mujeres, en un 6,7% de los casos. Y en otras imágenes no se aprecia qué sexo predomina (generalmente, porque hay muchas personas de todos los sexos), lo que ocurre en un 7,3% de los casos.

Los hombres aparecen con mayor frecuencia que las mujeres en un 7,8% de las imágenes (es decir, en 43 fotografías). En este sentido, hay que tener en cuenta que hemos introducido una categoría denominada “A favor de los derechos de las personas homosexuales, transexuales e intersexuales”. Por lo tanto, en el caso de los hombres, hay que tener en cuenta que pueden aparecer en las imágenes reivindicando los derechos de las mujeres o reivindicando sus propios derechos como personas homosexuales o transexuales.

A continuación, mostraremos las fotografías en las que aparecen personas, según su sexo, protestando:

Imagen nº 5.29. Ejemplo, de fotografía en la que hay más mujeres protestando: varias decenas de personas se concentran para mostrar su rechazo al ataque sufrido ayer por una mujer (10 de octubre de 2013).



Fuente: elcorreo.com⁹⁶

Imagen nº 5.30. Ejemplo de fotografía en la que aparecen más hombres protestando por los derechos del conjunto de las mujeres: hombres de la cultura y la academia contra la reforma de la ley del aborto (21 de marzo de 2014).



Fuente: elpais.com⁹⁷

⁹⁶ Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/20131010/local/convocan-concentracion-trapagaran-repulsas-201310101519.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

⁹⁷ Fuente: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/03/20/actualidad/1395346907_385323.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Imagen nº 5.31. Ejemplo de fotografía en la que muestra a igual número de mujeres que de hombres protestando: defensores de los derechos humanos paquistaníes protestan ayer en Islamabad por la lapidación de Farzana Parveen (30 de mayo de 2014).



Fuente: abc.es⁹⁸

Imagen nº 5.32. Ejemplo de fotografía en la que no se distingue qué sexo predomina: la Conferencia de apoyo a las Mujeres Saharaui resalta su papel en la resistencia (27 de julio de 2013).



Fuente: Deia

A continuación, expondremos la tabla 5.14. en las que podemos ver quiénes reivindican en función de los periódicos digitales objeto de estudio ($\chi^2= 28,201$, $g= 12$, $p>0,005$):

⁹⁸ Fuente: <http://kioskoymas.abc.es/noticias/internacional/20140530/abcp-marido-mujer-lapidada-pakistan-20140530.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Tabla nº 5.14. Sexo de las personas que protestan en las imágenes objeto de estudio en <i>El Correo</i> , <i>Deia</i> , <i>ABC</i> y <i>El País</i> en 2013 y 2014						Total
		Periódico				
		<i>El Correo</i>	<i>Deia</i>	<i>ABC</i>	<i>El País</i>	
Más mujeres	Recuento	84	52	52	235	423
	% dentro de Periódico	77,8%	78,8%	80,0%	75,3%	76,8%
Más hombres	Recuento	4	5	9	25	43
	% dentro de Periódico	3,7%	7,6%	13,8%	8,0%	7,8%
Ambos por igual	Recuento	4	2	3	28	37
	% dentro de Periódico	3,7%	3,0%	4,6%	9,0%	6,7%
No se aprecia	Recuento	16	6	1	17	40
	% dentro de Periódico	14,8%	9,1%	1,5%	5,4%	7,3%
Se juega con la ambigüedad del sexo y el género	Recuento	0	1	0	7	8
	% dentro de Periódico	0,0%	1,5%	0,0%	2,2%	1,5%
Total	Recuento	108	66	65	312	551
	% dentro de Periódico	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100%

Fuente: Elaboración propia

Así, en todos los periódicos analizados se mantiene que sean en mayor medida las mujeres las que protestan por sus derechos: en el caso de *El País*, esto ocurre en el 75,3% de las imágenes de este periódico; en el *ABC* en el 80%; en el *Deia* en el 78,8% de las imágenes; y finalmente, en *El Correo* en el 77,8% de las imágenes.

En los cuatro periódicos los hombres tienen un papel pequeño en cuanto a la reivindicación de los derechos de las mujeres y de los colectivos tradicionalmente oprimidos, aunque en este caso también están incluidos en esta categoría los hombres que luchan por los derechos de las personas homosexuales, transexuales e intersexuales. El *ABC* es el periódico que más espacio da a los hombres en este sentido, quienes aparecen en un 13,8% de las imágenes de este periódico. *El Correo*, por su parte, es el periódico que menos espacio da a los hombres, en concreto, un 3,7%. *El País* y *Deia* se mantienen a medio camino en un 8% y 7,6%, respectivamente.

Asimismo, en los cuatro periódicos encontramos fotografías en las que no se aprecia qué sexo predomina (*El Correo*, 14,8%; *Deia*, 9,1%; *El País*, 5,4%; y *ABC*, 1,5%).

Por otra parte, entre las imágenes objeto de estudio, encontramos fotografías en las que aparecen igual número de hombres que de mujeres. Por periódicos, esto ocurre en un 9% de las imágenes de *El País*; en un 4,6% de las imágenes del *ABC*; en un 3,7% de las imágenes de *El Correo*; y, por último, en un 3% de las imágenes de *Deia*.

Finalmente, en *El País* y en *Deia* hemos localizado algunas imágenes que tienen como objetivo jugar y visibilizar la ambigüedad del sexo y el género. En cuanto, a *El País*, esta ambigüedad

aparece en un 2,2% de las imágenes, mientras que en *Deia* tan sólo aparece en el 1,5% de las imágenes.

Por lo tanto, los datos confirman que son las mujeres las que más aparecen en los medios analizados reivindicando sus derechos.

Dejando la variable sexo de lado, en cuanto a la edad, podemos conocer en qué rango de edad se encuentran las personas que protestan en las imágenes seleccionadas. El objetivo no es conocer la edad exacta (de hecho, en algunas ocasiones es imposible), sino más bien conocer el rango de edad en el que se encuentran las personas que reivindican los derechos de las mujeres y de las personas pertenecientes a colectivos tradicionalmente oprimidos. De esta forma, podremos dividir a estas personas en cuatro grandes grupos: niños/as o adolescentes (menores de 18 años), jóvenes (entre 19 y 35 años), adultos/as (entre 36 y 55 años) y personas mayores (más de 55 años). Asimismo, hemos incluido dos categorías más: personas de diferentes rangos de edad (es decir, se mezclan, por ejemplo, adolescentes con personas mayores) y no se aprecia (no se sabe la edad de las personas porque no se las distingue).

En ocasiones, en los textos que acompañan a las fotografías, se hace constar la edad de las personas que aparecen (sobre todo, si son famosas o si se está haciendo un retrato de su vida). Sin embargo, en otras ocasiones no consta la edad, por lo que estableceremos unas categorías lo suficientemente amplias para cubrir el margen de error. He aquí la tabla que indica las frecuencias y porcentajes de cada rango de edad:

	Frecuencia	Porcentaje
Menores de 18 años	18	3,3
Entre 19 y 35 años	210	38,1
Entre 36 y 55 años	98	17,8
Más de 55 años	53	9,6
Personas de diferentes rangos de edad	113	20,5
No se aprecia	59	10,7
Total	551	100,0

Fuente: Elaboración propia

Así pues, la mayoría de las imágenes analizadas, esto es, el 38,1%, corresponden a personas jóvenes (entre 19 y 35 años).

En segundo lugar, el 20,5% de las imágenes corresponden a imágenes en las que aparecen personas de distintos rangos de edad, por ejemplo, personas adultas con personas mayores, o niños/as con adultos/as.

En tercer lugar, a poca distancia, se encuentran las fotografías en las que aparecen personas adultas (entre 36 y 55 años), en concreto, en un 17,8%.

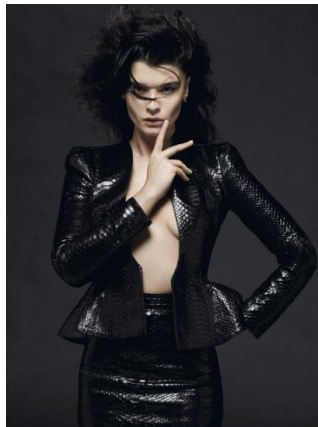
También encontramos imágenes en las que no se aprecia claramente la edad de las personas que aparecen (bien porque no se les ve la cara, bien porque hay muchas personas y no se distingue etc.). Esto ocurre en el 10,7% de las imágenes objeto de estudio.

Por otra parte, el 9,6% de las imágenes aparecen personas mayores, es decir, de más de 55 años.

Finalmente, en apenas el 3,3% de las imágenes objeto de estudio aparecen personas menores de 18 años.

He aquí algunas imágenes en las que aparecen personas de distintos rangos de edad:

Imagen nº 5.33. Ejemplo de fotografía en la que aparece una persona joven (tiene 27 años, tal y como se dice en el texto de la unidad informacional): Crystal Renn, la supermodelo que desafía a la báscula (15 de junio de 2013).



Fuente: elpais.com⁹⁹

⁹⁹ Fuente: <http://smoda.elpais.com/moda/crystal-renn-la-supermodelo-que-desafia-a-la-bascula/> [Fecha de consulta: 19 de julio de 2017].

Imagen nº 5.34. Ejemplo de fotografía en la que aparecen personas de diferentes rangos de edad (en este caso, un niño con personas adultas): 700 personas han participado en la red de conocimientos de Igualdad en Miranda de Ebro (13 de junio DE 2013).



Fuente: elcorreo.com¹⁰⁰

Imagen nº 5.35. Ejemplo de imagen en la que aparece una persona adulta (entre 36 y 55 años): Izaskun Landaia considera que uno de los retos de la institución es hacer ver a la sociedad que para conseguir la igualdad se necesita la implicación de todos (29 de septiembre de 2013).



Fuente: Deia

Imagen nº 5.36. Ejemplo de imagen en la que no se aprecia la edad de las personas que aparecen: “Estamos del lado correcto de la Historia, dentro de 50 años nadie será feminista”, según Frida Kahlo y Kathe Kollwitz, miembros de las Guerrilla Girls (1 de enero de 2014).



Fuente: abc.es¹⁰¹

¹⁰⁰ Fuente: <http://www.elcorreo.com/alava/v/20130613/miranda/personas-participado-conocimientosigualdad-20130613.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Imagen nº 5.37. Ejemplo de imagen en la que aparece una persona mayor (de más de 55 años): El fotógrafo israelí Ben Hopper capta a mujeres sin depilar para denunciar el "lavado de cerebro" que sufren ellas ante este convencionalismo social (15 de abril de 2014).



Fuente: elcorreo.com¹⁰²

En conclusión, el perfil de las personas que protestan en las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas es el de mujeres jóvenes (entre 19 y 35 años). No es sencillo explicar las razones por las que los medios de comunicación analizados visibilizan en las reivindicaciones y acciones colectivas feministas principalmente a mujeres jóvenes y no a mujeres adultas (entre 36 y 55 años) o mayores (más de 55 años). Por un lado, creemos que las mujeres jóvenes tienden a tener más visibilidad en los medios de comunicación debido a que la juventud es uno de los pilares que sustenta el canon de belleza occidental. Los medios de comunicación, en general, reflejan ese canon y lo reproducen.

Por otro lado, creemos que quizá las mujeres jóvenes salen más a las calles a protestar en la medida en que tienen menos responsabilidades familiares que les *obliguen* a realizar numerosas tareas domésticas y que, por lo tanto, no puedan centrarse en la acción colectiva.

¹⁰¹Fuente: <http://www.abc.es/cultura/arte/20140101/abci-guerrilla-girls-bilbao-entrevista-201312291903.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

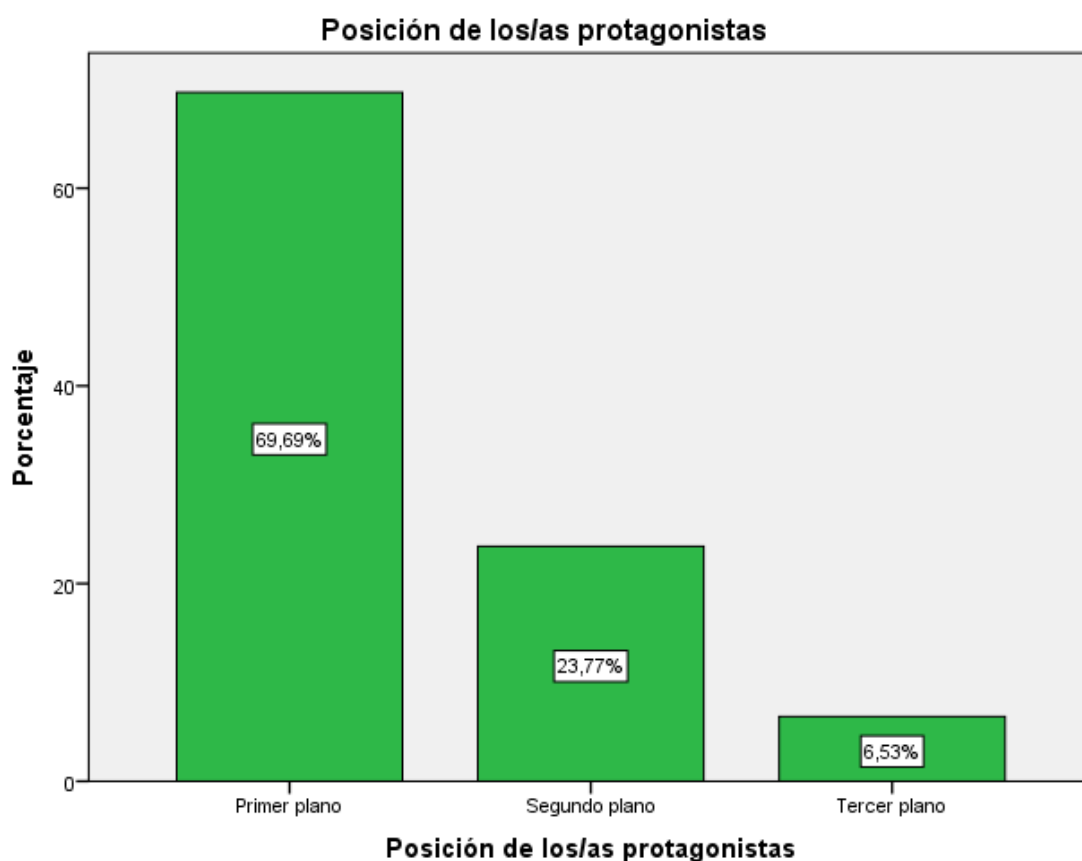
¹⁰²Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/20140415/mas-actualidad/sociedad/fuera-maquinillas-arribas-201404151211.html> [Fecha de consulta: 19 de julio de 2013].

5.14. Posición de las personas que protagonizan las imágenes

En este apartado nos referimos a la posición de las personas que están en las fotografías objeto de estudio, es decir, la distancia que deja la persona que hace la fotografía entre ella misma y el sujeto de la imagen. Esto nos permite saber, en general, la importancia que da el medio de comunicación a las fotografías: cuánta más distancia se deja entre la persona que realiza la fotografía y el sujeto de la misma, menos detalles se quieren ofrecer a aquellas personas que van a ver la imagen en los medios, y por lo tanto menos importancia se le da, y viceversa.

He aquí el gráfico que muestra esta variable:

Gráfico nº 5.4. Posición de las personas protagonistas que aparecen en las imágenes objeto de estudio (*El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014*)



Fuente: Elaboración propia

Según el gráfico 5.4., el 69,7% de las imágenes objeto de estudio están sacadas en un primer plano, es decir, el/la fotógrafo/a realiza la fotografía desde cerca y, por lo tanto, le confiere importancia a la(s) persona(s) protagonista(s) de la imagen.

El 23,8% de las imágenes, por otra parte, están sacadas en un segundo plano, lo que indica que la(s) persona(s) que aparecen en las fotografías, para los medios en cuestión, son secundarias y no demasiado importantes. Asimismo, se le confiere importancia al contexto de cada imagen.

Finalmente, alrededor del 6,5% de las imágenes se han realizado en un tercer plano, lo que puede indicar o bien que para el/la fotógrafo/a las personas de la imagen no eran importantes, o bien que su objetivo era evidenciar una gran cantidad de personas.

A continuación, mostramos varias fotografías, cada una realizada desde una de estas tres posiciones: primera, segunda y tercera.

Imagen nº 5.38. Ejemplo de fotografía en la que el sujeto de la imagen se encuentra en un primer plano: cuerpos fuera del canon de belleza femenino (24 de noviembre de 2013).



Fuente: elpais.com¹⁰³

¹⁰³ Fuente: <http://smoda.elpais.com/moda/cuerpos-fuera-del-canon/> [Fecha de consulta: 5 de octubre 2016].

Imagen nº 5.39. Ejemplo de fotografía en la que los sujetos de la imagen se encuentran en un segundo plano: Bilbao celebra el día del Orgullo Gay (29 de junio de 2013).



Fuente: elcorreo.com¹⁰⁴

Imagen nº 5.40. Ejemplo de fotografía en la que los sujetos que aparecen en ella se encuentran en un tercer plano: FEMEN denuncia la opresión del gobierno ucraniano (29 de agosto de 2013).



Fuente: elcorreo.com¹⁰⁵

En conclusión, entendemos que, como norma general, los/as protagonistas de las imágenes de los medios de comunicación analizados tienden a aparecer en un primer plano, y se les confiere así importancia porque permiten al/la lector/a identificarles sin esfuerzo.

En cuanto al uso de las posiciones segunda y tercera, más minoritarias que la primera, podemos aventurarnos a pensar que se utilizan, o bien para quitar importancia a las personas que aparecen en las imágenes o bien para ofrecer detalles del contexto en el que se encuentran dichas personas.

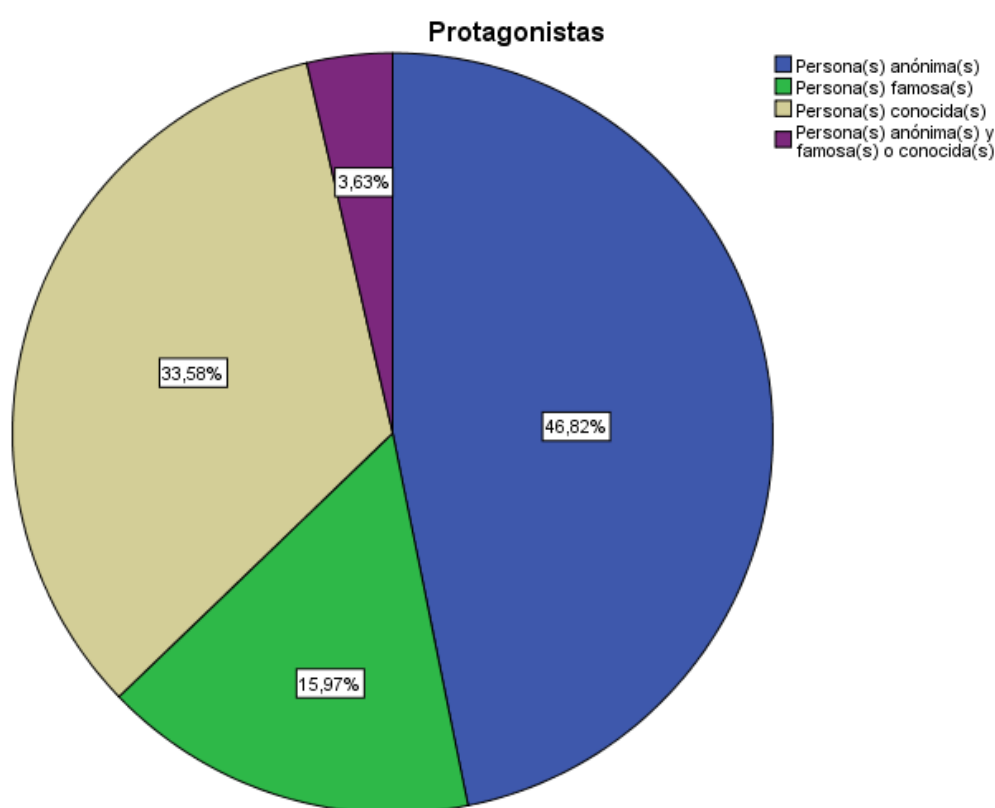
¹⁰⁴Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/v/20130629/vizcaya/bilbao-celebra-orgullo-20130629.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

¹⁰⁵Fuente: http://www.elcorreo.com/vizcaya/rc/20130829/mundo/femen-desnudan-opresion-20130829175_1.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

5.15. Protagonistas de las imágenes

El próximo gráfico muestra quiénes son las personas que aparecen en los medios de comunicación seleccionados reivindicando los derechos de las mujeres y de los colectivos tradicionalmente oprimidos. En este sentido, además de saber si son hombres o mujeres, qué edad tienen o en qué cantidades aparecen, queremos conocer si esas personas son anónimas, son conocidas por su empleo, su activismo... o son famosas. He aquí el gráfico que ofrece esta información:

Gráfico nº 5.5. Protagonistas de las imágenes objeto de estudio (*El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014*)



Fuente: Elaboración propia

Según el gráfico 5.5., el 46,8% de las fotografías objeto de estudio están protagonizadas por personas anónimas, es decir, aquellas que no son conocidas por la sociedad. Generalmente, en los textos que acompañan a las imágenes no aparecen ni sus nombres ni sus apellidos, si bien es cierto que, en ocasiones, puede ocurrir que se utilice su testimonio para acompañar una información y hacerla más real (por lo tanto, sí que aparecerían sus nombres y apellidos), sin embargo, no son conocidas por la sociedad.

En segundo lugar, el 33,6% de las imágenes son protagonizadas por personas conocidas, esto es, aquellas que, por su empleo, activismo... aparecen en los medios de comunicación pero no tienen por qué ser conocidas por toda la sociedad. Probablemente sean conocidas por un sector

concreto de la sociedad. Es decir, lo que estas personas dicen tiene interés público porque su testimonio o sus acciones tienen relevancia para las demás personas; por eso aparecen en el medio. Debido a este hecho, en el texto escrito deben aparecer obligatoriamente el nombre y los apellidos de dichas personas. Si no aparecen esos datos, se les considerara personas anónimas.

Además, el 16% de las imágenes están protagonizadas por personas famosas. Éstas tienen y reclaman un alto grado de atención por parte del público en general y de los medios de comunicación. Dicha atención no es únicamente por lo que hacen en el ámbito público, sino que su vida privada también es de interés (su vida sentimental y de pareja, por ejemplo). Normalmente, se asocian con las personas que vienen del mundo del arte, del entretenimiento o del deporte.

Finalmente, el 3,6% de las imágenes objeto de estudio están protagonizadas por personas anónimas que están acompañadas de personas famosas o conocidas.

He aquí los ejemplos de tres imágenes que muestran quiénes son las personas que aparecen en las imágenes analizadas:

Imagen nº 5.41. Ejemplo de imagen protagonizada por una o varias personas anónimas: una concentración en contra de la reforma del aborto propuesta por Ruiz-Gallardón (16 de enero de 2014).



Fuente: deia.com¹⁰⁶

¹⁰⁶ Fuente: <http://www.deia.com/2014/01/16/sociedad/estado/clamor-en-el-parlamento-europeo-contra-la-ley-del-aborto-de-gallardon> [Fecha de consulta: 12 de julio de 2015].

Imagen nº 5.42. Ejemplo de imagen en la que aparece por una persona conocida: la presidenta del Observatorio Nacional contra la Violencia Doméstica y de Género, Ángeles Carmona, expresa su preocupación por el elevado número de mujeres que renuncian a denunciar a su agresor (8 de marzo de 2014).



Fuente: abc.es¹⁰⁷

Imagen nº 5.43. Ejemplo de imagen protagonizada por una o varias personas famosas: Beyoncé, Salma Hayek y Frida Giannini organizan un macroconcierto por los derechos de las mujeres (2 de junio de 2013).



Fuente: elpais.com¹⁰⁸

Concluimos que los porcentajes en torno a las personas anónimas y las personas que son conocidas por la ciudadanía (incluimos aquí las famosas porque lo que queremos evidenciar es que son personas que tienen proyección pública, sea está del nivel que sea) son próximos. Creemos que es razonable pensar que los medios de comunicación se hacen eco de lo que dicen y hacen ciertas personas que, por su empleo, activismo, etc. pueden tener más visibilidad que cualquier otra

¹⁰⁷ Fuente: <http://sevilla.abc.es/andalucia/20140308/sevi-entrevista-angeles-carmona-201403072129.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

¹⁰⁸ Fuente: http://elpais.com/elpais/2013/06/02/gente/1370127213_349005.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

persona, ya que lo que dicen o hacen estas personas tienen más influencia en la ciudadanía de lo que puede tener lo que dice o hace una persona anónima. Es decir, el tener una proyección pública puede ser una gran oportunidad para hacer reivindicaciones sociales y políticas que tengan un gran calado en la sociedad.

5.16. Lugar geográfico al que hace referencia la reivindicación

En este apartado nos interesa destacar los lugares geográficos a los que se refieren las reivindicaciones feministas. Esta información podemos extraerla de la fotografía (si es que se aprecia) o de los demás elementos de la unidad informacional.

A continuación, examinaremos la tabla en la que se hace referencia a los lugares en los que ocurre la reivindicación.

Tabla nº 5.16. Lugar geográfico al que hacen referencia las reivindicaciones de las unidades informacionales o las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)		
	Frecuencia	Porcentaje
General	191	34,7
Estado Español	183	33,2
El Salvador	2	0,4
Franja de Gaza	1	0,2
Pakistán	2	0,4
EEUU	26	4,7
Yemen	3	0,5
Túnez	6	1,1
Rusia	14	2,5
India	7	1,3
Marruecos	4	0,7
Arabia Saudí	7	1,3
América Latina	4	0,7
Francia	5	0,9
Siria	1	0,2
México	8	1,5
Asia	2	0,4
Alemania	1	0,2
Irán	1	0,2
Egipto	2	0,4
Japón	1	0,2
Argentina	1	0,2
Sudáfrica	4	0,7
Somalia	2	0,4
Libia	1	0,2
Senegal	1	0,2
Ruanda	1	0,2
Kenia	3	0,5
Bolivia	2	0,4
China	1	0,2
Afganistán	7	1,3
Uganda	2	0,4
Brasil	2	0,4
Nepal	2	0,4
Ecuador	9	1,6
Nigeria	6	1,1
Nicaragua	4	0,7

Perú	1	0,2
Colombia	1	0,2
Kirguistán	1	0,2
Ucrania	1	0,2
Canadá	1	0,2
Cuba	1	0,2
Bizkaia	7	1,3
Euskadi	12	2,2
Turquía	1	0,2
Sáhara	2	0,4
Guatemala	1	0,2
Santurtzi	1	0,2
Congo	2	0,4
Total	551	100,0

Fuente: Elaboración propia

Así pues, según la tabla 5.16., los datos muestran que un 34,7% de las imágenes se refieren, en general, a reivindicaciones que se hacen en torno a los derechos de todas las mujeres y de las personas tradicionalmente oprimidas del mundo, esto es, no se hace distinción, ni en la propia fotografía ni en las unidades informacionales, a países o a zonas concretas.

Por el contrario, el 33,2% de las imágenes se centran en las reivindicaciones de las mujeres o de otros colectivos tradicionalmente oprimidos en el Estado español. Es necesario aclarar que en esta categoría tan sólo están incluidas las reivindicaciones que se hacen a nivel estatal; no hemos incluido las que se refieren a Bizkaia, Euskadi y Santurtzi (que, como se puede ver, aparecen desgranadas en la tabla 5.16.) porque, al haber analizado la prensa autonómica vasca, encontramos unidades informacionales que se referían específicamente a estas zonas, por lo que decidimos mantenerlas divididas.

Por otra parte, un 4,7% de las imágenes aluden a las reivindicaciones que se hacen para las mujeres o para otros colectivos de EEUU; el 2,5% de las imágenes aluden a las de Rusia; y el 2,2% de las imágenes a las de Euskadi.

Otros lugares recogidos por las imágenes objeto de estudio son: Ecuador (1,6% de las imágenes), México (1,5% de las imágenes), India (1,3% de las imágenes), Arabia Saudí (1,3% de las imágenes), Afganistán (1,3% de las imágenes), Bizkaia (1,3% de las imágenes), Túnez (1,1% de las imágenes) y Nigeria (1,1% de las imágenes).

Finalmente, los lugares que menos han aparecido en las imágenes objeto de estudio son los siguientes: Francia (0,9% de las imágenes), Marruecos (0,7% de las imágenes), América Latina (0,7% de las imágenes), Sudáfrica (0,7% de las imágenes), Nicaragua (0,7% de las imágenes), Yemen (0,5% de las imágenes), Kenia (0,5% de las imágenes), El Salvador (0,4% de las imágenes), Pakistán (0,4% de las imágenes), Asia (0,4% de las imágenes), Egipto (0,4% de las imágenes), Somalia (0,4% de las imágenes), Bolivia (0,4% de las imágenes), Uganda (0,4% de las imágenes), Brasil (0,4% de las imágenes), Nepal (0,4% de las imágenes), Sáhara (0,4% de las imágenes), Congo (0,4% de las imágenes), Franja de Gaza (0,2% de las imágenes), Siria (0,2% de las imágenes), Alemania (0,2% de las imágenes), Irán (0,2% de las imágenes), Japón (0,2% de las imágenes), Argentina (0,2% de las

imágenes), Libia (0,2% de las imágenes), Senegal (0,2% de las imágenes), Ruanda (0,2% de las imágenes), China (0,2% de las imágenes), Perú (0,2% de las imágenes), Colombia (0,2% de las imágenes), Kirguistán (0,2% de las imágenes), Ucrania (0,2% de las imágenes), Canadá (0,2% de las imágenes), Cuba (0,2% de las imágenes),Turquía (0,2% de las imágenes), Guatemala (0,2% de las imágenes) y Santurtzi (0,2% de las imágenes).

He aquí algunos ejemplos que ilustran este tema:

Imagen nº 5.44. Ejemplo de imagen que se refiere a las reivindicaciones que se hacen en torno a los derechos de las mujeres del conjunto del planeta: en busca de la naranja entera, deconstruyendo el amor romántico (14 de febrero de 2014).



Fuente: elpais.com¹⁰⁹

Imagen nº 5.45. Ejemplo de imagen referida a los derechos de las mujeres en el Estado español: feministas y partidos de izquierdas poyan en el Congreso que se mantenga la actual ley frente a la inminente reforma anunciada por el Gobierno (17 de diciembre de 2013).



Fuente: el correo.com¹¹⁰

¹⁰⁹ Fuente: http://elpais.com/elpais/2014/02/14/mujeres/1392354000_139235.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

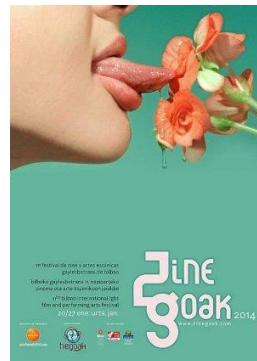
¹¹⁰Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/rc/20131217/sociedad/pacto-aborto-congreso-201312171250.html> [Fecha de consulta: 5 de diciembre de 2016].

Imagen nº 5.46. Ejemplo de imagen referida a los derechos de las mujeres en EEUU: tras las exhibiciones de Miley Cyrus y Rihanna, las madres del pop cargan contra la industria musical y sugieren que los vídeos lleven calificación moral (27 de octubre de 2013)



Fuente: elpais.com¹¹¹

Imagen nº 5.47. Ejemplo de imagen referida a los derechos de los colectivos tradicionalmente oprimidos en Rusia, en este caso, a los colectivos homosexuales y transexuales: Zinegoak homenajeará al Festival de Cine Gay de San Petersburgo por su valentía (16 de enero de 2014).



Fuente: elcorreo.com¹¹²

Ahora bien, si agrupamos los porcentajes de la tabla anterior por continentes¹¹³, manteniendo la categoría *General* (entendida ésta como la que se refiere a todos los continentes), obtenemos los siguientes datos:

¹¹¹ Fuente: http://elpais.com/elpais/2013/10/25/gente/1382721376_853296.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

¹¹² Fuente: www.elcorreo.com/vizcaya/v/20140116/cultura/zinegoak-homenajeara-festival-cine-2014_0116.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

¹¹³ Nos basamos en el Gran Atlas Mundial (VV.AA, 1996) para realizar las divisiones de los continentes desde el punto de vista de la geografía física. Sin embargo, en ocasiones, el contenido del Atlas no era claro en lo que a determinados países se refiere, por lo que hemos tomado nosotros/as la decisión de en qué continente incluir dicho país. Este ha sido el caso, por ejemplo, de Rusia el cual se establece en el Atlas que una parte pertenece a Europa y otra a Asia; debido a que

Tabla nº 5.17. Continentes a los que hacen referencia las unidades informacionales o las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)		
Continentes	Frecuencias	Porcentajes
General	191	34,66
Europa	210	38,29
América	63	11,43
Asia	51	9,07
África	36	6,53
TOTAL	551	100,00

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 5.17. vemos que el 38,3% de las imágenes se refieren a reivindicaciones que se realizan para las mujeres u otros colectivos tradicionalmente oprimidos europeos (sobre todo para las mujeres del Estado español y las vascas, pero también para las francesas, alemanas y ucranianas). El hecho de que un número tan alto de imágenes haga referencia a las protestas que suceden en Europa es razonable ya que es precisamente donde nos encontramos. Por lo tanto, es comprensible que los medios analizados den más importancia (y, por lo tanto, más unidades informacionales) a lo que ocurre en dicho continente.

Como ya hemos apuntado, el 34,7% de las imágenes se refieren a todas las mujeres y colectivos tradicionalmente oprimidos, a nivel internacional, es decir, en la unidad informacional no se hace referencia al sitio concreto al que se refiere o se hace referencia al hecho de que es para todas las mujeres o todos los colectivos tradicionalmente oprimidos, sin distinción del país del que provienen.

Por otra parte, el 11,4% de las imágenes corresponden al continente americano. En este caso, si dividimos el continente americano en tres zonas (norte, centro y sur), los porcentajes de las imágenes que se refieren a cada una de esas partes quedarían así:

Tabla nº 5.18. Imágenes objeto de estudio correspondientes a América del Norte, América Central y América del Sur (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)					
América del Norte (Canadá, EEUU y México)		América Central (Guatemala, El Salvador y Nicaragua)		América del Sur (Argentina, Bolivia, Brasil, Ecuador...)	
Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
35	6,4%	7	1,3%	21	3,7%

Fuente: Elaboración propia

en este caso necesitábamos elegir uno de los dos continentes, hemos decidido incluir Rusia en Asia ya que la mayor parte de su territorio queda fuera de Europa y dentro de Asia.

Según la tabla 5.18., el 6,4% de las imágenes objeto de estudio se refieren a reivindicaciones o acciones colectivas feministas realizadas en América del Norte (Canadá, EEUU y México).

Por otra parte, el 3,7% de las imágenes corresponden a América del Sur (Argentina, Bolivia, Brasil, Ecuador...).

Finalmente, el 1,3% de las imágenes objeto de estudio corresponden a América Central (Guatemala, El Salvador y Nicaragua).

Teniendo en cuenta los datos de las tablas 5.16 y 5.18., los medios analizados dan más importancia a las reivindicaciones que ocurren en América del Norte (sobre todo a las de EEUU, ya que del 6,4% de imágenes que se refieren al norte del continente, el 4,7% pertenecen exclusivamente a EEUU). Apenas encontramos un 1,3% de imágenes que se refieren a América Central y un 3,7% a América del Sur. Si consideramos el tamaño y la cantidad de países que conforman ambas zonas, llama la atención lo poco que aparece en las unidades informacionales registradas en esta investigación.

Por otra parte, según la tabla 5.17., el 9,1% de las imágenes corresponden al continente asiático (Rusia, Pakistán, India, Siria, Turquía...); y, finalmente, el 6,5% de las imágenes corresponden a África (Egipto, Congo, Nigeria, Kenia, Ruanda...).

He aquí algunas imágenes de ejemplo de los continentes a los que hacen referencia las fotografías analizadas:

Imagen nº 5.48. Ejemplo de fotografía del continente europeo: el *manifiesto de los 343 cabrones*, titulado *No toques a mi puta*, incendia el debate de la prostitución en Francia (12 de noviembre de 2013).



Fuente: elpais.com¹¹⁴

¹¹⁴ Fuente: http://elpais.com/elpais/2013/11/12/mujeres/1384232400_138423.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Imagen nº 5.49. Ejemplo de fotografía del continente americano: La Habana desfila por los derechos de las personas homosexuales. La isla está esperanzada con la futura legalización del matrimonio entre personas del mismo sexo (11 de mayo de 2014).



Fuente: elcorreo.com¹¹⁵

Imagen nº 5.50. Ejemplo de fotografía del continente africano: las niñas no pueden soñar: los terroristas islamistas de Boko Haram las han secuestrado para impedirlo (11 de mayo de 2014).



Fuente: elpais.com¹¹⁶

Imagen nº 5.51. Ejemplo de fotografía del continente asiático. La directora de una ONG de ayuda a la mujer en Pakistán recibe amenazas de muerte casi diarias (24 de junio de 2013).



Fuente: elpais.com¹¹⁷

¹¹⁵ Fuente: <http://www.elcorreo.com/alava/internacional/america-latina/201405/11/habana-desfile-derechos-homosexuales-20140511022735-rc.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

¹¹⁶ Fuente: http://internacional.elpais.com/internacional/2014/05/09/actualidad/1399656988_709948.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Como conclusión, pensamos que es importante que los medios de comunicación analizados, en el 34,7% de las imágenes, no hagan distinciones de lugares geográficos en lo que a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas se refiere. En este sentido, creemos que es importante dar un mensaje de unidad, no se trata únicamente de las mujeres o de otros colectivos tradicionalmente oprimidos occidentales, se trata de los derechos de todas las mujeres y de todos los colectivos tradicionalmente oprimidos, sean éstos del lugar que sean.

A pesar de este hecho, pensamos que es lógico que un gran número de imágenes referentes a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas (el 38,3%) se refieran a mujeres y a colectivos tradicionalmente oprimidos de Europa, en concreto, del Estado español y del País Vasco. El hecho de que un número tan alto de imágenes haga referencia a las protestas que suceden en dichos lugares es razonable ya que es precisamente de donde son los periódicos objeto de estudio.

Asimismo, no sorprende en exceso que sea América la tercera zona a la que más se refieren las imágenes sobre reivindicaciones y acción colectiva feminista. EEUU, modelo de la cultura occidental, es el país americano que más protagonismo tiene entre las imágenes objeto de estudio. Pensamos que este dato no sorprende porque EEUU es, no sólo una de las potencias principales mundiales, sino también es el país hacia el que se dirigen nuestros ojos cuando hablamos de la igualdad de los seres humanos (lo que no significa que dicha igualdad exista).

Finalmente, Asia y, sobre todo, África son los continentes que menos protagonismo tienen entre las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas. Tal y como ocurría con EEUU, éste no es un hecho que sorprenda, sobre todo en el caso de África. Ambos continentes suelen ser, pensamos, los grandes olvidados, donde las mujeres y los colectivos tradicionalmente oprimidos más marginados y violentados están, pero a los que menos espacio otorgamos en los medios de comunicación occidentales.

¹¹⁷ Fuente: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/06/24/actualidad/1372093322_646475.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

5.17. Reivindicaciones feministas que aparecen en las imágenes o en las unidades informacionales¹¹⁸

Las reivindicaciones feministas son, junto con las acciones colectivas feministas, la parte central de esta investigación. Entendemos por reivindicación, si seguimos a la RAE, la reclamación de algo a lo que se cree tener derecho. En este caso, entendemos por reivindicaciones feministas aquellas reclamaciones de la justicia a la que creen tener derecho las mujeres u otros colectivos tradicionalmente oprimidos, por ejemplo, las personas homosexuales o transexuales. Las reivindicaciones feministas son muy amplias y cambian de un contexto histórico y geográfico a otro.

Como ya hacíamos en el apartado de los campos reivindicativos, en esta sección también es oportuno recordar que las reivindicaciones son reclamaciones de derechos concretas mientras que los campos reivindicativos son agrupaciones de reivindicaciones. Por ejemplo, en el campo reivindicativo de igualdad de derechos incluíamos la lucha contra la violencia machista. En este apartado, en cambio, diferenciamos la reivindicación de la igualdad con la de poner fin a la violencia contra las mujeres.

En esta sección realizaremos dos tablas: en la primera de ellas ofrecemos los datos en torno a las reivindicaciones que aparecen en las imágenes, y en la segunda tabla dividimos esos datos por los periódicos objeto de estudio. He aquí la primera tabla:

¹¹⁸ En esta investigación, las reivindicaciones que hemos recopilado son las que hemos extraído de los medios de comunicación analizados, por lo que es comprensible que no estén todas las reivindicaciones feministas.

**Tabla nº 5.19. Reivindicaciones feministas que aparecen en las unidades
informacionales o en las imágenes objeto de estudio (El Correo, Deia,
ABC y El País, 2013-2014)**

	Respuestas	
	Frecuencia	Porcentaje
Derecho al aborto	116	14,7%
Lucha por la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida	76	9,6%
Revelarse contra la narración machista de la cultura	24	3,0%
Las mujeres deben poder decidir sobre su propio cuerpo	68	8,6%
Impulsar el empoderamiento de las mujeres en todos los ámbitos	24	3,0%
A favor de los derechos de la comunidad homosexual y transexual	46	5,8%
Otras	20	2,5%
Terminar con la esclavitud sexual	12	1,5%
Dejar de juzgar a las mujeres por su aspecto físico y terminar con las etiquetas que las encasillan	18	2,3%
Necesidad de denunciar las agresiones y las discriminaciones hacia las mujeres	74	9,4%
Lucha por la igualdad real de mujeres de distintas etnias	16	2,0%
Terminar con las convenciones sociales tradicionales de género	38	4,8%
Defensa del liderazgo de las mujeres	11	1,4%
Deconstruir el amor romántico para protestar contra la violencia machista	10	1,3%
La necesidad de la lucha feminista	17	2,2%
Visibilizar el papel de las mujeres en la sociedad, sus logros y los cambios conseguidos en la historia	45	5,7%
Necesidad de que cambie la imagen de las mujeres en cualquier ámbito de los medios de comunicación	23	2,9%
Terminar con la violencia contra las mujeres	62	7,8%
Denunciar la culpabilización de las víctimas de violencia machista por defenderse	11	1,4%
Visibilizar las situaciones de machismo diario que sufren muchas mujeres	36	4,6%
Necesidad de terminar con los aspectos religiosos patriarcales que son hostiles con las mujeres	17	2,2%
Acabar con la infrarrepresentación de las mujeres en cualquier ámbito de la sociedad	26	3,3%
Total	790	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 5.19., las reivindicaciones más frecuentes en los periódicos seleccionados se encuentran claramente fragmentadas. En primer lugar, destaca la reivindicación del derecho al aborto que aparece en un 14,7% de las fotografías.

En segundo lugar, en un 9,6% de las imágenes la reivindicación central es la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida.

A poca distancia, se encuentra la reivindicación que hace referencia a la necesidad social de denunciar las agresiones y discriminaciones que sufren las mujeres, en un 9,4% de las imágenes.

En un 8,6% de las imágenes encontramos que la reivindicación es que las mujeres deben poder decidir sobre su propio cuerpo sin ser juzgadas por ello. En este caso, no nos referimos al derecho al aborto, sino a decisiones más *simples* cómo ir vestidas como quieran; tener relaciones sexuales con quien quieran, sin que ello suponga que vayan a ser juzgadas; que la sociedad no imponga cánones de belleza imposibles e insanos...

La denuncia de la necesidad de terminar con la violencia contra las mujeres ocupa el 7,8% de las imágenes seleccionadas.

A continuación, encontramos la reivindicación en torno a los derechos de la comunidad homosexual y transexual, en 5,8% de las fotografías. Apenas con una décima de diferencia se halla la reivindicación sobre la necesidad de visibilizar el papel de las mujeres en la sociedad, sus logros y los cambios conseguidos gracias a ellas en la historia.

La reivindicación que se refiere a la visibilización del papel de las mujeres en la sociedad, sus logros y los cambios conseguidos en la historia ocupa el 5,7% de las imágenes objeto de estudio.

Las reivindicaciones en torno al fin de las convenciones sociales tradicionales de género y la visibilización de las situaciones de machismo diario que sufren las mujeres ocupan un 4,8% y 4,6% de las imágenes, respectivamente. En cuanto a la primera reivindicación, nos referimos a la necesidad de abolir el sistema sexo/género, es decir, que a cada sexo biológico le corresponda un género (mujer femenina y hombre masculino). La segunda reivindicación pretende evidenciar la importancia de sacar a la luz las situaciones de desigualdad diarias que sufren las mujeres (también conocidas como *micromachismos*, un término poco adecuado para referirse al machismo de *baja intensidad* o de menor importancia).

Otras reivindicaciones menos realizadas en las imágenes objeto de estudio son las siguientes: acabar con la infrarrepresentación de las mujeres en cualquier ámbito de la sociedad (3,3% de las imágenes); revelarse contra la narración machista de la cultura (3% de las imágenes); impulsar el empoderamiento de las mujeres en todos los ámbitos (3% de las imágenes); necesidad de que cambie la imagen de las mujeres en cualquier ámbito de los medios de comunicación (2,9% de las imágenes); otras reivindicaciones (2,5% de las imágenes), dejar de juzgar a las mujeres por su aspecto físico y terminar con las etiquetas que las encasillan (2,3% de las imágenes); la necesidad de la lucha feminista (2,2% de las imágenes); necesidad de terminar con los aspectos religiosos patriarcales que son hostiles con las mujeres (2,2% de las imágenes); y lucha por la igualdad real de mujeres de distintas etnias (2% de las imágenes).

Finalmente, las reivindicaciones que menos presencia han tenido en las imágenes objeto de estudio han sido: terminar con la esclavitud sexual (1,5% de las imágenes); defensa del liderazgo de las mujeres (1,4% de las imágenes); denunciar la culpabilización de las víctimas de violencia machista por defenderse (1,4% de las imágenes); y, por último, deconstruir el amor romántico para protestar contra la violencia machista (1,3% de las imágenes).

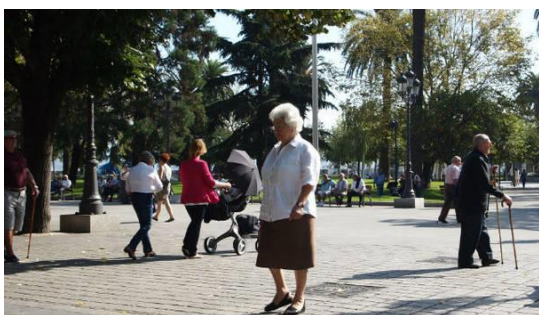
A continuación, expondremos algunas de las imágenes correspondientes a las reivindicaciones que más se han detectado en los periódicos digitales analizados. Debido a que las reivindicaciones son numerosas, haremos una selección de dichas fotografías, las cuales aparecerán en orden ascendente. Es decir, comenzaremos por las reivindicaciones que más han aparecido en los medios y terminaremos con las que menos, siempre que su porcentaje de aparición sea superior al 5%.

Imagen nº 5.52. Ejemplo de imagen en la que se reivindica el derecho al aborto: simulación de abortos en directo para protestar contra el anteproyecto de ley del PP (30 de enero de 2014).



Fuente: elcorreo.com¹¹⁹

Imagen nº 5.53. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la igualdad real de hombres y mujeres en todos los ámbitos de la vida: Santurtzi se vuelva con la integración y la igualdad (8 de marzo de 2014).



Fuente: deia.com¹²⁰

¹¹⁹ Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/v/20140130/margen-izquierda/abortos-directo-contra-reforma-20140130.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

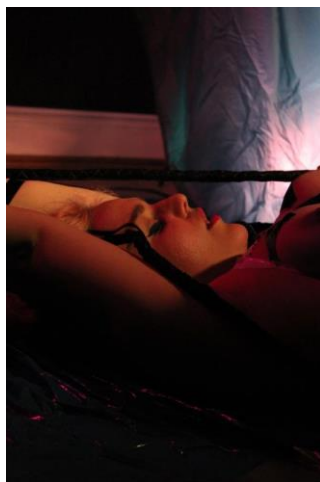
¹²⁰ Fuente: <http://www.deia.com/2014/03/08/bizkaia/margen-izquierda-encartaciones/santurtzi-se-vuelca-con-la-integracion-y-la-igualdad> [Fecha de consulta: 22 de julio de 2015].

Imagen nº 5.54. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la necesidad de denunciar las agresiones y discriminaciones que sufren las mujeres: Laura Bates crea el proyecto *Everyday Sexism Project*, una plataforma que anima a las mujeres a denunciar cualquier tipo de conducta agresiva contra ellas (24 de junio de 2013).



Fuente: elpais.com¹²¹

Imagen nº 5.55. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la importancia de que las mujeres puedan decidir sobre su propio cuerpo: porno feminista para el mandato de *no tocarnos ahí* (24 de noviembre de 2013).



Fuente: elpais.com¹²²

¹²¹ Fuente: http://elpais.com/elpais/2013/06/21/eps/1371807860_167336.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

¹²² Fuente: <http://blogs.elpais.com/eros/2013/11/-porno-feminista-entre-bastidores-in-progress.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Imagen nº 5.56. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la necesidad de terminar con la violencia machista: diecinueve mujeres de Urduliz reciben un curso de autodefensa para detectar la violencia machista (30 de julio de 2013).



Fuente: [elcorreo.com](http://www.elcorreo.com)¹²³

Imagen nº 5.57. Ejemplo de imagen en la que se reivindican los derechos de la comunidad homosexual: Windsor, el rostro de la victoria por la igualdad al demandar al Estado por negarle la deducción de impuestos a la que tendría derecho de haberse casado con un hombre (27 de junio de 2013).



Fuente: [elcorreo.com](http://www.elcorreo.com)¹²⁴

¹²³ Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/v/20130730/margen-derecha/lecciones-contra-violencia-machista-20130730.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

¹²⁴ Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/rc/20130627/mundo/windsor-rostro-victoria-igualdad-201306270117.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Imagen nº 5.58. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la necesidad de visibilizar el papel de las mujeres en la sociedad: la escritora Sofi Oksane afirma que hasta ahora la historia siempre la han escrito los hombres (4 de octubre de 2013).



Fuente: abc.es¹²⁵

En conclusión, la reivindicación principal de las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas se refiere al derecho al aborto, básicamente, por el intento del gobierno del PP en 2012 de modificar la ley y hacerla más restrictiva, como hemos analizado en el apartado 2.2.3.2.2.2. *Huellas de la acción colectiva feminista en el Estado español*. Esta reivindicación, pese a haber sido histórica en épocas anteriores tanto en el Estado español como en otros países occidentales, en los años 2013 y 2014 ha recuperado protagonismo hasta ser la más relevante entre las imágenes analizadas.

Tras la reivindicación del derecho al aborto se encuentra la reivindicación de la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida. Esta reivindicación es importante porque hace referencia a la justicia que merecen los seres humanos y el respeto a las diferencias, sean del tipo que sean.

En segundo lugar, encontramos la tabla que corresponde a las reivindicaciones que aparecen en las imágenes cruzadas por los periódicos analizados:

¹²⁵ Fuente: <http://kioskoymas.abc.es/noticias/cultura/20131004/abcp-sofi-oksane-historia-siempre-20131004.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

**Tabla nº 5.20. Reivindicaciones feministas que aparecen en las unidades informacionales o en las imágenes
objeto de estudio en El Correo, Deia, ABC y El País en 2013 y 2014**

Reivindicaciones		Periódico				Total
		<i>El Correo</i>	<i>Deia</i>	<i>ABC</i>	<i>El País</i>	
Derecho al aborto	Recuento	31	22	2	61	116
	% dentro de P	28,7%	33,3%	3,1%	19,6%	
Lucha por la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida	Recuento	17	4	21	34	76
	% dentro de P	15,7%	6,1%	32,3%	10,9%	
Revelarse contra la narración machista de la cultura	Recuento	0	1	1	22	24
	% dentro de P	0,0%	1,5%	1,5%	7,1%	
Las mujeres deben poder decidir sobre su propio cuerpo	Recuento	5	0	2	61	68
	% dentro de P	4,6%	0,0%	3,1%	19,6%	
Impulsar el empoderamiento de las mujeres en todos los ámbitos	Recuento	1	6	2	15	24
	% dentro de P	0,9%	9,1%	3,1%	4,8%	
A favor de los derechos de la comunidad homosexual y transexual	Recuento	16	7	1	21	46
	% dentro de P	14,8%	10,6%	3,1%	6,7%	
Otras	Recuento	0	2	3	15	20
	% dentro de P	0,0%	3,0%	4,6%	4,8%	
Terminar con la esclavitud sexual	Recuento	2	1	0	9	12
	% dentro de P	1,9%	1,5%	0,0%	2,9%	
Dejar de juzgar a las mujeres por su aspecto físico y terminar con las etiquetas que las encasillan	Recuento	1	0	0	17	18
	% dentro de P	0,9%	0,0%	0,0%	5,4%	
Necesidad de denunciar las agresiones y las discriminaciones hacia las mujeres	Recuento	1	0	2	71	74
	% dentro de P	0,9%	0,0%	3,1%	22,8%	
Lucha por la igualdad real de mujeres de distintas etnias	Recuento	0	0	0	16	16
	% dentro de P	0,0%	0,0%	0,0%	5,1%	
Terminar con las convenciones sociales tradicionales de género	Recuento	2	0	0	36	38
	% dentro de P	1,9%	0,0%	0,0%	11,5%	
Defensa del liderazgo de las mujeres	Recuento	0	0	0	11	11
	% dentro de P	0,0%	0,0%	0,0%	3,5%	
Deconstruir el amor romántico para protestar contra la violencia machista	Recuento	0	0	0	10	10
	% dentro de P	0,0%	0,0%	0,0%	3,2%	
La necesidad de la lucha feminista	Recuento	4	5	3	5	17
	% dentro de P	3,7%	7,6%	4,6%	1,6%	
Visibilizar el papel de las mujeres en la sociedad, sus logros y los cambios	Recuento	10	3	3	29	45

conseguidos en la historia	% dentro de P	9,3%	4,5%	4,6%	9,3%	
Necesidad de que cambie la imagen de las mujeres en cualquier ámbito de los medios de comunicación	Recuento	9	0	0	14	23
	% dentro de P	8,3%	0,0%	0,0%	4,5%	
Terminar con la violencia contra las mujeres	Recuento	8	9	5	40	62
	% dentro de P	7,4%	13,6%	7,7%	12,8%	
Denunciar la culpabilización de las víctimas de violencia machista por defenderse	Recuento	0	0	1	10	11
	% dentro de P	0,0%	0,0%	1,5%	3,2%	
Visibilizar las situaciones de machismo diario que sufren muchas mujeres	Recuento	2	1	10	23	36
	% dentro de P	1,9%	1,5%	15,4%	7,4%	
Necesidad de terminar con los aspectos religiosos patriarcales que son hostiles con las mujeres	Recuento	0	0	0	17	17
	% dentro de P	0,0%	0,0%	0,0%	5,4%	
Acabar con la infrarrepresentación de las mujeres en cualquier ámbito de la sociedad	Recuento	1	5	9	11	26
	% dentro de P	0,9%	7,6%	13,8%	3,5%	
Total	Recuento	108	66	65	312	551
		100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia

Antes de comenzar a desglosar las reivindicaciones a las que cada periódico da importancia, creemos que es importante exponer que *El País* es en el único diario en el que están presentes todas las reivindicaciones. En este sentido, también es el periódico analizado que más unidades informacionales publica desde una perspectiva feminista (ver tabla 5.1.).

Si, en primer lugar, analizamos qué reivindicaciones tienen más relevancia en cada periódico, vemos que *El Correo* y *Deia* coinciden en dar más importancia que a ninguna otra a la reivindicación del derecho al aborto (*Deia*, 33,3%; *El Correo*, 28,7%). Por su parte, para *El País*, el derecho al aborto es la segunda reivindicación a la que más importancia otorga (19,6% de las imágenes), después de la necesidad de denunciar las agresiones y las discriminaciones hacia las mujeres (22,8% de las imágenes). El *ABC*, por su parte y como ya adelantábamos en la tabla 5.9., es el periódico digital que apenas da importancia al derecho al aborto (3,1% de las imágenes).

A partir de este punto, los periódicos analizados no coinciden entre ellos. Si los estudiamos uno a uno vemos lo siguiente:

El Correo, tras el derecho al aborto, concede importancia a:

- la lucha por la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida (15,7% de imágenes);
- la igualdad de derechos de la comunidad homosexual y transexual (14,8% de imágenes);
- la visibilización del papel de las mujeres en la sociedad, sus logros y los cambios conseguidos en la historia (9,3% de las imágenes);
- necesidad de que cambie la imagen de las mujeres en cualquier ámbito de los medios de comunicación (8,3% de las imágenes);
- terminar con la violencia contra las mujeres (7,4% de las imágenes);
- las mujeres deben poder decidir sobre su propio cuerpo (4,6% de las imágenes).

Las reivindicaciones a las que menos importancia otorga *El Correo* son las siguientes: la necesidad de la lucha feminista (3,7% de las imágenes); terminar con la esclavitud sexual (1,9% de las imágenes); terminar con las convenciones sociales tradicionales de género (1,9% de las imágenes); visibilizar las situaciones de machismo diario que sufren muchas mujeres (1,9% de las imágenes); impulsar el empoderamiento de las mujeres en todos los ámbitos (0,9% de las imágenes); dejar de juzgar a las mujeres por su aspecto físico y terminar con las etiquetas que las encasillan (0,9% de las imágenes); necesidad de denunciar las agresiones y discriminaciones hacia las mujeres (0,9% de las imágenes); y, por último, acabar con la infrarrepresentación de las mujeres en cualquier ámbito de la sociedad (0,9% de las imágenes).

El Deia, tras el derecho al aborto, concede importancia a:

- terminar con la violencia contra las mujeres (13,6% de las imágenes);
- la igualdad de derechos de la comunidad homosexual, transexual e intersexual (10,6% de imágenes);
- impulsar el empoderamiento de las mujeres en todos los ámbitos (9,1% de las imágenes);

- acabar con la infrarrepresentación de las mujeres en cualquier ámbito de la sociedad (7,6% de las imágenes);
- la necesidad de la lucha feminista (7,6% de las imágenes);
- lucha por la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida (66,1% de las imágenes).

Las reivindicaciones a las que menos importancia otorga *Deia* son las siguientes: visibilizar el papel de las mujeres en la sociedad, sus logros y los cambios conseguidos en la historia (4,5% de las imágenes); otras¹²⁶ (3% de las imágenes); revelarse contra la narración machista de la cultura (1,5% de las imágenes); terminar con la esclavitud sexual (1,5% de las imágenes); y, finalmente, visibilizar las situaciones de machismo diario que sufren muchas mujeres (1,5% de las imágenes).

El *ABC* concede importancia a:

- la lucha por la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida (32,3% de imágenes);
- la visibilización de las situaciones de machismo diario que sufren muchas mujeres (15,4% de las imágenes);
- acabar con la infrarrepresentación de las mujeres en cualquier ámbito de la sociedad (13,8% de las imágenes).
- terminar con la violencia machista (7,7% de las imágenes);
- otras (4,6% de las imágenes);
- la necesidad de la lucha feminista (4,6% de las imágenes);
- visibilizar el papel de las mujeres en la sociedad, sus logros y los cambios conseguidos en la historia (4,6% de las imágenes).

Las reivindicaciones a las que menos importancia otorga el *ABC* son las siguientes: derecho al aborto (3,1% de las imágenes); las mujeres deben poder decidir sobre su propio cuerpo (3,1% de las imágenes); impulsar el empoderamiento de las mujeres en todos los ámbitos (3,1% de las imágenes); a favor de los derechos de la comunidad homosexual y transexual (3,1% de las imágenes); necesidad de denunciar las agresiones y discriminaciones hacia las mujeres (3,1% de las imágenes); revelarse contra la narración machista de la cultura (1,5% de las imágenes); y, por último, denunciar la culpabilización de las víctimas de violencia machista por defenderse (1,5% de las imágenes).

¹²⁶ La variable Otras incluye las siguientes reivindicaciones: no infantilizar a las personas con diversidad funcional; igualdad a la hora de acceder a tratamientos de reproducción asistida; necesidad de una revolución sexual masculina; normalizar la llegada de la menstruación; las personas famosas tienen la responsabilidad de denunciar las discriminaciones; denunciar la presión social por ser madres, y por ser buenas madres; denunciar la situación de esclavitud de las mujeres presas; internet refleja el sexismo de la sociedad; necesidad de informar a las jóvenes sobre el machismo; y, finalmente, visibilizar la desigualdad que viven las mujeres en las zonas rurales.

El País concede importancia a:

- la necesidad de denunciar las agresiones y discriminaciones hacia las mujeres (22,8% de las imágenes);
- el derecho al aborto (19,6% de las imágenes);
- la decisión de las mujeres sobre su propio cuerpo (19,6% de las imágenes);
- terminar con la violencia machista (12,8% de las imágenes);
- terminar con las convenciones sociales tradicionales de género (11,5% de las imágenes);
- la lucha por la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida (10,9% de las imágenes);
- visibilizar el papel de las mujeres en la sociedad, sus logros y los cambios conseguidos en la historia (9,3% de las imágenes);
- visibilizar las situaciones de machismo diario que sufren muchas mujeres (7,4% de las imágenes);
- revelarse contra la narración machista de la cultura (7,1% de las imágenes);
- a favor de los derechos de la comunidad homosexual y transexual (6,7% de las imágenes);
- dejar de juzgar a las mujeres por su aspecto físico y terminar con las etiquetas que las encasillan (5,4% de las imágenes);
- necesidad de terminar con los aspectos religiosos patriarcales que son hostiles con las mujeres (5,4% de las imágenes);
- lucha por la igualdad real de mujeres de distintas etnias (5,1% de las imágenes).

Las reivindicaciones a las que menos importancia otorga el *El País* son las siguientes: impulsar el empoderamiento de las mujeres en todos los ámbitos (4,8% de las imágenes); otras (4,8% de las imágenes); necesidad de que cambie la imagen de las mujeres en cualquier ámbito de los medios de comunicación (4,5% de las imágenes); defensa del liderazgo de las mujeres (3,5% de las imágenes); acabar con la infrarrepresentación de las mujeres en cualquier ámbito de la sociedad (3,5% de las imágenes); decostruir el amor romántico para protestar contra la violencia machista (3,2% de las imágenes); denunciar la culpabilización de las víctimas de violencia machista por defenderse (3,2% de las imágenes); terminar con la esclavitud sexual (2,9% de las imágenes); y, por último, la necesidad de la lucha feminista (1,6% de las imágenes).

Así las cosas, concluimos que los dos periódicos vascos tienen en común el hecho de haber priorizado entre sus reivindicaciones el derecho al aborto y la igualdad de derechos de la comunidad homosexual y transexual. En el caso de los periódicos nacionales, por el contrario, apenas tienen alguna reivindicación en común. Si acaso, coinciden en dar un lugar parecido al rechazo a la violencia machista, aunque *El País* contiene más imágenes en relación a este tema.

Además, tal y como muestra la tabla 5.20., creemos que es importante tener en cuenta que *El País* es en el único diario en el que están presentes todas las reivindicaciones. Este medio digital va más allá de los meros análisis sobre la igualdad de mujeres y hombres, y se esfuerza por estudiar temáticas a las que los/as lectores/as no están acostumbrados/as a leer en los periódicos, a pesar de ser temas que el feminismo radical ya comenzó a considerar y a analizar en los años setenta (tal y como veíamos en el apartado 2.2.2.3.1. *Primeras tendencias del feminismo contemporáneo*). En este sentido, tenemos varios ejemplos de

esto: en primer lugar, la reivindicación que se refiere a terminar con las convenciones tradicionales del género, reivindicación que supone un 11,5% del total de imágenes analizadas de *El País*. En segundo lugar, la reivindicación correspondiente a la necesidad de poner fin a los aspectos religiosos patriarcales que son hostiles con las mujeres, lo que supone un 5,4% del total de imágenes analizadas de *El País*.

Finalmente, el *ABC*, en contraposición a los otros tres periódicos digitales analizados, apenas cuenta con un 3,1% de imágenes que se refieren al derecho al aborto y a favor de los derechos de la comunidad homosexual y transexual. Pensamos que su conservadurismo está detrás de la ausencia de reivindicaciones en este sentido. Así, este medio se centra en reivindicar la igualdad de mujeres y hombres y deja de lado aspectos más concretos de dicha igualdad como son el derecho al aborto o los derechos de las personas homosexuales y transexuales.

5.18. Razones por las que se realizan las reivindicaciones feministas

Como ya hemos apuntado en el apartado del marco teórico, las reivindicaciones y, por ende, las acciones colectivas se dan como respuesta a situaciones de injusticia social. El objetivo de este apartado es averiguar, brevemente, los porqués de las reivindicaciones y de las acciones colectivas feministas. En este sentido, en el apartado 2.2.3.2.1. *Definición y clasificaciones previas de la acción colectiva feminista*, dividíamos la acción colectiva feminista según su carácter (Tilly, 1981; visto en Del Moral, 2012: 42-43). Según el carácter de la acción colectiva feminista, ésta puede defender los derechos adquiridos que están siendo puestos en cuestión por las autoridades u otros grupos; o puede plantear reivindicaciones nuevas (Tilly, 1981; visto en Del Moral, 2012: 42-43).

Teniendo esta consideración en cuenta, hemos realizado la siguiente tabla para conocer las razones por las que las mujeres reivindican en las unidades informacionales o en las imágenes objeto de estudio:

Tabla nº 5.21. Razones por las que las mujeres reivindican en las unidades informacionales o en las imágenes objeto de estudio (El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014)		
	Frecuencia	Porcentaje
Fortalecimiento del empoderamiento de las mujeres	7	1,3
Lucha para conseguir un/unos derecho/s que nunca se ha/n tenido	373	67,7
Protesta contra un suceso concreto	36	6,5
Lucha por mantener un derecho que se intenta eliminar o se ha eliminado	116	21,1
Lucha por la visibilidad y el reconocimiento del papel que cumplen las mujeres en un ámbito concreto	19	3,4
Total	551	100,0

Fuente: Elaboración propia

Tal y como muestra la tabla 5.21., el 67,7% de las reivindicaciones que aparecen en las imágenes objeto de estudio se dan debido a la necesidad de conseguir unos derechos que nunca se han tenido o que nunca han sido efectivos. Como hemos explicado, en las sociedades formalmente igualitarias los derechos de las personas son los mismos sea cual sea su sexo, su raza, su orientación sexual, su clase social, etc.; sin embargo, eso no significa que todas las personas vivan en condiciones plenas de igualdad. Por lo tanto, incluimos en este grupo reivindicaciones que tienen que ver con la denuncia de la violencia contra las mujeres, la violencia hacia personas homosexuales o transexuales, la exclusión de las mujeres de los lugares de toma de decisión, la representación de las mujeres como objetos sexuales...

Por otra parte, el 21,1% de las imágenes se refieren a la lucha por mantener un derecho que se intenta eliminar o se ha eliminado. La mayor parte de ese porcentaje se refiere a la lucha por el derecho al aborto que pretendía recortar el gobierno del PP en el Estado español; sin embargo, también hay otras reivindicaciones que entran en este grupo, como veremos en los ejemplos fotográficos más adelante.

Además, un 6,5% de las imágenes corresponden a protestas contra un suceso concreto. Con esta categoría hemos querido señalar que, si ese suceso no hubiera ocurrido, las protestas y las acciones colectivas tampoco. Por ejemplo, el asesinato de una mujer en Bilbao o la violación en grupo y la posterior muerte de una joven en la India.

Por otra parte, el 3,4% de las imágenes objeto de estudio hace referencia a la lucha por la visibilidad y el reconocimiento del papel que cumplen las mujeres en un ámbito concreto de sus vidas.

Finalmente, el 1,3% de las imágenes corresponden al fortalecimiento del empoderamiento de las mujeres.

A continuación, encontramos algunas imágenes como ejemplos de las razones por las que protestan las mujeres en los medios de comunicación analizados:

Imagen nº 5.59. Ejemplo de imagen en la que las mujeres luchan por conseguir un derecho que nunca han tenido, por ejemplo, la necesidad de dejar de juzgar a las mujeres por su aspecto físico, algo que históricamente ha sido atribuido a las mujeres (la belleza, la elegancia...): la foto de Rosea Lake se convirtió en viral al poner de manifiesto cómo se juzga moralmente a las mujeres en función de su vestimenta (17 de octubre de 2013).



Fuente: elpais.com¹²⁷

¹²⁷ Fuente: <http://smoda.elpais.com/moda/un-documental-para-que-no-me-llames-puta/> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Imagen nº 5.60. Ejemplo de imagen en la que se lucha por mantener un derecho que, en este caso, se ha eliminado, por ejemplo, una protesta en la que se exige la derogación de la ley contra la propaganda homosexual en Rusia: una pareja de activistas de los derechos de los *gays* se besa mientras es detenida en San Petersburgo (27 de octubre de 2013).



Fuente: elpais.com¹²⁸

Imagen nº 5.61. Ejemplo de imagen en la que se protesta por un asesinato, si éste no hubiese ocurrido esta acción colectiva no se hubiese realizado: el colectivo nigeriano y el feminista salen a la calle para denunciar la situación de "invisibilidad" que sufrían las víctimas y para apoyar a la mujer que continúa grave en el Hospital (4 de junio de 2013).



Fuente: elcorreo.com¹²⁹

¹²⁸ Fuente: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/10/26/actualidad/1382802690_083383.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

¹²⁹ Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/20130604/local/centenar-inmigrantes-muestran-repulsas-201306041848.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Imagen nº 62. Ejemplo de imagen en la que se lucha por la visibilidad y el reconocimiento del papel que cumplen las mujeres en un ámbito concreto: Miranda de Ebro conmemora el Día de la Mujer Trabajadora con homenajes de carácter reivindicativo (8 de marzo de 2014).



Fuente: elcorreo.com¹³⁰

Imagen nº 5.63. Ejemplo de imagen en la que se reivindica el empoderamiento de las mujeres: el Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas ha aprobado una resolución que establece medidas más firmes para permitir que las mujeres participen en la resolución de conflictos y la recuperación (1 de noviembre de 2013).



Fuente: elpais.es¹³¹

En conclusión, los datos nos llevan a pensar que la mayoría de las reivindicaciones y acciones colectivas que se reflejan en los medios de comunicación seleccionados y llevadas a cabo por mujeres o por grupos tradicionalmente oprimidos, tienen como propósito luchar por unos derechos que nunca se han tenido. Estos derechos son de diversa índole: en ocasiones, nos referimos a derechos políticos (aquellos que tienen que ver con la actividad política), pero la mayoría de las veces nos referimos a cuestiones sociales o culturales del día a día y que no por ello dejan de ser importantes (que las mujeres puedan llevar la ropa que deseen sin ser juzgadas por ello, que puedan ir por la calle sin miedo a sufrir ataques de cualquier tipo...).

Por lo tanto, pensamos que en las sociedades occidentales en las que la igualdad de derechos está inscrita en las leyes, la desigualdad toma otros caminos. Tal y como estudiábamos en el apartado 2.2.2.2.

¹³⁰ Fuente: <http://www.elcorreo.com/alava/v/20140308/miranda/homenajes-caracter-reivindicativo-20140308.html> [Fecha de consulta: 21 de noviembre de 2016].

¹³¹ Fuente: elpais.com/elpais/2013/11/01/mujeres/1383282000_138328.html [Fecha de consulta: 21 de noviembre de 2016].

Democracias desiguales, la desigualdad ya no se produce por la coacción explícita de las leyes, ni por la aceptación de ideas sobre la *inferioridad de la mujer*, sino a través de mecanismos que responden a la supuesta libre elección de aquello a lo que nos han encaminado (De Miguel, 2015: 9). Estos mecanismos supuestamente elegidos libremente continúan inculcando y reproduciendo la desigualdad sexual en base a dos géneros opuestos (mujeres femeninas y hombres masculinos).

5.19. Acciones colectivas feministas que aparecen en las imágenes o en las unidades informacionales

A continuación, nos referiremos a las acciones colectivas feministas. En esta investigación entendemos por acción colectiva feminista aquella desplegada por grupos de mujeres o personas de colectivos tradicionalmente oprimidos unidas en virtud de unas identidades comunes que plantean reivindicaciones nuevas o no aceptadas, utilizando todas las estrategias y actividades a su alcance frente a las autoridades o a otros grupos (Del Moral, 2012: 45). Dichas actividades representan una amenaza al orden establecido debido al repertorio que utilizan para su consecución, al contenido de sus demandas, a su intención declarada o bien a todos esos elementos juntos (Del Moral, 2012: 45).

Las acciones colectivas feministas extraídas de los medios de comunicación analizados las llevan a cabo, principalmente, tanto las mujeres (ver tabla 5.13.). En este sentido, entendemos que la acción colectiva feminista no es únicamente aquella desplegada por grupos de mujeres, sino también por grupos tradicionalmente oprimidos por razón de orientación o identidad sexual, racismo, clasismo, etc.

Para analizar estas cuestiones en las imágenes objeto de estudio hemos realizado dos tablas: la primera de ellas muestra las acciones colectivas recopiladas en las imágenes analizadas, y la segunda tabla muestra lo que se reivindica en las acciones colectivas que más han reflejado los periódicos objeto de estudio en sus imágenes. He aquí la primera tabla en la que se presentan las acciones colectivas que aparecen en las imágenes seleccionadas:

Tabla nº 5.22: Acciones colectivas feministas llevadas a cabo por las mujeres en las unidades informacionales o en las imágenes objeto de estudio (El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014)		
	Respuestas	
	Frecuencia	Porcentaje
Exhibición del cuerpo desnudo o semidesnudo en público	34	6,1%
Manifestación	68	12,2%
Concentración/Escrache	26	4,7%
Narración de los acontecimientos históricos o actuales protagonizados por mujeres	12	2,2%
Asistencia a formaciones/Realización de un estudio	20	3,6%
Creación y/o difusión de material musical, fotográfico, de lectura...	63	11,3%
Luchar en los tribunales para conseguir un derecho	1	0,2%
Testimonio individual o colectivo que el diario estima importante	118	21,2%
Análisis del medio	121	21,8%
Creación y/o participación en un proyecto artístico	17	3,1%
Desobedecer una ley como protesta u obstruir la aprobación de una ley	4	0,7%
Firma de un pacto o documento	5	0,9%
Acto institucional de apoyo u homenaje a colectivos/Acto informativo/Acto de campaña o precampaña electoral	14	2,5%
Representación teatral de algún ámbito de las vidas de las mujeres	4	0,7%
Interrupción de un discurso o de una marcha o manifestación	6	1,1%
Colocación de pancartas en una institución religiosa	2	0,4%
Performances simbólicas	22	4,0%
Huelga de hambre o boicot	2	0,4%
Uso de plataformas virtuales con fines reivindicativos	17	3,1%
Total	556	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Así, las acciones colectivas que más aparecen en los diarios seleccionados son el análisis del propio medio, en un 21,8% de las imágenes, y el testimonio individual o colectivo que el diario estima importante, en un 21,2% de las imágenes. En cuanto al primero, se trata de un análisis más o menos profundo, amplio y complejo que realiza el medio de un hecho que considera desigualitario e injusto. Puede aparecer algún testimonio pero será siempre una pequeña parte del análisis, es decir, un complemento.

En cuanto al segundo, el testimonio individual o colectivo que el diario estima importante trata de reflejar las palabras de, normalmente, una persona (aunque pueden ser más de una) que haya vivido en primera persona la situación que se pretende denunciar. El objetivo es conocer de primera mano lo que supone vivir esa situación. En esta acción colectiva el testimonio es central, apenas hay análisis (a no ser que lo haga la persona que está ofreciendo su testimonio) por parte del medio de comunicación.

En tercer lugar, encontramos la manifestación, en un 12,2% de las imágenes. Las manifestaciones son marchas de grupos de personas en la esfera pública que pretenden ejercer influencia política, social y/o cultural sobre las autoridades, la opinión pública o los/as propios participantes, mediante la expresión disciplinada y pacífica de una opinión o demanda (Casquete, 2005: 106). Normalmente, los lugares públicos en los que ocurren las manifestaciones combinan alta visibilidad y relevancia simbólica (Casquete, 2005: 106). Como apunta Casquete, las manifestaciones son la forma de protesta principal que tienen los movimientos sociales en nuestros días para darse a conocer (2005: 105). En el caso de esta investigación, podemos ver que la afirmación de Casquete también se cumple, ya que las dos acciones colectivas más utilizadas (el análisis del propio medio y el testimonio individual o colectivo que el diario estima importante) han sido creadas exclusivamente para esta investigación por basarnos en la prensa escrita y en la información que ésta nos otorga. Sin embargo, si tenemos en cuenta las definiciones tradicionales de las acciones colectivas, vemos que también en nuestra investigación las manifestaciones continúan siendo las formas de protesta más utilizadas por los movimientos sociales para llevar a cabo sus reivindicaciones.

A poca distancia de las manifestaciones, en un 11,3% de las imágenes, se encuentra la creación y/o difusión de material musical, fotográfico, de lectura... En este sentido, se trata de concebir y/o de hacer llegar al público en general cierto material que busca reivindicar situaciones que se consideran discriminatorias con el objetivo de visibilizar y cambiar dichas situaciones. El material puede ser de distinto tipo, por ejemplo, conciertos musicales, exposiciones fotográficas, libros...

En un 6,1% de las fotografías las mujeres protestan exhibiendo su cuerpo desnudo o semidesnudo. Esta acción política tiene como objetivo que las mujeres utilicen su propio cuerpo, en concreto partes de él que la sociedad considera que deben ser cubiertos (los senos, principalmente), para llamar la atención sobre las injusticias o desigualdades. Las consignas o eslóganes suelen estar escritos sobre los torsos de las mujeres.

También encontramos acciones colectivas que tienen menos hueco en los medios de comunicación analizados pero que poseen una importante fuerza reivindicativa. En este sentido, se encuentran las concentraciones y escraches (4,7% de las imágenes). Entendemos las concentraciones como reuniones de personas en la esfera pública, y los escraches, según la RAE, como manifestaciones populares de denuncia contra una persona con proyección pública a la que se acusa de haber cometido delitos graves o actos de corrupción, y que en general se realiza frente a su domicilio o en algún otro lugar público al que deba concurrir la persona denunciada.

Otras acciones colectivas con menos alcance en los medios analizados son las performances simbólicas (4% de las imágenes), es decir, pequeñas representaciones que, de forma metafórica, buscan reivindicar situaciones injustas.

A más distancia, encontramos acciones de protesta como la asistencia a formaciones y estudios realizados en distintos ámbitos (3,6% de las imágenes); uso de plataformas virtuales con fines reivindicativos (3,1% de las imágenes); y creación y/o participación en un proyecto artístico (3,1% de las imágenes).

Finalmente, las acciones colectivas que menos aparecen en las imágenes objeto de estudio son las siguientes: acto institucional de apoyo u homenaje a colectivos, actos informativos o actos de campaña o precampaña electoral (2,5% de las imágenes); narración de los acontecimientos históricos o actuales protagonizados por mujeres (2,2% de las imágenes); interrupción de un discurso o de una marcha o

manifestación (1,1% de las imágenes); firma de un pacto o documento (0,9% de las imágenes); desobedecer una ley como protesta y obstruir la aprobación de una ley (0,7% de las imágenes); representación teatral de algún ámbito de la vida de las mujeres (0,7% de las imágenes); colocación de pancartas en una institución religiosa (0,4% de las imágenes); huelga de hambre o boicot (0,4% de las imágenes); y, por último, luchar en los tribunales por conseguir un derecho (0,2% de las imágenes).

En la segunda tabla analizaremos los porcentajes de las acciones colectivas más reflejadas en los medios, y añadiremos para qué se llevan a cabo dichas acciones. Nos interesa estudiar qué se reivindica en las acciones colectivas que más aparecen reflejadas en las imágenes objeto de estudio. Para ello, hemos realizado la siguiente tabla:

Tabla nº 5.23. Reivindicaciones y acciones colectivas feministas en las unidades informacionales o en las imágenes objeto de estudio (El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014)

Acción colectiva feminista																				
Reivindicaciones feministas	Exhibición del cuerpo desnudo o semidesnudo en público	Manifestación	Concentración/ Escrache	Narración de los acontecimientos históricos o actuales protagonizados por mujeres	Asistencia a formaciones/ Realización de un estudio	Creación y/o difusión de material musical, fotográfico, de lectura...	Luchar en los tribunales para conseguir un derecho	Testimonio individual o colectivo que el diario estima importante	Análisis del medio	Creación y/o participación en un proyecto artístico	Desobedecer una ley como protesta u obstruir la aprobación de una ley	Firma de un pacto o documento	Acto institucional de apoyo-homenaje a colectivos/Acto informativo/Acto de campaña o precampaña	Representación teatral reivindicativa	Interrupción de un discurso o de una marcha o manifestación	Colocación de pancartas en una institución religiosa	Performances simbólicas	Huelga de hambre o boicot	Uso de plataformas virtuales con fines reivindicativos	Total
Derecho al aborto	22 4,00%	48 8,70%	9 1,60%	0 0,00%	0 0,00%	1 0,20%	0 0,00%	12 2,20%	2 0,40%	2 0,40%	1 0,20%	5 0,90%	1 0,20%	0 0,00%	5 0,90%	2 0,40%	8 1,50%	0 0,00%	0 0,00%	116 21,10%
Lucha por la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida	2 0,40%	1 0,20%	1 0,20%	0 0,00%	5 0,90%	15 2,70%	0 0,00%	27 4,90%	10 1,80%	4 0,70%	3 0,50%	0 0,00%	5 0,90%	0 0,00%	1 0,20%	0 0,00%	2 0,40%	0 0,00%	0 0,00%	76 13,80%
Revelarse contra la narración machista de la cultura	0 0,00%	2 0,40%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	9 1,60%	0 0,00%	5 0,90%	7 1,30%	2 0,40%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	1 0,20%	24 4,40%
Las mujeres deben poder decidir sobre su propio cuerpo	8 1,50%	11 2,00%	0 0,00%	2 0,40%	1 0,20%	1 0,20%	0 0,00%	24 4,40%	19 3,40%	3 0,50%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	1 0,20%	68 12,30%
Impulsar el empoderamiento de las mujeres en todos los ámbitos	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	6 1,10%	9 1,60%	0 0,00%	4 0,70%	4 0,70%	1 0,20%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	24 4,40%
A favor de los derechos de la comunidad homosexual y transexual	1 0,20%	6 1,10%	2 0,40%	0 0,00%	1 0,20%	5 0,90%	1 0,20%	5 0,90%	15 2,70%	2 0,40%	0 0,00%	0 0,00%	1 0,20%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	5 0,90%	1 0,20%	1 0,20%	46 8,30%
Otras	0 0,00%	0 0,00%	1 0,20%	0 0,00%	1 0,20%	0 0,00%	0 0,00%	4 0,70%	8 1,50%	1 0,20%	0 0,00%	0 0,00%	1 0,20%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	2 0,40%	1 0,20%	1 0,20%	20 3,60%
Terminar con la esclavitud sexual	0 0,00%	1 0,20%	2 0,40%	0 0,00%	0 0,00%	3 0,50%	0 0,00%	3 0,50%	3 0,50%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	12 2,20%
Dejar de juzgar a las mujeres por su aspecto físico y terminar con las etiquetas que las encasillan	0 0,00%	2 0,40%	0 0,00%	0 0,00%	1 0,20%	1 0,20%	0 0,00%	12 2,20%	0 0,00%	3 0,50%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	1 0,20%	18 3,30%
Necesidad de denunciar las agresiones y las discriminaciones	0	0	0	3	0	10	0	25	24	3	0	0	1	0	0	0	4	0	5	74

hacia las mujeres	0,00%	0,00%	0,00%	0,50%	0,00%	1,80%	0,00%	4,50%	4,40%	0,50%	0,00%	0,00%	0,20%	0,00%	0,00%	0,00%	0,70%	0,00%	0,90%	13,40%	
Lucha por la igualdad real de mujeres de distintas etnias	0 0,00%	0 0,00%	1 0,20%	0 0,00%	2 0,40%	0 0,00%	0 0,00%	1 0,20%	9 1,60%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	3 0,50%	16 2,90%	
Terminar con las convenciones sociales tradicionales de género	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	1 0,20%	1 0,20%	7 1,30%	0 0,00%	10 1,80%	19 3,40%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	38 6,90%
Defensa del liderazgo de las mujeres	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	9 1,60%	0 0,00%	0 0,00%	1 0,20%	1 0,20%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	11 2,00%
Deconstruir el amor romántico para protestar contra la violencia machista	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	7 1,30%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	1 0,20%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	2 0,40%	0 0,00%	0 0,00%	10 1,80%
La necesidad de la lucha feminista	1 0,20%	1 0,20%	0 0,00%	0 0,00%	2 0,40%	0 0,00%	0 0,00%	7 1,30%	4 0,70%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	2 0,40%	0 0,00%	0 0,00%	17 3,10%
Visibilizar el papel de las mujeres en la sociedad, sus logros y los cambios conseguidos en la historia	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	7 1,30%	0 0,00%	21 3,80%	0 0,00%	15 2,70%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	2 0,40%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	45 8,20%
Necesidad de que cambie la imagen de las mujeres en cualquier ámbito de los medios de comunicación	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	1 0,20%	1 0,20%	0 0,00%	0 0,00%	6 1,10%	13 2,40%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	1 0,20%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	1 0,20%	23 4,20%
Terminar con la violencia contra las mujeres	1 0,20%	3 0,50%	8 1,50%	0 0,00%	2 0,40%	5 0,90%	0 0,00%	21 3,80%	9 1,60%	5 0,90%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	2 0,40%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	1 0,20%	0 0,00%	5 0,90%	62 11,30%
Denunciar la culpabilización de las víctimas de violencia machista por defenderse	0 0,00%	8 1,50%	1 0,20%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	1 0,20%	1 0,20%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	11 2,00%
Visibilizar las situaciones de machismo diario que sufren muchas mujeres	0 0,00%	8 1,50%	1 0,20%	1 0,20%	0 0,00%	2 0,40%	0 0,00%	1 0,20%	21 3,80%	1 0,20%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	1 0,20%	36 6,50%

Necesidad de terminar con los aspectos religiosos patriarcales que son hostiles con las mujeres	3 0,50%	0 0,00%	0 0,00%	1 0,20%	0 0,00%	1 0,20%	0 0,00%	8 1,50%	2 0,40%	1 0,20%	1 0,20%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	17 3,10%	
Acabar con la infrarrepresentación de las mujeres en cualquier ámbito de la sociedad	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	3 0,50%	0 0,00%	11 2,00%	6 1,10%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	5 0,90%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	1 0,20%	26 4,70%
Total	34 6,20%	68 12,30%	26 4,70%	12 2,20%	20 3,60%	63 11,40%	1 0,20%	118 21,40%	121 22,00%	17 3,10%	4 0,70%	5 0,90%	14 2,50%	4 0,70%	6 1,10%	2 0,40%	22 4,00%	2 0,40%	17 3,10%	551 100%	

Fuente: Elaboración propia

Según los datos que muestra la tabla 5.23., las acciones colectivas que más aparecen en los medios de comunicación analizados¹³² son el análisis del propio medio y el testimonio individual o colectivo que el diario estima importante. En el caso del análisis del medio, presente en el 21,8% de las imágenes, algunas de las reivindicaciones que se hacen utilizando esta acción colectiva son las siguientes: en primer lugar, se reivindica la necesidad de denunciar las agresiones y las discriminaciones hacia las mujeres (esto ocurre en el 4,4% de las imágenes que utiliza el medio para analizar situaciones que considera injustas); en segundo lugar, se pretenden visibilizar las situaciones de machismo diario que sufren las mujeres (en un 3,8% de las imágenes); en tercer lugar, se quiere terminar con las convenciones tradicionales de género (en un 3,4% de las imágenes). A continuación, mostramos algunas de las fotografías en las que se hacen estas reivindicaciones utilizando como acción colectiva el análisis del medio:

Imagen nº 5.64. Ejemplo de la reivindicación que hace referencia a la necesidad de denunciar las agresiones y discriminaciones hacia las mujeres: la presión por ceñirse al canon de delgadez lleva, y más a las mujeres, a cometer locuras (25 de agosto de 2013).



Fuente: elpais.com¹³³

¹³² A continuación, siguiendo la tabla 5.23., citaremos todas las acciones colectivas y las reivindicaciones correspondientes a cada una de ellas. Sin embargo, debido a la extensión de la tabla, expondremos un ejemplo de imagen para cada una de las tres reivindicaciones que más aparezcan en cada acción colectiva, salvo que la siguiente reivindicación que más aparezca tenga el mismo porcentaje de imágenes. En ese caso, expondremos cuatro reivindicaciones y sus respectivos cuatro ejemplos de imágenes. En los casos en los que sólo haya una reivindicación y ésta se realice a través de una acción colectiva, se expondrá un único ejemplo de imagen.

¹³³ Fuente: <http://smoda.elpais.com/belleza/dietas-aberrantes-lo-que-sea-por-ese-cuerpo/> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Imagen nº 5.65. Ejemplo de la necesidad de visibilizar las situaciones de machismo que sufren muchas mujeres: el CIS suspende a los hombres que dejan a las mujeres todas las labores familiares, lo que sugiere la necesidad de un cambio de toda la sociedad (9 de abril de 2014).



Fuente: abc.es¹³⁴

Imagen nº 5.66. Ejemplo de la necesidad de poner fin a las convenciones tradicionales del género: el macho veloz (27 de julio de 2013).



Fuente: elpais.com¹³⁵

Además de estas tres reivindicaciones, también encontramos otras que utilizan la acción colectiva análisis del medio: las mujeres deben poder decidir sobre su propio cuerpo (3,4% de las imágenes); a favor de los derechos de la comunidad homosexual y transexual (2,7% de las imágenes); necesidad de que cambie la imagen de las mujeres en cualquier ámbito de los medios de comunicación (2,4% de las imágenes); lucha por la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida (1,8% de las imágenes); lucha por la igualdad real de mujeres de distintas etnias (1,6% de las imágenes); terminar con la violencia contra las mujeres (1,6% de las imágenes); otras (1,5% de las imágenes); revelarse contra la narración machista de la cultura (1,3% de las imágenes); deconstruir el amor romántico para protestar contra la violencia machista (1,3% de las imágenes); acabar con la infrarrepresentación de las mujeres en cualquier ámbito de la sociedad (1,1% de las imágenes); impulsar el empoderamiento de las mujeres en todos los ámbitos (0,7% de las imágenes); la necesidad de la lucha feminista (0,7% de las imágenes); terminar con la esclavitud sexual (0,5% de las imágenes); derecho al aborto (0,4% de las imágenes);

¹³⁴ Fuente: <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/2014/04/09/052.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

¹³⁵ Fuente: http://elpais.com/elpais/2013/07/27/mujeres/1374897600_137489.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

necesidad de terminar con los aspectos religiosos patriarcales que son hostiles con las mujeres (0,4% de las imágenes); defensa del liderazgo de las mujeres (0,2% de las imágenes); y, por último, denunciar la culpabilización de las víctimas de violencia machista por defenderse (0,2% de las imágenes).

En el caso del testimonio individual o colectivo que el diario estima importante, según la tabla 5.23., esta acción colectiva está presente en el 21,2% de las imágenes. Recordemos que se trata de las declaraciones de una o varias personas que han vivido una situación que el diario considera injusta, y lo denuncia de esta forma. Los medios de comunicación analizados utilizan testimonios de una o varias personas para reivindicar, entre otras, las siguientes situaciones: en primer lugar, la lucha por la igualdad real de mujeres y hombres en todos los ámbitos de la vida (esta reivindicación aparece en el 4,9% de los testimonios individuales o colectivos que los diarios estiman importantes); en segundo lugar, la necesidad de denunciar las agresiones y las discriminaciones hacia las mujeres (en el 4,5% de las imágenes); en tercer lugar, las mujeres deben poder decidir sobre su propio cuerpo (en el 4,4% de las imágenes). He aquí algunas de las fotografías que utilizan los medios para reflejar la acción colectiva que estamos describiendo:

Imagen nº 5.67. Ejemplo de la lucha por la igualdad real de hombres y mujeres en todos los ámbitos de la vida: *El Correo* distingue como alavesa de octubre a Begoña Muruaga, fundadora del Fórum Feminista María de Maeztu que cumple 25 años (16 de noviembre de 2013).



Fuente: [elcorreo.com](http://www.elcorreo.com)¹³⁶

¹³⁶ Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/v/20131116/alava/luchadora-igualdad-20131116.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Imagen nº 5.68. Ejemplo de la necesidad de denunciar las agresiones y las discriminaciones hacia las mujeres: la superstición religiosa del valle de Katmandú, en Nepal, idolatra a vírgenes preadolescentes como avatares de diosas. La tradición las aísla de la sociedad hasta que alcanzan la pubertad (27 de abril de 2014).



Fuente: elpais.com¹³⁷

Imagen nº 5.69. Ejemplo de que las mujeres deben poder decidir sobre su propio cuerpo: Crystal Renn, la supermodelo que desafía a la báscula: sabe lo que es que te critiquen por pesar mucho y por pesar demasiado poco (15 de junio de 2013).



Fuente: elpais.com¹³⁸

¹³⁷ Fuente: http://elpais.com/elpais/2014/04/16/planeta_futuro/1397647623_881378.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

¹³⁸ Fuente: <http://smoda.elpais.com/moda/crystal-renn-la-supermodelo-que-desafia-a-la-bascula/> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Imagen nº 5.70. Ejemplo de la necesidad de terminar con la violencia contra las mujeres: Izaskun Landaia, directora de Emakunde, “Las fiestas no son excusa para el maltrato a las mujeres” (7 de agosto de 2013).



Fuente: Deia

Además de estas tres reivindicaciones, también encontramos otras que utilizan la acción colectiva análisis del medio: terminar con la violencia contra las mujeres (en el 3,8% de las imágenes); visibilizar el papel de las mujeres en la sociedad, sus logros y los cambios conseguidos en la historia (2,7% de las imágenes); derecho al aborto (2,2% de las imágenes); dejar de juzgar a las mujeres por su aspecto físico y terminar con las etiquetas que las encasillan (2,2% de las imágenes); acabar con la infrarrepresentación de las mujeres en cualquier ámbito de la sociedad (2% de las imágenes); terminar con las convenciones tradicionales de género (1,8% de las imágenes); necesidad de terminar con los aspectos religiosos patriarcales que son hostiles con las mujeres (1,5% de las imágenes); la necesidad de la lucha feminista (1,3% de las imágenes); necesidad de que cambie la imagen de las mujeres en cualquier ámbito de los medios de comunicación (1,1% de las imágenes); revelarse contra la narración machista de la cultura (0,9% de las imágenes); a favor de los derechos de la comunidad homosexual y transexual (0,9% de las imágenes); impulsar el empoderamiento de las mujeres en todos los ámbitos (0,7% de las imágenes); otras (0,7% de las imágenes); terminar con la esclavitud sexual (0,5% de las imágenes); lucha por la igualdad real de mujeres de distintas etnias (0,2% de las imágenes); denunciar la culpabilización de las víctimas de violencia machista por defenderse (0,2% de las imágenes); y, por último, visibilizar las situaciones de machismo diario que sufren muchas mujeres (0,2% de las imágenes).j

Según la tabla 5.23., el 12,3% de las fotografías analizadas corresponden a manifestaciones, la acción de protesta por excelencia. Es una de las formas de acción colectiva representada con mayor frecuencia en la sociedad y, además, es una de las más sencillas de llevar a cabo ya que las innovaciones son prácticamente inexistentes (Klandermans y van Stekelenburg, 2011: 196). Según las imágenes de manifestaciones que hemos analizado, la mayoría de ellas se organizaron para exigir el derecho al aborto, en concreto, el 8,7% del total de imágenes en las que aparecen personas manifestándose. En segundo lugar, tras las imágenes de manifestaciones en las que se exige al gobierno la retirada de la posible futura ley del aborto, observamos las fotografías en las que las mujeres se manifiestan pidiendo decidir sobre su propio cuerpo, esto es, pidiendo ser libres para decidir por ellas mismas cómo ir vestidas o con quién tener relaciones sexuales, por ejemplo, sin que ello suponga que vayan a ser juzgadas. Estas imágenes suponen el 2% del total en las que salen las mujeres manifestándose. En tercer lugar, las manifestaciones

se realizan para denunciar la culpabilización de las víctimas de violencia machista por defenderse (1,5% de las imágenes) y para denunciar las situaciones de machismo diario que sufren muchas mujeres (1,5% de las imágenes).

A continuación, exponemos algunos ejemplos en los que aparecen mujeres manifestándose por las reivindicaciones más habituales:

Imagen nº 5.71. Ejemplo de imagen en la que unas mujeres se manifiestan por el derecho al aborto. Indignación general con la nueva ley del aborto del Gobierno de Rajoy: manifestación en Gasteiz contra la nueva ley del aborto (22 de diciembre de 2013).



Fuente: deia.com¹³⁹

Imagen nº 5.72. Ejemplo de imagen en la que aparecen mujeres manifestándose por el derecho a decidir lo que quieran hacer con su cuerpo si ser juzgadas por ello: las calles de Quito (Ecuador) se llenaron de mujeres y hombres luchando contra la violencia de género y la sociedad patriarcal en la denominada Marcha de las Putas (4 de abril de 2014).



Fuente: elpais.com¹⁴⁰

¹³⁹ Fuente: <http://www.deia.com/2013/12/22/sociedad/euskadi/indignacion-con-la-nueva-ley-del-aborto-del-gobierno-rajoy> [Fecha de consulta: 16 de junio de 2014].

¹⁴⁰ Fuente: http://elpais.com/elpais/2014/04/04/album/1396626048_736412.html#1396626048_736412_1396626300 [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Imagen nº 73. Ejemplo de imagen en la que se culpa a la víctima de violencia machista por defenderse: una periodista somalí denunció su violación y un juez la ha condenado a seis meses de cárcel por difamación e insultos a las instituciones del Estado (1 de enero de 2014).



Fuente: elpais.com¹⁴¹

Imagen nº 74. Ejemplo de imagen en la que se denuncian las situaciones de machismo diario que sufren muchas mujeres: La tercera Marcha de las Putas en Quito (Ecuador) exige el fin del machismo en el país tras las palabras del policía canadiense Michael Sanguinetti quien afirmó que las mujeres deben evitar vestirse como putas, para no ser víctimas de violencia sexual (7 de abril de 2014).



Fuente: elpais.com¹⁴²

Además de estas cuatro reivindicaciones, también encontramos otras que utilizan las manifestaciones como acción colectiva: a favor de los derechos de la comunidad homosexual y transexual (1,1% de las imágenes); terminar con la violencia contra las mujeres (0,5% de las imágenes); revelarse contra la narración machista de la cultura (0,4% de las imágenes); dejar de juzgar a las mujeres por su aspecto físico y terminar con las etiquetas que las encasillan (0,4% de las imágenes); lucha por la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida (0,2% de las imágenes); terminar con la esclavitud sexual (0,2% de las imágenes); y, por último, la necesidad de la lucha feminista (0,2% de las imágenes).

¹⁴¹ Fuente: http://elpais.com/elpais/2013/12/31/africa_no_es_un_pais/1388473800_138847.html [Fecha de consulta: 30 de noviembre de 2016].

¹⁴² Fuente: http://elpais.com/elpais/2014/04/04/planeta_futuro/1396621064_069885.html [Fecha de consulta: 30 de noviembre de 2016].

A poca distancia de las manifestaciones, se encuentra la acción colectiva que tiene que ver con la creación y difusión de material musical, fotográfico, de lectura, etc. Respecto a esta última acción colectiva, nos interesa llamar la atención sobre el uso de distintos medios artísticos para llevar a cabo reivindicaciones. Se buscan otras formas de llamar la atención sobre las injusticias que afectan a un gran número de mujeres, formas que entremezclan el arte y la cultura con las reivindicaciones feministas. En este sentido, tal y como puede observarse en la tabla nº 5.23., las reivindicaciones que más se llevan a cabo siguiendo esta forma de acción colectiva son: por un lado, visibilizar el papel de las mujeres en la sociedad, sus logros y los cambios conseguidos en la historia, en un 3,8% de las imágenes; la lucha por la igualdad real de mujeres y hombres en todos los ámbitos de la vida, en un 2,7% de las imágenes; y la necesidad de denunciar las agresiones y discriminaciones hacia las mujeres, en un 1,8% de las imágenes.

A continuación, encontramos tres ejemplos en los que se utiliza la creación y difusión de material musical, fotográfico, de lectura... para llevar a cabo estas tres reivindicaciones:

Imagen nº 5.75. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la visibilización del papel de las mujeres en la sociedad a través de una exposición fotográfica: una de las imágenes de la exposición sobre vanguardia feminista de los años 70 (5 de agosto de 2013).



Fuente: elpais.com¹⁴³

¹⁴³ Fuente: http://elpais.com/elpais/2014/04/28/album/1398700833_319702.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Imagen nº 5.76. Ejemplo de imagen en la que se exige la igualdad de mujeres y hombres a través de proyecto fotográfico: Getty Images y la fundación Lean In han firmado un acuerdo para ofertar una galería de fotografías en las que el empoderamiento y la actividad profesional de las mujeres se represente sin caer en los clichés habituales (12 de febrero de 2014).



Fuente: elpais.com¹⁴⁴

Imagen nº 5.77. Ejemplo de imagen en la que se denuncian las agresiones y las discriminaciones a través de un proyecto de lectura: Cinco escritoras plasman las biografías inacabadas de un quinteto de mujeres líderes de sus comunidades en Asia (7 de diciembre de 2013).



Fuente: elpais.com¹⁴⁵

Además de estas tres reivindicaciones, también encontramos otras que utilizan la creación o difusión de material musical, fotográfico, de lectura,... como acción colectiva: revelarse contra la narración machista de la cultura (1,6% de las imágenes); impulsar el empoderamiento de las mujeres en todos los ámbitos (1,6% de las imágenes); defensa del liderazgo de las mujeres (1,6% de las imágenes); terminar con las convenciones sociales tradicionales del género (1,3% de las imágenes); a favor de los

¹⁴⁴ Fuente: <http://smoda.elpais.com/moda/ni-mandona-ni-malvada-la-mujer-de-exito-busca-nueva-imagen/> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

¹⁴⁵ Fuente: http://elpais.com/elpais/2013/12/05/eps/1386259671_319789.html [Fecha de consulta: 1 de diciembre de 2016].

derechos de la comunidad homosexual y transexual (0,9% de las imágenes); terminar con la violencia contra las mujeres (0,9% de las imágenes); terminar con la esclavitud sexual (0,5% de las imágenes); acabar con la infrarrepresentación de las mujeres en cualquier ámbito de la sociedad (0,5% de las imágenes); visibilizar las situaciones de machismo diario que sufren muchas mujeres (0,4% de las imágenes); derecho al aborto (0,2% de las imágenes); las mujeres deben poder decidir sobre su propio cuerpo (0,2% de las imágenes); dejar de juzgar a las mujeres por su aspecto físico y terminar con las etiquetas que las encasillan (0,2% de las imágenes); necesidad de terminar con los aspectos religiosos patriarcales que son hostiles con las mujeres (0,2% de las imágenes).

Otra acción colectiva es la del cuerpo desnudo o semidesnudo en público con fines reivindicativos, esto ha sido registrado en un 6,1% de imágenes, según la tabla 5.23. Salvo excepciones, esta acción colectiva es llevada a cabo por la organización feminista internacional FEMEN para reivindicar el derecho al aborto, en el 4% de las imágenes; la decisión de las mujeres sobre su propio cuerpo, en un 1,5% de las imágenes; la necesidad de terminar con los aspectos religiosos patriarcales que son hostiles con las mujeres, en un 0,5% de las imágenes. He aquí algunos ejemplos de estas tres reivindicaciones:

Imagen nº 5.78. Ejemplo de imagen en la que FEMEN reivindica el derecho al aborto exhibiendo el cuerpo semidesnudo: Activistas feministas interrumpen a pecho descubierto en el Pleno del Congreso reivindicando el aborto (9 de octubre de 2013).



Fuente: deia.com¹⁴⁶

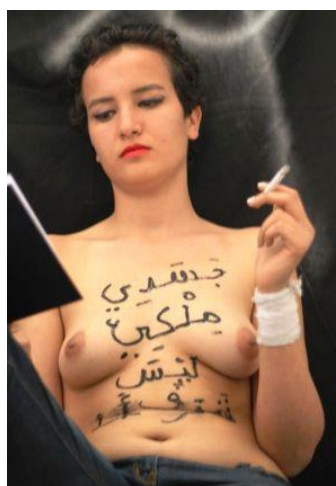
¹⁴⁶ Fuente: <http://www.deia.com/2013/10/09/sociedad/estado/activistas-feministas-interrumpen-a-pecho-descubierto-el-pleno-del-congreso-reivindicando-el-aborto> [Fecha de consulta: 16 de julio de 2014].

Imagen nº 5.79. Ejemplo de imagen en la que FEMEN reivindica poder decir sobre su propio cuerpo exhibiendo el cuerpo semidesnudo: La organización feminista denuncia el cierre de su perfil en Facebook por parte de la red social bajo el motivo formal de publicar pornografía y promover la prostitución (26 de junio).



Fuente: abc.es¹⁴⁷

Imagen nº 5.80. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la necesidad de terminar con los aspectos religiosos patriarcales que son hostiles con las mujeres a través de la exhibición del cuerpo semidesnudo: La polémica foto que Amina publicó en su Facebook (16 de agosto de 2014).



Fuente: elpais.com

Además de estas tres reivindicaciones, también encontramos otras que utilizan la exhibición del cuerpo desnudo o semidesnudo en público como acción colectiva: lucha por la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida (0,4% de las imágenes); a favor de los derechos de la comunidad homosexual y transexual (0,2% de las imágenes); la necesidad de la lucha feminista (0,2% de las imágenes); y, finalmente, terminar con la violencia contra las mujeres (0,2% de las imágenes).

Continuando con el análisis de la tabla 2.23., las concentraciones y los escraches conforman el 4,7% de las imágenes objeto de estudio. En este sentido, conviene aclarar que la mayoría de las imágenes

¹⁴⁷ Fuente: <http://www.abc.es/tecnologia/redes/20130625/abci-zuckerberg-femen-pornografia-201306250842.html> [Fecha de consulta: 1 de diciembre de 2016].

hacen referencia a concentraciones, los escraches podemos considerarlos minoritarios. Las concentraciones se llevan a cabo para protestar, en mayor medida, en torno a: la reivindicación del derecho al aborto, en el 1,6% de las imágenes; la exigencia del fin de la violencia machista, en un 1,5% de las fotografías; la igualdad de derechos de la comunidad homosexual y transexual, en un 0,4% de las imágenes. He aquí tres imágenes a este respecto:

Imagen nº 5.81. Ejemplo de imagen en la se exige el derecho al aborto en una concentración: Unas 300 personas solicitan esa pena en el Obispado de Tenerife en protesta por la postura de la Iglesia (7 de marzo de 2014).



Fuente: elpais.com¹⁴⁸

Imagen nº 5.82. Ejemplo de imagen en la que se exige el fin de la violencia contra las mujeres: activistas protestan en memoria de la joven violada y asesinada en la India (16 de diciembre de 2013).



Fuente: elcorreo.com¹⁴⁹

¹⁴⁸ Fuente: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/03/06/actualidad/1394139383_281328.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

¹⁴⁹ Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/rc/20131216/mundo/india-recuerda-joven-victima-201312161318.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Imagen nº 5.83. Ejemplo de imagen en la que se exige la igualdad de derechos de los colectivos homosexuales: Organizaciones de homosexuales se movilizan contra la legislación discriminatoria rusa antes de los Juegos de Sochi (6 de febrero de 2016).



Fuente: elpais.com¹⁵⁰

Además de estas tres reivindicaciones, también encontramos otras que utilizan las concentraciones o escraches como acción colectiva: terminar con la esclavitud sexual (0,4% de las imágenes); lucha por la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida (0,2% de las imágenes); otras¹⁵¹ (0,2% de las imágenes); lucha por la igualdad real de mujeres de distintas etnias (0,2% de las imágenes); denunciar la culpabilización de las víctimas de violencia machista por defenderse (0,2% de las imágenes); y, por último, visibilizar las situaciones de machismo diario que sufren muchas mujeres (0,2% de las imágenes).

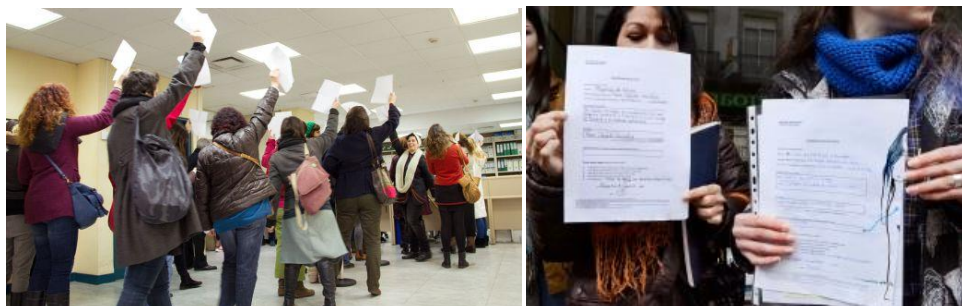
Siguiendo con la tabla 5.23., la acción colectiva que hace referencia a las performances simbólicas aparece en un 4% de las imágenes objeto de estudio. Las *performances* simbólicas son aquellas representaciones que, de forma metafórica, tienen como objetivo hacer un acto reivindicativo. Son pequeños teatros fáciles de comprender. En este caso, encontramos performances de este tipo en las fotografías de actos como simulaciones de abortos en directo, *akelarres* feministas, pedir dinero en la calle para viajar a Londres a abortar, besadas homosexuales, registro de cuerpos en los registros mercantiles, etc.

En este sentido, las reivindicaciones que se exigen más repetidamente en estas *performances* son el derecho al aborto (en un 1,5% de las fotografías); los derechos de la comunidad homosexual y transexual (en el 0,9% de las imágenes); la necesidad de denunciar las agresiones y discriminaciones hacia las mujeres (en el 0,7% de las imágenes). He aquí algunas imágenes a este respecto:

¹⁵⁰ Fuente: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/02/05/actualidad/1391620314_669354.html [Fecha de consulta: 1 de diciembre de 2016].

¹⁵¹ La variable Otras incluye las siguientes reivindicaciones: no infantilizar a las personas con diversidad funcional; igualdad a la hora de acceder a tratamientos de reproducción asistida; necesidad de una revolución sexual masculina; normalizar la llegada de la menstruación; las personas famosas tienen la responsabilidad de denunciar las discriminaciones; denunciar la presión social por ser madres, y por ser buenas madres; denunciar la situación de esclavitud de las mujeres presas; internet refleja el sexismo de la sociedad; necesidad de informar a las jóvenes sobre el machismo; y, finalmente, visibilizar la desigualdad que viven las mujeres en las zonas rurales.

Imágenes nº 5.84-5.85. Ejemplos de la misma performance simbólica en la que se reivindica el derecho al aborto: cientos de mujeres registran sus cuerpos en contra de la reforma del aborto en ciudades como Madrid, Bilbao, Barcelona, Sevilla, Pamplona y Pontevedra (6 de febrero de 2014).



Fuente: elpais.com¹⁵²

Imagen nº 5.86. Ejemplo de performance simbólica en la que se pide la igualdad de derechos de la comunidad homosexual: Bar Refaeli pelea con besos por la comunidad de gays, lesbianas, homosexuales y transexuales de Israel (19 de julio de 2013).



Fuente: elcorreo.com¹⁵³

Imagen nº5.87. Ejemplo de performance simbólica en la que se pide la necesidad de denunciar las agresiones y discriminaciones hacia las mujeres: Un beso moviliza en la Red a la juventud marroquí (13 de octubre de 2013).



Fuente: elpais.com¹⁵⁴

¹⁵² Fuente: http://politica.elpais.com/politica/2014/02/06/actualidad/1391707776_096749.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

¹⁵³ Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/v/20130719/gente/refaeli-pelea-besos-20130719.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Además de estas tres reivindicaciones, también encontramos otras que utilizan las performances simbólicas como acción colectiva: lucha por la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida (0,4% de las imágenes); otras (0,4% de las imágenes); deconstruir el amor romántico para protestar contra la violencia machista (0,4% de las imágenes); la necesidad de la lucha feminista (0,4% de las imágenes); y, por último, terminar con la violencia contra las mujeres (0,2% de las imágenes).

Según la tabla 5.23., la siguiente acción colectiva que más aparece en los medios digitales analizados es la asistencia a formaciones y la realización de estudios. Siguiendo estas formas de acción colectiva, se reivindican los siguientes aspectos: impulsar el empoderamiento de las mujeres en todos los ámbitos (1,1% de las imágenes); luchar por la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida (0,9% de las imágenes); luchar por la igualdad real de mujeres de distintas etnias (0,4% de las imágenes). He aquí algunos ejemplos a este respecto:

Imagen nº 5.88. Ejemplo de imagen en la que se quiere impulsar el empoderamiento de las mujeres a través de la asistencia a formaciones, en este caso, de defensa personal: una veintena de mujeres asiste a un curso de defensa personal para mujeres organizado por la Escuela de Judo 'Jiu Jitsu' (24 de noviembre de 2013).



Fuente: elcorreo.com¹⁵⁵

¹⁵⁴ Fuente: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/10/12/actualidad/1381569047_027073.html [Fecha de consulta: 2 de diciembre de 2016].

¹⁵⁵ Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/v/20131124/rioja/mujeres-instruyen-defensa-personal-20131124.html> [Fecha de consulta: 2 de diciembre de 2016].

Imagen nº 5.89. Ejemplo de imagen en la que se quiere luchar por la igualdad real de hombres y mujeres a través de la asistencia a formaciones: tras una preparación casi militar en técnicas de desobediencia civil, a partir de septiembre intensificarán sus acciones en España (12 de agosto de 2013).



Fuente: elcorreo.com¹⁵⁶

Imagen nº 5.90. Ejemplo de imagen en la que se quiere luchar por la igualdad real de mujeres de distintas etnias a través de la realización de un informe: Beyoncé escribe un ensayo sobre la desigualdad que sufren las mujeres (en general y las mujeres hispanas en particular) en un informe coordinado por Maria Shriver en el que también participan Eva Longoria y otras famosas (15 de enero de 2014).



Fuente: elpais.com¹⁵⁷

Además de estas tres reivindicaciones, también encontramos otras que utilizan la asistencia a formaciones y la realización de estudios como acción colectiva: la necesidad de la lucha feminista (0,4% de las imágenes); terminar con la violencia contra las mujeres (0,4% de las imágenes); las mujeres deben poder decidir sobre su propio cuerpo (0,2% de las imágenes); a favor de los derechos de la comunidad homosexual y transexual (0,2% de las imágenes); otras (0,2% de las imágenes); dejar de juzgar a las mujeres por su aspecto físico y terminar con las etiquetas que las encasillan (0,2% de las imágenes); terminar con las convenciones tradicionales de género (0,2% de las imágenes); y, por último, la necesidad de que cambie la imagen de las mujeres en cualquier ámbito de los medios de comunicación (0,2% de las imágenes).

Según la tabla 5.23., la siguiente acción colectiva que más aparece en los medios digitales analizados es creación y/o participación en un proyecto artístico para denunciar situaciones de

¹⁵⁶ Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/rc/20130812/sociedad/femen-espanolas-paris-201308121642.html> [Fecha de consulta: 2 de diciembre de 2016].

¹⁵⁷ Fuente: http://elpais.com/elpais/2014/01/15/gente/1389802872_390867.html [Fecha de consulta: 2 de diciembre de 2016].

discriminación (principalmente, en lo referido al mundo audiovisual, esto es, el cine de ficción, documentales, cortometrajes...). Siguiendo esta forma de acción colectiva, se reivindican los siguientes aspectos: terminar con la violencia contra las mujeres (en un 0,9% de las imágenes); lucha por la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida (en un 0,7% de las imágenes); las mujeres deben poder decidir sobre su propio cuerpo (en un 0,5% de las imágenes). He aquí algunos ejemplos de estas cuestiones:

Imagen nº 5.91. Ejemplo de imagen en la que se reivindica el fin de la violencia contra las mujeres a través de la creación de un proyecto artístico, en este caso, un corto documental: la montaña que devora a las mujeres (24 de enero de 2014).



Fuente: elpais.com¹⁵⁸

Imagen nº 5.92. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la igualdad real de hombres y mujeres a través de la creación de un proyecto artístico, en este caso, una película de ficción: el caso viral del hombre oprimido en un mundo de mujeres opresoras (12 de febrero de 2014).



Fuente: elpais.com¹⁵⁹

¹⁵⁸ Fuente: http://elpais.com/elpais/2014/01/24/mujeres/1390539600_139053.html [Fecha de consulta: 2 de diciembre de 2016].

¹⁵⁹ Fuente: http://elpais.com/elpais/2014/02/12/mujeres/1392201080_139220.html [Fecha de consulta: 2 de diciembre de 2016].

Imagen nº 5.93. Ejemplo de imagen en la que se reivindica que las mujeres deben poder decidir sobre sus propios cuerpos a través de la creación de un proyecto artístico, en este caso, un documental: un documental para que no me llames *puta*. *The Unslut Project* milita contra el afán social por avergonzar la sexualidad femenina (17 de octubre de 2013).



Fuente: elpais.com¹⁶⁰

Además de estas tres reivindicaciones, también encontramos otras que utilizan la creación y/o participación en un proyecto artístico como acción colectiva: dejar de juzgar a las mujeres por su aspecto físico y terminar con las etiquetas que las encasillan (0,5% de las imágenes); necesidad de denunciar las agresiones y discriminaciones hacia las mujeres (0,5% de las imágenes); derecho al aborto (0,4% de las imágenes); revelarse contra la narración machista de la cultura (0,4% de las imágenes); a favor de los derechos de la comunidad homosexual y transexual (0,4% de las imágenes); impulsar el empoderamiento de las mujeres en todos los ámbitos (0,2% de las imágenes); otras¹⁶¹ (0,2% de las imágenes); defensa del liderazgo de las mujeres (0,2% de las imágenes); visibilizar las situaciones de machismo diario que sufren muchas mujeres (0,2% de las imágenes); y, por último, necesidad de terminar con los aspectos religiosos patriarcales que son hostiles con las mujeres (0,2% de las imágenes).

Siguiendo la tabla 5.23., la acción colectiva uso de las plataformas virtuales con fines reivindicativos aparece en un 3,1% de las imágenes objeto de estudio. Los medios de comunicación, en este sentido, se hacen eco de lo que ocurre en las redes e informan sobre ello, como si fueran noticias. Así, las redes sociales, e internet en general, pueden llegar a ser herramientas muy útiles para realizar reivindicaciones y llegar a muchas más personas. Las reivindicaciones que más se realizan a través de plataformas virtuales son las siguientes: la necesidad de denunciar las agresiones y las discriminaciones hacia las mujeres (0,9% de las imágenes); terminar con la violencia contra las mujeres (0,9% de las imágenes); lucha por la igualdad real de mujeres de distintas etnias (0,5% de las imágenes). He aquí algunos ejemplos:

¹⁶⁰ Fuente: <http://smoda.elpais.com/moda/un-documental-para-que-no-me-llames-puta/> [Fecha de consulta: 2 de diciembre de 2016].

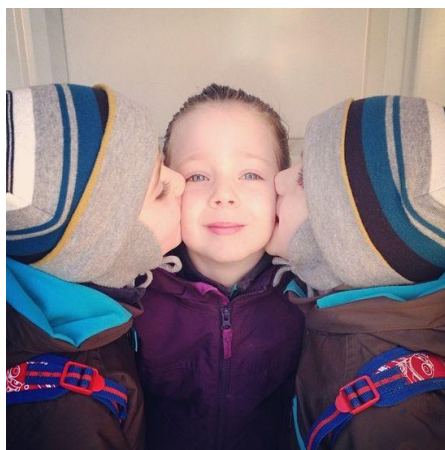
¹⁶¹ La variable Otras incluye las siguientes reivindicaciones: no infantilizar a las personas con diversidad funcional; igualdad a la hora de acceder a tratamientos de reproducción asistida; necesidad de una revolución sexual masculina; normalizar la llegada de la menstruación; las personas famosas tienen la responsabilidad de denunciar las discriminaciones; denunciar la presión social por ser madres, y por ser buenas madres; denunciar la situación de esclavitud de las mujeres presas; internet refleja el sexismo de la sociedad; necesidad de informar a las jóvenes sobre el machismo; y, finalmente, visibilizar la desigualdad que viven las mujeres en las zonas rurales.

Imagen nº 5.94. Ejemplo de imagen en la que se reivindican las agresiones y las discriminaciones que sufren las mujeres a través de plataformas virtuales a las que se les ha dado un fin reivindicativo. Nada al-Ahdal, de 11 años, cuenta en un vídeo de *YouTube* denuncia a su familia por obligarla a casarse (25 de julio de 2013).



Fuente: elpais.com¹⁶²

Imagen nº 5.95. Ejemplo de imagen en la que se pide el fin de la violencia contra las mujeres a través de un acto organizado por una empresa (llamada *Muebles Boom*): 16.000 besos inmortalizados que llevan recorriendo *Twitter* e *Instagram* desde el lunes pasado con el fin de recaudar fondos para luchar contra el maltrato (6 de febrero de 2014).



Fuente: elpais.com¹⁶³

¹⁶² Fuente: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/07/25/actualidad/137476_7884_261479.html [Fecha de consulta: 6 de febrero de 2015].

¹⁶³ Fuente: <http://blogs.elpais.com/mujeres/2014/02/page/2/> [Fecha de consulta: 6 de febrero de 2015].

Imagen nº 5.96. Ejemplo de imagen en la que se lucha por la igualdad de mujeres de distintas etnias a través de plataformas virtuales: *After my garden grows* cuenta cómo un programa de huertos en la India está ayudando a las mujeres a casarse más tarde y a no depender de un hombre (8 de mayo de 2014).



Fuente: elpais.com¹⁶⁴

Otras reivindicaciones que se realizan a través del uso de las plataformas virtuales con fines reivindicativos son las siguientes: revelarse contra la narración machista de la cultura (0,2% de las imágenes); las mujeres deben poder decidir sobre sus propios cuerpos (0,2% de las imágenes); a favor de los derechos de la comunidad homosexual y transexual (0,2% de las imágenes); otras (0,2% de las imágenes); dejar de juzgar a las mujeres por su aspecto físico y terminar con las etiquetas que las encasillan (0,2% de las imágenes); necesidad de que cambie la imagen de las mujeres en cualquier ámbito de los medios de comunicación (0,2% de las imágenes); visibilizar las situaciones de machismo diario que sufren muchas mujeres (0,2% de las imágenes); y, por último, acabar con la infrarrepresentación de las mujeres en cualquier ámbito de la sociedad (0,2% de las imágenes).

Según la tabla 5.23., la acción colectiva acto institucional de apoyo u homenaje a colectivos/Acto informativo/Acto de campaña o precampaña aparece en un 2,5% de las imágenes objeto de estudio. Las reivindicaciones que más se realizan con esta acción colectiva son las siguientes: lucha por la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida (0,9% de las imágenes); acabar con la infrarrepresentación de las mujeres en cualquier ámbito de la sociedad (0,9% de las imágenes); derecho al aborto (0,2% de las imágenes). He aquí algunos ejemplos:

¹⁶⁴ Fuente: http://elpais.com/elpais/2014/05/07/planeta_futuro/1399476431_506302.html [Fecha de consulta: 5 de diciembre de 2016].

Imagen nº 5.97. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la igualdad real de hombres y mujeres en un acto institucional: tres mujeres tan diferentes, tres mujeres tan iguales (7 de marzo de 2014).



Fuente: elcorreo.com¹⁶⁵

Imagen nº 5.98. Ejemplo de imagen en la que se reivindica el terminar con la infrarrepresentación de las mujeres como usuarias y como desarrolladoras de contenidos digitales a través de un acto institucional: audiencia de Doña Letizia a una representación de los organizadores del evento *Mujeres conectadas* (17 de marzo de 2014).



Fuente: abc.es¹⁶⁶

¹⁶⁵ Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/v/20140307/alava/tres-mujeres-diferentes-tres-20140307.html> [Fecha de consulta: 5 de diciembre de 2016].

¹⁶⁶ Fuente: <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/2014/03/17/071.html> [Fecha de consulta: 5 de diciembre de 2016].

Imagen nº 5.99. Ejemplo de imagen en el que se reivindica el derecho al aborto en un acto de precampaña electoral: según Elena Valenciano, "está en riesgo cierto la libertad de las mujeres" (16 de abril del 2014).



Fuente: abc.es¹⁶⁷

Además de estas tres reivindicaciones también encontramos otras realizadas a través de la acción colectiva: acto institucional de apoyo u homenaje a colectivos/Acto informativo/Acto de campaña o precampaña electoral: a favor de los derechos de la comunidad homosexual y transexual (0,2% de las imágenes); otras (0,2% de las imágenes); necesidad de denunciar las agresiones y discriminaciones hacia las mujeres (0,2% de las imágenes); deconstruir el amor romántico para protestar contra la violencia machista (0,2% de las imágenes); y, por último, necesidad de que cambie la imagen de las mujeres en cualquier ámbito de los medios de comunicación (0,2% de las imágenes).

Según la tabla 5.23., la acción colectiva narración de los acontecimientos históricos o actuales protagonizados por mujeres aparece en un 2,2% de las imágenes objeto de estudio. Las reivindicaciones que más se realizan siguiendo esta acción colectiva son las siguientes: visibilizar el papel de las mujeres en la sociedad, sus logros y los cambios conseguidos en la historia (1,3% de las imágenes); necesidad de denunciar las agresiones y discriminaciones hacia las mujeres (0,5% de las imágenes); y las mujeres deben poder decidir sobre su propio cuerpo (0,4% de las imágenes). He aquí algunas imágenes que muestran estas reivindicaciones:

¹⁶⁷ Fuente: <http://www.abc.es/videos-espana/20140426/valenciano-esta-riesgo-cierto-3510403786001.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Imagen nº 5.100. Ejemplo de imagen en la que se reivindica el papel de las mujeres en la historia a través de la narración de acontecimientos históricos: ¿Cómo ha evolucionado el feminismo en España? ¿Quiénes han sido sus impulsoras? Anna Caballé traza la historia de este movimiento dentro de nuestras fronteras (23 de julio de 2013).



Fuente: abc.es¹⁶⁸

Imagen nº 5.101. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la necesidad de denunciar las agresiones y discriminaciones hacia las mujeres a través de la narración de acontecimientos actuales protagonizados por mujeres: Europa reconoce a la joven Malala por su coraje frente al fanatismo talibán (11 de octubre de 2013).



Fuente: abc.es

¹⁶⁸ Fuente: <http://www.abc.es/cultura/cultural/20130722/abci-anna-caballe-feministas-biomujer-201307221147.html>
[Fecha de consulta: 7 de diciembre de 2016].

Imagen 5.102. Ejemplo de imagen en la que se reivindica que las mujeres deben poder decidir sobre su propio cuerpo a través de la narración de acontecimientos históricos protagonizados por mujeres: Una minifalda en Teherán (14 de diciembre de 2013).



Fuente: elpais.com¹⁶⁹

Además de estas reivindicaciones, también encontramos otras que tienen que ver con la narración de acontecimientos históricos protagonizados por mujeres: terminar con las convenciones sociales tradicionales de género (0,2% de las imágenes); necesidad de que cambie la imagen de las mujeres en cualquier ámbito de los medios de comunicación (0,2% de las imágenes); visibilizar las situaciones de machismo diario que sufren muchas mujeres (0,2% de las imágenes); y, por último, necesidad de terminar con los aspectos religiosos patriarcales que son hostiles con las mujeres (0,2% de las imágenes).

Siguiendo la tabla 5.23., la acción colectiva que hace referencia a la interrupción de un discurso o de una marcha o manifestación aparece en 1,1% de las imágenes objeto de estudio. Las reivindicaciones que se realizan siguiendo esta forma de acción colectiva son las siguientes: el derecho al aborto (0,9% de las imágenes) y la lucha por la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida (0,2% de las imágenes). He aquí dos fotos que muestran dichas reivindicaciones en la acción colectiva referente a la interrupción de un discurso o de una marcha o manifestación:

¹⁶⁹ Fuente: <http://blogs.elpais.com/a-vueltas-con-el-golfo/2013/12/una-minifalda-en-teher%C3%A1n.html> [Fecha de consulta: 7 de diciembre de 2016].

Imagen nº 5.103. Ejemplo de imagen en la que se reivindica el derecho al aborto a través de la interrupción de una manifestación: cinco activistas de Femen protestan en una marcha antiabortista en Madrid (17 de noviembre de 2014).



Fuente: elpais.com¹⁷⁰

Imagen nº 5.104. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la igualdad de hombres y mujeres a través de la interrupción de un discurso: tres mujeres interrumpen el mitin de Cañete al grito de *machista* (20 de mayo de 2014).



Fuente: elpais.com¹⁷¹

Siguiendo con la tabla 5.23., la acción colectiva firma de un pacto o documento aparece en el 0,9% de las imágenes objeto de estudio. La única reivindicación que se realiza siguiendo esta acción colectiva es el derecho al aborto (0,9% de las imágenes). He aquí una imagen que ejemplifica esta reivindicación:

¹⁷⁰ Fuente: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/11/17/actualidad/1384690843_814329.html [Fecha de consulta: 7 de diciembre de 2016].

¹⁷¹ Fuente: http://politica.elpais.com/politica/2014/05/20/actualidad/1400607781_346356.html [Fecha de consulta: 7 de diciembre de 2016].

Imagen nº 5.105. Ejemplo de imagen en la que se reivindica el derecho al aborto a través de la firma de un documento: Intelectuales y artistas piden la retirada de la reforma del aborto a través de un documento en el que piden recuperar la ley de plazos (23 de enero de 2014).



Fuente: elcorreo.com¹⁷²

Según la tabla 5.23., la acción colectiva desobedecer u obstruir la aprobación de una ley como protesta aparece en un 0,9% de las imágenes objeto de estudio. Las reivindicaciones que se realizan siguiendo esta forma de acción colectiva son las siguientes: lucha por la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida (0,5% de las imágenes); derecho al aborto (0,2% de las imágenes); y, por último, necesidad de terminar con los aspectos religiosos patriarcales que son hostiles con las mujeres (0,2% de las imágenes). He aquí algunas imágenes que ilustran estas reivindicaciones:

Imagen nº 5.106. Ejemplo de imagen en la que se hacen dos reivindicaciones: por un lado, se reivindica la igualdad real de hombres y mujeres y, por otro lado, se reivindica la necesidad de terminar con los aspectos religiosos patriarcales que son hostiles con las mujeres. Ambas reivindicaciones se realizan desobedeciendo una ley: Las mujeres de Arabia Saudí desafían la prohibición de conducir (19 de octubre de 2013).



Fuente: elpais.com¹⁷³

¹⁷² Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/rc/20140123/sociedad/intelectuales-artistas-piden-retirada-20140123-1433.html> [Fecha de consulta: 7 de diciembre de 2016].

¹⁷³ Fuente: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/10/19/actualidad/1382198850_334940.html [Fecha de consulta: 5 de diciembre de 2016].

Imagen nº 5.107. Ejemplo de imagen en la que se reivindica el derecho al aborto obstruyendo la aprobación de una ley restrictiva con dicho derecho: La senadora Wendy Davis se convierte en un referente en EE UU por lograr parar una ley restrictiva del aborto (29 de julio de 2013).



Fuente: elpais.com¹⁷⁴

Siguiendo la tabla 5.23, la acción colectiva representación teatral reivindicativa aparece en el 0,7% de las imágenes objeto de estudio. Las reivindicaciones que se realizan tomando esa acción colectiva son las siguientes: visibilizar el papel de las mujeres en la sociedad, sus logros y los cambios conseguidos en la historia (0,2% de las imágenes) (ver imágenes 5.6. y 5.53) y terminar con la violencia contra las mujeres (0,2% de las imágenes). He aquí un ejemplo:

Imagen nº 5.108: Ejemplo de imagen en la que se reivindica el fin de la violencia contra las mujeres a través de una representación teatral reivindicativa (1 de junio de 2013).



Fuente: deia.com

Siguiendo la tabla 5.23, la acción colectiva colocación de pancartas en una institución religiosa aparece en el 0,4% de las imágenes objeto de estudio. La reivindicación que se realiza tomando esa acción colectiva es la siguiente: el derecho al aborto (0,2% de las imágenes). He aquí un ejemplo:

¹⁷⁴ Fuente: http://elpais.com/elpais/2013/06/28/gente/1372432338_295059.html [Fecha de consulta: 7 de diciembre de 2016].

Imagen nº 5.109. Ejemplo de imagen en la que se reivindica el derecho al aborto a través de la colocación de una pancarta en una institución religiosa: Varias jóvenes colocan carteles con proclamas en favor de la interrupción del embarazo en la Catedral de Santiago (8 de marzo de 2014).



Fuente: [elcorreo.com](http://www.elcorreo.com)¹⁷⁵

Según la tabla 5.23., la acción colectiva huelga de hambre o boicot aparece en el 0,4% de las imágenes objeto de estudio. Las reivindicaciones que se realizan tomando esa acción colectiva son las siguientes: a favor de los derechos de la comunidad homosexual y transexual (0,2% de las imágenes) y otras¹⁷⁶ (0,2% de las imágenes). He aquí dos ejemplos:

¹⁷⁵ Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/20140408/local/protesta-abortista-catedral-santiago-201404081949.html>
[Fecha de consulta: 7 de diciembre de 2016].

¹⁷⁶ La variable Otras incluye las siguientes reivindicaciones: no infantilizar a las personas con diversidad funcional; igualdad a la hora de acceder a tratamientos de reproducción asistida; necesidad de una revolución sexual masculina; normalizar la llegada de la menstruación; las personas famosas tienen la responsabilidad de denunciar las discriminaciones; denunciar la presión social por ser madres, y por ser buenas madres; denunciar la situación de esclavitud de las mujeres presas; internet refleja el sexismo de la sociedad; necesidad de informar a las jóvenes sobre el machismo; y, finalmente, visibilizar la desigualdad que viven las mujeres en las zonas rurales.

Imagen nº 5.110. Ejemplo de imagen en la que reivindican los derechos de las personas homosexuales a través del boicot: La directora de *Vogue* se suma al boicot a los hoteles de Hassanal Bolkiah por su anuncio de implantar la ley islámica que permite lapidar a homosexuales hasta la muerte (27 de mayo de 2014).



Fuente: elpais.com¹⁷⁷

Imagen nº 5.111. Ejemplo de imagen en la que se hacen otro tipo de reivindicaciones a través de la huelga de hambre: Tolokónnikova, miembro del grupo *Pussy Riot*, sostenía en una carta abierta que las presas son tratadas como esclavas (29 de septiembre de 2013).



Fuente: elpais.com¹⁷⁸

Finalmente, según la tabla 5.23., la acción colectiva que menos aparece entre las imágenes objeto de estudio es luchar en los tribunales para conseguir un derecho aparece en el 0,2% de las imágenes objeto de estudio. La reivindicación que se realiza utilizando esta acción colectiva es la siguiente: a favor de los derechos de la comunidad homosexual y transexual (0,2% de las imágenes). He aquí un ejemplo:

¹⁷⁷ Fuente: http://elpais.com/elpais/2014/05/26/gente/1401133550_819193.html [Fecha de consulta: 30 de agosto de 2015].

¹⁷⁸ Fuente: http://internacional.elpais.com/internacional/2013/09/29/actualidad/1380467204_654963.html [Fecha de consulta: 7 de diciembre de 2016].

Imagen nº 5.112. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la igualdad de derechos de las personas homosexuales a través de la lucha en los tribunales: La mujer demandó al Estado por negarle la deducción de impuestos a la que tendría derecho de haberse casado con un hombre (27 de junio de 2013).



Fuente: elcorreo.com¹⁷⁹

Como hemos visto, el cruce de datos de las reivindicaciones con las acciones colectivas da como resultado unos porcentajes muy fraccionados, por lo que establecer conclusiones a grandes rasgos resulta complicado. Aun así, podemos concluir que los medios de comunicación analizados reflejan en sus textos e imágenes numerosas reivindicaciones y acciones colectivas (ver tabla 5.23.), aunque no todos los medios lo hacen en la misma proporción (en el caso de las reivindicaciones, ver tabla 5.20.).

En este sentido, se pueden llevar a cabo acciones colectivas de distinto tipo para hacer una misma reivindicación, lo que sin duda servirá para darle más relevancia. Como analizábamos en el apartado 2.3.1.1. *Los movimientos sociales en los medios*, la relación entre los movimientos sociales y los medios de comunicación es bidireccional; sin embargo, los movimientos sociales deben tener en cuenta los problemas sociales que son importantes para los medios ya que tanto la coincidencia como la discrepancia de problemas sociales para unos y otros puede favorecer o perjudicar la aparición en los medios de las reivindicaciones y acciones colectivas del movimiento social.

En este sentido, que las reivindicaciones y acciones colectivas feministas tengan un hueco en los medios de comunicación es imprescindible para la consecución de las reivindicaciones feministas. Además, al tener la obligación de informar, la aparición en los medios de comunicación puede ser una gran oportunidad para provocar interés y captar personas adeptas.

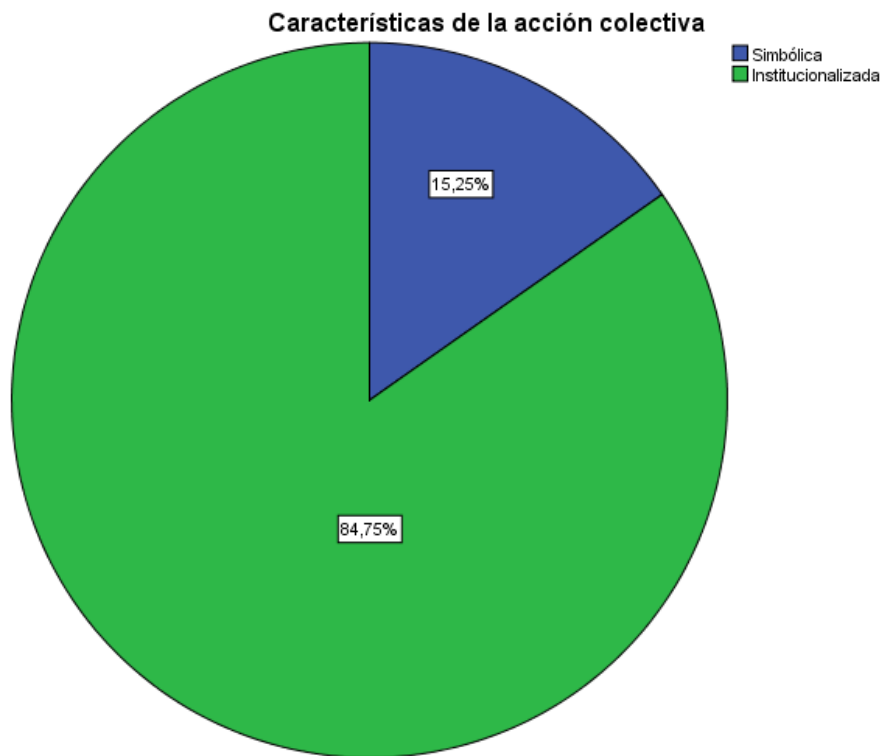
¹⁷⁹ Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/rc/20130627/mundo/windsor-rostro-victoria-igualdad-201306270117.html>
[Fecha de consulta: 7 de diciembre de 2016].

5.20. Características de las acciones colectivas feministas que aparecen en las imágenes o en las unidades informativas

En este apartado analizaremos dos características de las acciones colectivas. Para ello, en primer lugar, realizaremos un gráfico en el que podrán verse dichas características en las fotografías analizadas y, en segundo lugar, llevaremos a cabo una tabla en la que veremos dichas características divididas por periódicos.

En primer lugar, en el siguiente gráfico observamos las características de la acción colectiva. En este caso, hacemos referencia a si la acción colectiva es institucionalizada o simbólica, y los resultados son los siguientes:

Gráfico nº 5.6. Características de las acciones colectivas feministas que aparecen en las unidades informativas o en las imágenes objeto de estudio (*El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014*)



Fuente: Elaboración propia

Tal y como muestra el gráfico 5.6., el 84,7% de las imágenes analizadas muestran acciones colectivas institucionalizadas, es decir, aquellas que han sido creadas, organizadas y/o subvencionadas por grupos de personas que tienen cierto grado de poder respecto a otras personas, por ejemplo, las instituciones del Estado o las direcciones de los medios de comunicación (esto es, las personas que en un medio de comunicación deciden qué contenidos se publican y qué contenidos no se publican).

Puede ocurrir también que una acción colectiva sea institucional, a pesar de no haber sido creada, organizada y/o subvencionada por instituciones públicas o por la dirección de los medios de comunicación. En estos casos, su realización dependerá del permiso de las autoridades policiales competentes (si ésta se realizase sin permiso de las autoridades, la consideraríamos simbólica). Por lo tanto, debido a que este tipo de acciones de protesta también dependen de un grupo de personas que ostentan poder, serán consideradas institucionalizadas. Este es el caso, por ejemplo, de las manifestaciones autorizadas.

Por otra parte, el 15,2% de las acciones colectivas son simbólicas, esto es, son representaciones verbales y/o visuales que dan significado a una realidad y son comprendidas por aquellas personas que comparten una identidad. Asimismo, son acciones de protesta creadas y organizadas por personas de la calle sin vinculación a grupos de poder como los descritos anteriormente (también puede ocurrir que sean personas con poder que se enfrentan a personas con más poder que ellas). Así, tienden a pertenecer a asociaciones o a movimientos sociales (aunque no siempre) y son organizadas y llevadas a cabo de forma más súbita o imprevista que una acción colectiva institucional, lo cual no significa que sea realizada de forma irreflexiva. Además, la organización de la acción colectiva no tiene nada que ver con las autoridades, las instituciones de un Estado o con la redacción de un medio de comunicación, pero sí puede dirigirse contra ellas.

He aquí dos imágenes que muestran las dos características de la acción colectiva:

Imagen nº 5.113. Ejemplo de acción colectiva institucional. En el día Internacional de la Mujer, premio de las instituciones madrileñas a ocho mujeres fuertes (8 de marzo de 2014).



Fuente: abc.es¹⁸⁰

¹⁸⁰ Fuente: <http://www.abc.es/madrid/20140307/abci-mujer-madrid-201403071323.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Imagen nº 5.114. Ejemplo de acción colectiva simbólica. Varias mujeres de un colectivo feminista realizaron una acción simbólica en Virgen del Camino para denunciar y rechazar la reforma de la ley del aborto (12 de mayo de 2014).



Fuente: deia.com

En segundo lugar, en la siguiente tabla encontramos las características de las acciones colectivas cruzadas con los periódicos objeto de estudio ($\chi^2= 23,422$, $gl= 3$, $p<0,000$):

Tabla nº 5.24: Características de las acciones colectivas feministas que aparecen en las unidades informacionales o en las imágenes objeto de estudio en <i>El Correo</i> , <i>Deia</i> , <i>ABC</i> y <i>El País</i> en 2013 y 2014							
			Periódico				Total
			<i>El Correo</i>	<i>Deia</i>	<i>ABC</i>	<i>El País</i>	
Características de la acción colectiva	Simbólica	Recuento	30	15	5	34	84
		% dentro Periódico	27,8%	22,7%	7,7%	10,9%	15,2%
	Institucionalizada	Recuento	78	51	60	278	467
		% dentro Periódico	72,2%	77,3%	92,3%	89,1%	84,8%
Total		Recuento	108	66	65	312	551
		% dentro Periódico	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Como ya apuntábamos en el gráfico 5.6., una amplia mayoría de las acciones colectivas son institucionalizadas. Por periódicos, vemos que en todos los periódicos digitales analizados se concede más importancia a estas acciones colectivas: *ABC*, el 92,3% de las imágenes; *El País*, 89,1% de las imágenes; *Deia*, 77,3% de las imágenes; y *El Correo*, 72,2% de las imágenes.

En cuanto a las acciones colectivas simbólicas, los dos periódicos estatales son, con diferencia, los que menos importancia dan a estas acciones colectivas, sobre todo, el *ABC* que apenas le concede el 7,7%

de las imágenes a esta característica de la acción colectiva. *El País*, por su parte, concede a las acciones colectivas simbólicas el 10,9% de las imágenes.

Por el contrario, *El Correo* es, de los periódicos analizados, el que más espacio deja a las acciones colectivas simbólicas, en concreto, un 27,8% de las imágenes se corresponden con este tipo de protesta. El segundo lugar lo ocupa el *Deia*, con un 22,7%.

Por lo tanto, queda patente que los medios de comunicación analizados incluyen muchas más imágenes relativas a acciones institucionales que simbólicas. Este hecho puede deberse a distintas razones. Desde nuestro punto de vista, entre las explicaciones plausibles podemos citar la siguiente: en cuanto a las acciones colectivas institucionales, las propias instituciones del Estado pueden hacer llegar a los medios de comunicación información de los distintos actos que llevan a cabo, por lo tanto, les resulta más fácil publicar este tipo de informaciones. Además, para los medios puede resultar más fiable e importante hacerse eco de una acción colectiva que haya sido creada, organizada y llevada a cabo por una institución del Estado que por un grupo de personas independientes. Por otro lado, en lo que a las acciones colectivas simbólicas se refiere, los medios deben destinar a una persona o varias personas para que se hagan eco de lo que está sucediendo en un lugar determinado. En muchas ocasiones, además, debido a lo imprevisto de este tipo de acciones, los medios no tienen opción de enviar a ningún periodista o fotógrafo/a, y optan por tomar imágenes de las redes sociales o de las páginas web de los colectivos que llevan a cabo las acciones de protesta o por no publicar nada.

En cuanto a que sean los dos periódicos locales los que más espacio otorgan a las acciones colectivas simbólicas, podría ser quizá porque el desplazamiento al lugar en el que se está dando dicha protesta se encuentra más cerca, y por lo tanto es más sencillo y rápido acercarse.

De cualquier forma, llama la atención la poca presencia de las acciones colectivas simbólicas en *El País*, no sólo por el alto número de protestas que acoge en su edición online, sino por la gran variedad de temas que trata en dicha edición.

5.21. Símbolos que aparecen en las imágenes

Los símbolos tienen la capacidad de representar constructos ideológicos y proporcionar ideas aproximadas de los mensajes que sus portadores/as quieren transmitir, en comunidades políticas con fundamentos identitarios compartidos (Casquete, 2005: 104). Los símbolos son una forma de incrementar la acción colectiva, ya que inducen un proceso de integración y actúan como diferenciación (Casquete, 2013: 431).

En la siguiente tabla podemos observar los diferentes símbolos que han aparecido en las imágenes analizadas, así como las frecuencias y porcentajes correspondientes:

Tabla nº 5.25. Símbolos que aparecen en las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)		
	Respuestas	
	Frecuencia	Porcentaje
Exhibición del cuerpo desnudo o semidesnudo como herramienta política	33	5,9%
Brazo izado y puño cerrado	16	2,8%
No hay símbolos	482	85,6%
Banderas o pancartas	5	0,9%
Otros	11	2,0%
Espejo de Venus	7	1,2%
Beso	9	1,6%
Total	563	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 5.25., en el 85,6% de las fotografías analizadas no se han encontrado símbolos de ningún tipo. Sin embargo, en un 5,9% de las imágenes aparecen las mujeres exhibiendo el cuerpo desnudo o semidesnudo. Como ya se ha apuntado en el capítulo teórico, la expresión de ideas políticas mediante el cuerpo en el espacio público ha sido una de las estrategias centrales del activismo feminista (Cobo y Nogueiras, 2014: 58). Una de las razones principales es que el feminismo entiende el cuerpo de las mujeres como una forma de rebeldía, precisamente porque éste ha sido asignado al ámbito privado o ha sido utilizado para satisfacer las fantasías de los hombres. Es por esto por lo que hemos decidido incluir la exhibición del cuerpo desnudo o semidesnudo como símbolo.

En un 2,8% de las imágenes los/as protagonistas aparecen con el brazo izado y el puño cerrado. Este símbolo tiene una larga historia como símbolo de resistencia y solidaridad, y ha sido asociado tanto a los/as políticos/as de izquierda como a la lucha de los grupos oprimidos. La iconografía basada en el puño se puede ver en las primeras propagandas de las organizaciones sindicales; como saludo por parte de las

fuerzas Republicanas a raíz de la Guerra Civil española; como imagen del movimiento feminista (puño dentro del espejo de Venus); como saludo del poder negro en la lucha estadounidense por los derechos civiles de las personas negras y de grupos como el Partido de la Panteras Negras en los años 60¹⁸¹; etc.

Por otra parte, el 2% de las imágenes pertenecen a la subcategoría Otros que aglutina distintos tipos de símbolos como son la formación de un triángulo con las manos (símbolo feminista); cara, manos u otra parte del cuerpo pintadas de rojo simulando sangre; ropa negra y/o máscara blanca; romper portadas de un libro; mostrar tarjetas rojas; mostrar lápidas y cruces. También hemos encontrado imágenes en las que se da una combinación de varios de estos elementos.

Por otro lado, también aparecen los besos (en un 1,6% de las imágenes) como símbolos de apoyo a colectivos tradicionalmente oprimidos, por ejemplo, a los homosexuales.

El espejo de Venus es uno de los símbolos más importantes del movimiento feminista, aunque tan solo aparezca en un 1,2% de las imágenes analizadas. El espejo de Venus es un símbolo compuesto por un círculo ubicado por encima de una pequeña cruz. Se cree que simboliza a la diosa Afrodita según la mitología griega o a la diosa romana Venus (Gil, 2014: 3). De esta última se dice que el símbolo es una representación estilizada del espejo que sujeta en la mano la diosa Venus (Gil, 2014: 3).

Finalmente, los símbolos que menos presencia tienen entre las imágenes analizadas son las banderas o pancartas, en concreto, la bandera arcoíris como símbolo del colectivo LGTBI (Lesbianas, Gays, Transexuales, Bisexuales e Intersexuales) o la ikurriña, y la(s) pancarta(s) con un punto morado en el centro (símbolo de rechazo a cualquier tipo de violencia contra las mujeres). Estos símbolos suponen un 0,9% de las imágenes objeto de estudio.

A continuación, mostraremos algunos ejemplos en los que pueden observarse los símbolos que hemos descrito.

Imagen nº 5.115. Ejemplo de imagen en la que se utiliza el cuerpo desnudo como símbolo de protesta: protesta para la liberación de una de las componentes del grupo ruso *Pussy Riot* (30 de julio de 2013).



Fuente: Deia

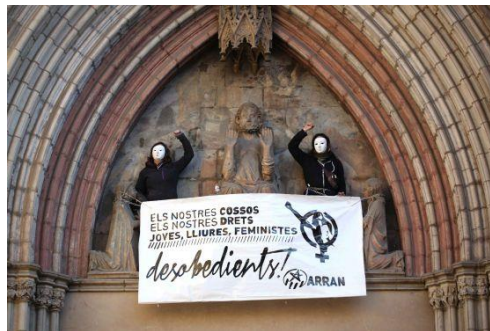
¹⁸¹ Esta información ha sido extraída de la página web de la BBC. Fuente: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2012/04/120417_mano_cerrada_levantada_simbolismo.shtml [Fecha de consulta: 31 de agosto de 2016].

Imagen nº 5.116. Ejemplo de imagen en la que aparecen la bandera y el puño cerrado en alto como símbolos: mujeres de *El tren de la Libertad* llegan a la estación de Atocha (1 de febrero de 2014).



Fuente: elpais.com¹⁸²

Imagen nº 5.117. Ejemplo de imagen en la que dos mujeres reivindican el derecho al aborto con el puño en alto y una pancarta en la que aparece en espejo de Venus: encadenadas en Santa María del Mar contra la ley del aborto (7 de marzo de 2014).



Fuente: elpais.com¹⁸³

Imagen nº 5.118. Ejemplo de imagen en la que aparece el símbolo de un triángulo realizado con las manos: miles de personas se manifiestan en contra y a favor del aborto (24 de marzo de 2014).



Fuente: deia.com¹⁸⁴

¹⁸² Fuente: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/02/01/album/1391251375_627604.html?rel=mas#1391251375_627604_1391256710 [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

¹⁸³ Fuente: http://caaa.elpais.com/caaa/2014/03/07/catalunya/1394188365_763671.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

¹⁸⁴ Fuente: <http://www.deia.com/2014/03/24/sociedad/euskadi/miles-de-personas-se-manifiestan-en-contray-a-favor-del-aborto> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Imagen nº 5.119. Ejemplo de imagen en la que unas jóvenes llevan la cara y las manos pintadas de rojo simulando sangre: varias jóvenes protestan contra la reforma del aborto en un mitin de Rajoy. (8 de marzo de 2014)



Fuente: deia.com¹⁸⁵

Imagen nº 120. Imagen en la que se destruyen portadas de libros como símbolo del rechazo a la ideología del mismo: las personas asistentes rompen portadas falsas para escenificar su rechazo al contenido del libro (25 de noviembre de 2013).



Fuente: elcorreo.com¹⁸⁶

Imagen nº 5.121. Ejemplo de imagen en la que se muestran tarjetas rojas como símbolo de rechazo a la violencia machista: protesta el 25 de noviembre, Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer (22 de noviembre de 2013).



Fuente: elpais.com¹⁸⁷

¹⁸⁵ Fuente: <http://www.deia.com/2014/03/08/politica/euskadi/interrumpen-el-discurso-de-rajoy-con-gritos-contra-la-ley-del-aborto> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

¹⁸⁶ Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/20131125/local/violenciagenero-bilbao-201311251337.html> [Fecha de consulta: 8 de octubre de 2016].

Imagen nº 5.122. Ejemplo de imagen en la que se muestran lápidas y cruces como símbolo de las mujeres asesinadas por sus parejas o exparejas: protesta el 25 de noviembre, Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer (22 de noviembre de 2013).



Fuente: elpais.com¹⁸⁸

En la gran mayoría de las imágenes analizadas no se muestran símbolos. Sin embargo, en las que sí se muestran, podemos observar la gran diversidad de símbolos que posee el movimiento feminista. Desde el espejo de Venus hasta los besos como muestra de apoyo y solidaridad a determinados colectivos (por ejemplo, al colectivo homosexual), el feminismo utiliza símbolos tradicionales y otros que tienen que ver con la vida cotidiana, los cuales pueden ser símbolos o no (sangre, tarjetas rojas, lápidas...), y los convierte en representaciones reivindicativas feministas.

Es importante destacar que FEMEN ha reavivado el debate sobre la utilización del cuerpo desnudo o semidesnudo de las mujeres como símbolo del feminismo y como forma de acción colectiva (ver tabla 5.23.), como ya recogíamos en el apartado 2.2.3.2.2. *Huellas de la acción colectiva feminista en el Estado español*. En concreto, en el Estado español, lo han utilizado para reivindicar el derecho al aborto.

En este sentido, pensamos que la sociedad está acostumbrada a ver y a consumir el cuerpo desnudo o semidesnudo de las mujeres en contextos publicitarios o para disfrute de los hombres; sin embargo, no lo está tanto para ver el cuerpo desnudo o semidesnudo de las mujeres con fines reivindicativos y en posiciones más agresivas.

¹⁸⁷ Fuente: <http://blogs.elpais.com/cosas-que-importan/2013/11/cosas-que-hemos-de-explicar-a-nuestras-hijas-.html>
[Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

¹⁸⁸ Fuente: <http://blogs.elpais.com/cosas-que-importan/2013/11/cosas-que-hemos-de-explicar-a-nuestras-hijas-.html>
[Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

5.22. Slogans que aparecen en las imágenes

Los slogans son lemas que se utilizan a la hora de hacer una reivindicación. Normalmente, expresan ideas brevemente, de forma original, y suelen estar escritas en pancartas, en paredes, en el cuerpo...

En esta investigación hemos extraído los slogans que aparecen en las imágenes objeto de estudio (ver ANEXO 1, tabla 8.1.). Como puede verse en dicha tabla, en un 67% de las fotografías no hay ningún slogan, y en un 8,7% hay slogans pero no se pueden leer (porque no están completos, están en otro idioma, etc.). Sin embargo, en el 24,3% de imágenes restantes encontramos diversos tipos de slogans que corresponden a temáticas diferentes. En este sentido, el repertorio completo de slogans es muy amplio porque cada persona puede escribir lo que desea en una pancarta (o en cualquier otra superficie), pese a protestar en torno a un mismo derecho. En un intento por reflejar la variedad y la originalidad de los slogans recogidos de las imágenes seleccionadas, hemos agrupado estas frases en diferentes grupos según las reivindicaciones que muestran los slogans. Dichas categorías serán las siguientes:

- Derecho al aborto
- Fin de la violencia machista
- Slogans relacionados con FEMEN (cuando reivindican derechos relacionados con sus integrantes o su modo de reivindicar)
- Otros slogans
- Fin de la homofobia
- Feminismo

A continuación, realizaremos varias tablas en las que expondremos todos los slogans recogidos que correspondan a los grupos arriba enumeradas. Comenzaremos con los slogans del derecho al aborto:

Tabla 5.26. Slogans relacionados con el derecho al aborto que aparecen en las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)
"Aborto es sagrado" "En mi cuerpo mando yo" "Hartas de que mueran mujeres pobres para que las ricas aborten en secreto" "Maternidad libre y deseada" "Abortatzeko eskubidea" "Aborto libre y gratuito" "Gure gorputza, gure erabakia" "Abortua ez da delitua, eskubidea baizik" "Toño fuera de mi coño" "Yo aborto, tú respetas"

"La Virgen María también abortaría"

"Aborto libre"

"Madre libre"

"Obispos, PP, contra la mujer"

"Aborto libre en la Seguridad Social"

"Martxoak 8. Gure askatasuna borrokatuz. El derecho a decidir..."

"En nuestros úteros no se legisla"

"Nuestros cuerpos no se legislan"

"Nuestros derechos no se recortan"

"No me sale de..." (dos flechas indicando sus pechos)

"Derechos-Libertades-Dignidad. Plataforma 8 de marzo"

"Abortaremos en vuestros púlpitos"

"Fuera de mi coño"

"Mi cuerpo mis normas"

"Nosotras decidimos"

"Se están pisoteando los derechos de las mujeres"

"Aborto askea eta doain"

"Por favor, dadme dinero para ir a Londres para abortar"

"Aborto legal"

"PP enemigo de la libertad de las mujeres"

"Abortatzea ez da delitua, eskubidea baizik"

"Embarque para aborto de 1ª clase con destino Londres"

"Maternidad elegida. Yo elijo dónde, cómo y cuándo"

"¿Aborto sí, aborto no? ¡Eso lo decido yo!"

"NO a leyes clericales, machistas y medievales"

"Iglesia y Estado, mi cuerpo es mío"

"Nosotras parimos, nosotras decidimos"

"Aborto libre, la mujer decide"

"El Tren de la Libertad. Porque yo decido"

"Mi cuerpo es mío. No es pecado ni delito"

"No"

"La mujer decide, la sociedad respeta, el Estado garantiza, las iglesias no intervienen"

"Decidir nos hace libres"

"Yo decido"

"El Tren de la Libertad. Mujeres cineastas"

"¿A trabajar a Alemania, y a abortar a Londres?"

"Thanks god I can abort"

"Abortion is sacred"

"Decida la mujer si madre ser"

"Aborto libre, legal, seguro y gratuito"

"Fim da criminalizaçáo da mulher!!! Aborto é um direito"

Total: 51 slogans

Fuente: Elaboración propia

La tabla 5.26., muestra los slogans en torno al derecho al aborto que aparecen en las imágenes objeto de estudio. Estos slogans son los más numerosos, en concreto, hay 51 slogans. A pesar de tener el tema común del derecho al aborto, enfatizan distintos aspectos que tienen que ver con este derecho: en primer lugar, algunos enfatizan el derecho a tomar decisiones sobre el propio cuerpo (por ejemplo, “En mi cuerpo mando yo” o “En nuestros úteros no se legisla”); otros slogans enfatizan la libertad de las mujeres de tomar dicha decisión (“Madre libre” o “Decidir nos hace libres”); otros slogans enfatizan el papel de la religión o de los partidos políticos (“Obispos, PP, contra la mujer” o “Abortaremos en vuestros púlpitos”); otros slogans hacen referencia a la clase social o al status económico de las mujeres que podrían abortar en otros países si se llegase a prohibir en el Estado español (“Por favor, dadme dinero para ir a Londres a abortar” o “¿A trabajar a Alemania, y a abortar a Londres?”); etc.

La siguiente tabla se refiere a los slogans sobre la violencia machista:

Tabla nº 5.27. Slogans relacionados con el fin de la violencia machista que aparecen en las imágenes objeto de estudio (El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014)
"No a la violencia contra las mujeres"
"Erasorik ez erantzunik gabe"
"Where the mind is without fear"
"Eraso sexistei erantzun"
"Indarkeria sexistarik ez!"
"Aurat foundation condemns the killing of Farzana"
"No more honor killing"
"Slut?"
"Puta. Puta o no, no es no"
"Formo parte de una cadena de extorsión y violencia contra las mujeres. ¿De verdad no lo sabes?"
"Paremos la explotación sexual"
"La violencia machista es un crimen. Que te encarcelen por defenderte también"
"Libertad"
"Sexo sin consentimiento es violación"
"Vivimos en una sociedad que enseña a las mujeres como vestirse en vez de enseñar a los hombres a no violar"
"Nada justifica el acoso sexual"
"Quiero sentirme segura aunque esté sola"
"No es no"
"Tú me quieres santa, tú me quieres casta, tú me tienes harta"
"Yo decido con qué me visto y con quién me desvisto"
"Con minifalda o pantalón... respétame cabrón"
"Una mujer mal culeada es culpa de un machista porque la IGUALDAD es disfrute de a 2"
"Soy puta"
"Bring back our girls"
Total: 24 slogans

Fuente: Elaboración propia

La tabla 5.27., muestra los slogans relacionados con la violencia machista. Estos slogans están relacionados no sólo con la violencia (en general) que sufren las mujeres (“Erasorik ez erantzunik gabe”) o con las violaciones (“Sexo sin consentimiento es violación”), sino también con la violencia de cualquier tipo que sufren las mujeres por utilizar determinada ropa (“Con minifalda o pantalón... respétame cabrón”) o por ir solas por la calle (“Quiero sentirme segura aunque esté sola”).

La siguiente tabla muestra los slogans relacionados con FEMEN:

Tabla nº 5. 28. Slogans relacionados con FEMEN que aparecen en las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)
“Naked” “Free Femen” “Free Pauline” “Obama, ayuda” “We don’t need your democracy” "Dictaterror" "My boobs are my bombs" "My only weapon is my body" "Spain needs Femen" "Femen soldada" "Yo soy dios" “Now!” “Revolution” “Free Amina” “Apocalypse by Mursi”
Total: 15 slogans

Fuente: Elaboración propia

La tabla 5.28. muestra los slogans relacionados con el colectivo feminista FEMEN. Hemos decidido crear una tabla específica porque, por un lado, este colectivo tiene un peso relevante en las reivindicaciones y acciones colectivas feministas analizadas en esta investigación (ver tablas 5.22. y 5.23.); y, por otro lado, sus reivindicaciones son de diferentes tipos. En este sentido, los slogans de FEMEN recogidos de las imágenes objeto de estudio se refieren a sus integrantes (“Free Pauline” o “Free Amina”) o a su modo de protestar (“Naked” o “My weapon is my body”).

La siguiente tabla muestra otro tipo de slogans relacionados con los derechos de las mujeres:

Tabla nº 5.29. Otros slogans que aparecen en las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)
"Votes for Women" "Free Pussy Riot" "Do women have to be naked to get into the Met. Museum?" "Less than 5% of the artists in the Museum Art sections are women, but 85% of the nudes are female" "The advantages of being a woman artist" "The birth of feminism" "Equality now!" "...impide la igualdad. Nuestros derechos se defienden. Hetaira" "8 de marzo. Emakumeen eguna"
Total: 9 slogans

Fuente: Elaboración propia

La tabla 5.29 muestra otros slogans con reivindicaciones variadas. Estos slogans están relacionados con el voto de las mujeres, el colectivo feminista ruso *Pussy Riot*, la situación de las mujeres artistas, la igualdad y los derechos de las prostitutas.

He aquí la tabla que muestra los slogans relacionados con la homofobia:

Tabla nº 5.30. Slogans relacionados con la homofobia que aparecen en las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)
"Homofobiarik ez", "No a la homofobia", "Stop homofobia" "Proud to be gay" "African gay not a choice" "All out" "Sport does not discriminate. Support principle" "Olympic sponsors speak out now"
Total: 8 slogans

Fuente: Elaboración propia

La tabla 5.30. muestra los slogans que piden el fin de la homofobia en general ("Homofobiarik ez" o "No a la homofobia"). También encontramos slogans que se refieren a la situación de las personas

homosexuales en África (“African gay not a choice”) y los que hace referencia a la homofobia en el deporte (“Sport does not discriminate. Support principle” o “Olympic sponsors speak out now”).

He aquí la tabla referente a los slogans relacionados específicamente con el feminismo:

Tabla nº 5.31. Slogans relacionados con el feminismo que aparecen en las imágenes objeto de estudio (<i>El Correo, Deia, ABC y El País, 2013-2014</i>)
“Feminismoak aske egiten gaitu” "Feminismo global" “Desde el feminismo ¡ni un paso atrás!” “Els nostres cossos, els nostres drets, joves, lliures, feministes. Desobedients!”
Total: 4 slogans

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, la tabla 5.31. se refiere a los slogans relacionados con el feminismo. Entre estos slogans encontramos las virtudes del feminismo (“Feminismoak aske egiten gaitu”) o los que hacen referencia a lo que debe hacer el feminismo (“Desde el feminismo ¡ni un paso atrás!”), entre otros.

Creemos que la aparición de slogans en las imágenes está directamente relacionada con el tipo de acción colectiva que se muestra en ella. Esto es, algunas acciones colectivas favorecen que haya slogans. Un ejemplo claro son las manifestaciones en las que los slogans suelen estar escritos en pancartas. Este es el caso de las protestas en torno al derecho al aborto, las cuales se han realizado mayoritariamente mediante manifestaciones, pero también a través de exhibiciones del cuerpo desnudo o semidesnudo, ofreciendo testimonio a los medios de comunicación y en concentraciones (tabla 5.23.). Salvo en la acción colectiva en la que se ofrece un testimonio a los periódicos, en las tres acciones colectivas restantes es razonable pensar que habrá más slogans que en cualquier otra protesta.

Pues bien, según la tabla 8.2. (ver ANEXO 1, tabla 8.2.), las acciones colectivas en las que más slogans se utilizan son, por una parte, manifestaciones y, por otra parte, exhibiciones del cuerpo desnudo y semidesnudo en público y concentraciones¹⁸⁹. Concretamente, tenemos 53 imágenes de manifestaciones en las que hay slogans, 34 exhibiciones del cuerpo desnudo o semidesnudo con slogans escritos en él y, por último, 22 imágenes de concentraciones en las que hay slogans.

He aquí algunos ejemplos de slogans en las tres acciones colectivas enumeradas y con reivindicaciones diferentes:

¹⁸⁹ La tabla 8.2. no ofrece directamente esta información. Para calcular el número de imágenes en las que aparece un slogan en cada acción colectiva, hemos restado al total de imágenes con slogans las que imágenes en las que no hay ningún slogan. Por ejemplo, tenemos 68 imágenes en las que aparecen slogans en manifestaciones pero también hay que 15 imágenes de manifestaciones en las que no hay slogans. El resultado de esta resta será el número de manifestaciones con slogans.

Imagen nº 5.123. Ejemplo de imagen en la que aparecen varios slogans, entre ellos, “La mujer decide, la sociedad respeta, el Estado garantiza, las iglesias no intervienen”, en una manifestación por el derecho al aborto en Madrid (1 de febrero de 2014).



Fuente: elpais.com¹⁹⁰

Imagen nº 5.124. Ejemplo de imagen en la que aparece, entre otros, el slogan “Free Femen” en la acción colectiva en la que se muestra el cuerpo desnudo o semidesnudo como herramienta de reivindicación. Activistas de FEMEN protestan ante la embajada de Túnez en Madrid (12 de junio de 2013).



Fuente: elcorreo.com¹⁹¹

¹⁹⁰ Fuente: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/02/01/album/1391251375_627604.html?rel=mas#1391251375_627604_1391257391 [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

¹⁹¹ Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/rc/20130612/mundo/activistas-femen-embajada-201306121301.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Imagen nº 5.125. Ejemplo de imagen en la que aparece el slogan “Eraso sexistei erantzun!” en una concentración en Getaria tras la creciente preocupación por las agresiones machistas ocurridas en fiestas durante este verano (27 de agosto de 2013).



Fuente: Deia

Los slogans relacionados con el derecho al aborto son, como se ha visto en la tabla 5.26, los más numerosos. Este hecho casa perfectamente con la conclusión que habíamos extraído en análisis anteriores: el derecho al aborto es la reivindicación más habitual en las imágenes analizadas (tabla 5.19.). Los slogans inciden, por lo general, en que las mujeres tienen la capacidad de elección (por ejemplo, “En mi cuerpo mando yo”, “Maternidad libre y deseada”, “Gure gorputza, gure erabakia”, “Mi cuerpo mis normas”...), o en que la clase social a la que pertenezcan las obligará a ser madres sin quererlo (“Por favor, dadme dinero para ir a Londres para abortar”, “Embarque para aborto de 1ª clase con destino Londres”, “¿A trabajar a Alemania, y a abortad a Londres?”).

En segundo lugar, los slogans relacionados con la violencia machista también son numerosos (tabla 5.27). Éstos se relacionan con la exigencia de terminar con la violencia contra las mujeres en general (“No a la violencia contra las mujeres”, “Indarkeria sexistarik ez!”...), así como con las violaciones específicamente (“Puta. Puta o no, no es no”, “Sexo sin consentimiento es violación”, “Vivimos en una sociedad que enseña a las mujeres como vestirse en vez de enseñar a los hombres a no violar”, “Quiero sentirme segura aunque esté sola”, “Yo decido con qué me visto y con quién me desvisto”, “Con minifalda o pantalón... respétame cabrón”).

Como hemos apuntado, creemos que la aparición de slogans en las imágenes de prensa está relacionada con el tipo de acción colectiva que se muestra ellas. Por ejemplo, en las imágenes de manifestaciones o concentraciones tienden a aparecer más slogans que en acciones colectivas como acto institucional de apoyo u homenaje a colectivos.

Tras haber analizado todas las variables propuestas en el capítulo 4. *Metodología de la investigación*, en concreto, en el apartado 4.3.3. *Sistema de variables y categorías de análisis*, exponemos las conclusiones extraídas del análisis de los datos del presente capítulo.

6. CONCLUSIONES

Este capítulo tiene como objetivo presentar las conclusiones a las que hemos llegado tras realizar el análisis de los datos. Para ello, expondremos las hipótesis que habíamos determinado en el capítulo 3. *Objetivos e hipótesis de la investigación* y precisaremos, a través de los datos obtenidos en el capítulo anterior, si dichas hipótesis se cumplen o no.

En un último apartado, trataremos de ofrecer una última reflexión en torno a la importancia que otorgan los medios de comunicación analizados a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas; qué periódico digital lo hace de forma más completa; y qué periódico lo hace de forma menos comprometida. Finalmente, haremos referencia a las limitaciones encontradas en la investigación y las posibles investigaciones futuras en torno a esta temática.

A continuación, comenzaremos este capítulo exponiendo, en subapartados, las distintas hipótesis planteadas en esta investigación y sus respectivas explicaciones.

6.1. Subgéneros periodísticos a los que pertenecen las unidades informacionales y las imágenes objeto de estudio

Las unidades informacionales¹⁹² y, por tanto, las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas analizadas en esta investigación, pertenecen a géneros periodísticos concretos. Éstos ejercen como modelos de interpretación o como horizontes de expectativas, es decir, las características específicas de cada género hacen que el/la lector/a adopte una posición intelectual determinada ante el texto. Tal y como planteábamos en el apartado 2.3.2.1.5. *Géneros periodísticos de los periódicos digitales*, los géneros periodísticos pueden ser informativos (noticias y fotogalerías), interpretativos (reportaje), dialógicos (entrevistas) o de opinión (comentario personal). En este caso, lo que nos interesa saber es el subgénero periodístico en el que está inserta la fotografía, por ejemplo, en una noticia, en un reportaje, en una entrevista...

En relación a los subgéneros periodísticos planteábamos la siguiente hipótesis:

Los subgéneros periodísticos a los que pertenecen el mayor número de unidades informacionales sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas y, por tanto, de imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas, son los reportajes y las noticias, y a más distancia las entrevistas. Los subgéneros periodísticos que menos aparecen son las fotogalerías y los comentarios personales.

Esta primera hipótesis se cumple en la investigación que hemos llevado a cabo. El 40,1% de las todas las unidades informacionales recopiladas son noticias; el 37,2% de las unidades informacionales son reportajes; el 14,2% de las unidades informacionales son entrevistas; el 4,9% de las unidades informacionales son fotogalerías; y, finalmente, el 3,6% de las unidades informacionales son comentarios personales.

Por lo tanto, según la hipótesis planteada, las noticias (40,1%) y los reportajes (37,2%) son los más utilizados por los medios analizados, frente a las fotogalerías (4,9%) y los comentarios personales (3,6%).

He aquí dos ejemplos de imágenes de unidades informacionales correspondientes a noticias y a reportajes:

¹⁹² En la prensa digital, las unidades informacionales son las páginas web que ve el/la lector/a cuando *clica* en un titular del periódico digital. En la página web que se le muestra se combinan todos los elementos de una noticia, reportaje, entrevista, comentario personal o fotogalería. Por ejemplo, el texto completo, las fotografías, los videos, los gráficos...

Imagen 6.1. Ejemplo de unidad informacional en forma de noticia: Activistas de FEMEN protestan ante la embajada de Túnez en Madrid (12 de junio de 2013).



Fuente: elcorreo.com¹⁹³

Imagen 6.2. Ejemplo de unidad informacional en forma de reportaje: “Quieren que las mujeres de Gaza vivan en la Edad de Piedra” (6 de junio de 2013).



Fuente: elpais.com¹⁹⁴

¹⁹³ Fuente: http://www.elcorreo.com/vizcaya/rc/20130612/mundo/activistas-femen-embajada-201306121301_.html
[Fecha de consulta: 22 de junio de 2014].

Como avanzábamos en el capítulo del análisis de los datos, pensamos que hay subgéneros periodísticos que tienen más capacidad de análisis que otros. En este sentido, entendemos por capacidad de análisis el estudio de los fundamentos, las relaciones, las causas, los testimonios y las posibles consecuencias de algún acontecimiento de actualidad. Así, tal y como mencionábamos en el apartado 4.3.3.2. *Variables y categorías de análisis*, las noticias son escritos que no contienen ni opinión ni interpretación de ningún tipo. Por el contrario, los reportajes, las entrevistas, los comentarios personales y las fotogalerías tienen capacidad de análisis. En el caso de los reportajes, éstos son trabajos que profundizan en las interioridades de una noticia, así como en las causas y en las consecuencias de algún acontecimiento de actualidad. Además, los reportajes investigan aspectos desconocidos a partir de testimonios oficiales.

Por otra parte, las entrevistas son diálogos dirigidos entre el/la periodista y la persona entrevistada que profundizan en un acontecimiento de importancia. Los comentarios personales son textos de opinión sobre una experiencia personal, una noticia... Finalmente, las fotogalerías son imágenes agrupadas según su temática y tienen, además, un pie de página que completa la información que ofrecen.

Por lo tanto, cuanto más se utilicen los reportajes, las entrevistas, los comentarios personales y las fotogalerías, más importancia estarán dando los medios a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas. Así, si tenemos en cuenta los porcentajes analizados en el capítulo anterior, podemos concluir que, en general, los medios de comunicación analizados dan importancia a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas porque frente al 40,1% de las noticias (que no tienen capacidad de análisis), los demás subgéneros periodísticos (reportajes, entrevistas, fotogalerías y comentarios personales) suman el 59,9% de las unidades informacionales objeto de estudio.

En cuanto a qué subgéneros periodísticos dan más importancia cada medio de comunicación objeto de estudio, en el caso de las noticias, el *Deia* (68,2%) y *El Correo* (67,6%) se hacen eco en mayor medida de noticias referentes a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas. A más distancia, un 56,9% de las unidades informacionales son noticias en el *ABC*, mientras que el 21,2% pertenecen a *El País*.

En cuanto a los reportajes, *El País* es el que más utiliza este subgénero periodístico, en concreto, un 47,8%. A mucha distancia se encuentra *El Correo* con un 26,9% de reportajes.

En el caso de las entrevistas el *ABC* desbanca a *El País*, con un 21,5% (mientras que éste último obtiene un 16,3% de entrevistas). Finalmente, los casos de los comentarios personales y las fotogalerías son más minoritarios en los cuatro periódicos, aunque en ambos es *El País* el periódico que más unidades informacionales de este tipo tiene, 6,1% y 8,7%, respectivamente.

Por lo tanto, a excepción de *El País*, advertimos que en los demás periódicos analizados no se tiende tanto a analizar en profundidad aquellos temas relacionados con los derechos de las mujeres o las personas pertenecientes a colectivos tradicionalmente oprimidos. Por el contrario, se redactan en mayor medida noticias que ofrecen información básica sobre un hecho de actualidad sin opinión ni interpretación.

¹⁹⁴ Fuente: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/06/06/actualidad/1370546751_660110.html [Fecha de consulta: 22 de junio de 2015].

En este sentido, creemos que los reportajes son subgéneros periodísticos fundamentales que nos permiten comprender mejor el funcionamiento de las desigualdades y, en consecuencia, estar en mejor posicionamiento para buscar soluciones. Las entrevistas, las fotogalerías y los comentarios personales, por otro lado, son también subgéneros periodísticos que nos pueden ayudar en este camino. En el caso de las entrevistas, pensamos que nos pueden ayudar a entender el funcionamiento de las desigualdades porque en ellas se puede dar voz a personas expertas en la materia o la supervivientes de una tragedia que puedan ofrecer un testimonio de primera mano.

Por otra parte, en el caso de las fotogalerías, creemos que nos pueden ayudar porque permiten recopilar imágenes distintas de un mismo acontecimiento. De este modo, permiten ofrecer distinta información y distintos puntos de vista de un acto análogo.

Finalmente, en el caso de los comentarios personales, pensamos que nos pueden ayudar a comprender el funcionamiento de las desigualdades porque siguen la senda de las entrevistas (recordemos que los comentarios personales tienden a estar escritos en primera persona) y vierten una opinión o interpretación sobre una experiencia personal, una noticia... y la analizan.

En conclusión, pensamos que es necesario hacer más esfuerzos por analizar, visibilizar y explicar a los/as lectores/as de estos medios las reivindicaciones y las acciones colectivas feministas a través de textos más complejos que simples noticias descriptivas. Creemos, además, tal y como señalábamos en el apartado 2.3.1. *El poder de los medios de comunicación en la sociedad red*, que los medios contribuyen decisivamente a la formación de representaciones colectivas y, en consecuencia, producen cultura. Por lo tanto, los medios de comunicación son agentes de socialización que proporcionan información con la que construimos ideas sobre quiénes somos, qué valor tenemos, qué cuerpo debemos tener, qué ideas debemos tener... Así, los medios de comunicación tienen la responsabilidad social, no sólo de informar a la ciudadanía, sino también de analizar e interpretar los acontecimientos que acurren en la sociedad para favorecer la existencia de personas que puedan vivir en condiciones plenas de igualdad, pese a la multitud de diferencias que puedan existir entre ellas.

6.2. Secciones a las que pertenecen las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas

Las secciones de los medios de comunicación son las agrupaciones de unidades informacionales que hacen los propios medios según la temática (Política, Economía, Sociedad...). El objetivo es facilitar a la persona que lee el periódico la búsqueda de lo que le interesa.

Asimismo, algunas secciones son las mismas en todos los diarios, mientras que otras modifican el nombre o les añaden otras secciones menos importantes.

En relación a las secciones en las que se encuentran las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas planteábamos la siguiente hipótesis:

Las secciones a las que pertenecen mayor número de unidades informacionales sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas y, por tanto, de imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas, son Sociedad (y su sección correspondiente en la prensa autonómica o local, Local), Gente/Estilo/Moda/Gente&Estilo/Gente y TV, Cultura/Kultura y Blogs.

Esta segunda hipótesis se cumple en la investigación que hemos llevado a cabo. La sección Sociedad/Gizartea es la sección en la que más unidades informacionales e imágenes aparecen, concretamente, el 26,1%. Esta sección trata de los sucesos ocurridos en el país al que pertenece el periódico. En segundo lugar, de las imágenes objeto de estudio, el 20% se encuentran en la sección denominada Gente/Estilo/Moda/Gente&Estilo/Gente y TV. En esta sección aparece información referente a personas famosas (cantantes, actores, actrices...) y a algún hecho que les haya ocurrido o hayan llevado a cabo.

En tercer lugar, encontramos las unidades informacionales y las fotografías que aparecen en Blogs, en concreto, el 11,3%. Esta sección recoge las publicaciones, de carácter personal, de personas que guardan algún tipo de relación con el medio, pudiendo ser ésta profesional o no. En cuarto lugar, a una distancia considerable, la sección Local es la que más imágenes posee, en concreto, el 6,4%. Esta sección pertenece a un periódico local por lo que se refiere a los hechos noticiosos ocurridos en el País Vasco. A más distancia, tanto la sección Cultura como Más actualidad obtienen un porcentaje parecido de imágenes, 5,4% y 5,1%, respectivamente. En cuanto a la sección Cultura, ésta recoge temas relativos al teatro, cine, música, bellas artes, radio, libros... y recoge tanto acontecimientos nacionales como internacionales.

En cuanto a las secciones que aparecen en cada uno de los periódicos analizados, los datos se encuentran muy fragmentados. Podemos ver que las tendencias generales se repiten en la mayoría de los periódicos pero tiende a haber alguna excepción. Por ejemplo, en el caso de la sección de Sociedad/Gizartea, muchas de las imágenes de *Deia*, de *El País* y de *El Correo* aparecen en esta sección; sin embargo, apenas el 1,5% de las imágenes del ABC corresponden a la sección de Sociedad/Gizartea.

El caso contrario ocurre con la segunda sección que más imágenes contiene: Gente/Estilo/Moda/Gente&Estilo/Gente y TV. En ella, es *Deia* el único periódico que no tiene ninguna imagen en esta sección, mientras que los demás medios digitales analizados tienen unos porcentajes relativamente altos (28,2% de imágenes *El País*; 21,5% de imágenes el ABC; 7,4% de imágenes *El Correo*).

Como conclusión, pensamos que las reivindicaciones y acciones colectivas feministas se encuentran situadas en los medios de comunicación analizados en las secciones *soft*, es decir, Sociedad,

Gente/Estilo/Moda/Gente&Estilo/Gente y TV, Local y Cultura. En lo referente a la sección Gente/Estilo/Moda/Gente&Estilo/Gente y TV, por ejemplo, las unidades informacionales e imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas son incluidas en dicha sección debido a la identidad del sujeto que lleva a cabo la reivindicación o la acción colectiva, es decir, porque es una persona famosa. En este sentido, pensamos que, si bien es cierto que es importante que las personas famosas se impliquen en problemáticas sociales, las unidades informacionales e imágenes sobre estos hechos no deberían ser incluidos en una sección que da más importancia a quién lleva a cabo la reivindicación o la acción colectiva feminista que a la reivindicación o acción colectiva feminista en sí misma.

En cuanto a las secciones *hard*, vemos que apenas tienen representación estadística entre las unidades informacionales seleccionadas para el análisis. Este hecho nos lleva a pensar, una vez más, que los medios analizados no consideran fundamentales (al no incluirlas en secciones importantes de los periódicos) las reivindicaciones y las acciones colectivas llevadas a cabo por los derechos de las mujeres y de los colectivos tradicionalmente oprimidos. Un ejemplo claro son las reivindicaciones y acciones colectivas feministas sobre el derecho al aborto. En lo que a las secciones se refiere, esta reivindicación no se incluye en la sección de Política. En este sentido, pensamos que la sección Política es la única sección que representa la importancia del derecho al aborto y, por lo tanto, las reivindicaciones y acciones colectivas dirigidas a exigir dicho derecho deberían estar incluidas en esa sección. Así, creemos que, al no ser incluidas en la sección Política, los medios de comunicación analizados no consideran las reivindicaciones y acciones colectivas relativas al derecho al aborto como centrales ni como políticas, aunque existiera, en el Estado español, en los años 2013 y 2014, un peligro real de volver a una legislación más restrictiva que la de 1985. De acuerdo con esto, merece la pena recordar que el derecho al aborto ha sido una reivindicación central del feminismo en EEUU, América Latina y Europa, a partir de la década de los setenta del siglo XX. En el caso del Estado español, tal y como analizábamos en el apartado 2.2.3.2.2.2. *Huellas de la acción colectiva feminista en el Estado español*, éste comenzó a reivindicarse públicamente en los años de la transición, aunque no fue hasta 1985 cuando comenzó a despenalizarse parcialmente al establecer que el aborto no era punible si la vida, la salud física o psíquica de la madre corrían peligro a lo largo del embarazo. Hubo que esperar, sin embargo, hasta 2010 para que la ley de 1985 fuera modificada y los derechos de las mujeres ampliados (se estableció un periodo de 14 semanas de libre elección, aunque se suprimió la posibilidad de abortar en cualquier momento del embarazo por problemas de salud de la madre).

Finalmente, en 2012, el Partido Popular (PP) anunció su intención de modificar la ley para volverla más restrictiva que la de 1985. El anteproyecto de la ley afirmaba que el aborto era un delito, con dos excepciones: que el embarazo fuese fruto de una violación (sólo alegable en las primeras 12 semanas) o que generase un grave peligro para la vida o salud física o psíquica de la madre. Asimismo, se suprimía el aborto por malformaciones fetales muy graves y las menores necesitarían permiso materno/paterno para abortar. Tras numerosas protestas de colectivos feministas y no feministas, el gobierno dio marcha atrás en septiembre de 2014, aunque la ley de 2010 se modificó en un aspecto: las menores que quieras abortar deben tener el consentimiento materno/paterno.

Así pues, teniendo en cuenta la importancia del derecho al aborto, entre otros derechos también fundamentales, creemos que los medios de comunicación analizados deben prestar más atención a en qué secciones incluyen las reivindicaciones y acciones colectivas feministas, ya que esa simple elección revela si consideran o no importantes las reivindicaciones y acciones colectivas feministas.

6.3. Autoría de las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas

La autoría de las imágenes se refiere a quién ha creado las imágenes que aparecen en las unidades informativas. La autoría de la fotografía se define en torno a la información que ofrece su pie de fotografía. En este caso, nos interesa conocer el sexo de la persona que saca la imagen, sin embargo, en muchas ocasiones, el pie de fotografía no ofrece dicha información. Por lo tanto, en las ocasiones en las que no hemos podido saber si la imagen ha sido generada por un hombre o una mujer, nos hemos fijado en la fuente de la imagen, es decir, de dónde viene la fotografía, por ejemplo, de una agencia de fotografías, del archivo del propio periódico, de internet, de otros lugares o no se especifica...

En relación a la autoría de las imágenes planteábamos la siguiente hipótesis:

Las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas son realizadas por hombres en mayor medida que por mujeres. Asimismo, los periódicos analizados se sirven de imágenes que provienen de agencias de fotografías y videos extraídas de redes sociales para ilustrar las unidades informativas sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas.

Esta tercera hipótesis se cumple en la investigación que hemos llevado a cabo. El 26,5% de las imágenes son llevadas a cabo por hombres. Por el contrario, las realizadas por mujeres son el 4%. Por otra parte, en el 25% de las imágenes analizadas no consta quién las ha realizado o de dónde se han cogido, lo cual no deja de ser sorprendente, ya que resulta llamativo que no se cite la fuente de la que se ha tomado la imagen.

Además, vemos que el 25,2% proviene de agencias de fotografías o videos; el 10,7% de las fotografías analizadas han sido aglutinadas bajo el término Otras debido a su variada procedencia (centros específicos de fotografía, museos, centros en los que realizan conferencias; capturas de televisión; organismos oficiales, institucionales y/o políticos; empresas comerciales o grupos de comunicación;...); el 5,6% de las imágenes han sido extraídas de internet (*Twitter, Facebook, Instagram, Youtube,...*); el 2,2% de las imágenes objeto de estudio han sido extraídas del servicio de archivo o documentación del periódico; y, finalmente, el 0,7% de las imágenes objeto de estudio han sido realizadas tanto por un hombre como por una mujer.

Por lo tanto, concluimos, por una parte, que la presencia de las mujeres fotógrafas es anecdótica en los medios analizados, mientras que las fotografías que realizan los hombres tienen una presencia significativamente mayor (4% frente al 26,5%). Tal y como apuntábamos en el apartado 2.3.2.2.4. *Estudios fundamentales sobre la representación de las mujeres en las imágenes*, nuestra conclusión sigue claramente los pasos de otra investigación, considerada pionera en el Estado español, llevada a cabo por Gallego en el año 1998: en dicha investigación titulada *Género i informació* (1998) se concluyó que había un 6,55% de mujeres fotógrafas, frente a un 39,67% de hombres fotógrafos.

Las razones por las que hay menos mujeres fotógrafas que hombres fotógrafos pueden ser de distintos tipos. En nuestro caso, pensamos que la fotografía, como muchos ámbitos de la sociedad todavía hoy, está copada por hombres y, por lo tanto, la entrada de mujeres es dificultosa.

Llama la atención, finalmente, el bajo número de imágenes que se toman de las redes sociales y de las páginas web, cuando, parece, que internet y los *smartphones* (dotados de cámaras de fotografías) han entrado de lleno en las vidas de la ciudadanía. De hecho, en apartado 2.3.2.2.3. *Fotografías de prensa*

digitales en la era de internet, apuntábamos, siguiendo el estudio de Ruiz del Olmo y Bustos (2016), el aumento del uso de las fotografías en las redes sociales con fines informativos. En este sentido, entendíamos que parece que aumenta la tendencia de utilizar imágenes en *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*... con otra forma más de comunicación mediática. Sin embargo, a pesar esta nueva tendencia, los medios de comunicación analizados toman apenas un 5,6% de las imágenes totales de reivindicaciones y acciones colectivas feministas de redes sociales para ilustrar las unidades informacionales. Pensamos que tomar imágenes de internet para ilustrar las unidades informacionales será una tendencia muy generalizada en los medios de comunicación del futuro, aunque en la actualidad su uso sea residual.

6.4. Campos reivindicativos de las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas

Los campos reivindicativos son los ámbitos hacia los que se orientan las reivindicaciones que aparecen en las fotografías objeto de estudio. Los campos reivindicativos pueden ser de la familia, de la educación, del laboral...

En relación a los campos reivindicativos de las imágenes planteábamos las siguientes dos hipótesis:

En general, a los campos reivindicativos que más importancia se les da en las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas son los siguientes: campo de la igualdad de derechos plenos en general; campo de la salud sexual y reproductiva; campo de la libertad de orientación e identidad sexual; y campo de la cultura.

Por periódicos, el campo de la igualdad de derechos plenos en general es el que más aparece en todos los periódicos analizados. El segundo campo que más aparece en todos los periódicos analizados es el campo de la salud sexual y reproductiva, salvo en el ABC.

Tanto la cuarta como la quinta hipótesis se cumplen en la investigación que hemos llevado a cabo. En primer lugar, en cuanto a la hipótesis que plantea los campos reivindicativos a los que más importancia dan los cuatro medios de comunicación analizados, el campo de la igualdad de derechos plenos en general es el más relevante. Este campo reivindicativo se refiere a aquellas injusticias específicas que sufren las mujeres por el simple hecho de ser mujeres, y que suponen y han supuesto históricamente, una vulneración sistemática de sus Derechos Humanos. Este campo aglutina el 40,8% de las imágenes analizadas. He aquí un ejemplo de imagen referente a este campo reivindicativo:

Imagen nº 6.3. Ejemplo de imagen perteneciente al campo reivindicativo de la igualdad de derechos plenos en general: El concurso de Miss Iowa pasa de los estereotipos (12 de junio de 2013).

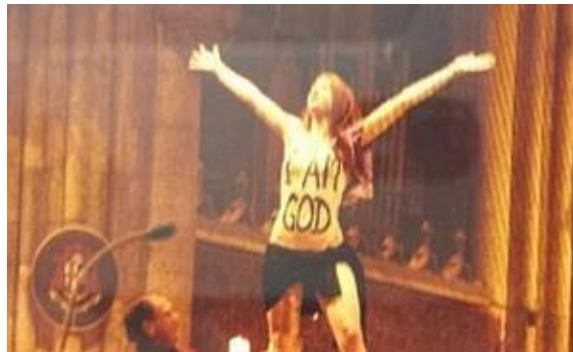


Fuente: elpais.com¹⁹⁵

¹⁹⁵ Fuente: http://elpais.com/elpais/2013/06/12/gente/1371055365_235677.html [Fecha de consulta: 5 de febrero de 2016].

El siguiente campo que más aparece es el de la salud sexual y reproductiva con un 21,4%. En este campo encontramos reivindicaciones que hacen referencia a derechos en torno a una vida sexual segura y satisfactoria, derecho al aborto, derecho a la información y acceso a métodos de regulación de la fertilidad, etc. He aquí un ejemplo de imagen referente a este campo reivindicativo:

Imagen 6.4. Ejemplo de imagen perteneciente al campo reivindicativo de la salud sexual y reproductiva: Una activista de FEMEN irrumpió en la catedral de Colonia para protestar contra las posiciones antiabortistas del Vaticano (25 de diciembre de 2013).



Fuente: elcorreo.com¹⁹⁶

Por otro lado, se encuentra el campo de la cultura artística que abarca reivindicaciones realizadas en ámbitos como la fotografía, las producciones audiovisuales (cine, series de televisión, documentales, música...), la pintura, la moda, etc. Este campo obtiene el 11,6% de las imágenes. He aquí un ejemplo de imagen referente a este campo reivindicativo:

Imagen 6.5. Ejemplo de imagen perteneciente al campo reivindicativo de la cultura: Cate Blanchett acusa a la industria del cine de discriminar a las mujeres (16 de mayo de 2014).



Fuente: elpais.com¹⁹⁷

¹⁹⁶ Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/rc/20131225/mundo/femen-colonia-201312251711.html> [Fecha de consulta: 3 de febrero de 2017].

¹⁹⁷ Fuente: http://cultura.elpais.com/cultura/2014/05/16/actualidad/1400257862_097646.html [Fecha de consulta: 3 de febrero de 2017].

A poca distancia encontramos otros dos campos: por un lado, el de la libertad de orientación e identidad sexual con el 8,2% de las imágenes, y que se refiere a la lucha por los derechos de las personas homosexuales y transexuales para lograr unas condiciones de igualdad real respecto a las personas heterosexuales.

En segundo lugar, en cuanto a la hipótesis que plantea los campos reivindicativos a los que más importancia da cada periódico objeto de estudio, observamos que todos ellos dan al campo de la igualdad de derechos plenos en general más importancia que a los demás (*ABC* 50,8%; *El País* 41%; *El Correo* 37%; y *Deia* 36,4%).

Por otra parte, el segundo campo reivindicativo al que más importancia dan los periódicos analizados, excepto el *ABC*, es el campo de la salud sexual y reproductiva. En este campo contrasta la diferencia entre el *Deia* (34,8%), *El Correo* (25%) y *El País* (20,8%) respecto al *ABC* (4,6%).

Como apuntábamos en el apartado del análisis de las imágenes, creemos que la importancia que cada periódico otorga a los campos que hemos creado y descrito en esta investigación responde a la ideología que cada uno de ellos profesa. Esto se ve claramente en el periódico *ABC* que otorga mayor importancia al campo de la igualdad de derechos en general (50,8% de las imágenes), al familiar (16,9% de las imágenes) y al cultural (7,7% de las imágenes), mientras que relega los campos de la salud sexual y reproductiva (4,6% de las imágenes), del feminismo (3,1% de las imágenes), de la educación (3,1% de las imágenes), de la libertad de orientación e identidad sexual (1,5% de las imágenes) y de la vida política (0% de las imágenes).

Por lo general, los otros tres periódicos analizados siguen el camino contrario al *ABC* y, además, encontramos pocas diferencias entre ellos en lo que a los campos reivindicativos se refiere. Y es que, los medios de comunicación restantes dan mayor importancia al campo de la salud sexual y reproductiva (*Deia* 34,8% de las imágenes; *El Correo* 25% de las imágenes; *El País* 20,8% de las imágenes) y al campo de la libertad de orientación e identidad sexual (*El Correo* 15,7% de las imágenes; *Deia* 10,6% de las imágenes; *El País* 6,4% de las imágenes).

En conclusión, podemos afirmar que el periódico digital *ABC* es el medio más conservador respecto a las reivindicaciones tradicionales y básicas del feminismo. En cambio, *El País*, *El Correo* y *Deia* muestran claramente su posición de apoyo al feminismo tanto en el campo de la salud sexual y reproductiva como el de la libertad de orientación e identidad sexual.

6.5. Sexo de las personas que aparecen protestando en las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas

En este caso, nos interesa conocer el sexo al que pertenecen la mayoría de las personas que aparecen reivindicando en las imágenes objeto de estudio. En este sentido, hemos tenido en cuenta el sexo de las personas que reivindican y no el sexo de todas las personas que aparecen en la imagen, aunque a veces ha coincidido. En el caso de que la imagen mostrase a aquellas personas culpables de que un derecho fuese a ser eliminado o personas que hayan realizado un acto hostil contra las mujeres, se ha tenido en cuenta el sexo de todas las personas que aparecían en la fotografía, sin distinción.

En relación al sexo de las personas que aparecen reivindicando en las imágenes planteábamos la siguiente hipótesis:

En cuanto al sexo, en la mayoría de las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas protestan mujeres.

Esta sexta hipótesis se cumple en la investigación que hemos llevado a cabo. La mayoría de las personas que protestan por los derechos de las mujeres o de colectivos tradicionalmente oprimidos son las propias mujeres, en concreto, el 76,8%. En ciertas imágenes protestan la misma cantidad de hombres y de mujeres, en un 6,7% de los casos. Y en otras imágenes no se aprecia qué sexo predomina (generalmente, porque hay muchas personas de todos los sexos), lo que ocurre en un 7,3% de los casos.

Si se suman las tres categorías, vemos que el porcentaje asciende a un 90,8. Lo que ratifica que hay una amplia mayoría de imágenes en las que las mujeres tienen un papel fundamental en las protestas feministas, normalmente como protagonistas. He aquí un ejemplo de imagen en la que aparecen más mujeres que hombres protestando:

Imagen nº 6.6. Ejemplo de fotografía en la que hay más mujeres protestando: varias decenas de personas se concentran para mostrar su rechazo al ataque sufrido ayer por una mujer (10 de octubre de 2013).



Fuente: elcorreo.com¹⁹⁸

¹⁹⁸ Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/20131010/local/convocan-concentracion-trapagaran-repulsas-201310101519.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Finalmente, los hombres aparecen con mayor frecuencia que las mujeres en un 7,8% de las imágenes (es decir, en 43 fotografías). En este sentido, hemos introducido una categoría denominada “A favor de los derechos de las personas homosexuales, transexuales e intersexuales”. Por lo tanto, en el caso de los hombres, hay que tener en cuenta que pueden aparecer en las imágenes reivindicando los derechos de las mujeres o reivindicando sus propios derechos como personas homosexuales o transexuales.

Por periódicos, se mantiene que sean en mayor medida las mujeres las que protestan por sus derechos: en el caso de *El País*, esto ocurre en el 75,3% de las imágenes de este periódico; en el *ABC* en el 80%; en el *Deia* en el 78,8% de las imágenes; y finalmente, en *El Correo* en el 77,8% de las imágenes.

Por lo tanto, concluimos que los datos confirman que son las mujeres las que más aparecen en los medios analizados reivindicando sus derechos y llevando a cabo acciones colectivas. El feminismo está formado principalmente por mujeres, con reivindicaciones y experiencias de vida muy diferentes, tal y como apuntábamos en el apartado 2.2.2.1. *Los sujetos del feminismo*. En este sentido, apuntábamos que muchos debates se han centrado en si las feministas deben poner el acento en lo que les une o en lo que les separa. En este caso, entendemos que lo que une a las feministas (sean éstas de la raza que sean, de la religión que sean, del género que sean, de la orientación sexual o de la identidad sexual que sean) es la lucha contra el patriarcado, es decir, contra las diferentes fuentes estructurales de desigualdad que normalizan unas formas de ser, de actuar o de vivir sobre otras.

Por lo tanto, debido a que a las personas tradicionalmente oprimidas (mujeres, personas homosexuales, personas transexuales, personas migradas,...) les une una opresión específica por el hecho de pertenecer a colectivos que históricamente no han tenido ni derechos ni poder, y que han estado sometidos a un sujeto opresor (hombres, personas heterosexuales, personas cisgénero, personas nacidas en un lugar,...), es natural que sean ellas las principales protagonistas de las reivindicaciones y las acciones colectivas feministas. En este sentido, las mujeres protestan, no sólo por sus derechos como mujeres en una sociedad patriarcal, sino también por sus derechos como mujeres homosexuales en una sociedad que define la heterosexualidad como norma, por sus derechos como mujeres negras en una sociedad racista, etc.

6.6. Edad de las personas que aparecen protestando en las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas

En cuanto a la edad, nos interesa saber en qué rango de edad se encuentran las personas que protestan en las imágenes seleccionadas. El objetivo no es conocer la edad exacta (de hecho, en algunas ocasiones es imposible), sino más bien conocer el rango de edad en el que se encuentran las personas que reivindican los derechos de las mujeres y de otros colectivos tradicionalmente oprimidos. De esta forma, podremos dividir a estas personas en cuatro grandes grupos: niños/as o adolescentes (menores de 18 años), jóvenes (entre 19 y 35 años), adultos/as (entre 36 y 55 años) y personas mayores (más de 55 años).

En ocasiones, en los textos que acompañan a las fotografías, se hace constar la edad de las personas que aparecen (sobre todo, si son famosas o si se está haciendo un retrato de su vida). Sin embargo, en otras ocasiones no consta la edad, por lo que estableceremos unas categorías lo suficientemente amplias para cubrir el margen de error.

En relación a la edad de las personas que aparecen reivindicando en las imágenes planteábamos la siguiente hipótesis:

En cuanto a la edad, en la mayoría de las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas protestan mujeres jóvenes (entre 19 y 35 años) y adultas (entre 36 y 56 años).

Esta séptima hipótesis se cumple en la investigación que hemos llevado a cabo. En el 38,1% de las imágenes aparecen personas jóvenes (entre 19 y 35 años). En segundo lugar, el 20,5% de las imágenes corresponden a imágenes en las que aparecen personas de distintos rangos de edad, por ejemplo, personas adultas con personas mayores, o niños/as con adultos/as. En tercer lugar, a poca distancia, se encuentran las fotografías en las que aparecen personas adultas (entre 36 y 55 años), en concreto, en un 17,8%.

Por lo tanto, en la mayoría de las imágenes objeto de estudio aparecen mujeres que tienden a ser, generalmente, mujeres jóvenes (entre 19 y 35 años), y no mujeres adultas (entre 36 y 55 años) o mayores (más de 55 años). He aquí un ejemplo de una imagen en la que aparece una mujer joven reivindicando un derecho:

Imagen nº 6.7. Ejemplo de fotografía en la que aparece una persona joven (tiene 27 años, tal y como se dice en el texto de la unidad informativa): Crystal Renn, la supermodelo que desafía a la báscula (15 de junio de 2013).



Fuente: elpais.com¹⁹⁹

No es sencillo aventurar razones por las que sean las mujeres jóvenes las que más espacio tengan en las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas. Podemos pensar, por un lado, que las mujeres jóvenes tienden a tener más visibilidad en los medios de comunicación debido a que la juventud es uno de los pilares que sustenta el canon de belleza occidental. Los medios de comunicación, en general, reflejan ese canon y lo reproducen. En este sentido, tal y como analizábamos en el apartado 2.3.2.2.4. *Estudios fundamentales sobre la representación de las mujeres en las imágenes*, la investigación llevada a cabo por Marín y Ganzabal (2010) también concluía afirmando que, en los medios de comunicación analizados (*El País* y *El Mundo*), las mujeres fotografiadas cumplen con la norma de ser jóvenes y bellas; mientras que las mujeres mayores no tienen prácticamente cabida, algo que sí ocurre con los hombres mayores.

Por otro lado, creemos que quizá las mujeres jóvenes salen más a las calles a protestar en la medida en que tienen menos responsabilidades familiares que les *obliguen* a realizar numerosas tareas domésticas y que, por lo tanto, no puedan centrarse en la acción colectiva.

¹⁹⁹ Fuente: <http://smoda.elpais.com/moda/crystal-renn-la-supermodelo-que-desafia-a-la-bascula/> [Fecha de consulta: 19 de julio de 2017].

6.7. Lugar geográfico al que se refieren las reivindicaciones de las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas

Este apartado tiene como objetivo conocer los lugares concretos a los que hacen referencia las reivindicaciones de las imágenes objeto de estudio.

En relación al lugar geográfico al que se refieren las imágenes planteábamos la siguiente hipótesis:

La mayoría de las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas se refieren a reivindicaciones o acciones colectivas de todas las mujeres del mundo, es decir, sin distinción de lugar geográfico.

Esta octava hipótesis se cumple en la investigación que hemos llevado a cabo. Los datos muestran que un 34,7% de las imágenes se refieren, en general, a reivindicaciones que se hacen en torno a los derechos de todas las mujeres o de las personas tradicionalmente oprimidas del mundo, esto es, no se hace distinción, ni en la propia fotografía ni en las unidades informacionales, a países o a zonas concretas.

Imagen nº 6.8. Ejemplo de imagen que se refiere a las reivindicaciones que se hacen en torno a los derechos de las mujeres del conjunto del planeta: en busca de la naranja entera, deconstruyendo el amor romántico (14 de febrero de 2014).



Fuente: elpais.com²⁰⁰

Las demás fotografías se refieren a reivindicaciones feministas de otros lugares, por ejemplo, las que se refieren específicamente al Estado español son el 33,2% de las imágenes, el 4,7% aluden a las reivindicaciones de las mujeres de EEUU; el 2,5% aluden a las de Rusia...

Por continentes, dejando de lado las imágenes que se refieren a todas las mujeres y a todos los colectivos tradicionalmente oprimidos (34,7%), el 38,3% de las imágenes se refieren a reivindicaciones y acciones colectivas feministas de Europa; el 11,4% de las imágenes se refieren a América; el 9,1% de las imágenes se refieren a Asia; y, finalmente, el 6,5% de las imágenes se refieren a África.

²⁰⁰ Fuente: http://elpais.com/elpais/2014/02/14/mujeres/1392354000_139235.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Por lo tanto, la mayoría de las imágenes objeto de estudio se refieren a las reivindicaciones o acciones colectivas feministas de todas las mujeres y de todos los colectivos tradicionalmente oprimidos del mundo. Pensamos que es importante que los medios de comunicación analizados no hagan distinciones de lugares geográficos en lo que a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas se refiere. En este sentido, creemos que es importante dar un mensaje de unidad, no se trata únicamente de las mujeres o de otros colectivos tradicionalmente oprimidos occidentales, se trata de los derechos de todas las mujeres y de todos los colectivos tradicionalmente oprimidos, sean éstos del lugar que sean.

Aun así, pensamos que es lógico que un gran número de imágenes de reivindicaciones y acciones colectivas feministas se refieran a mujeres y a colectivos tradicionalmente oprimidos de Europa, en concreto, del Estado español y del País Vasco. El hecho de que un número tan alto de imágenes haga referencia a las protestas que suceden en dichos lugares es razonable ya que es precisamente de donde son los periódicos objeto de estudio.

Asimismo, no sorprende en exceso que sea América la tercera zona a la que más se refieren las imágenes sobre reivindicaciones y acción colectiva feminista. EEUU, modelo de la cultura occidental, es el país americano que más protagonismo tiene entre las imágenes objeto de estudio. Pensamos que este dato no sorprende porque EEUU es, no sólo una de las potencias principales mundiales, sino también es el país hacia el que se dirigen nuestros ojos cuando hablamos de la igualdad de los seres humanos (lo que no significa que dicha igualdad exista).

Finalmente, Asia y, sobre todo, África son los continentes que menos protagonismo tienen entre las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas. Tal y como ocurría con EEUU, éste no es un hecho que sorprenda, sobre todo en el caso de África. Ambos continentes suelen ser, pensamos, los grandes olvidados, donde las mujeres y los colectivos tradicionalmente oprimidos más marginados y violentados están pero a los que menos espacio otorgamos en los medios de comunicación occidentales. En este sentido, mucho menos espacio otorgamos a grupos feministas asiáticos o africanos que están plantando batalla frente a prácticas desiguales y violentas.

6.8. Reivindicaciones feministas en las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas

Entendemos por reivindicaciones feministas aquellas reclamaciones de la justicia a la que creen tener derecho las mujeres u otros colectivos tradicionalmente oprimidos, por ejemplo, las personas homosexuales o transexuales. Las reivindicaciones feministas son muy amplias y cambian de un contexto histórico y geográfico a otro.

En relación a las reivindicaciones feministas que aparecen en las imágenes planteábamos la siguiente hipótesis:

La igualdad de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida, el derecho al aborto y el fin de la violencia machista son las tres grandes reivindicaciones de las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas.

Esta novena hipótesis no se cumple en la investigación que hemos llevado a cabo. Es decir, las tres grandes reivindicaciones feministas no son exactamente las que aparecen en la hipótesis. Las reivindicaciones más frecuentes en los periódicos seleccionados se encuentran muy fragmentadas. En primer lugar, destaca la reivindicación del derecho al aborto que aparece en un 14,7% de las fotografías; en segundo lugar, en un 9,6% de las imágenes la reivindicación central es la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida; a poca distancia, se encuentra la reivindicación que hace referencia a la necesidad social de denunciar las agresiones y discriminaciones que sufren las mujeres, en un 9,4% de las imágenes; en un 8,6% de las imágenes encontramos que la reivindicación es que las mujeres deben poder decidir sobre su propio cuerpo sin ser juzgadas por ello (ir vestidas como quieran; tener relaciones sexuales con quien quieran; que la sociedad no imponga cánones de belleza imposibles e insanos,...); la denuncia de la necesidad de terminar con la violencia contra las mujeres ocupa el 7,8% de las imágenes seleccionadas; etc.

He aquí algunos ejemplos de imágenes de las tres reivindicaciones que más aparecen en las imágenes analizadas:

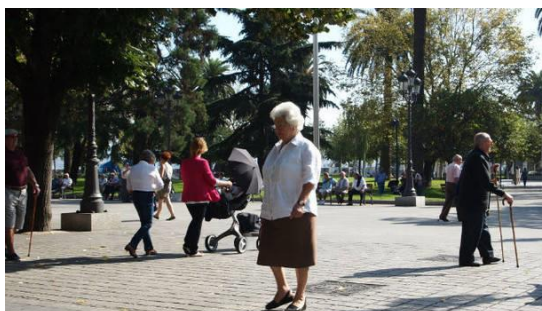
Imagen nº 6.9. Ejemplo de imagen en la que se reivindica el derecho al aborto: simulación de abortos en directo para protestar contra el anteproyecto de ley del PP (30 de enero de 2014).



Fuente: elcorreo.com²⁰¹

²⁰¹ Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/v/20140130/margen-izquierda/abortos-directo-contra-reforma-20140130.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Imagen nº 6.10. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la igualdad real de hombres y mujeres en todos los ámbitos de la vida: Santurtzi se vuelva con la integración y la igualdad (8 de marzo de 2014).



Fuente: deia.com²⁰²

Imagen nº 6.11. Ejemplo de imagen en la que se reivindica la necesidad de denunciar las agresiones y discriminaciones que sufren las mujeres: Laura Bates crea el proyecto *Everyday Sexism Project*, una plataforma que anima a las mujeres a denunciar cualquier tipo de conducta agresiva contra ellas (24 de junio de 2013).



Fuente: elpais.com²⁰³

Algunas de estas reivindicaciones coinciden con las expuestas en la parte teórica de esta investigación, en concreto, en el apartado 2.2.3.1. *Reivindicaciones feministas en la actualidad*²⁰⁴. La reivindicación que más se repite en las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas, el derecho al aborto, aparece en el grupo de reivindicaciones sobre *Incidencia política y participación ciudadana de las mujeres*. Esta reivindicación viene redactada de la siguiente manera: *Es imprescindible el derecho efectivo de las mujeres a decidir sobre su propio cuerpo, desde un enfoque crítico con el*

²⁰² Fuente: <http://www.deia.com/2014/03/08/bizkaia/margen-izquierda-encartaciones/santurtzi-se-vuelca-con-la-integracion-y-la-igualdad> [Fecha de consulta: 22 de julio de 2015].

²⁰³ Fuente: http://elpais.com/elpais/2013/06/21/eps/1371807860_167336.html [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

²⁰⁴ Las reivindicaciones feministas del apartado teórico han sido extraídas de la publicación *Reivindicaciones feministas para una ciudadanía transformadora* (2010) realizada por HEGOA y ACSUR.

Las reivindicaciones feministas del apartado metodológico, y sobre las cuales hemos extraído los datos a analizar y las conclusiones, no tienen por qué coincidir con las del apartado teórico. Las reivindicaciones feministas del apartado metodológico fueron extraídas a la vez que íbamos extrayendo las unidades informacionales y las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas de los periódicos digitales objeto de estudio.

heterosexismo y la heteronormatividad. Creemos que esta reivindicación, extraída de la guía *Reivindicaciones feministas para una ciudadanía transformadora* (2010), hace referencia a diversas reivindicaciones, no únicamente al derecho al aborto. Por ejemplo, puede hacer referencia a la siguiente reivindicación (la cuarta que más se repite en las imágenes objeto de estudio): las mujeres deben poder decidir sobre su propio cuerpo sin ser juzgadas por ello, esto es, pueden ir vestidas como quieran, tener relaciones sexuales con quien quieran...). Es por esta razón, porque hemos visto la necesidad de concretar en ocasiones las reivindicaciones de dicha guía, por la que las reivindicaciones del apartado metodológico no coinciden con las expuestas en el apartado teórico de esta investigación.

En el caso de la segunda reivindicación que más se repite en las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas, ésta se refiere a la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida. En el apartado teórico de las reivindicaciones feministas, es decir, en la guía utilizada para dicho fin, no se hace referencia a la igualdad de hombres y mujeres. Creemos que, a pesar de que no hubiera estado de más referirse a ella explícitamente, el propio título de la guía ya se refiere a la igualdad. De hecho, cada vez que se escribe el término *feminismo* se refiere a la igualdad de todos los seres humanos.

En el caso de la tercera reivindicación que más se repite en las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas, encontramos la que hace referencia a la necesidad de denunciar las agresiones y discriminaciones que sufren las mujeres. Esta reivindicación se incluye en el grupo del apartado teórico *Incidencia política y participación ciudadana de las mujeres* de la siguiente forma: Es imprescindible la garantía efectiva del derecho a una vida libre de todo tipo de violencias para las mujeres, tanto en el ámbito privado como en el ámbito público. En este sentido, la última reivindicación que más se repite, la necesidad de terminar con la violencia contra las mujeres, también se puede incluir en dicha reivindicación del apartado teórico.

Por otra parte, por periódicos, *El Correo* y *Deia* coinciden en dar más importancia que a ninguna otra a la reivindicación del derecho al aborto (*Deia*, 33,3%; *El Correo*, 28,7%). Por su parte, para *El País*, el derecho al aborto es la segunda reivindicación a la que más importancia otorga (19,6% de las imágenes), después de la necesidad de denunciar las agresiones y las discriminaciones hacia las mujeres (22,8% de las imágenes). El *ABC*, por su parte y como ya adelantábamos en la tabla 5.9., es el periódico digital que apenas da importancia al derecho al aborto (3,1% de las imágenes). Para este medio, las reivindicaciones más importantes son: la lucha por la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida (32,3% de imágenes); la visibilización de las situaciones de machismo diario que sufren muchas mujeres (15,4% de las imágenes).

Así las cosas, concluimos que los dos periódicos vascos tienen en común el hecho de haber priorizado entre sus reivindicaciones el derecho al aborto y la igualdad de derechos de la comunidad homosexual y transexual. En el caso de los periódicos nacionales, por el contrario, apenas tienen alguna reivindicación en común. Si acaso, coinciden en dar un lugar parecido al rechazo a la violencia machista, aunque *El País* contiene más imágenes en relación a este tema.

Además, creemos que es importante tener en cuenta que *El País* es en el único diario en el que están presentes todas las reivindicaciones. Este medio digital va más allá de los meros análisis sobre la igualdad de mujeres y hombres, y se esfuerza por estudiar temáticas a las que los/as lectores/as no están acostumbrados/as a leer en los periódicos, a pesar de ser temas que la teoría feminista viene considerando y analizando desde hace tiempo. En este sentido, tenemos varios ejemplos de esto: en

primer lugar, la reivindicación que se refiere a terminar con las convenciones tradicionales del género, reivindicación que supone un 11,5% del total de imágenes analizadas de *El País*. En segundo lugar, la reivindicación correspondiente a la necesidad de poner fin a los aspectos religiosos patriarcales que son hostiles con las mujeres, lo que supone un 5,4% del total de imágenes analizadas de *El País*.

Finalmente, el *ABC*, en contraposición a los otros tres periódicos digitales analizados, apenas cuenta con un 3,1% de imágenes que se refieren al derecho al aborto y a favor de los derechos de la comunidad homosexual y transexual. Pensamos que su conservadurismo está detrás de la ausencia de reivindicaciones en este sentido. Así, este medio se centra en reivindicar la igualdad de mujeres y hombres y deja de lado aspectos más concretos de dicha igualdad como son el derecho al aborto o los derechos de las personas homosexuales y transexuales.

En conclusión, podemos afirmar que el periódico digital *ABC* es el medio más conservador respecto a las reivindicaciones del feminismo. En cambio, *El País*, *El Correo* y *Deia* muestran más claramente su posición de apoyo al feminismo en las reivindicaciones del derecho al aborto y la igualdad de derechos de la comunidad homosexual y transexual.

6.9. Razones por las que surgen las reivindicaciones en las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas

Las reivindicaciones y, por ende, las acciones colectivas se dan como respuesta a situaciones de injusticia social. El objetivo de este apartado es averiguar, brevemente, los porqués de las reivindicaciones y de las acciones colectivas feministas.

En relación a las razones por las que se llevan a cabo las reivindicaciones feministas que aparecen en las imágenes planteábamos la siguiente hipótesis:

En las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas se reivindica principalmente por cuestiones que tienen que ver con conseguir unos derechos que nunca se han tenido.

Esta décima hipótesis se cumple en la investigación que hemos llevado a cabo. El 67,7% de las reivindicaciones que aparecen en las imágenes objeto de estudio se dan debido a la necesidad de conseguir unos derechos que nunca se han tenido o que nunca han sido efectivos. Como hemos explicado, en las sociedades formalmente igualitarias los derechos de las personas son los mismos sea cual sea su sexo, su raza, su orientación sexual, su clase social, etc.; sin embargo, eso no significa que todas las personas vivan en condiciones plenas de igualdad. Por lo tanto, incluimos en este grupo reivindicaciones que tienen que ver con la denuncia de la violencia contra las mujeres, la violencia hacia personas homosexuales o transexuales, la exclusión de las mujeres de los lugares de toma de decisión, la representación de las mujeres como objetos sexuales...

He aquí un ejemplo de imagen referente a la lucha de las mujeres por conseguir un derecho que nunca han tenido:

Imagen nº 6.12. Ejemplo de imagen en la que las mujeres luchan por conseguir un derecho que nunca han tenido, por ejemplo, la necesidad de dejar de juzgar a las mujeres por su aspecto físico, algo que históricamente ha sido atribuido a las mujeres (la belleza, la elegancia...): la foto de Rosea Lake se convirtió en viral al poner de manifiesto cómo se juzga moralmente a las mujeres en función de su vestimenta (17 de octubre de 2013).



Fuente: elpais.com²⁰⁵

²⁰⁵ Fuente: <http://smoda.elpais.com/moda/un-documental-para-que-no-me-llames-puta/> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Por otra parte, y a más distancia, el 21,1% de las imágenes se refieren a la lucha por mantener un derecho que se intenta eliminar o se ha eliminado. La mayor parte de ese porcentaje se refiere a la lucha por el derecho al aborto que pretendía recortar el gobierno del PP en el Estado español; sin embargo, en un número inferior, también hay otras reivindicaciones que entran en este grupo (por ejemplo, en Arabia Saudí se ha prohibido por ley a las mujeres conducir vehículos).

Según apuntábamos en el apartado 2.2.3.2.1. *Definición y clasificaciones previas de la acción colectiva feminista*, el carácter de las acciones colectivas feministas puede ser reactivo, si defiende derechos adquiridos que están siendo puestos en cuestión por las autoridades u otros grupos, o proactivo, si plantea reivindicaciones nuevas (Tilly, 1981; visto en Del Moral, 2012: 42-43). Por lo tanto, en las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas, podemos decir que el 21,1% de las imágenes se refieren a acciones colectivas feministas reactivas, ya que en ellas se defienden derechos previamente adquiridos que las autoridades pretenden eliminar o reducir.

Además, un 6,5% de las imágenes corresponden a protestas contra un suceso concreto. Con esta categoría hemos querido señalar que, si ese suceso no hubiera ocurrido, las protestas y las acciones colectivas tampoco. Por ejemplo, el asesinato de una mujer en Bilbao o la violación en grupo y la posterior muerte de una joven en la India. Por otra parte, el 3,4% de las imágenes objeto de estudio hace referencia a la lucha por la visibilidad y el reconocimiento del papel que cumplen las mujeres en un ámbito concreto de sus vidas. Finalmente, el 1,3% de las imágenes corresponden al fortalecimiento del empoderamiento de las mujeres.

En conclusión, los datos nos llevan a pensar que la mayoría de las reivindicaciones y acciones colectivas que se reflejan en los medios de comunicación seleccionados y llevadas a cabo por mujeres o por grupos tradicionalmente oprimidos, tienen como propósito luchar por unos derechos que nunca se han tenido. Estos derechos son de diversa índole: en ocasiones, nos referimos a derechos políticos (aquellos que tienen que ver con la actividad política), pero la mayoría de las veces nos referimos a cuestiones sociales o culturales del día a día y que no por ello dejan de ser importantes (que las mujeres puedan llevar la ropa que deseen sin ser juzgadas por ello, que puedan ir por la calle sin miedo a sufrir ataques de cualquier tipo, que los matrimonios de personas del mismo sexo sean considerados iguales que los de personas de distintos sexos...).

6.10. Acciones colectivas feministas en las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas

En esta investigación entendemos por acción colectiva feminista aquella desplegada por grupos de mujeres o de colectivos tradicionalmente oprimidos unidas en virtud de unas identidades comunes que plantean reivindicaciones nuevas o no aceptadas, utilizando todas las estrategias y actividades a su alcance frente a las autoridades o a otros grupos. Dichas actividades representan una amenaza al orden establecido debido al repertorio que utilizan para su consecución, al contenido de sus demandas, a su intención declarada o bien a todos esos elementos juntos.

En relación a las razones por las que se llevan a cabo las reivindicaciones feministas que aparecen en las imágenes planteábamos la siguiente hipótesis:

Las imágenes objeto de estudio reflejan en mayor medida aquellas acciones colectivas que ellos mismos realizan (análisis del medio de comunicación y testimonio individual o colectivo que el diario estima importante). También reflejan aquellas que son más conocidas por la ciudadanía (manifestaciones).

Esta última hipótesis se cumple en la investigación que hemos llevado a cabo. Las acciones colectivas que más aparecen en los diarios seleccionados son el análisis del propio medio, en un 21,8% de las imágenes, y el testimonio individual o colectivo que el diario estima importante, en un 21,2% de las imágenes. En cuanto al primero, se trata de un análisis más o menos profundo, amplio y complejo que realiza el medio de un hecho que considera desigualitario e injusto. Puede aparecer algún testimonio pero será siempre una pequeña parte del análisis, es decir, un complemento.

En cuanto al segundo, el testimonio individual o colectivo que el diario estima importante trata de reflejar las palabras de, normalmente, una persona (aunque pueden ser más de una) que haya vivido en primera persona la situación que se pretende denunciar. El objetivo es conocer de primera mano lo que supone vivir esa situación. En esta acción colectiva el testimonio es central, apenas hay análisis (a no ser que lo haga la persona que está ofreciendo su testimonio) por parte del medio de comunicación.

En tercer lugar, encontramos la manifestación, en un 12,2% de las imágenes. Las manifestaciones son marchas de grupos de personas en la esfera pública que pretenden ejercer influencia política, social y/o cultural sobre las autoridades, la opinión pública o los/as propios participantes, mediante la expresión disciplinada y pacífica de una opinión o demanda. Las manifestaciones son la forma de protesta principal que tienen los movimientos sociales en nuestros días para darse a conocer. En el caso de esta investigación, podemos ver que se cumple, ya que las dos acciones colectivas más utilizadas (el análisis del propio medio y el testimonio individual o colectivo que el diario estima importante) han sido creadas exclusivamente para esta investigación por basarnos en la prensa escrita y en la información que ésta nos otorga. Sin embargo, si tenemos en cuenta las definiciones tradicionales de las acciones colectivas, vemos que también en nuestra investigación las manifestaciones continúan siendo las formas de protesta más utilizadas por los movimientos sociales para llevar a cabo sus reivindicaciones.

He aquí algunos ejemplos de imágenes en los que se utilizan las acciones colectivas citadas (análisis del medio, testimonio individual y manifestaciones):

Imagen nº 6.13. Ejemplo de análisis del medio de comunicación en el que se reivindica la necesidad de denunciar las agresiones y discriminaciones hacia las mujeres: la presión por ceñirse al canon de delgadez lleva, y más a las mujeres, a cometer locuras (25 de agosto de 2013).



Fuente: elpais.com²⁰⁶

Imagen nº 6.14. Ejemplo de testimonio individual que el medio considera importante en el que se reivindica la igualdad real de hombres y mujeres en todos los ámbitos de la vida: *El Correo* distingue como alavesa de octubre a Begoña Muruaga, fundadora del Fórum Feminista María de Maeztu que cumple 25 años (16 de noviembre de 2013).



Fuente: elcorreo.com²⁰⁷

²⁰⁶ Fuente: <http://smoda.elpais.com/belleza/dietas-aberrantes-lo-que-sea-por-ese-cuerpo/> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

²⁰⁷ Fuente: <http://www.elcorreo.com/vizcaya/v/20131116/alava/luchadora-igualdad-20131116.html> [Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

Imágenes nº 6.15. Ejemplo de imagen en la que las mujeres llevan a cabo una manifestación para reivindicar el derecho a decidir lo que quieran hacer con su cuerpo si ser juzgadas por ello: las calles de Quito (Ecuador) se llenaron de mujeres y hombres luchando contra la violencia de género y la sociedad patriarcal en la denominada Marcha de las Putas (4 de abril de 2014).



Fuente: elpais.com²⁰⁸

Si cruzamos las reivindicaciones con las acciones colectivas feministas, se utiliza el análisis del medio para reivindicar la necesidad de denunciar las agresiones y las discriminaciones hacia las mujeres (esto ocurre en el 4,4% de las imágenes que utiliza el medio para analizar situaciones que considera injustas); en segundo lugar, se pretenden visibilizar las situaciones de machismo diario que sufren las mujeres (en un 3,8% de las imágenes); en tercer lugar, se quiere terminar con las convenciones tradicionales de género (en un 3,4% de las imágenes).

Se utiliza el testimonio individual o colectivo que el diario estima importante para reivindicar: en primer lugar, la lucha por la igualdad real de mujeres y hombres en todos los ámbitos de la vida (esta reivindicación aparece en el 4,9% de los testimonios individuales o colectivos que los diarios estiman importantes); en segundo lugar, la necesidad de denunciar las agresiones y las discriminaciones hacia las mujeres (en el 4,5% de las imágenes); en tercer lugar, las mujeres deben poder decidir sobre su propio cuerpo (en el 4,4% de las imágenes).

Se utilizan las manifestaciones para reivindicar lo siguiente: el derecho al aborto, en concreto, el 8,7% del total de imágenes en las que aparecen personas manifestándose; en segundo lugar, decidir sobre su propio cuerpo, esto es, libertad para decidir por ellas mismas cómo ir vestidas o con quién tener relaciones sexuales, por ejemplo, sin que ello suponga que vayan a ser juzgadas (2% del total en las que salen las mujeres manifestándose); en tercer lugar, denunciar la culpabilización de las víctimas de violencia machista por defenderse (1,5% de las imágenes); y para denunciar las situaciones de machismo diario que sufren muchas mujeres (1,5% de las imágenes).

En conclusión, el cruce de datos de las reivindicaciones con las acciones colectivas da como resultado unos porcentajes muy fraccionados, por lo que establecer conclusiones a grandes rasgos resulta complicado. Aun así, podemos concluir que los medios de comunicación analizados reflejan en

²⁰⁸ Fuente: http://elpais.com/elpais/2014/04/04/album/1396626048_736412.html#1396626048_736412_1396626300
[Fecha de consulta: 5 de octubre de 2016].

sus textos e imágenes numerosas reivindicaciones y acciones colectivas, aunque no todos los medios lo hacen en la misma proporción y, evidentemente, no todos los medios consideran importantes las mismas reivindicaciones, como hemos visto, por ejemplo, con el derecho al aborto (mientras que, para *El País*, *Deia* y *El Correo* es una reivindicación principal, para el *ABC* la reivindicación es la contraria). En este sentido, se pueden llevar a cabo acciones colectivas de distinto tipo para hacer una misma reivindicación, lo que sin duda servirá para darle más relevancia y, probablemente, más espacio en los medios de comunicación. Además, cuanto más relevante considere un medio de comunicación que es una reivindicación más espacio le otorgará, y por lo tanto más acciones colectivas aparecerán reflejadas en dicho medio.

6.11. Últimas cuestiones

Esta investigación partió del objetivo general de analizar las reivindicaciones y las acciones colectivas feministas a través de las fotografías de la prensa digital española (*El País* y *ABC*) y vasca (*El Correo* y *Deia*) más consultada por los/as lectores/as en los años 2013 y 2014.

Con la intención de presentar dicho análisis de una forma original y diferente decidimos estudiar las imágenes de prensa, y no el texto escrito. Para ello, diseñamos una metodología de análisis específica, basándonos en algunas cuestiones que se compilaban en otras investigaciones. Sin embargo, pronto descubrimos que las investigaciones realizadas en torno a las imágenes de prensa han sido muy escasas, y mucho más escasas han sido las que habían sido enfocadas desde un punto de vista feminista. Por lo tanto, esta tesis doctoral ha sido un primer acercamiento a este tema que esperamos que sirva para que otras personas comiencen o amplíen sus propios análisis.

En este último apartado del capítulo de *Conclusiones*, queremos ofrecer una última reflexión en torno a la importancia que otorgan los medios de comunicación analizados a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas; qué periódico digital lo hace de forma más completa; y qué periódico lo hace de forma menos comprometida. Finalmente, haremos referencia a las limitaciones encontradas en la investigación y las posibles investigaciones futuras en torno a esta temática.

6.11.1. Reflexiones finales en torno a las imágenes objeto de estudio

En este apartado nos referiremos, por un lado, a si los medios de comunicación otorgan o no importancia a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas a través de las variables analizadas en esta investigación y, por otro lado, concluiremos qué periódico otorga más importancia a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas y las razones que nos llevan a pensarlo.

En primer lugar, creemos que, de forma general, los cuatro medios de comunicación digitales analizados (*El País*, *ABC*, *El Correo* y *Deia*) dan importancia a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas. Hemos llegado a esta conclusión debido a los resultados que han reflejado las siguientes variables:

- Elementos multimedia adicionales de las unidades informacionales: el 46,5% de las unidades informacionales van acompañadas de más de una imagen. Este hecho parece indicarnos que casi la mitad de las unidades informacionales son consideradas lo suficientemente importantes como para publicarlas con más de un elemento multimedia.
- Tipología de las fotografías: el 35% de las imágenes son retratos fotografías informativos de las personas protagonistas de las imágenes y el 27,4% de las imágenes son fotografías que cumplen en papel de noticias. Ambas tipologías dan información importante al/la lector/a para que entienda con mayor precisión el texto, lo que sin duda otorga importancia a la temática sobre la que versa la unidad informacional.

- Luz de las imágenes: los porcentajes entre las imágenes realizadas en el exterior y las realizadas en el interior son prácticamente iguales (44,3% y 55,2%, respectivamente).
- Tipos de planos de las imágenes: los medios de comunicación analizados tienden a escoger entre las imágenes más contextualizadoras (es decir, planos más abiertos como los planos generales o los planos americanos) y las más concretas (es decir, planos más cerrados como los primeros planos o los planos medios-cortos).
- Tipos de ángulos de las imágenes: el ángulo más utilizado, sin duda alguna, es el ángulo horizontal o normal (en el 92% de las imágenes). Este ángulo sugiere igualdad respecto a la persona que aparece en la imagen.
- Cantidad de personas que protestan en las imágenes: los medios de comunicación seleccionados tienden a fotografiar a las mujeres que reivindican sus derechos solas o con otra persona (64,6% de las imágenes). Las razones pueden ser muy diversas, aunque podemos aventurar que quizá les interesa centrarse en pocas personas y dar detalles de ellas, o profundizar en las problemáticas que se describen en la unidad informacional entrevistando a pocas personas (y por lo tanto haciéndoles las fotos sólo a ellas).
- Perfil de las personas que aparecen protestando: la mayoría son mujeres jóvenes (entre 19 y 35 años) (ver tabla 5.15.). En concreto, el 77% de las personas que protestan son mujeres, y el 38% son jóvenes.
- Posición de las personas protagonistas de las imágenes: en el 69,7% de las imágenes las personas protagonistas aparecen en un primer plano, lo que les confiere importancia.
- Protagonistas de las imágenes: el 46,8% de las imágenes aparecen personas anónimas reivindicando y en el 33,6% aparecen personas conocidas por su empleo, activismo...
- Lugar geográfico al que hacen referencia las reivindicaciones: el 34,7% de las imágenes se refieren a reivindicaciones de mujeres de todo el mundo, mientras que el 33,2% se refieren a las del Estado español.

Sin embargo, pese a creer que los medios de comunicación dan importancia a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas, encontramos algunas variables que son, este sentido, más ambiguas. Es por eso por lo que pensamos que los medios en cuestión deberían prestar más atención a estos aspectos y, así, dar importancia a las unidades informacionales en torno a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas:

- Escenario en el que se han tomado las imágenes: en el 41,4% de las imágenes no se aprecia ni el medio de comunicación específica dónde ha sido tomada la imagen, y en el 32,1% de las imágenes se aprecia que ha sido tomada en la calle, sin más especificación.
- Características de las acciones colectivas feministas: el 85% de las imágenes son acciones colectivas institucionalizadas. Sin negar la importancia de las acciones colectivas institucionalizadas, el feminismo tiende a realizar numerosas acciones colectivas simbólicas que los medios de comunicación analizados no reflejan en sus páginas. Pensamos que sería de gran importancia que trataran de reflejar ambos aspectos en unos porcentajes más equilibrados.
- Símbolos que aparecen en las imágenes: en el 85% de las imágenes no se aprecian símbolos que representen la ideología o las reivindicaciones de las personas que aparecen en las imágenes.

- Slogans que aparecen en las imágenes: en el 67% de las imágenes no se aprecian slogans que representen la ideología o las reivindicaciones de las personas que aparecen en las imágenes.

Sin embargo, y como es lógico, los cuatro medios de comunicación no dan la misma importancia a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas. Teniendo los citados aspectos en cuenta, además de las conclusiones extraídas de las hipótesis planteadas en el *capítulo 3. Objetivos e hipótesis de la investigación*, creemos que *El País* es el periódico que más importancia da a las cuestiones que tienen que ver con el feminismo y, en concreto, con las reivindicaciones y la acción colectiva. Creemos que esto se demuestra en varios aspectos. En primer lugar, el número de unidades informacionales y de imágenes recopiladas de *El País* es muy superior a los de los otros periódicos. En este sentido, de *El País* extrajimos 312 imágenes (lo que se correspondía con el 56,6% de las imágenes totales); de *El Correo* extrajimos 108 imágenes (lo que suponía el 19,6% de las imágenes totales); de *Deia* extrajimos 66 imágenes (lo que se correspondía con el 12% de las imágenes totales); y, finalmente, del *ABC* extrajimos 65 imágenes (lo que suponía el 11,8% de las imágenes totales). Estos datos evidencian la importancia que *El País* otorga a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas.

Podríamos pensar que el hecho de que en *El País* haya más unidades informacionales sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas no tiene por qué significar que dicho medio esté más comprometido con el feminismo de lo que lo están los otros tres medios. O, dicho de otra forma, la cantidad no tiene por qué significar calidad. Sin embargo, en este caso pensamos que la cantidad y la calidad de las unidades informacionales recopiladas de *El País* cumplen con el compromiso hacia el feminismo. En este sentido, y, en segundo lugar, todas las reivindicaciones feministas recopiladas en esta investigación se encuentran presentes en *El País*. En tercer lugar, los subgéneros periodísticos que más capacidad de análisis tienen (a saber, los reportajes, las entrevistas, las fotogalerías y los comentarios personales) aparecen en mayor medida en *El País*, mientras que el que menos capacidad de análisis tiene (las noticias) aparecen más en *Deia* (68,2% de las imágenes de este periódico son noticias), *El Correo* (67,6% de las imágenes de este periódico son noticias) y *ABC* (56,9% de las imágenes de este periódico son noticias).

En cuarto lugar, en cuanto a las reivindicaciones que más importancia se les otorga en los medios analizados, resulta complicado, por no decir imposible, establecer qué reivindicaciones son más importantes. Para cada persona unas reivindicaciones tienen más peso que otras, y esto puede deberse a diferentes motivos (experiencias personales, sensibilidad específica hacia una determinada cuestión...). Aun así, pensamos, en este sentido, que debido al contexto que se estaba viviendo en el Estado español en los años 2013 y 2014, el derecho al aborto debe ser una de las reivindicaciones principales, además del fin de la violencia machista y la igualdad de mujeres y hombres en todos los ámbitos de la vida (aspectos básicos defendidos por el feminismo históricamente). Así, *El País* otorga importancia a estas reivindicaciones, entre las que están las que acabamos de citar: necesidad de denunciar las agresiones y discriminaciones hacia las mujeres (22,8% de las imágenes); el derecho al aborto (19,6% de las imágenes); la decisión de las mujeres sobre su propio cuerpo (19,6% de las imágenes); terminar con la violencia machista (12,8% de las imágenes); terminar con las convenciones sociales tradicionales de género (11,5% de las imágenes); la lucha por la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida (10,9% de las imágenes); etc.

En lo que respecta a los restantes tres periódicos digitales, hemos encontrado algunas cuestiones que nos llevan a pensar que deben de profundizar en el feminismo y, en concreto, en la importancia que otorgan a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas. Sin embargo, entre estos tres periódicos el que destaca por ser el que menos importancia da a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas es el *ABC*. Este periódico, entre los cuatro analizados, es el que menos unidades informacionales tiene desde una perspectiva feminista (ver tabla 5.1.). En concreto, apenas el 11,8% de las unidades informacionales totales recopiladas corresponden a dicho periódico.

En cuanto a las secciones en las que aparecen las imágenes sobre reivindicaciones y acciones colectivas feministas (ver tabla 5.5.), el 21,5% de ellas se encuentran en la sección Gente/Estilo/Moda/Gente&Estilo/Gente y TV, y el 16,9% se encuentran en la sección Familia.

En cuanto a los campos reivindicativos en las que más imágenes aparecen, todos los periódicos, incluido el *ABC*, otorgan más importancia al campo de la igualdad de derechos plenos en general (*ABC* 50,8%; *El País* 41%; *El Correo* 37%; y *Deia* 36,4%). Sin embargo, en este punto terminan todas las similitudes entre el *ABC* y los demás medios de comunicación analizados.

Mientras que los demás medios de comunicación otorgan, en segundo puesto, importancia al campo de la salud sexual y reproductiva, el *ABC* apenas le dedica el 4,6% de las imágenes.

Y es que, como avanzábamos en el capítulo 5. *Análisis de los datos obtenidos*, este último periódico ha mostrado claramente su posición de apoyo al anteproyecto de ley del gobierno del PP de 2013. De hecho, la gran mayoría de las unidades informacionales del *ABC* pedían una nueva legislación más restrictiva en torno al aborto, y es por esta razón por la que todas esas publicaciones han quedado fuera de esta investigación: porque no habían sido creadas desde una posición feminista, sino desde la contraria, desde una posición conservadora y de reducción de los derechos de las mujeres²⁰⁹. Y, por otro lado, el *ABC* también ha mostrado su posición en cuanto al aborto al no publicar ninguna fotografía de las acciones colectivas que las mujeres han organizado para exigir sus derechos, pero sí publicar las que algunos colectivos realizaban en contra, es decir, manifestaciones provida.

Asimismo, el *ABC* no sólo muestra su rechazo a la libertad de elección de las mujeres sino que apenas encontramos una imagen (esto es, una unidad informacional) que se refiere al campo de la libertad de orientación e identidad sexual, mientras que los demás periódicos analizados tienen en este campo más fotografías (*El Correo*, 15,7%; *Deia*, 10,6%; *El País*, 6,4%). En este sentido, en el *ABC* la única unidad informacional que hace referencia al campo de la libertad de orientación e identidad sexual es la que describe el tradicional desfile del Orgullo Gay de Madrid. Dicha unidad informacional centra su atención en el cambio de recorrido que sufrió la manifestación en 2013²¹⁰, tal y como apuntábamos en el apartado 5.5. *Campos reivindicativos a los que se refieren las fotografías*.

²⁰⁹ Recordemos que uno de nuestros criterios metodológicos para la elección de las fotografías objeto de estudio era que estuviesen insertas en una unidad informacional con perspectiva feminista, es decir, que se reivindicasen los derechos de las mujeres y de otros colectivos tradicionalmente oprimidos para conseguir unos derechos que no se han alcanzado o que necesitan ser ampliados, mejorados o simplemente ejercidos en el día a día.

²¹⁰ Fuente: <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/2013/07/07/090.html> [Fecha de consulta: 6 de febrero de 2015].

Continuando con los campos reivindicativos del *ABC*, encontramos otro dato de interés que lo aleja de nuevo de los otros tres periódicos analizados. Y es que el *ABC* obtiene el porcentaje más alto en lo que correspondiente al campo familiar, en concreto, un 16,9% de las imágenes analizadas de este periódico corresponden a dicho campo. En este sentido, el 16,9% de las imágenes de este periódico corresponden a la sección Familia; mientras que los demás diarios apenas le conceden alguna unidad informacional al campo familiar (*El País*, 1,9%; *El Correo*, 0,9%; *Deia*, 0%).

Otro aspecto del *ABC* que llama la atención y que desentona respecto a los demás medios de comunicación analizados es el que se refiere al sexo de las personas que protestan en las imágenes objeto de estudio (ver tabla 5.14.). El *ABC* da más que ningún otro medio espacio a los hombres para que reivindiquen sobre aspectos feministas (mientras que en *El País* aparecen en un 8% de las imágenes, en *El Correo* en un 3,7% de las imágenes y en *Deia* en un 7,6% de las imágenes, en el *ABC* los hombres aparecen en un 13,8% de las imágenes).

Finalmente, siguiendo con lo que ya atisbábamos con los campos reivindicativos, el *ABC* otorga importancia a las reivindicaciones feministas más políticamente correctas entre sus lectores/as (lo cual no significa que no sean importantes), mientras que deja de lado cuestiones tan importantes como el derecho al aborto (3,1% de las imágenes) o la lucha a favor de los derechos de la comunidad homosexual y transexual (3,1% de las imágenes). Así, este medio otorga importancia a la lucha por la igualdad real de hombres y mujeres en todos los aspectos de la vida (32,3% de imágenes); la visibilización de las situaciones de machismo diario que sufren muchas mujeres (15,4% de las imágenes); acabar con la infrarrepresentación de las mujeres en cualquier ámbito de la sociedad (13,8% de las imágenes); terminar con la violencia machista (7,7% de las imágenes); etc.

Por lo tanto, todas estas cuestiones que hemos planteado nos llevan a pensar que el *ABC* es el medio que menos importancia otorga a las reivindicaciones y acciones colectivas feministas, mientras que *El País* es el que más importancia les otorga. Los medios de comunicación restantes, *El Correo* y *Deia*, mantienen un equilibrio entre *El País* y el *ABC*, lo que les lleva a mantener posiciones más neutrales.

En el siguiente apartado comentaremos las limitaciones encontradas en esta investigación.

6.11.2. Limitaciones de la investigación

Esta investigación ha contado con algunos problemas y limitaciones que hemos intentado sortear de la forma más rigurosa posible. En primer lugar, el problema más complicado al que nos hemos enfrentado ha sido, como hemos apuntado en varias ocasiones, el depender de lo que los medios de comunicación decidan guardar de sus ediciones online, así como el tiempo que decidan guardarlo. En este sentido, cuando comenzamos a buscar las entradas de los periódicos que nos interesaban en sus respectivas hemerotecas, encontramos varios problemas que, en determinados casos, imposibilitaban el análisis tal y como lo habíamos planteado. El problema principal fue que habíamos establecido analizar las ediciones digitales de varios periódicos; sin embargo, la hemeroteca del *ABC* no guarda sus entradas online, sino que guarda lo que ha publicado en papel, en formato pdf. Por lo tanto, la única salida fue revisar todos los periódicos de la edición escrita en formato pdf (que se encontraban online) para buscar aquellas entradas que nos interesaban.

Unido a este problema, *Deia* tan sólo guarda en su hemeroteca digital los datos de, aproximadamente, los últimos dos años. Cuando procedimos a realizar la búsqueda en su hemeroteca, descubrimos que faltaban cuatro meses del periodo que nos habíamos marcado (de junio a septiembre de 2013). Por lo tanto, la única salida fue acudir a una hemeroteca física y revisar las ediciones escritas del *Deia* (en soporte de DVD).

El segundo problema vino como consecuencia de lo anterior. Es decir, teníamos una mayoría amplia de entradas objeto de análisis que venían de una fuente digital pero otras tantas venían de la edición en papel. Por lo tanto, algunas categorías de análisis diseñadas en un principio únicamente para lo digital, no podían ser analizadas porque en las entradas extraídas de la edición en papel no tenían sentido. Entre esas categorías que tuvimos que desechar estaba, por ejemplo, si aparecía o no una fotografía en la portada o el lugar que ocupaba ésta (y la noticia a la que complementaba) en la portada digital del medio en cuestión y, unido a esto, la relevancia que el medio otorgaba a dicha noticia.

Otra de las dificultades a la que nos hemos enfrentado ha sido no disponer de una metodología para el análisis de las imágenes de prensa. Llegamos a esta conclusión tras hacer una búsqueda exhaustiva en numerosas investigaciones y, finalmente, tuvimos que diseñar la metodología de acuerdo a las cuestiones que queríamos conocer.

Finalmente, la última dificultad ha sido que los datos obtenidos del análisis estaban muy fragmentados y este hecho ha dificultado poder extraer conclusiones que fueran concluyentes.

A continuación, comentaremos las investigaciones futuras que, en nuestra opinión, podrían llevarse a cabo en este ámbito.

6.11.3. Posibles investigaciones futuras

En cuanto a las investigaciones que pueda llevar a cabo en el futuro, pienso que hubiera sido interesante poder realizar un análisis simbólico o connotativo de las imágenes. Esta investigación se ha centrado en las cuestiones que pueden verse en las fotografías de prensa (análisis denotativo) o que pueden leerse en los diferentes tipos de texto que las acompañan. Sin embargo, como he apuntado en el apartado 2.3.2.2.1. *¿Qué es una imagen?*, en las fotografías existen convenciones que hacen que las veamos como representaciones parciales de la realidad (Zunzunegui, 1984: 222). En este sentido, las imágenes no solo son lo que vemos sino también lo que la sociedad y la cultura nos enseña a ver en ellas.

Por lo tanto, creemos que analizar los aspectos connotativos de las imágenes puede sacar a relucir otras cuestiones de las que en esta investigación no he sido consciente.

Pensando en el futuro, la investigación en el marco del feminismo me resulta apasionante. Me gustaría poder seguir investigando en relación al feminismo y a los medios de comunicación. Creo que el mundo está viviendo una *marcha atrás* en materia de derechos de las mujeres, de las personas homosexuales y transexuales, de las personas migradas, de las personas musulmanas, de las personas pobres... Y los medios de comunicación tienen un papel muy importante en su contribución tanto a informar a las masas como a desinformarlas, en función de sus intereses.

Por tanto, creo que aplicar una perspectiva feminista a todas esas realidades tan diferentes pero a la vez tan iguales (en cuanto a la discriminación y a la intolerancia), resultaría beneficioso para la sociedad, para las personas que buscan cambios y para las que actúan para llevarlos a cabo.

7. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA DE CONSULTA

7.1. Bibliografía

Abreu, Carlos (1997): *Los géneros periodísticos fotográficos*. Barcelona, Editorial CIMS.

Abril, Natividad (1994): *Las mujeres en la prensa diaria vasca: Protagonistas, temáticas, tratamiento periodístico. Estudio comparativo de los mensajes publicados en los diarios Deia, Egin, El Correo Español/El Pueblo Vasco y La Gaceta del Norte*. Leioa, Universidad del País Vasco. Tesis doctoral, director: Iñaki Zabaleta.

Abril, Gonzalo (2007): *Análisis crítico de textos visuales. Mirar lo que nos mira*. Madrid, Síntesis.

Ackelsberg, Martha (2006): *Mujeres libres. El anarquismo y la lucha por la emancipación de las mujeres*. Barcelona, Virus editorial.

Almuiña, Celso (2001): "La prensa en el País Vasco en el siglo XX", en Pizarroso, A.; Martínez, A.; Almuiña, C.; Montes, F.J. y otros (2001): *Periodismo y periodistas. De las gazetas a la Red*. Barcelona, Sociedad Estatal España Nuevo Milenio y Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, pp. 135-151.

Alonso, Sonia; Volkens, Andrea y Gómez, Braulio (2012): *Análisis de contenido de textos políticos. Un enfoque cuantitativo*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.

Amorós, Celia (1997): *Tiempo de feminismo. Sobre feminismo, proyecto ilustrado y postmodernidad*. Madrid, Cátedra.

Amorós, Celia y De Miguel, Ana (2005): "Introducción", en Amorós, Celia y De Miguel, Ana (eds.) (2005): *Teoría feminista: de la Ilustración a la globalización. De la Ilustración al segundo sexo*. Madrid, Minerva Ediciones, pp. 13-90. Volumen 1.

Amorós, Celia y Cobo, Rosa (2005): "Feminismo e Ilustración", en Amorós, Celia y De Miguel, Ana (eds.) (2005): *Teoría feminista: de la Ilustración a la globalización. De la Ilustración al segundo sexo*. Madrid, Minerva Ediciones, pp. 91-144. Volumen 1.

Amorós, Celia (2005): "'La dialéctica del sexo' de Shulamith Firestone: modulaciones feministas del freudo-marxismo", en Amorós, Celia y De Miguel, Ana (eds.) (2005): *Teoría feminista: de la Ilustración a la globalización. Del feminismo liberal a la posmodernidad*. Madrid, Minerva Ediciones, pp. 69-106. Volumen 2.

Anderson, Bonnie S. y Zinsser, Judith P. (2007): *Historia de las mujeres: una historia propia*. Barcelona, Crítica.

Anduiza, Eva y Bosch, Agusti (2004): *Comportamiento político y electoral*. Barcelona, Editorial Ariel.

Armentia, José Ignacio; Caminos, José María; Elexgaray, Jon; Marín, Flora; Merchán, Iker [citado como Armentia et al.] (2000): *El diario digital. Análisis de los contenidos textuales, aspectos formales y publicitarios*. Barcelona, Editorial Bosch.

Aubet, María José (1995). *Democracias desiguales. Cultura política y paridad en la Unión Europea*. Barcelona, Ediciones del Serbal.

Aya, Rod: "La protesta como política: generalización y explicación en la sociología histórica". *Política y Sociedad*, nº 18, 1995, pp. 97-113.

Bach, Marta; Altés, Elvira; Gallego, Joana; Plujà, Marta y Puig, Montserrat [Citado como Bach et al.] (2000): *El sexo de la noticia: reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo*. Barcelona, Icaria.

Ballart, Xabier (2012): "Inhibición. ¿Es posible recuperar a los ciudadanos para la acción política?", en Vallés, Josep M. y Ballart, Xabier (2012): *Política para apolíticos*. Barcelona, Ariel, pp. 97-101.

Beauvoir, Simone de (2000): *El segundo sexo. Los hechos y los mitos*. Volumen I. Madrid, Ediciones Cátedra.

Bebel, August (1977): *La mujer y el socialismo*. Madrid, Akal.

Berganza, M^a Rosa y Ruiz San Román, José A. (coord.) (2005): *Investigar en Comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. Madrid, McGraw-Hill.

Bernárdez, Asunción (2015): *Mujeres en medio(s). Propuestas para analizar la comunicación masiva con perspectiva de género*. Madrid, Editorial Fundamentos.

Boltanski, Luc (2003): "El periódico y la instantánea", en Bordieu, Pierre (2003): *Un arte medio. Ensayo sobre los usos sociales de la fotografía*. Barcelona, Gustavo Gili, pp. 207-234.

Borrás, Laura (2008): "Género y ciberespacio. Ciberfeminismo y cibercultura", en Clúa, Isabel (2008): *Género y cultura popular: estudios culturales I*. Bellaterra, UAB, pp. 229-262.

Brand, Karl-Werner (1990): "Cyclical aspects of new social movements: waves of cultural criticism and mobilization cycles of new middle-class radicalism", in Dalton, Russell J. and Kuechler, Manfred (1990): *Challenging the political order. New Social and Political Movements in Western Democracies*. Cambridge, Polity Press, pp. 23-42.

Butler, Judith (2007): *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Madrid, Paidós.

Calhoun, Craig (2002): "Los 'nuevos movimientos sociales' de comienzos del siglo XIX", en Traugott, Mark (ed.) (2002): *Protesta social. Repertorios y ciclos de la acción colectiva*. Barcelona, Editorial hacer, pp. 193-241.

Cambrils, María (1992): *Feminismo socialista*. Bilbao, Clara Campoamor Publicaciones.

Canga, Jesús; Coca, César; Martínez, Eloi; Cantalapiedra, M^a José y Martínez, Lucía [citado como Canga et al.] (1999): *Diarios digitales: apuntes sobre un Nuevo Medio*. Bilbao, Universidad del País Vasco.

Capel, Rosa M^a (1992): *El sufragio femenino en la Segunda República Española*. Madrid, Horas y horas.

Cartwright, Dorwin P. (1992): "Análisis del material cualitativo", en Festinger, Leon y Katz, Daniel (1992): *Los métodos de investigación en las ciencias sociales*. Barcelona, Editorial Paidós, pp. 389-432.

Casado, Elena (2007): "La des/reconstrucción de la comunicación en las sociedades de la información", en Sánchez, María José y Reigada, Alicia (eds.) (2007): *Crítica feminista y comunicación*. Sevilla, Comunicación social Ediciones y Publicaciones, pp. 82-109.

Casquete, Jesús (1998): *Política, cultura y movimientos sociales*. Bilbao, Bakeaz.

Casquete, Jesús (2006): *El poder de la calle. Ensayos sobre acción colectiva*. Madrid, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.

Casquete, Jesús (2011): "Símbolos en movimiento: calendario y vampirismo simbólico en el nacionalismo vasco radical", en Funes, M^a Jesús (edra.). (2011): *A propósito de Tilly: conflicto, poder y acción colectiva*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, pp. 199-222.

Castells, Manuel (2003): *La era de la información. El poder de la identidad*. Volumen II. Madrid, Alianza Editorial.

Castells, Manuel; Tubella, Inma; Sancho, Teresa y Roca, Meritxel [citado como Castells et. al.] (2007): *La transición a la sociedad red*. Barcelona, Ariel.

Castells, Manuel (2008): *La era de la información. La sociedad red*. Volumen 1. Madrid, Alianza Editorial.

Castells, Manuel (2009): *Comunicación y poder*. Madrid, Alianza Editorial.

Castells, Manuel (2012): *Redes de indignación y esperanza*. Madrid, Alianza Editorial.

Cea, M^a Ángeles (1996): *Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid, Editorial Síntesis.

Clemente, Miguel y Santalla, Zuleyma (1991): *El documento persuasivo. Análisis de contenido y publicidad*. Bilbao, Ediciones Deusto.

Cobo, Rosa (2011): *Hacia una nueva política sexual. Las mujeres ante la reacción patriarcal*. Madrid, Catarata.

Cruz, María y Sueiro, Susana (2004): *Una historia de El País y del Grupo Prisa*. Barcelona, Plaza&Janés.

Cruz, Rafael (2008): *Repertorios. La política de enfrentamiento en el siglo XX*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.

Dalton, Russell J.; Kuechler, Manfred and Bürklin, Wilhelm (1990): "The challenge of new movements", in Dalton, Russell J. and Kuechler, Manfred (1990): *Challenging the political order. New Social and Political Movements in Western Democracies*. Cambridge, Polity Press, pp. 9-21.

De Miguel, Ana: "La articulación del feminismo y el socialismo: el conflicto clase-género", en Amorós, Celia y De Miguel, Ana (eds.) (2005): *Teoría feminista: de la Ilustración a la globalización. De la Ilustración al segundo sexo*. Madrid, Minerva Ediciones, pp. 297-332. Volumen 1.

De Miguel, Ana (2008): "Dimensiones filosófico-políticas de los movimientos sociales", en Quesada, Fernando (ed.) (2008): *Ciudad y ciudadanía. Senderos contemporáneos de la filosofía política*. Madrid, Editorial Tratta, pp. 279-300.

De Miguel, Ana (2015): *Neoliberalismo sexual. El mito de la libre elección*. Madrid, Cátedra.

Del Moral, Marta (2012): *Acción colectiva femenina en Madrid (1909-1931)*. Santiago de Compostela, Universidad de Santiago de Compostela.

Del Valle, Teresa (1996): *Las mujeres en Euskal Herria. Ayer y hoy*. Donostia, Orain.

Díaz, Javier y Meso, Koldo (1999). *Periodismo en Internet. Modelos de la prensa digital*. Leioa, Universidad del País Vasco.

Díaz, Javier (2005): "Historia de los cibermedios en España", en Salaverría, Ramón (ed.) (2005): *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, pp. 21-38.

Elizondo, Arantxa (1998): *Incorporación de las mujeres a los partidos políticos como sujeto y objeto de la acción política: el caso de la Comunidad Autónoma del País Vasco*. Universidad del País Vasco. Tesis doctoral, directora Eurne Uriarte.

Elizondo, Arantxa (1997): "Comportamiento político de las mujeres: evolución y paradojas en la investigación", en Uriarte, Eurne y Elizondo, Arantxa (coords.) (1997): *Mujeres en política. Análisis y práctica*. Barcelona, Ariel, pp. 33-50.

Engels, Friedrich (1996): *El origen de la familia, de la propiedad privada y el Estado*. Madrid, Fundamentos.

Esteban, Mari Luz (2004): *Antropología del cuerpo. Género, itinerarios corporales, identidad y cambio*. Barcelona, Bellaterra.

Esteban, Mari Luz. (2011): *Crítica al pensamiento amoroso*. Barcelona, Bellaterra.

Femenías, María Luisa (2005): "El feminismo poscolonial y sus límites", en Amorós, Celia y De Miguel, Ana (eds.) (2005): *Teoría feminista: de la Ilustración a la globalización. De los debates sobre género al multiculturalismo*. Madrid, Minerva Ediciones, pp. 155-213. Volumen 3.

Firestone, Shulamith (1976): *La dialéctica del sexo*. Barcelona, Editorial Kairós.

Fraser, Nancy (1990): "¿Qué tiene de crítica la teoría crítica? Habermas y la cuestión del género", en Benhabib, Sheyla y Cornell, Drucilla (1990): *Teoría feminista y teoría crítica*. Valencia, Edicions Alfons el Magnànim.

Freund, Gisèle (2001): *La fotografía como documento social*. Barcelona, Gustavo Gili.

Friedan, Betty (2009): *La mística de la feminidad*. Madrid, Cátedra.

García, Irene: "Las mujeres y el trabajo en las series de ficción. Cambio social y narraciones televisivas", en Sánchez, María José y Reigada, Alicia (eds.) (2007): *Crítica feminista y comunicación*. Sevilla, Comunicación social Ediciones y Publicaciones, pp. 136-148.

García, José Alberto (2006): *El periodismo audiovisual ante la convergencia digital*. Elche, Universidad Miguel Hernández.

Giddens, Anthony (1998): *Sociología*. Madrid, Alianza Editorial.

Gil, Silvia L. (2011): *Nuevos feminismos. Sentidos comunes en la dispersión. Una historia de trayectorias y rupturas en el Estado español*. Madrid, Traficantes de sueños.

Goldman, Emma (1977): *Tráfico de mujeres y otros ensayos sobre feminismo*. Barcelona, Anagrama.

Haraway, Donna J. (1995): *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza*. Madrid, Ediciones Cátedra.

HEGOA y ACSUR (2010): *Reivindicaciones feministas para una ciudadanía transformadora*. San Sebastián, UPV/EHU.

Hernández, Antonio (1999): "La fotografía digital", en Del Valle, Félix (ed.) (1999): *Manual de documentación fotográfica*. Madrid, Editorial Síntesis, pp. 205-228.

Herrera, Coral (2011): *Más allá de las etiquetas. Mujeres, hombres y trans*. Tafalla, Txalaparta.

Hutsol, Anna; Shachko, Oksana; Shevchenko, Alexandra (2013): *Femen. En el principio era el cuerpo*. Barcelona, Malpaso Ediciones.

Javaloy, Federico; Rodríguez, Álvaro y Espelt, Esteve (2001): *Comportamiento colectivo y movimientos sociales: un enfoque psicosocial*. Madrid, Prentice Hall.

Joly, Martine (2009): *Introducción del análisis de la imagen*. Buenos Aires, la marca editora.

Juaristi, Patxi (1997): "¿De qué hablamos cuando hablamos de sexismo en la publicidad?", en Emakunde (1997): *El reflejo de la diversidad a través de los medios de comunicación y de la publicidad*. Vitoria-Gasteiz, Emakunde, pp. 139-154.

Juaristi, Patxi (2003): *Gizarte ikerketarako teknikak: teoria eta adibideak*. Leioa, Euskal Herriko Unibertsitatea.

Kayser, Jacques (1982): *El diario francés*. Barcelona, ATE.

Kientz, Albert (1974): *Para analizar los mass media: el análisis de contenido*. Valencia, Fernando Torres.

Klandermans, Bert y van Stekelenburg, Jacquelin (2011): "Comparando las actuaciones contenciosas. El caso de las manifestaciones callejeras", en Funes, María Jesús (2011): *A propósito de Tilly. Conflicto, poder y acción colectiva*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, pp. 179-198.

Kollontai, Alejandra (1976): *Marxismo y revolución sexual*. Madrid, Castellote.

Krippendorff, Klaus (1990): *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona, Ediciones Paidós.

Langa, Concha (2007): *De cómo se improvisó el franquismo durante la guerra civil: la aportación del ABC de Sevilla*. Sevilla, Centro de Estudios Andaluces. Tesis doctoral.

Laraña, Enrique (1999): *La construcción de los movimientos sociales*. Madrid, Alianza Editorial.

Lister, Martin (1997): *La imagen fotográfica en la cultura digital*. Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica.

López Aranguren, Eduardo (1992): "El análisis de contenido", en García Ferrado, Manuel; Ibáñez, Jesús y Alvira, Francisco (coord.) (1992): *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid, Alianza Editorial, 383-414.

López Pardina, Teresa: "El feminismo existencialista de Simone de Beauvoir", en Amorós, Celia y De Miguel, Ana (eds.) (2005): *Teoría feminista: de la Ilustración a la globalización. De la Ilustración al segundo sexo*. Madrid, Minerva Ediciones, pp. 333-365. Volumen 2.

López, Publio (2001): "Prensa y fotografía en España", en Pizarroso, A.; Martínez, A.; Almuiña, C.; Montes, F.J. y otros (2001): *Periodismo y periodistas. De las gazetas a la Red*. Barcelona, Sociedad Estatal España Nuevo Milenio y Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, pp. 171-184.

Manheim, Jarol B. y Rich, Richard C. (1988): *Análisis político empírico*. Madrid, Alianza Editorial.

Marín, Flora and Ganzabal, María: "The construction of female identity through press photography: *El País* and *El Mundo*", in Esteban, Mari Luz and Amurrio, Mila (2010) (ed.): *Feminist challenges in the social sciences*. Nevada, Center for Basque Studies, pp. 25-38.

Martínez, Ascensión (2001a): "Los orígenes de la prensa en España", en Pizarroso, A.; Martínez, A.; Almuiña, C.; Montes, F.J. y otros (2001): *Periodismo y periodistas. De las gazetas a la Red*. Barcelona, Sociedad Estatal España Nuevo Milenio y Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, pp. 33-46.

Martínez, Ascensión (2001b): "El reinado de los periódicos. La prensa española hasta la crisis de la Restauración (1833-1898)", en Pizarroso, A.; Martínez, A.; Almuiña, C.; Montes, F.J. y otros (2001): *Periodismo y periodistas. De las gazetas a la Red*. Barcelona, Sociedad Estatal España Nuevo Milenio y Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, pp. 55-69.

Martínez, María Ascensión (2007): *Transformando la sociedad. Historia del Fórum Feminista María de Maeztu*. Vitoria, Fórum Feminista María de Maeztu.

Marzo, Jorge Luis (2006) (ed.): *Fotografía y activismo*. Barcelona, Gustavo Gili.

Mattelart, Michèle (1982): *Mujeres e industrias culturales*. Anagrama, Barcelona.

Mattelart, Michèle (2007): "Mujeres y medios. Memorias de un pensamiento crítico", en Sánchez, María José y Reigada, Alicia (eds.) (2007): *Crítica feminista y comunicación*. Sevilla, Comunicación social Ediciones y Publicaciones, pp. 29-55.

McAdam, Doug (1999): *Political Process and the Development of Black Insurgency, 1930-1970*. Chicago, University of Chicago Press. Second Edition.

McAdam, Doug y Tarrow, Sydney (2011): "Movimientos sociales, elecciones y política contenciosa: construyendo puentes conceptuales", en Funes, M^a Jesús (edra.) (2011): *A propósito de Tilly: conflicto, poder y acción colectiva*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, pp. 161-177.

Melucci, Alberto (1999): *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. México D.F., El Colegio de México.

Melucci, Alberto (2001): *Vivencia y convivencia. Teoría social para una era de la información*. Madrid, Editorial Trotta.

Mies, María y Shiva, Vandana (1993): *Ecofeminismo. Teoría, crítica y perspectivas*. Barcelona, Icaria.

Millán, José Antonio (2001): "Del papel a la red. La prensa virtual en el horizonte de los medios", en Pizarroso, A.; Martínez, A.; Almuiña, C.; Montes, F.J. y otros (2001): *Periodismo y periodistas. De las gazetas a la Red*. Barcelona, Sociedad Estatal España Nuevo Milenio y Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, pp. 233-245.

Millet, Kate (1995): *Política sexual*. Madrid, Cátedra.

Miyares, Alicia: "El sufragismo", en Amorós, Celia y De Miguel, Ana (eds.) (2005): *Teoría feminista: de la Ilustración a la globalización. De la Ilustración al segundo sexo*. Madrid, Minerva Ediciones, pp. 247-293. Volumen 1.

Molina, Cristina (1994): *Dialéctica feminista de la Ilustración*. Barcelona, Anthropos.

Molina, Cristina (2005): "El feminismo socialista estadounidense desde la 'Nueva Izquierda'. Las teorías del sistema dual (capitalismo, patriarcado)", en Amorós, Celia y De Miguel, Ana (eds.) (2005): *Teoría feminista: de la Ilustración a la globalización. Del feminismo liberal a la posmodernidad*. Madrid, Minerva Ediciones, pp. 147-188. Volumen 2.

Morales, J. Francisco; Moya, Miguel C.; Gaviria, Elena y Cuadrado, Isabel [citado como Morales et. al.] (2007): *Psicología Social*. Madrid, McGraw-Hill.

Moreno, Fernando: "El tratamiento de la información en el medio digital", en García, Antonio y Rupérez, Paloma (eds.) (2007): *Aproximaciones al periodismo digital*. Madrid, Dykinson, pp.85-119.

Moreno, Amparo (1998): *La mirada informativa*. Barcelona, Bosch Casa Editorial.

Moya, Isabel (2013): *Reinventar el periodismo. Hacia una contracultura feminista en los medios de comunicación*. Bilbao, Euskadi-Cuba.

Muiña, Ana (2008): *Rebeldes periféricas del siglo XIX*. Madrid, La Linterna Sorda.

Mulvey, Laura (1988): *Placer visual y cine narrativo*. Valencia, Ediciones Episteme.

Nash, Mary (1981): *Mujer y movimiento obrero en España, 1931-1939*. Barcelona, Editorial Fontamara.

Nash, Mary (1994): *Experiencias desiguales: conflictos sociales y respuestas colectivas (siglo XIX)*. Madrid, Editorial Síntesis.

Nash, Mary (2012). *Mujeres en el mundo. Historia, retos y movimientos*. Madrid, Alianza Editorial.

- Nelken, Margarita (1975): *La condición social de la mujer en España*. Madrid, CVS Ediciones.
- Olmos, Víctor (2002): *Historia del ABC. 100 años clave en la historia de España*. Barcelona, Plaza & Janés
- Offen, Karen (2000): *European Feminisms 1700-1950: a political history*. Stanford, Stanford University Press.
- Osborne, Raquel: “Debates en torno al feminismo cultural”, en Amorós, Celia y De Miguel, Ana (eds.) (2005): *Teoría feminista: de la Ilustración a la globalización. Del feminismo liberal a la posmodernidad*. Madrid, Minerva Ediciones, pp. 213-252. Volumen 2.
- Peirce, Charles S. (1988): *El hombre, un signo (el pragmatismo de Peirce)*. Barcelona, Editorial Crítica.
- Perona, Ángeles J.: “El feminismo liberal estadounidense de posguerra: Betty Friedan y la refundación del feminismo liberal”, en Amorós, Celia y De Miguel, Ana (eds.) (2005): *Teoría feminista: de la Ilustración a la globalización. Del feminismo liberal a la posmodernidad*. Madrid, Minerva Ediciones, pp. 13-34. Volumen 2.
- Pérez Ledesma, Manuel: “Cuando lleguen los días de la cólera”, en Sánchez, José M^a (eds.) (1993): *Problemas actuales de la historia. Terceras jornadas de Estudios Históricos*. Salamanca, Ediciones Universidad de Salamanca.
- Platero, Raquel [Lucas]: “Introducción. La interseccionalidad como herramienta de estudio de la sexualidad”, en Platero, Raquel [Lucas] (ed.) (2012): *Intersecciones: cuerpos y sexualidades en la encrucijada. Temas contemporáneos*. Barcelona, Bellaterra, pp. 15-72.
- Prieto, Pablo R. (2007): “Nuevas posibilidades del periódico digital online”, en García, Antonio y Rupérez, Paloma (eds.) (2007). *Aproximaciones al periodismo digital*. Madrid, Dykinson, pp. 147-172.
- Posada, Luisa (2005a): “La diferencia sexual como diferencia esencial: sobre Luce Irigaray”, pp. 253-288, en Amorós, Celia y De Miguel, Ana (eds.) (2005): *Teoría feminista: de la Ilustración a la globalización. Del feminismo liberal a la posmodernidad*. Madrid, Minerva Ediciones. Volumen 2.
- Posada, Luisa (2005b): “El pensamiento de la diferencia sexual: el feminismo italiano. Luisa Muraro y ‘el orden simbólico de la madre’”, pp. 289-318, en Amorós, Celia y De Miguel, Ana (eds.) (2005): *Teoría feminista: de la Ilustración a la globalización. Del feminismo liberal a la posmodernidad*. Madrid, Minerva Ediciones. Volumen 2.
- Puleo, Alicia H. (2005a): “Lo personal es político: el surgimiento del feminismo radical”, en Amorós, Celia y De Miguel, Ana (eds.) (2005): *Teoría feminista: de la Ilustración a la globalización. Del feminismo liberal a la posmodernidad*. Madrid, Minerva Ediciones, pp. 35-68. Volumen 2.
- Puleo, Alicia (2005b): “Del ecofeminismo clásico al deconstructivo: principales corrientes de un pensamiento poco conocido”, en Amorós, Celia y De Miguel, Ana (eds.) (2005): *Teoría feminista: de la Ilustración a la globalización. De los debates sobre género al multiculturalismo*. Madrid, Minerva Ediciones, pp. 123-152. Volumen 3.
- Rodríguez, Rosa María (2015): “Desafíos teóricos del feminismo de hoy”, en Rodríguez, Rosa María (ed.) (2015): *Sin género de dudas. Logros y desafíos del feminismo de hoy*. Madrid, Biblioteca Nueva, pp. 21-56.

- Rowbotham, Sheila (1992): *Women in movement. Feminism and social action*. London, Routledge.
- Rueda, José Carlos; Galán, Elena y Rubio, Ángel L. (2014): *Historia de los medios de comunicación*. Madrid, Alianza Editorial.
- Ruiz Olabuénaga, José I. e Ispizua, M^a Antonia (1989): *La descodificación de la vida cotidiana. Métodos de investigación cualitativa*. Bilbao, Universidad de Deusto.
- Ruiz Olabuénaga, José I.; Aristegui, Iratxe y Melgosa, Leire (1998): *Cómo elaborar un proyecto de investigación social*. Bilbao, Universidad de Deusto.
- Rupérez, Paloma (2007): "Reflexiones en torno a una historia del periodismo digital", en García, Antonio y Rupérez, Paloma (eds.) (2007): *Aproximaciones al periodismo digital*. Madrid, Dykinson, pp.33-58.
- Sánchez, María José (2007): "Orientaciones. Comunicación, cultura y sentido", en Sánchez, María José y Reigada, Alicia (eds.) (2007): *Crítica feminista y comunicación*. Sevilla, Comunicación social Ediciones y Publicaciones, pp. 56-81.
- Schnaith, Nelly (2011): *Lo visible y lo invisible en la imagen fotográfica*. Madrid, La Oficina.
- Scott, Joan W. (1990): "El género: útil para el análisis histórico", en Amelang, James S. y Nash, Mary (1990): *Historia y Género: las mujeres en la Europa Moderna y Contemporánea*. Valencia, Edicions Alfons el Magnànim-IVEI, pp. 21-56.
- Setién, María Luisa y Silvestre, María (2003): "Introducción", en Setién, María Luisa y Silvestre, María (2003): *Problemas de las mujeres, problemas de la sociedad*. Bilbao, Universidad de Deusto, pp. 9-12.
- Simón, María Elena (2008). *Hijas de la igualdad, herederas de injusticias*. Madrid, Narcea.
- Sousa, Jorge P. (2003): *Historia crítica del fotoperiodismo occidental*. Sevilla, Comunicación Social Ediciones y publicaciones.
- Susperregui, Jose Manuel (1988): *Fundamentos de la fotografía*. Bilbao, Universidad del País Vasco.
- Tarrow, Sidney (1997): *El poder en movimiento. Lo movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Madrid, Alianza Editorial.
- Touraine, Alain (ed.) (1990): *Movimientos sociales de hoy*. Barcelona, Editorial Hacer. Traducción de Alfred Julià.
- Tilly, Charles (1978): *From Mobilization to Revolution*. New York, McGraw Hill.
- Tilly, Charles (2010): *Los movimientos sociales, 1768-2008*. Barcelona, Editorial Crítica.
- Tristán, Flora (1986): *Peregrinaciones de una paria*. Madrid, Ediciones Istmo.
- Ugalde, Mercedes (1993): "Evolución de la diferenciación de género e identidad femenina (I): Las nacionalistas vascas en las tres primeras décadas del siglo XX", en Campos, Arantza y Méndez, Lourdes (ed.) (1993): *Teoría feminista: identidad, género y política*. San Sebastián, Universidad del País Vasco, pp. 117-132.

- Universidad del País Vasco [etc.] (2010): *Reivindicaciones feministas para una ciudadanía transformadora: derechos económicos de las mujeres, mujeres en situación de conflicto, incidencia política y participación ciudadana*. Bilbao, EHU/UPV, Hegoa, ACSUR.
- Valcárcel, Amelia: "Las filosofías políticas en presencia del feminismo", en Amorós, Celia (ed.) (2000): *Feminismo y filosofía*. Madrid, Síntesis.
- Valcárcel, Amelia (2012): *Feminismo en un mundo global*. Madrid, Feminismos.
- Vilches, Lorenzo (1999): *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*. Barcelona, Paidós.
- VV. AA (1996): *Gran Atlas Mundial: la nueva visión de la tierra*. Barcelona, Plaza & Janés.
- Weber, Robert P. (1985): *Basic content analysis*. California, Sage Publications, Inc.
- Wimmer, Roger D. y Dominick, Joseph R. (1996): *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona, Bosch Casa Editorial.
- Wollstonecraft, Mary (1996): *Vindicación de los derechos de la mujer*. Madrid, Cátedra.
- Yanes, Rafael (2010): *Géneros periodísticos y géneros anexos. Una propuesta metodológica para el estudio de los textos publicados en prensa*. Madrid, Editorial Fragua.
- Zetkin, Clara (1976): *La cuestión femenina y la lucha contra el reformismo*. Barcelona, Editorial Anagrama. Traducción Angels Martínez.
- Ziga, Itziar (2015): *Malditas. Una estirpe transfeminista*. Tafalla, Txalaparta.
- Zunzunegui, Santos (1984): *Mirar la imagen*. Leioa, Universidad del País Vasco.

7.2. Webgrafía

aBarbosa [nombre de usuario] (publicado el 27 de diciembre de 2013): *Eduardo Galeano. La mujer sin miedo*. Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=0BNZKvgkSOg> [Fecha de consulta: 18 de febrero de 2016].

Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. Fuente: <http://www.aimc.es/-Datos-egm-resumen-general-.html> [Fecha de consulta: 7 de noviembre de 2016].

BEGIRA, Comisión Asesora para un uso no sexista de la publicidad y la comunicación (2014): *Meta-análisis sobre estudios de publicidad y comunicación, 2014. Revisión y compendio, con perspectiva de género, de los estudios y materiales disponibles. Resumen*. Disponible en: http://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/publicaciones_informes/es_emakunde/adjuntos/meta-analisis_publicidad_2014.pdf [Fecha de consulta: 3 de febrero de 2016].

Beriain, Josetxo. "Reseña de 'El poder de la calle. Ensayos sobre acción colectiva' de Jesús Casquete". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 2007, Nº. 120, pp. 182-187. [Fecha de consulta: 25 de abril de 2014]. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99715233008>

Blumer, Herbert (1971): "Social problems as collective behavior", in *Social Problems*, Vol. 18, No. 3, pp. 298-306. Resource: <https://sustainability.water.ca.gov/documents/18/3407898/blumer-Social+Problems+as+Collective+Behavior.pdf> [Fecha de consulta: 15 de octubre de 2016].

Caminos, José María; Marín, Flora y Armentia, José Ignacio (2006): "El uso de la fotografía en los diarios digitales españoles". *Comunicación y Sociedad*, Vol. 19, nº 2, pp. 9-38. Fuente: http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/8319/1/200906_18122315.pdf [Fecha de consulta: 16 de marzo de 2016].

Candón, José (2011): La dimensión híbrida del movimiento 15M: entre lo físico y lo virtual. Fuente: https://www.academia.edu/4729976/La_dimensi%C3%B3n_h%C3%ADbrida_del_movimiento_del_15_Entre_lo_f%C3%ADsico_y_lo_virtual [Fecha de consulta: 3 de marzo de 2016].

Casado, Elena (1998): "A vueltas con el sujeto del feminismo". *Revista Internacional de Sociología*, 21, pp. 73-91. Fuente: <http://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/viewFile/POSO9999130073A/24850> [Fecha de consulta: 12 de enero de 2016].

Casquete, Jesús. "Nuevos y viejos movimientos sociales en perspectiva histórica". *Historia y política*, 2001, Nº 6 [fecha de consulta: 8 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://www.cepc.gob.es/publicaciones/revistas/revistaselectronicas?IDR=9&IDN=635&IDA=26639>

Casquete, Jesús. "Manifestaciones e identidad colectiva". *Revista Internacional de Sociología*, 2005, Nº 42 [fecha de consulta: 7 de febrero de 2014]. Disponible en: <http://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CDYQFjAA&url=http%3A%2F%2Frevintsociologia.revistas.csic.es%2Findex.php%2Frevintsociologia%2Farticle%2Fdownload%2F198%2F210&ei=sNkxU4TCEeiy0QWgiYCoDg&usg=AFQjCNEEK3Xw3E8fLCwTfIPDNYDhx1WdSg&sig2=Yv1Mkgvt7GD0B7twvSZUTQ&bvm=bv.63587204,d.Yms>

Casquete, Jesús. "Balance preliminar de la indignación". *El Viejo Topo*, 2011, Nº 286. Fuente: <http://www.elviejotopo.com/web/revistas.php?numRevista=286> [Fecha de consulta: 7 de febrero de 2014].

Cobo, Rosa y Nogueiras, Bélen (2014): "Teoría y acción política feminista en España en torno al aborto", en León, Marta y Candelaria, María (2014): *La reforma del aborto en España. Perspectivas de un debate (re)emergente*. Argentina, Católicas por el derecho a decidir, pp. 41-66. Fuente: https://attachment.fbsbx.com/file_download.php?id=341988442668323&eid=ASsakS2Oet8NK3w_YaOR7hw4bUFg9C4ns1asAZt5gV3zGFif6ESO43re6c_ZJ2SWJUA&inline=1&ext=1455793435&hash=AStbTHfrGT97JVjW [Fecha de consulta: 16 de febrero de 2016].

Comas, Dolors: "Representación de las mujeres en los medios audiovisuales. Experiencias de regulación desde el Consejo del Audiovisual de Cataluña", en Larrondo, Ainara y Meso, Koldo (s.f.) (eds.): *IV Jornadas sobre mujeres y medios de comunicación*. Universidad del País Vasco, pp. 5-22. Fuente: http://www.ehu.es/documents/2007376/2109490/4_Jornadas_Mujeres_Medios.pdf [Fecha de consulta: 11 de enero de 2016].

De Miguel, Ana (2007a): "El feminismo a través de la historia I. El feminismo premoderno". *Mujeres en Red. El periódico feminista*, 2007, pp. 1-3. Fuente: http://www.mujiresenred.net/IMG/article_PDF/article_a1309.pdf [Fecha de consulta: 29 de septiembre de 2014].

De Miguel, Ana (2007b): "El feminismo a través de la historia II. El feminismo moderno". *Mujeres en Red. El periódico feminista*, 2007, pp. 1-7. Fuente: http://www.mujiresenred.net/IMG/article_PDF/article_a1310.pdf

De Miguel, Ana y Boix, Montserrat (s.f.): *Los géneros en la red: los ciberfeminismos*. Fuente: <http://www.mujiresenred.net/IMG/pdf/ciberfeminismo-demiguel-boix.pdf> [Fecha de consulta: 9 de septiembre de 2016].

Díaz, E. (2012): *Los medios digitales superan ampliamente a los de papel en España*. Fuente: www.media-tics.com/noticia/3176/medios-de-comunicacion/los-medios-digitales [8 de noviembre de 2016].

Díaz, Javier (2012): "Historia del periodismo vasco (1600-2010)". *Mediatika. Cuadernos de Medios de Comunicación*, nº 13, Eusko Ikaskuntza. Fuente: <http://verbax.com/ei/userfiles/file/historia-del-periodismo-vasco.pdf> [Fecha de consulta: 18 de marzo de 2016].

Elizondo, Arantxa (2004): "La participación política de las mujeres en Euskadi: datos y reflexiones". *Feminismo/s*, nº 3, 2004, pp. 75-88. Fuente: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/3078/1/Feminismos_3_05.pdf [Fecha de consulta: 13 de octubre de 2016].

Elpais (19 de julio de 2016): *Arranca el juicio contra las activistas de Femen que se desnudaron para defender el aborto*. Fuente: http://politica.elpais.com/politica/2016/07/19/actualidad/1468914751_077403.html [Fecha de consulta: 20 de julio de 2016].

Eustat (2015): *Ranking de Webs por menciones de la población de la C.A. de Euskadi usuaria de internet de 15 y más años (en miles). 2014-2015*. Fuente:

http://www.eustat.eus/elementos/ele000%203300/ti_Ranking_de_Webs_por_menciones_de_la_poblacion_de_la_CA_de_Euskadi_usuario_de_internet_de_15_y_ms_aos_en_miles_20132014/tbl0003329_c.html#axzz3F4gXlhZy [Fecha de consulta: 6 de octubre de 2014].

Franquet, Rosa; Ribes, Francesc X.; Soto, María T.; Luzón, Virginia; Fernández, David; Ramajo, Natividad y Blanch, Margarida [citado como Franquet et al.] (2005): *Representaciones de género en los principales medios de comunicación online*. Grup de Recerca en Imatge, So i Sintesi, Barcelona. Fuente: <http://www.nodo50.org/ameco/Representaciongenero.pdf> [Fecha de consulta: 25 de noviembre de 2014].

Fundación Telefónica (2015): *La sociedad de la información en España*. Fuente: <http://www.abc.es/gestordocumental/uploads/internacional/siE2014.pdf> [Fecha de consulta: 4 de enero de 2016].

García, Néstor, “Aproximación teórica al estudio de la acción colectiva de protesta y los movimientos sociales”. Fuente: http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2013/03/t_aproximacion_teorica_mmss_garcia.pdf

Gil, Lara (2014): *Simbolismo, cognición y estructura social*. Madrid, Universidad Autónoma de Madrid. Fuente: https://www.academia.edu/17323858/S%C3%ADmbolos_feministas?auto=download [Fecha de consulta: 21 de diciembre de 2016].

Guadalupe, José (2003): “Teoría de la acción colectiva: sociedad civil y movimientos sociales en las nuevas formas de gobernabilidad en Latinoamérica”, en *Espacio Abierto*, vol. 12, núm. 4, pp. 523-537. [Fecha de consulta: 26 de mayo de 2014]. Fuente: <http://www.redalyc.org/pdf/122/12212403.pdf>

Hergueta, Arantxa (2013): “Territorio Internet ¿Nuestro territorio? Una aproximación a los usos, posibilidades y dudas que pueden surgir en el entorno de los movimientos sociales”, en Grau, Elena e Ibarra, Pedro (2013): *Anuario de Movimientos Sociales. Participando en la red*. Fuente: <http://fundacionbetiko.org/wp-content/uploads/2014/02/TERRITORIO-INTERNET-%C2%BFNUESTRO-TERRITORIO.pdf> [Fecha de consulta: 2 de marzo de 2016].

Jabardo, Mercedes (2008): “Desde el feminismo negro, una mirada al género y la inmigración”, en Suárez, Liliana; Martín, Emma y Hernández, Rosalva A. (2008): *Feminismos en la Antropología: nuevas propuestas críticas. Actas del XI Congreso de Antropología*. Fuente: <http://www.museo-etnografico.com/pdf/puntodefuga/160120jabardo.pdf> [Fecha de consulta: 28 de octubre de 2016].

Lagarde, Marcela (1998): *Identidad genérica y feminismo*. Sevilla y Málaga, Instituto Andaluz de la Mujer. Fuente: https://www.ehu.es/documents/2007376/2899053/Identidad_generica_feminismo.pdf [Fecha de consulta: 2 de diciembre de 2016].

Lasén, Amparo y Martínez de Albeniz, Iñaki: “Movimientos, ‘mobidas’ y móviles: un análisis de las masas mediatizadas”, en Sádaba, Igor y Gordo, Ángel (coords.) (2008): *Cultura digital y movimientos sociales*. Madrid, La Catarata, pp. 243-266. Fuente: https://www.academia.edu/446730/Movimientos_MobidasY_M%C3%B3viles [Fecha de consulta: 3 de marzo de 2016].

Lombardo, Emanuela and Meier, Petra (2012): *The symbolic representation of gender: an introduction*. Fuente: <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/target/Art%20Chs%20EN/Symbolic-Representation-of-Gender-Intro.pdf> [Fecha de consulta: 13 de marzo de 2017].

López F. Cao, Marián: "El lugar de la memoria. El lugar del otro: la mirada como eje articulador de la experiencia. Una propuesta didáctica", en *Pulso: revista de educación*, nº 25, 2002, pp. 199-216. Fuente: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/243802.pdf> [Fecha de consulta: 28 de marzo de 2016].

Mateos de Cabo, Ruth (coord.); Gimeno, Ricardo; Martínez, Miryam; Quintana, David; López, Luis; Mielgo, M^a Aránzazu; Saá, Paloma y Saco, Manuela [citado como Mateos de Cabo et al.] (2007): *La presencia de estereotipos en los medios de comunicación: análisis de la prensa digital española*. Madrid, Dirección General de la Mujer de la Consejería de Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid. Fuente: <http://www.madrid.org/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application/pdf&blobheadername=ContentDisposition&blobheadervalue1=filename=mujer+en+medios+digitales.pdf&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1158619524568&ssbinary=true> [Fecha de consulta: 5 de abril de 2016].

Movimiento 15M (27 de julio de 2013): *Las frases y lemas del Movimiento 15M más utilizados*. Fuente: www.movimiento15m.org/2013/07/las-frases-y-lemas-del-movimiento-15m.html [Fecha de consulta: 3 de marzo de 2016].

Movimiento 15M (27 de julio de 2013): *¿Qué propone el Movimiento 15M? El programa político de los indignados*. Fuente: <http://www.movimiento15m.org/2013/07/que-propone-el-movimiento-15m-el.html> [Fecha de consulta: 3 de marzo de 2016].

ONU Mujeres: *Conferencias mundiales sobre la mujer*. Fuente: <http://www.unwomen.org/es/how-we-work/intergovernmental-support/world-conferences-on-women> [Fecha de consulta: 9 de septiembre de 2016].

Orange Media (2007): *La batalla en la prensa diaria gratuita se libra en el segundo puesto*. Fuente: <http://www.anuncios.com/investigacion-medios/mas-anuncios/1019947009701/batalla-prensa-diaria-gratuita.1.html> [Fecha de consulta: 16 de octubre de 2016].

Plataforma de Mujeres ante el Congreso (2012): *Guía informativa sobre la interrupción voluntaria del embarazo*. Fuente: http://fepaio.org/sp/?page_id=1136 [Fecha de consulta: 27 de septiembre de 2016].

Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2010 (2010): *Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2010*. Fuente: http://www.adpc.cat/05_ComFem/document/Informe%20EspanyolGMMP_2010.pdf [Fecha de consulta: 22 de octubre de 2014].

Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2015 (2015): *¿Quién figura en las noticias?* Fuente: http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/global/gmmp_global_report_es.pdf [Fecha de consulta: 15 de septiembre de 2016].

Ramírez, Noelia (El País, 13 de marzo de 2014): *El barco abortista ya tiene documental*. Fuente: <http://smoda.elpais.com/placeres/el-barco-abortista-ya-tiene-documental/> [Fecha de consulta: 11 de septiembre de 2015].

Rubin, Gayle (1986): *El tráfico de mujeres: Notas sobre la "economía política" del sexo*. Fuente: <https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKewj>

[eguX0zKHKAhUEXRoKHTbWAX0QFggMAM&url=http%3A%2F%2Fwww.omegalfa.es%2Fdownloadfile.php%3Ffile%3Dlibros%2Fel-trafico-de-mujeres.pdf&usg=AFQjCNFYp7mt6wKAhPleFURrbLrKCAJxFA&sig2=axHVGm9el2KbGBErH_Ef3Q](http://www.omegalfa.es/downloadfile.php?file=3Dlibros%2Fel-trafico-de-mujeres.pdf&usg=AFQjCNFYp7mt6wKAhPleFURrbLrKCAJxFA&sig2=axHVGm9el2KbGBErH_Ef3Q) [Fecha de consulta: 11 de enero de 2016].

Rubio, Ana (1990): "El feminismo de la diferencia: los argumentos de una igualdad compleja", en *Revista de Estudios Políticos*, nº70. Fuente: https://www.google.es/search?q=feminismo+de+la+diferencia&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b&gfe_rd=cr&ei=fgITWMeHOsqs8weHrrKIBw [Fecha de consulta: 28 de octubre de 2016].

Ruiz del Olmo, F.J. y Bustos Díaz, J. (2016): "Del tweet a la fotografía, la evolución de la comunicación política en Twitter hacia la imagen. El caso del debate del Estado de la nación en España (2015)". *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 108 a 123. Fuente: <http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1086/06es.html> [Fecha de consulta: 17 de marzo de 2016].

Sierra, Javier y Corbi, Carla (2013): "Análisis del tratamiento informativo sobre la "toma de Bangkok (2010)" en los diarios *El País* y *El Mundo*". *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, nº 22. Fuente: <http://ambitoscomunicacion.com/2013/analisis-del-tratamiento-informativo-sobre-la-toma-de-bangkok-2010-en-los-diarios-el-pais-y-el-mundo/> [Fecha de consulta: 5 de abril de 2016].

Trujillo, Gracia (2008): *Del sujeto político la Mujer a la agencia de las (otras) mujeres: el impacto de la crítica queer en el feminismo del Estado español*. Fuente: <http://www.hartza.com/graciaqueer.pdf> [Fecha de consulta: 10 de febrero de 2016].

Tilly, Charles (1983): "Speaking your mind without elections, surveys or social movements", *Public Opinion Quarterly*, num. 47. Fuente: <https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/51066/298.pdf?sequence=1> [Fecha de consulta: 13 de mayo de 2014].

Tilly, Charles (2005): "Los movimientos sociales entran en el siglo XXI", *Política y Sociedad*, núm. 2, vol. 42, pp. 11-35. Fuente: <http://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0505230011A/22873> [Fecha de consulta: 3 de marzo de 2016].

Villa, María Isabel (2008): "Particularidades de la fotografía informativa en los medios online españoles". *Revista Latina de Comunicación Social*, pp. 303-312. La Laguna (Tenerife), Universidad de La Laguna. Fuente: http://www.revistalatinacs.org/08/25_37_UAB/Maria_Isabel_Villa.html [Fecha de consulta: 14 de mayo de 2016].

Yago, Carmen y Paterna, Consuelo (2005): "Las implicaciones del feminismo para la identidad social de las mujeres". *Anuario de Psicología*, vol. 36, núm. 2, pp. 143-157. Barcelona, Universitat de Barcelona. Fuente: <http://www.raco.cat/index.php/anuariopsicologia/article/viewFile/61811/76109> [Fecha de consulta: 5 de diciembre de 2016].

Zabala, Begoña (2008): *Movimiento de mujeres. Mujeres en movimiento*. Tafalla, Txalaparta. Fuente: http://www.txalaparta.eus/documentos/libros/doc/379/movimiento_de_mujeres.pdf [Fecha de consulta: 15 de noviembre de 2016].

www.abc.es

www.aimc.es

www.deia.com

www.elcorreo.com

www.elpais.com

8. ANEXOS

8.1. Tabla 8.1. Slogans utilizados en las acciones colectivas de las imágenes analizadas

Tabla nº 8.1. Slogans utilizados en las acciones colectivas de las imágenes analizadas		
	Respuestas	
	N	Porcentaje
No hay	417	67,0%
"Naked"	1	0,2%
"Votes for Women"	2	0,3%
"Free Femen"	1	0,2%
"Free Pauline"	1	0,2%
"Obama, ayuda"	1	0,2%
"We don't need your democracy"	2	0,3%
"Dictaterror"	1	0,2%
"My boobs are my bombs"	1	0,2%
"My only weapon is my body"	1	0,2%
"Aborto es sagrado"	8	1,3%
"Spain needs Femen"	1	0,2%
"Femen soldada"	1	0,2%
"No a la violencia contra las mujeres"	1	0,2%
"Feminismoak aske egiten gaitu"	1	0,2%
"Erasorik ez erantzunik gabe"	1	0,2%
"Where the mind is without fear"	1	0,2%
"En mi cuerpo mando yo"	1	0,2%
"Yo soy dios"	1	0,2%
"Hartas de que mueran mujeres pobres para que las ricas aborten en secreto"	1	0,2%
"Maternidad libre y deseada"	1	0,2%
"Abortatzeko eskubidea"	2	0,3%
"Aborto libre y gratuito"	1	0,2%
"Gure gorputza, gure erabakia"	1	0,2%
"Abortua ez da delitua, eskubidea baizik"	1	0,2%
"Toño fuera de mi coño"	1	0,2%
Hay slogans pero no se pueden leer	54	8,7%
"Yo aborto, tú respetas"	1	0,2%
"La Virgen María también abortaría"	1	0,2%
"Aborto libre"	1	0,2%
Indarkeria sexistarik ez!"	2	0,3%
"Erasorik ez erantzunik gabe"	1	0,2%
"8 de marzo. Emakumeen eguna"	1	0,2%
"Madre libre"	4	0,6%
"Obispos, PP, contra la mujer"	1	0,2%

"Aborto libre en la Seguridad Social"	1	0,2%
"Martxoak 8. Gure askatasuna borrokatuz. El derecho a decidir..."	1	0,2%
"En nuestros úteros no se legisla"	1	0,2%
"Nuestros cuerpos no se legislan"	1	0,2%
"Nuestros derechos no se recortan"	1	0,2%
"No me sale de..." (dos flechas indicando sus pechos)	1	0,2%
"Derechos-Libertades-Dignidad. Plataforma 8 de marzo"	1	0,2%
"Abortaremos en vuestros púlpitos"	1	0,2%
"Free Pussy Riot"	1	0,2%
"Eraso sexistei erantzun"	1	0,2%
"Fuera de mi coño"	3	0,5%
"Mi cuerpo mis normas"	3	0,5%
"Nosotras decidimos"	2	0,3%
"Se están pisoteando los derechos de las mujeres"	1	0,2%
"Aborto askea eta doain"	3	0,5%
"Por favor, dadme dinero para ir a Londres para abortar"	1	0,2%
"Aborto legal"	1	0,2%
"PP enemigo de la libertad de las mujeres"	1	0,2%
"Feminismo global"	1	0,2%
"Homofobiarik ez", "No a la homofobia", "Stop homofobia"	2	0,3%
"Abortatzea ez da delitua, eskubidea baizik"	1	0,2%
"Embarque para aborto de 1ª clase con destino Londres"	1	0,2%
"Now!"	1	0,2%
"Revolution"	1	0,2%
"Free Amina"	1	0,2%
"Do women have to be naked to get into the Met. Museum?"	2	0,3%
"Less than 5% of the artists in the Museum Art sections are women, but 85% of the nudes are female"	2	0,3%
"The advantages of being a woman artist"	1	0,2%
"The birth of feminism"	1	0,2%
"Equality now!"	1	0,2%
"Aurat foundation condemns the killing of Farzana"	1	0,2%
"No more honor killing"	1	0,2%
"Stop violence against women"	1	0,2%
"...impide la igualdad. Nuestros derechos se defienden. Hetaira"	1	0,2%

"Maternidad elegida. Yo elijo dónde, cómo y cuándo"	1	0,2%
"¿Aborto sí, aborto no? ¡Eso lo decido yo!"	1	0,2%
"Slut?"	1	0,2%
"Putas. Puta o no, no es no"	1	0,2%
"Formo parte de una cadena de extorsión y violencia contra las mujeres. ¿De verdad no lo sabes?"	1	0,2%
"Paremos la explotación sexual"	1	0,2%
"Proud to be gay"	1	0,2%
"La violencia machista es un crimen. Que te encarcelen por defenderte también"	1	0,2%
"Libertad"	1	0,2%
"Apocalypse by Mursi"	1	0,2%
"NO a leyes clericales, machistas y medievales"	3	0,5%
"Iglesia y Estado, mi cuerpo es mío"	1	0,2%
"Nosotras parimos, nosotras decidimos"	2	0,3%
"Aborto libre, la mujer decide"	1	0,2%
"El Tren de la Libertad. Porque yo decido"	2	0,3%
"Mi cuerpo es mío. No es pecado ni delito"	2	0,3%
"No"	6	1,0%
"La mujer decide, la sociedad respeta, el Estado garantiza, las iglesias no intervienen"	1	0,2%
"Decidir nos hace libres"	3	0,5%
"Yo decido"	1	0,2%
"El Tren de la Libertad. Mujeres cineastas"	2	0,3%
"Desde el feminismo ¡ni un paso atrás!"	1	0,2%
"¿A trabajar a Alemania, y a abortada a Londres?"	1	0,2%
"Thanks god I can abort"	1	0,2%
"Abortion is sacred"	1	0,2%
"All out"	1	0,2%
"Sport does not discriminate. Support principle"	1	0,2%
"Olympic sponsors speak out now"	1	0,2%
"Decida la mujer si madre ser"	1	0,2%
"Aborto libre, legal, seguro y gratuito"	2	0,3%
"Els nostres cossos, els nostres drets, joves, lliures, feministes. Desobedients!"	1	0,2%
"African gay not a choice"	1	0,2%
"Fim da criminalização da mulher!!! Aborto é um direito"	1	0,2%
"Sexo sin consentimiento es violación"	1	0,2%
"Vivimos en una sociedad que enseña a las mujeres como vestirse en vez de enseñar a los hombres a no violar"	1	0,2%
"Nada justifica el acoso sexual"	1	0,2%

“Quiero sentirme segura aunque esté sola”	1	0,2%
“No es no”	1	0,2%
“Tú me quieres santa, tú me quieres casta, tú me tienes harta”	1	0,2%
“Yo decido con qué me visto y con quién me desvisto”	1	0,2%
“Con minifalda o pantalón... respétame cabrón”	1	0,2%
“Una mujer mal culeada es culpa de un machista porque la IGUALDAD es disfrute de a 2”	1	0,2%
“Soy puta”	1	0,2%
“Bring back our girls”	3	0,5%
Total	622	100,0%

Fuente: Elaboración propia

8.2. Tabla 8.2. Slogans utilizados por acción colectiva

Tabla 8.2. Slogans utilizados por acción colectiva																					
Slogans		Acción colectiva																			Total
		Exhibición del cuerpo desnudo o semidesnudo en público	Manifestación	Concentración/Escarche	Narración de los acontecimientos históricos o actuales protagonizados por mujeres	Asistencia a formaciones/Realización de un estudio	Creación y/o difusión de material musical, fotográfico, de lectura...	Luchar en los tribunales para conseguir un derecho	Testimonio individual o colectivo que el diario estima importante	Análisis del medio	Creación y/o participación en un proyecto artístico	Desobedecer una ley como protesta u obstruir la aprobación de una ley	Firma de un pacto o documento	Acto institucional de apoyo u homenaje a colectivos/ Acto informativo/ Acto de campaña o precampaña electoral	Representación teatral de algún ámbito de las vidas de las mujeres	Interrupción de un discurso o de una marcha o manifestación	Colocación de pancartas en una institución religiosa	Performances simbólicas	Huelga de hambre o boicot	Uso de plataformas virtuales con fines reivindicativos	
"Naked"	Recuento	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	% dentro de \$AC	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
"Votes for Women"	Recuento	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
	% dentro de \$AC	0,0%	0,0%	0,0%	8,3%	0,0%	1,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
No hay	Recuento	0	15	4	11	20	58	1	115	119	13	4	4	13	4	4	0	16	2	15	417
	% dentro de \$AC	0,0%	22,1%	15,4%	91,7%	100,0%	92,1%	100,0%	97,5%	98,3%	76,5%	100,0%	80,0%	92,9%	100,0%	66,7%	0,0%	72,7%	100,0%	88,2%	
"Free Femen"	Recuento	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	% dentro de \$AC	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
"Free Pauline"	Recuento	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	% dentro de \$AC	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
"Obama, ayuda"	Recuento	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	% dentro de \$AC	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
"We don't need your democracy"	Recuento	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
	% dentro de \$AC	5,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
"Dictator"	Recuento	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	% dentro de \$AC	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
"My boobs are my bombs"	Recuento	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	% dentro de \$AC	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
"My only weapon is my body"	Recuento	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	% dentro de \$AC	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
"Aborto es sagrado"	Recuento	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8
	% dentro de \$AC	23,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
"Spain needs Femen"	Recuento	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	% dentro de \$AC	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
"Femen soldada"	Recuento	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	% dentro de \$AC	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
"No a la violencia contra las mujeres"	Recuento	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	% dentro de \$AC	0,0%	0,0%	3,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
"Feminismoak aske egiten gaitu"	Recuento	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	% dentro de \$AC	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
"Erasorik ez erantzunik gabe"	Recuento	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	% dentro de \$AC	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
"Where the mind is without fear"	Recuento	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	% dentro de \$AC	0,0%	0,0%	3,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
"En mi cuerpo mando"	Recuento	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1

"No me sale de..." (dos flechas indicando sus pechos)	Recuento % dentro de \$AC	1 2,9%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1	
"Derechos- Libertades-Dignidad. Plataforma 8 de marzo"	Recuento % dentro de \$AC	0 0,0%	1 1,5%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1
"Abortaremos en vuestros púlpitos"	Recuento % dentro de \$AC	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 50,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1
"Free Pusy Riot"	Recuento % dentro de \$AC	1 2,9%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1
"Eraso sexistei erantzun"	Recuento % dentro de \$AC	0 0,0%	0 0,0%	1 3,8%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1
"Fuera de mi coño"	Recuento % dentro de \$AC	3 8,8%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 16,7%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	3
"Mi cuerpo mis normas"	Recuento % dentro de \$AC	3 8,8%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 16,7%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	3
"Nosotras decidimos"	Recuento % dentro de \$AC	0 0,0%	1 1,5%	1 3,8%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	2
"Se están pisoteando los derechos de las mujeres"	Recuento % dentro de \$AC	0 0,0%	1 1,5%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1
"Aborto askea eta doain"	Recuento % dentro de \$AC	0 0,0%	3 4,4%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	3
"Por favor, dadme dinero para ir a Londres para abortar"	Recuento % dentro de \$AC	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 4,5%	0 0,0%	0 0,0%	1
"Aborto legal"	Recuento % dentro de \$AC	0 0,0%	0 0,0%	1 3,8%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1
"PP enemigo de la libertad de las mujeres"	Recuento % dentro de \$AC	0 0,0%	0 0,0%	1 3,8%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1
"Feminismo global"	Recuento % dentro de \$AC	0 0,0%	0 0,0%	1 3,8%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1
"Homofobiarik ez", "No a la homofobia", "Stop homofobia"	Recuento % dentro de \$AC	0 0,0%	0 0,0%	1 3,8%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 5,9%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	2
"Abortatzea ez da delitua, eskubidea baizik"	Recuento % dentro de \$AC	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 4,5%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1
"Embarque para aborto de 1ª clase con destino Londres"	Recuento % dentro de \$AC	0 0,0%	1 1,5%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1
"Now!"	Recuento % dentro de \$AC	1 2,9%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1
"Revolution"	Recuento % dentro de \$AC	1 2,9%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1
"Free Amina"	Recuento % dentro de \$AC	1 2,9%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1
"Do women have to be naked to get into the Met. Museum?"	Recuento % dentro de \$AC	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	2 3,2%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	2
"Less than 5% of the artists in the Museum Art sections are	Recuento % dentro de \$AC	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	2 3,2%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	2

sociedad que enseña a las mujeres como vestirse en vez de enseñar a los hombres a no violar"	% dentro de \$AC	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
"Nada justifica el acoso sexual"	Recuento	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	% dentro de \$AC	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
"Quiero sentirme segura aunque esté sola"	Recuento	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	% dentro de \$AC	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
"No es no"	Recuento	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	% dentro de \$AC	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
"Tú me quieres santa, tú me quieres casta, tú me tienes harta"	Recuento	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	% dentro de \$AC	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
"Yo decido con qué me visto y con quién me desvisto"	Recuento	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	% dentro de \$AC	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
"Con minifalda o pantalón... respétame cabrón"	Recuento	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	% dentro de \$AC	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
"Una mujer mal culeada es culpa de un machista porque la IGUALDAD es disfrute de a 2"	Recuento	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	% dentro de \$AC	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
"Soy puta"	Recuento	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	% dentro de \$AC	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
"Bring back our girls"	Recuento	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	3
	% dentro de \$AC	0,0%	0,0%	3,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	11,8%	11,8%
	Recuento	34	68	26	12	20	63	1	118	121	17	4	5	14	4	6	2	22	2	14	17	551


Fuente: Elaboración propia

8.3. Imágenes de reivindicaciones y acciones colectivas feministas estudiadas


EL CORREO

2013 - JUNIO

1. 4 JUN

Exhibir los senos en público no es ilegal en Nueva York
Una fotógrafa denunció las detenciones ilegales que por este motivo se venían produciendo y la Justicia le ha dado la razón
 A photograph showing two women at a protest. They have their breasts painted with black ink. The woman on the left has 'FUCKED' painted on her chest, and the woman on the right has 'FUCK' and 'MILITARY' painted on her chest. They are shouting and raising their fists in front of a building with columns.
Pie de página: Las activistas de FEMEN, en una protesta
Total de fotos: 1

2. 4 JUN

Sacar partido al feminismo
Una parte del feminismo cree que entrar en política es clave para trabajar por la igualdad. A otra corriente le basta que haya mujeres comprometidas en el seno de los partidos
 A historical black and white photograph of two women standing outdoors. They are holding a large white sign that reads 'VOTES FOR WOMEN' in bold, capital letters.
Pie de página: Imagen antigua de dos mujeres pidiendo el voto
Total de fotos: 1

3. 4 JUN

Dos manifestaciones para mostrar la repulsa por la brutal agresión
El colectivo nigeriano y el feminista salen a la calle para denunciar la situación de "invisibilidad" que sufrían las víctimas del maestro shaolín y para apoyar a Ada, que continúa grave en el Hospital de Basurto
 A photograph of a group of people at a demonstration. In the foreground, a woman is holding up a photograph of a man. To her right, another woman is holding a blue sign. A red play button icon is overlaid on the bottom center of the image, with the word 'VIDEO' written below it.
Pie de página: La concentración ha tenido lugar en la plaza Doctor Fleming./ Telepress Vídeo: Virginia Melchor / Igor Gandiaga
Total de fotos: 1 VIDEO

4. 11 JUN

[Con un par de pantalones](#)

El pantalón se encuentra en el armario de cualquier mujer y se adapta sin cesar a los dictámenes de la moda, pero no siempre estuvo bien visto como prenda femenina



Pie de página: Una mujer vestida con pantalón participa en un casting de moda en Sidney./ AP

Total de fotos: 1

5. 12 JUN

[Activistas de Femen protestan ante la embajada de Túnez en Madrid](#)

Reclaman la liberación de las dos francesas y la alemana que debían ser juzgadas este miércoles en Túnez



Pie de página: Las activistas de Femen, en su protesta ante la Embajada de Túnez en Madrid. / Efe

Total de fotos: 1

6. 12 JUN

[La última provocación de Bar Refaeli... un guiño gay](#)

La modelo homenajea al colectivo homosexual en un servicio de hombres



Pie de página: Refaeli desató la polémica al publicar en las redes sociales esta foto de ella en un urinario de Tel Aviv. /R.C.

Total de fotos: 1

7. 12 JUN

[Desalojan el Parlamento gallego por un grupo contrario a la reforma del aborto](#)

Veinte mujeres han proferido gritos como "Nosotras parimos, nosotras decidimos", han desplegado pancarta y han tirado confeti a los diputados



Pie de página: Vista interior del Parlamento de Galicia durante un pleno. / Archivo

Total de fotos: 1

8. 13 JUN

[700 personas han participado en la red de conocimientos de Igualdad](#)

Más de 140 personas han pasado por el taller para manejar el correo electrónico, un centenar por el de cocina y otras 90 han salido a pasear



Pie de página: Uno de los encuentros del Club de Empleo. /A. Gómez

Total de fotos: 1

9. 13 JUN

[Jueces para la Democracia presenta un vídeo contra las reformas de Gallardón](#)

Bajo el título 'Un gobierno contra la independencia judicial', numerosos magistrados analizan y critican los cambios puestos en marcha por el ministro




Pie de página: El vídeo difundido por la asociación Jueces para la Democracia.

Total de fotos: 1 VIDEO


10. 20 JUN

Detenidas un grupo de activistas de Femen que intentaron llegar hasta Obama en Berlín	
Iban en top less y llevaban pintados en sus torsos el mensaje 'Obama, ayuda'	
	
Pie de página: Agentes alemanes sujetan a una de las activistas./ Reuters	
Total de fotos: 1	


11. 27 JUN

Windsor, el rostro de la victoria por la igualdad	
La mujer demandó al Estado por negarle la deducción de impuestos a la que tendría derecho de haberse casado con un hombre	
	
Pie de página: Edith Windsor, tras conocer la sentencia ./ Reuters	
Total de fotos: 1	

12. 29 JUN

Bilbao celebra el Día del Orgullo Gay	
--	
	
Pie de página: --	
Total de fotos: 1	

13. 29 JUN


«Tenemos que seguir luchando para eliminar el miedo a la diferencia»	
--	
	
Pie de página: Desde el Ayuntamiento se ofreció información. /Héctor Pérez	
Total de fotos: 1	

JULIO

1. 4 JUL

Madrid se viste de arcoíris para celebrar el Orgullo Gay	
Se espera un mayor número de turistas en la convocatoria de este año	
	
Pie de página: Miles de personas celebrando el Orgullo gay en la plaza de Chueca. / Foto: Kote (efe) Vídeo: Atlas España	
Total de fotos: 1 VIDEO	

2. 15 JUL

Una monja en la sopa	
Médico y teóloga por Harvard, irrumpió contra la vacuna de la gripe A y ha seguido con críticas a la Iglesia, la defensa de la secesión de Cataluña, el anticapitalismo... Es una benedictina molesta, no se calla. Mia Farrow la adora y la prensa europea la ha bautizado como la líder de los indignados	
	
Pie de página: Montserrat Teresa Forcades, en el Monasterio de San Benet, donde ingresó en 1997. Cuando sale, viste pantalón. / LLUIS GENE/AFB	
Total de fotos: 1	

3. 16 JUL

Las Pussy Riot atacan de nuevo
El polémico grupo ruso de punk, que tiene dos miembros en la cárcel, estrena un videoclip en el que critican a la industria energética rusa

Pie de página: Una de las Pussy Riot lanza aceite sobre un retrato de un oligarca energético. / Reuters
Total de fotos: 1 VIDEO

4. 16 JUL

«Los fascistas tendrán que lamerme el culo cuando envíen una carta»
El nuevo sello postal de Marianne, la mujer símbolo de Francia, está inspirado en Inna Shevchenko, fundadora de Femen

Pie de página: El presidente francés, François Hollande, con el nuevo sello de Marianne. / Afp (2) Inna Shevchenko. / Reuters
Total de fotos: 2

5. 14 JUL

Heroínas, la nueva mina de oro de Hollywood
--


Pie de página: (1) La famosa actriz en una escena de la película 'Salt' (Angelina Jolie) (2) Claire Danes, Claire es la protagonista de la prestigiosa serie, 'Homeland'. (3) Jessica Chastain, Jessica, en una escena del filme 'La noche más oscura'. (4) Kristen Stewart, Kristen, protagonista de 'Blancanieves y la leyenda del cazador'. (5) Mila Jovovich, La trepidante Mila, en 'Resident Evil'. (6) Jennifer Lawrence, Jennifer, estrella de 'Los juegos del hambre'.
Total de fotos: 6

6. 19 JUL

Bar Refaeli pelea con besos
--


Pie de página: El último beso de Refaeli.
Total de fotos: 1

7. 30 JUL

Lecciones contra la violencia machista
Diecinueve mujeres de Urduliz reciben un curso de autodefensa que difunde la igualdad en pueblos con menos de 5.000 habitantes

Pie de página: Bernal, durante una clase. :: P. U.
Total de fotos: 1

AGOSTO

1. 10 AGO

Cientos de personas protestan en Londres contra la ley anti-gay rusa
Los participantes piden al gobierno británico que presione a Moscú para que derogue la ley

Pie de página: Manifestantes bromean con recortables del presidente ruso. / Luke MacGregor (Reuters)
Total de fotos: 1

2. 12 AGO

[Las Femen españolas entrenan en París](#)

Tras una preparación casi militar en técnicas de desobediencia civil, a partir de septiembre intensificarán sus acciones en España



Pie de página: La líder de Femen en España, Lara Alcázar. / Laura Bayarri (Efe)

Total de fotos: 1

3. 16 AGO

[La activista Amina publica otra fotografía en 'top less'](#)

Apenas una semana después de ser puesta en libertad provisional hasta la celebración del juicio por realizar una pintada



Pie de página: La activista Amina Sbui. / FEMEN

Total de fotos: 1

4. 29 AGO

[Las Femen se desnudan ante la opresión de Ucrania](#)

La policía ha entrado en la oficina de la organización en Kiev y ha encontrado dos armas de la Segunda Guerra Mundial y una granada



VÍDEO

Pie de página: El grupo feminista Femen ante la Embajada de Ucrania en París. / Efe | Atlas

Total de fotos: 1 VIDEO

SEPTIEMBRE

1. 3 SEP

[Ellos a planchar, ellas a poner baldas](#)

El Consistorio de Leioa renueva los talleres de corresponsabilidad para fomentar la autonomía en tareas inusuales para muchos



Pie de página: Una mujer cambia un grifo. :: AYTO

Total de fotos: 1

2. 8 SEP

[Besada de gais frente a la embajada rusa en Madrid](#)

Unas veinticinco personas han participado en el acto de protesta contra la homofobia



Pie de página: Dos personas se besan durante la protesta. / Kiko Huesca (Efe)

Total de fotos: 1

3. 24 SEP

[Lo que hay que oír por ser mujer](#)

La plataforma 'Sexismo cotidiano' registra las situaciones de discriminación que cada día viven las mujeres, tan naturalizadas en la sociedad que quedan impunes



Pie de página: Una mujer se tapa los oídos

Total de fotos: 1

OCTUBRE

1. 10 OCT

[«Vamos a llegar más lejos»](#)



Pie de página: Activistas de Femen irrumpen en la sesión de control. / Foto: Chema Moya (Efe) | Vídeo: Atlas

Total de fotos: 1 VIDEO

2. 10 OCT

[Femen va está aquí](#)

Una asturiana y una gaditana ponen en marcha la rama española de la organización feminista. "¿La primera acción? Con la que está cayendo, mucho no va tardar"

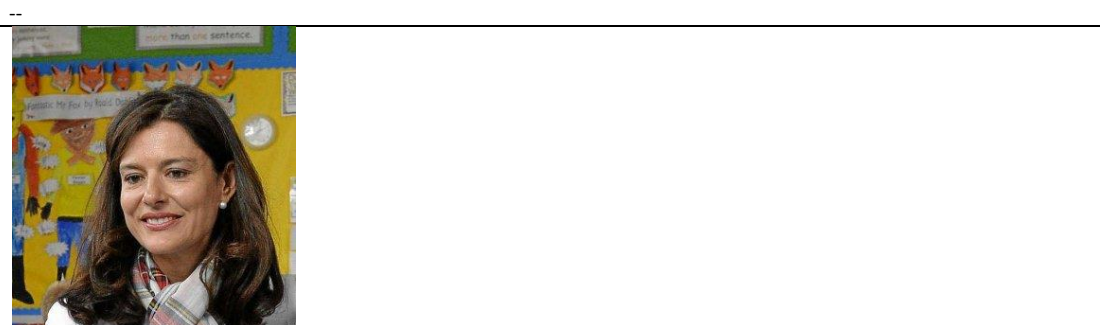


Pie de página: Lara Alcázar. / Archivo

Total de fotos: 1

3. 10 OCT

[Una feminista junto a Clegg](#)



Pie de página: Miriam González Durántez.

Total de fotos: 1

4. 10 OCT

[Trapagaran se une contra la violencia doméstica](#)

Varias decenas de personas se concentran para mostrar su rechazo al ataque sufrido ayer por una mujer en la localidad vizcaína. La víctima permanece consciente en el Hospital de Cruces



Pie de página: Imagen de la concentración de condena en Trapagaran./ Ignacio Pérez

Total de fotos: 1 VIDEO

5. 10 OCT

[El desnudo reivindicativo antes de Femen](#)

Su capacidad de centrar la atención y de escandalizar al mismo tiempo convierte al desnudo en una potente arma reivindicativa que va mucho más allá del exhibicionismo



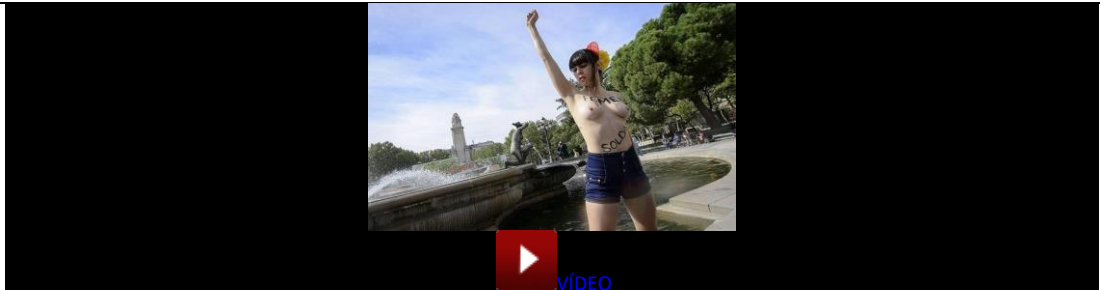
Pie de página: Las activistas de Femen, tras salir en libertad. / Afp | Vídeo: Atlas

Total de fotos: 1 VIDEO

6. 12 OCT

[Femen se apunta al Día de la Hispanidad](#)

Han organizado una clase de activismo en la Plaza de España de Madrid y han realizado una marcha por la ciudad



Pie de página: Paulline Hillier, una de las líderes del movimiento, en Madrid. / Dani Pozo (Afp)

Total de fotos: 1 VIDEO

7. 23 OCT

En la piel de cinco grandes mujeres

Una fotógrafa retrata a su hija emulando a cinco grandes personajes femeninos de la historia para celebrar su cumpleaños: "Es hora de mostrarle en quién se puede convertir de verdad"



Pie de página: (1) Coco Chanel, icono de moda y diseñadora (2) Amelia Earhart, aviadora (3) Hellen Keller, activista política sorda y ciega.(4) -- (5) Jane Goodall, primatóloga, cuya vida inspiró la película 'Gorilas en la niebla'.

Total de fotos: 5

8. 28 OCT

Mujeres saudíes se ponen al volante en un nuevo desafío al Gobierno

La página web donde estaba convocada la protesta fue atacada por piratas informáticos, lo que se suma a las presiones de las autoridades contra la movilización



Pie de página: La activista saudí Manal Al Sharif, conduciendo el pasado día 22. / Afp

Total de fotos: 1

NOVIEMBRE

1. 4 NOV

Teatro y una charla sobre maltrato, por el día contra la violencia de género


La Casa de la Igualdad muestra una exposición de fotos sobre músicos y grupos mirandeses del colaborador de El Correo, Pablo Izquierdo



Pie de página: La Casa de Igualdad organizará actividades relacionadas con la violencia contra las mujeres. /A. G.

Total de fotos: 1


2. 14 NOV

«Aunque estemos mejor preparadas, las artistas seguimos en un segundo plano»	
Las Jornadas de Igualdad de Galdakao constatan la escasa presencia de actrices en papeles protagonistas y en la dirección de obras	
	
Pie de página: La actriz Gurutze Beitia analizó ante las asistentes el papel femenino en la pequeña pantalla. :: JORDI ALEMANY	
Total de fotos: 1	

3. 16 NOV

Luchadora por la igualdad	
EL CORREO distingue como Alavesa de octubre a Begoña Muruaga, fundadora del Fórum Feminista María de Maeztu que cumple 25 años	
	
Pie de página: Begoña Muruaga, en el jardín de la Casa de Cultura. /Iosu Onandia	
Total de fotos: 1	

4. 16 NOV


23 mujeres han pedido apoyo municipal frente a la violencia de genero este año	
'Para que la próxima no seas tú', Igualdad reclama «tolerancia cero» ante cualquier situación agresión sexista	
	
Pie de página: Una escenificación del día 25 de noviembre celebrada hace algún tiempo. /A. Gómez	
Total de fotos: 1	

5. 23 NOV


«El premio es muy positivo porque aún hay mucho prejuicio con el feminismo»
Begoña Muruaga, Alavesa de octubre por fundar el Fórum María de Maeztu, lamenta el «retroceso» en la igualdad «con la excusa de la crisis»

Pie de página: Begoña Muruaga posa junto al premio de EL CORREO. :: iosu onandia
Total de fotos: 1 VIDEO

6. 24 NOV

Las mujeres se instruyen en defensa personal
--

Pie de página: Participantes e instructores, antes de empezar las prácticas . :: E. C.
Total de fotos: 1

7. 25 NOV

Rompen y arrojan pintura a falsas portadas del libro 'Cásate y sé sumisa' en Bilbao
Además de este acto de CC OO, el Ayuntamiento de Bilbao, por su parte, ha llamado a "hacer visibles" las agresiones "cotidianas y normalizadas" hacia las mujeres

Pie de página: Los asistentes rompen portadas falsas para escenificar su rechazo al contenido del libro. / Telepress
Total de fotos: 1


8. 25 NOV

El Ayuntamiento de Bilbao insta a "hacer visibles" las agresiones "cotidianas"
Asume el compromiso de desarrollar una política municipal "activa, integral, participativa y coordinada" en favor de la igualdad



Pie de página ©1) Acto institucional en el Ayuntamiento de Bilbao. / I. Pérez. Vídeo: Virginia Melchor / Pablo del Caño (2) Manifestación en Bilbao contra la violencia de género. / M. Atrio Vídeo: Virginia Melchor / Pablo del Caño
Total de fotos: 2 (1 VIDEO, 1 FOTO)

DICIEMBRE


1. 1 DIC

Activistas de Femen orinan sobre fotos de Yanukovich
Las feministas han expresado así su desacuerdo con la violenta dispersión de una protesta opositora la madrugada del sábado en Kiev

Pie de página: Activistas de Femen orinan sobre fotos del presidente ucraniano. / Thomas Samson (Afp)
Total de fotos: 1

2. 3 DIC

¿Cuánto debería ganar un ama de casa?
Sin contrato, no es fácil cuantificar su sueldo, pero hay quien lo ha hecho y dice que tendrían que llegar a los 1.750 euros al mes

Pie de página: El sueldo de las amas de casa, una cuenta pendiente.
Total de fotos: 1


3. 11 DIC

Chico y Chica : "Bilbao es feminista, ecologista y punk"	
El dúo dará un concierto para todos los públicos, con un repertorio "al estilo menú de boda, para que nadie se quede con hambre". Ya que juegan en casa, les sometemos a un test botxero	
	
Pie de página: Chico y Chica son seguramente el grupo con más personalidad de Bilbao.	
Total de fotos: 1	

4. 16 DIC

La India recuerda a la joven víctima de la violación que conmocionó al país	
Fue torturada por seis hombres en un autobús en marcha en Nueva Delhi, y 13 días más tarde murió en un hospital de Singapur	
	
Pie de página: Activistas protestan en memoria de la joven violada y asesinada. / Efe	
Total de fotos: 1	

5. 17 DIC


Feministas y partidos de izquierda firman un pacto «entre mujeres» a favor del aborto	
Apoyan en el Congreso que se mantenga la actual ley frente a la inminente reforma anunciada por el Gobierno	
	
Pie de página: La portavoz socialista Soraya Rodríguez conversa hoy con miembros de las asociaciones feministas. / Efe	
Total de fotos: 1	

6. 18 DIC


Elas sí ganaron este año
--

Pie de página: Annie Leibovitz, tras recoger el premio Príncipe de Asturias de Comunicación y Humanidades. / Eloy Alonso (Reuters)
Total de fotos: 1

7. 22 DIC

Francia tilda de «retroceso» la reforma de Gallardón
La ministra de Derechos de la Mujer expresa su "honda preocupación" por los cambios en la normativa para abortar

Pie de página: Manifestación contra la reforma de Gallardón. / Reuters
Total de fotos: 1

8. 25 DIC

Una activista de Femen irrumpe en la catedral de Colonia en la misa de Navidad
El objetivo de la protesta era denunciar las posiciones antiabortistas del Vaticano

Pie de página: La joven llevaba pintado 'Yo soy Dios'./ Femen
Total de fotos: 1

9. 26 DIC

La Ley del Aborto saca a las mujeres a la calle «contra esta ofensiva patriarcal»
Algo más de un centenar de personas se concentró el martes frente a la Delegación de Gobierno para protestar por la decisión de Gallardón

Pie de página: Jóvenes muestran carteles con los que acudieron a la concentración en El Espolón. :: CLARA LARREA
Total de fotos: 1

10. 26 DIC

¿Quiénes son las mujeres que abortan?
La Plataforma 'Decidir os hace libres' presenta una campaña contra la reforma de la actual Ley del aborto

Melani Olivares, Juan Ramón Lucas y Natalia Dicenta./ Youtube
Pie de página:
Total de fotos: 1 VIDEO

11. 27 DIC

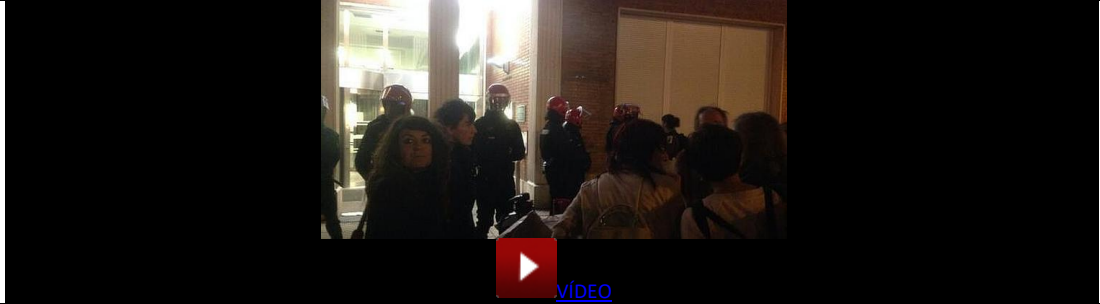
Basauri se rinde a las sufragistas en su almanaque
--

Pie de página: Una de las imágenes que ilustrarán el calendario de Basauri sobre las sufragistas. :: E. C.
Total de fotos: 1

12. 27 DIC

[Nuevas protestas contra la ley del aborto en Cruces tras la intervención de ayer](#)

La plataforma Feminista de Euskal Herria se ha concentrado frente al hospital y ha mostrado "su más profundo rechazo" al desalojo de 70 mujeres que se manifestaban este viernes



Pie de página: La Ertzaintza desaloja a las mujeres concentradas./ @AbortoEskubidea

Total de fotos: 1 VIDEO

13. 31 DIC

[Movilizaciones contra la nueva ley del aborto](#)

--



Pie de página: Momento de la concentración.

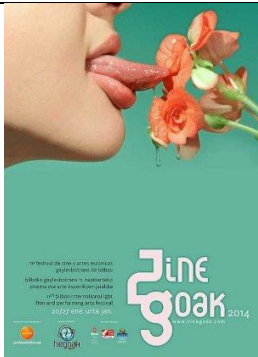
Total de fotos: 1

2014 ENERO

1. 16 ENERO

Zinegoak homenajeará al Festival de Cine Gay de San Petersburgo por su valentía

Con un presupuesto similar al del año pasado, el certamen reduce el precio de las entradas y multiplica las sedes extendiéndose hasta once municipios



Pie de página: --

Total de fotos: 1

2. 23 ENERO

Intelectuales y artistas piden la retirada de la reforma del aborto

El documento, que ha recibido el apoyo de centenares de escritoras, científicas, profesoras y actrices, pide recuperar la ley de plazos



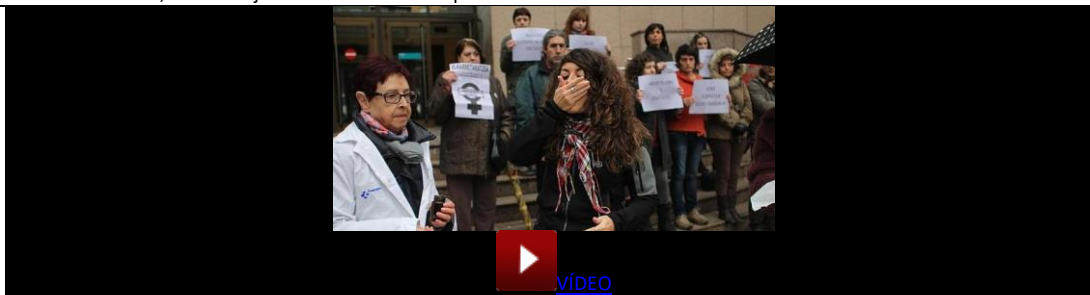
Pie de página: Gallardón, durante una sesión de control al Gobierno. / Efe

Total de fotos: 1

3. 29 ENERO

[Grupos feministas protestan delante del juzgado de Barakaldo contra la ley del aborto](#)

Durante la acción, varias mujeres simulaban tomar píldoras abortivas




Pie de página: Las mujeres frente al juzgado esta mañana. / Telepress

Sólo video


Total de fotos: 1 VIDEO

4. 30 ENERO

Abortos en directo contra la reforma de ley	
--	
	
Pie de página: Integrantes de Argitan simulan abortos en directo. :: S. LL.	
Total de fotos: 1	

FEBRERO

1. 1 FEB

El 'Tren de la libertad' contra la reforma de la ley del aborto parte hacia Madrid	
Más de cien mujeres se desplazan desde Gijón a la capital para participar en la manifestación de hoy contra el borrador de Ruiz-Gallardón	
	
Pie de página: Decenas de personas aclaman al tren a su paso por la estación de Oviedo./ EFE	
Total de fotos: 1	

2. 1 FEB

'Marea violeta' contra la reforma de la ley del aborto	
--	
	
Pie de página: Representantes de diferentes asociaciones se dirigen al Congreso. / Efe	
Total de fotos: 1	

3. 2 FEB

Activistas de Femen abordan a Rouco Varela en defensa del aborto
Cinco mujeres han abordado al cardenal con el torso desnudo en un céntrico barrio de Madrid


Pie de página: Momento en el que han abordado a Rouco. / Efe
Total de fotos: 1

4. 3 FEB

Femen lleva ante Rouco su lucha contra la ley del aborto
Las activistas, con el torso desnudo, interceptaron al presidente de la Conferencia Episcopal a la entrada de una iglesia

Pie de página: Rouco iba a celebrar una misa cuando se topó con las activistas de Femen. / Efe
Total de fotos: 1

5. 7 FEB

Protesta contra la reforma de la ley del aborto
--

Pie de página:
Total de fotos: 1

6. 8 FEB

[Miles de personas salen a la calle contra la ley del aborto](#)

La protesta, convocada en Madrid, ha tenido réplica en más de una decena de ciudades españolas y capitales como Londres, Dublín y Lisboa



Pie de página: Marcha convocada por el Movimiento Feminista en Madrid. / Víctor Lerena (Efe) | Vídeo: Atlas

Total de fotos: 1 VIDEO

7. 13 FEB

[Una niña con dos madres y un padre](#)

Una pequeña canadiense es inscrita en el registro como hija de una pareja de lesbianas y el hombre que donó el esperm



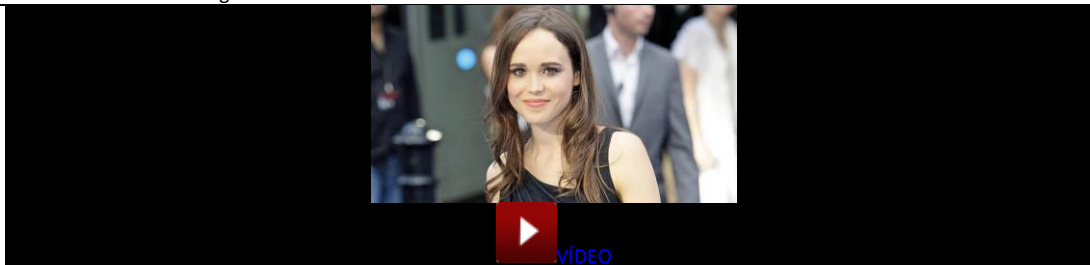
Pie de página: Shawn Kangro aportó el semen y Danielle se autoinseminó con una jeringuilla.

Total de fotos: 1

8. 16 FEB

[Ellen Page se declara lesbiana](#)

La actriz que protagonizó 'Juno' pronunció un sentido discurso durante una conferencia sobre los derechos de los homosexuales en Las Vegas



Pie de página: La actriz Ellen Page, en una imagen de archivo. / Efe | Europa Press

Total de fotos: 1 VIDEO

9. 20 FEB

[Akelarre contra la nueva ley sobre el aborto](#)

Bajo una incesante lluvia, portaron el lema de 'Gure gorputza, gure erabakia'



Pie de página: El acto del sábado se desarrolló bajo la lluvia. /A. Lasuen

Total de fotos: 1

10. 26 FEB

[La ley Gallardón «convierte a la mujer en un instrumento al servicio de la maternidad»](#)



Pie de página: Manifestación contra la reforma del aborto del 8 de febrero. / Archivo

Total de fotos: 1

11. 28 FEB

[Los profesionales de la salud sexual, en contra de la reforma de la ley del aborto](#)

Casi 2.000 especialistas firman un manifiesto en el que acusan al Gobierno de atentar contra "la autonomía de las mujeres"



Pie de página: Protesta contra la reforma del aborto en las Cortes de Aragón / Efe

Total de fotos: 1

MARZO

1. 1 MARZO

[Mujeres se rebelan contra la agresión sexual a dos jóvenes en Amorebieta](#)



Pie de página: Concentración contra las agresiones sexistas en Amorebieta. :: V. E.

Total de fotos: 1

2. 4 MARZO

[Las voces de las mujeres saltarán a la gran pantalla con Lara Izagirre](#)

La cineasta impartirá un taller en Amorebieta que aúna la literatura y el séptimo arte



Pie de página: Lara Izagirre.

Total de fotos: 1

3. 4 MARZO

[La gente de la cultura sale el domingo a la calle](#)


Una manifestación recorrerá las calles de Madrid contra el IVA del 21% y el desprecio del Gobierno hacia el sector



Pie de página: Concentración celebrada en 2012 para protestar contra la subida del IVA cultural. / Ballesteros (Efe)

Total de fotos: 1

4. 6 MARZO

Ermua se compromete a apoyar la idea de que todos los días sean 8 de marzo
La corporación aprueba por unanimidad una declaración institucional de Eudel adaptada por el Consejo de la Mujer de Ermua

Pie de página: La concentración anual volverá a celebrarse este sábado en la plaza. /Ainhoa Lasuen
Total de fotos: 1

5. 7 MARZO

Tres mujeres tan diferentes, tres mujeres tan iguales
La discapacidad en todas sus formas, cognitiva, sensorial y física, centra el acto de la Diputación dedicado al colectivo femenino

Pie de página: Alaña, Aguiriano, Carcedo, De Andrés e Iriarte, momentos antes de comenzar el acto. /Blanca Castillo
Total de fotos: 1 VIDEO

6. 7 MARZO

Sociedades científicas de Europa y América rechazan la reforma del aborto
Los médicos insisten en denunciar que con la propuesta del Gobierno el 90% de las interrupciones del embarazo serían ilegales

Pie de página: Manifestación en Madrid contra la reforma del aborto. / Efe
Total de fotos: 1

7. 8 MARZO

[Homenajes con carácter reivindicativo](#)



Pie de página: A las celebraciones se les dio un aire nostálgico con la representación de las lavanderas que hicieron mujeres de Jacinto Sarmiento y Familia Castellana en las riberas del Ebro. /Avelino Gómez

Total de fotos: 1

8. 8 MARZO

[La marcha del Día de la Mujer en Vitoria rechaza la Ley del Aborto](#)

También han exigido el reparto del trabajo "productivo y el reproductivo" y que se garantice el derecho al cuidado de los hijos y familiares sin que recaiga de forma obligatoria en las mujeres



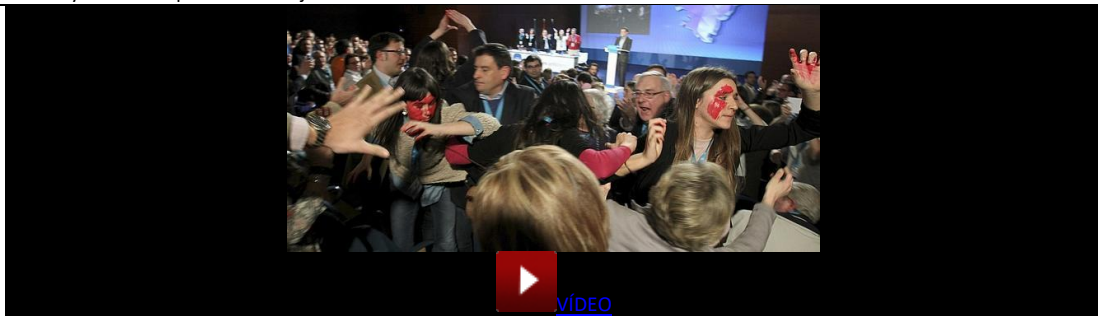
Pie de página: Cientos de personas en la marcha del Día de la Mujer. /Jesús Andrade

Total de fotos: 1

9. 9 MARZO

[Cuatro jóvenes contra la reforma del aborto interrumpen el discurso de Rajoy](#)

"Aborto ilegal, violencia estatal", han gritado las jóvenes, que se han introducido en el Kursaal con acreditaciones y llevaban la cara y las manos pintadas de rojo



Pie de página: Cuatro activistas han interrumpido el discurso de Rajoy. / Juan Herrero (Efe) | Europa Press

Total de fotos: 1 VIDEO

10. 9 MARZO

[El aborto y la violencia de género centran los mensajes del Día de la Mujer](#)

"En nuestros úteros, no se legisla", "Nuestros cuerpos no se maltratan" y "Nuestros derechos no se recortan", han sido algunos de los lemas utilizados en toda España



Pie de página: Imagen de la manifestación por las calles de Madrid. / Efe | Vídeo: Atlas
Una mujer enseña sus senos en las protestas de Barcelona. / Reuters

Total de fotos: 2 (1 VIDEO, 1 FOTO)

11. 9 MARZO

[Muchos frentes abiertos para la igualdad](#)



Pie de página: (1) Las integrantes de la Plataforma 8 de marzo encabezaron ayer la manifestación que ilustró la lucha por los derechos de la mujer. /Sonia Tercero

(2) UGT homenajeó a las mujeres con veinticinco años de afiliación en el sindicato. :: **EL CORREO**

Total de fotos: 2

12. 9 MARZO

[Miranda pedaleó ayer para pedir una verdadera igualdad](#)

La marcha en bici y la lectura del manifiesto fueron los actos centrales de la celebración del Día Internacional de la Mujer



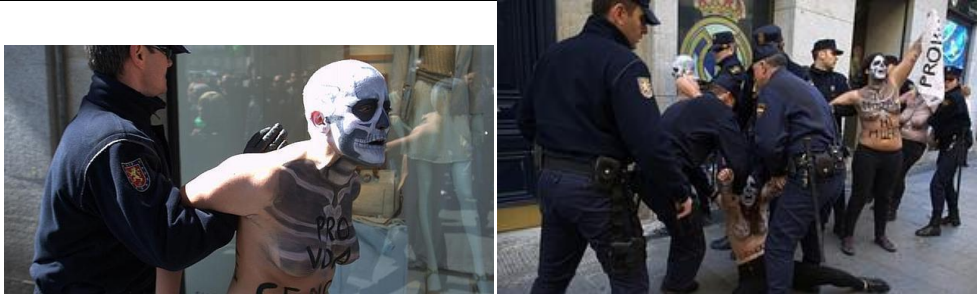
Pie de página: (1) El ambiente fue festivo y a la vez reivindicativo . /Avelino Gómez
(2) --

Total de fotos: 2

13. 23 MARZO

[Cinco activistas de Femen irrumpen en la marcha por la vida](#)

Han aparecido cuando la cabecera de la manifestación ya había llegado a la Puerta del Sol, donde hay colocado un escenario



Pie de página: (1) Una activista de Femen, en el momento de ser detenida. / Afp
(2) Las activistas de Femen, durante la marcha por la vida. / Afp

Total de fotos: 2

ABRIL

1. 8 ABRIL

[Protesta abortista en la Catedral de Santiago](#)

Varias jóvenes colocan carteles con proclamas en favor de la interrupción del embarazo



Pie de página: Dos de las jóvenes colocan una de las pancartas./ Bruno Vergara

Total de fotos: 1

2. 13 ABRIL

Memorias del feminismo ermuarra
El trabajo 'Huellas feministas y de Mujeres' en Ermua visibiliza las aportaciones del feminismo a la historia local


Pie de página: La presentación de este trabajo sobre el feminismo local tuvo lugar ayer en Ermua. :: A. LASUEN
Total de fotos: 1

3. 15 ABRIL

¡Fuera maquinillas... y arriba esas axilas!
El fotógrafo israelí Ben Hopper capta a mujeres sin depilar para denunciar el "lavado de cerebro" que sufren ellas ante este convencionalismo social

Pie de página: Madonna muestra su axila sin depilar./ Twitter
Total de fotos: 1

4. 24 ABRIL

Poniatowska, princesa roja del Cervantes
«Es quijotesco que me den este premio», dice la escritora y periodista, la cuarta ganadora del premio mayor de las letras hispanas. Comprometida cronista del México contemporáneo, dedica el galardón «a las mujeres y al periodismo»

Pie de página: La escritora Elena Poniatowska. / EFE
Total de fotos: 1

5. 26 ABRIL

Miriam Clegg, una feminista que habla 'con cojones'
La mujer del viceprimer ministro británico, Nick Clegg, es vallisoletana, católica frente al ateísmo de su marido y no se corta ni un pelo a la hora de decir lo que piensa

Pie de página: Se negó a tomar el apellido de su marido y a cambiar su nacionalidad./ Reuters
Total de fotos: 1

MAYO

1. 1 MAYO

Famosas que han derribado el armario
El de la actriz Jodie Foster no es el único enlace gay ni la única confesión lésbica hecha pública los últimos meses

Pie de página:
Total de fotos: 1

2. 11 MAYO

La Habana desfila por los derechos homosexuales
Centenares de cubanos participan en una marcha del colectivo LGTB, esperando con la futura legalización del matrimonio entre personas del mismo sexo en la isla

Pie de página: Vista de la marcha en La Habana / Reuters
Total de fotos: 1

3. 13 mayo

Hay más feministas de lo que parece

Es empezar a hablar de feminismo y notar cómo muchos, incluso mujeres, empiezan a resoplar, quizá porque piensan que es una batalla ajena ganada en los 70. Pero ¿acaso se puede estar en contra de que la mitad de la humanidad tenga una vida tan digna como la otra mitad?



Pie de página: Una mujer durante un rito hindú. / AFP

Total de fotos: 1

4. 16 mayo

Cate Blanchett lanza una advertencia feminista a la industria del cine

La actriz australiana ha presentado fuera de concurso "Cómo entrenar a tu dragón 2"



Pie de página: La actriz australiana Cate Blanchett, posa ante los medios en Cannes / Afp

Total de fotos: 1

DEIA

2013 JUNIO

1. 1 de junio

Un nuevo servicio foral ayudará a las víctimas de malos tratos a lograr su autonomía laboral

La diputación habilitará catorce plazas para mujeres que abandonen los pisos de acogida sin trabajo



Pie de página: Un grupo de mujeres retrata a través del teatro sus vivencias sobre el maltrato. La imagen fue tomada en San Francisco hace un año durante la representación (Jose Mari Martínez) / Pilar Ardanza (Oskar Martínez)

Total de fotos: 2

2. 2 de junio

“Hola wapa. ¿Me enseñas tus tetas?”

Los adolescentes reciben con frecuencia intentos de contactos y acoso sexual en las redes sociales



Pie de página: Ianire Estébanez, psicóloga especialista en violencia contra las mujeres, ha coordinado el estudio “La desigualdad de género y el sexismo en las redes sociales” (David de Haro)

Total de fotos: 1

3. 5 de junio

Los restos humanos del piso y el gimnasio de Aguilar pertenecen a una única víctima

Corresponden a la mujer colombiana a la que el ‘maestro shaolín’ admitió haber asesinado el viernes



Pie de página: Una joven de origen africano, como Ada, no puede reprimir una lágrima mientras sujeta una foto de ésta en la concentración de repulsa celebrada en Bilbao (David de Haro)

Total de fotos: 1

4. 5 de junio

“No denuncian porque están en situación ilegal”

Marian Arias, responsable de la asociación Askabide, lamenta la situación de desprotección en la que se encuentran las mujeres que trabajan en la calle



Pie de página: --

Total de fotos: 1

5. 6 de junio

Todos alzan la voz contra el miedo

Representantes políticos y ciudadanos exigen ‘tolerancia cero’ ante las agresiones /La muerte de Ada saca a la palestra la necesidad de mayor seguridad en zonas en las que se ejerce la prostitución



Pie de página: Representantes de los partidos y ciudadanos se sumaron ayer a la concentración en las escalinatas del Ayuntamiento de Bilbao

Total de fotos: 1

6. 8 junio

“Queda mucho trabajo por hacer”

El tribunal ‘Viena +20’ denuncia en Euskadi la vulneración de los derechos de las mujeres



Pie de página: Presentación de todas las asociaciones participantes (J.M. Martinez)

Total de fotos: 1

7. 10 junio

Los movimientos feministas turcos reivindican su lugar en la revuelta

La rebelión ciudadana ha roto el muro del miedo y las mujeres dicen sentirse fortalecidas / Erdogan advierte de que 'nuestra paciencia tiene ya un límite'



Pie de página: Manifestantes, durante una de las concentraciones de ayer contra el gobierno del primer ministro turco, Recep Tayyip Erdogan

Total de fotos: 1

8. 13 junio

San Mames zah-arra; Neskak San Mames barrira (Iritzia)



Pie de página: --

Total de fotos: 1

9. 28 junio

Esuakdi registra 900 denuncias por violencia machista de enero a marzo

Este número se aproxima a las presentadas en 2007, antes del inicio de la crisis



Pie de página: Concentración de protesta contra la violencia sexista en Laudio (Zigor Alkorta)

Total de fotos: 1

JULIO

1. 5 julio

El cambio hindú llega a Bilbao

La exposición interactiva "Mujeres: la fuerza del cambio en la India", de la Fundación Vicente Ferrer, se podrá visitar hasta el domingo en El Arenal



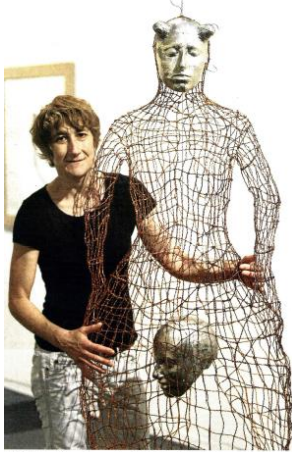
Pie de página: Ramadevi Rapphadu, ayer, en la inauguración de la muestra (J.M.M.)

Total de fotos: 1

2. 23 julio

Entrelazando los roles femeninos

La escultora navarra Dora Salazar reivindica el lugar de la mujer en la sociedad con una exposición en el Koldo Mitxelena de Donostia



Pie de página: Dora Salazar con una de sus obras expuestas en Koldo Mitxelena de Donostia

Total de fotos: 1

3. 27 de julio

Las saharauis abordan dos frentes: la liberación nacional y su visibilidad

La Conferencia de apoyo a las Mujeres Saharaui resalta su papel en la resistencia



Pie de página: Cientos de personas en todo el mundo se reunieron en el Sahara para estudiar y apoyar a sus mujeres en sus ansias de liberarse... en lo político y en materia de género (EGE) / Itziar F. Mendizabal, presidenta de EGE, en la conferencia (EGE)

Total de fotos: 2

4. 29 julio

La ministra que no amaba a las mujeres

Las últimas medidas de Ana Mato indignan a los colectivos feministas / "Gobierna a golpe de catecismo ideológico retrógrado", le acusan



Pie de página: Ana Mato, ministra de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad (Deia)

Total de fotos: 1

5. 30 julio

No hay clemencia para las Pussy Riot

Denegada la condicional para dos condenadas, pese a la presión mundial



Pie de página: (1) Varias personas reivindicaron la liberación de las Pussy Riot en el Zwarte Cross Festival, el viernes (AFP) / A Tolokonnikova se lo comunicaron el viernes (EFE) / A Aliokhina le avisaron el pasado miércoles (AFP) / Samutsevich, en libertad condicional ya (DEIA)

Total de fotos: 4

AGOSTO

1. 5 agosto

Basqueskola, la escuela para electas

Alcaldesas y concejales participan en talleres de liderazgo y coaching, coloquios y debates gracias a Eudel y Emakunde /En Euskadi las mujeres representan casi el 40% de los cargos municipales



Pie de página: (1) Las electas, participando en uno de los talleres de Basqueskola (DEIA) / (2) Ibone Bengoetxea, junto a una publicidad de Basqueskola (DEIA) / (3) María Pilar Legarra / (4) Izaskun Garaigordobil / (5) Amaya Rojas

Total de fotos: 5

2. 7 agosto

“Las fiestas no son excusa para el maltrato a las mujeres”



Pie de página: Izaskun Landaida (DEIA)

Total de fotos:1

3. 15 agosto

La pelota, en femenino

Bilbao Jai Alai homenajeará el lunes a las raquetistas en La Esperanza / Fueron las primeras mujeres en convertirse en deportistas profesionales



Pie de página: (1)María Elena (cuarta por la izquierda), junto a representantes municipales y de Bilbao Jai Alai (D. de Haro) / (2-3) Dos momentos de la raquetista mexicana en el frontón (4) Las raquetistas vivieron su época dorada en los 60 y 70 (B. Jai Alai)

Total de fotos: 4

4. 27 agosto

Creciente preocupación por las agresiones machistas ocurridas en fiestas durante este verano

Las expertas destacan que queda mucho trabajo por hacer en la materia



Pie de página: Acto contra las agresiones machistas en Getaria (Javi Colmenero)

Total de fotos: 1

SEPTIEMBRE

1. 22 septiembre

“No quiero interpretar a alguien que esté fuera de la realidad de mi edad”

Annette Bening, Premio Donostia 2004, una actriz talentosa y no especialmente prolífica, revisa su papel de mujer enamorada, dolorida e desilusionada en “La mirada del amor”, título ampuloso para un relato que desvela las dudas suscitadas en un cuadro que lo resume todo



Pie de página: Bening, radiante y accesible, en su visita al Zinemaldia 2013 (EFE)

Total de fotos: 1

2. 26 septiembre

“Ser niña en Guatemala es algo muy peligroso, por eso cuento sus historias”

Shari Sabel Stransmark estudió cine y teatro en Estocolmo, su ciudad natal. En 2005 fue a Guatemala para trabajar como voluntaria de una ONG. Se quedó impresionada con la situación que vive la mujer en el país centroamericano. Ahora, lleva al cine sus historias



Pie de página: Shari, la joven cineasta sueca, junto al cartel del festival (David de Haro)

Total de fotos: 1

3. 29 septiembre

“Emakunde no ha recortado ninguna ayuda en el área de violencia de género”

En los ocho meses que lleva en el cargo, la directora de Emakunde ha desarrollado una frenética actividad. Sigue con la ilusión del primer día y aunque la institución ha visto reducido su presupuesto, “las partidas para los temas de violencia de género siguen intactas”, dice satisfecha



Pie de página: Izaskun Landaia considera que uno de los retos de la institución es hacer ver a la sociedad que para conseguir la igualdad se necesita la implicación de todos (David de Haro)

Total de fotos:1

OCTUBRE

14. 3 OCT

Guerrilla Girls, el icono feminista del arte


La Alhóndiga muestra la primera retrospectiva mundial que recoge el trabajo del colectivo activista



Pie de página: Los carteles que se exhiben, realizados con una combinación única de texto y contenido, presentan los puntos de vista feministas con un humor descarado y divertido. (FOTOS: JOSÉ MARI MARTÍNEZ)

Total de fotos: 1

15. 9 OCT

Activistas feministas interrumpen a pecho descubierto en el Pleno del Congreso reivindicando el aborto
La Policía Nacional ha decretado la libertad con la obligación de comparecer ante el juez para la única española de las tres activistas de FEMEN que este miércoles han interrumpido semidesnudas el Pleno del Congreso para defender el aborto. Las otras dos, extranjeras, van a ser trasladadas directamente ante los Juzgados de Instrucción de Plaza de Castilla al no haber podido acreditar un domicilio en España, han informado a Europa Press fuentes policiales.

Pie de página: Las activistas de FEMEN, en el momento de interrumpir la sesión.
Total de fotos: 1 VIDEO


16. 27 OCT

Conciencia feminista en el arte
La Alhóndiga invita a reflexionar sobre la posición subordinada de la mujer en la cultura

Pie de página: La exposición está compuesta por setenta carteles y un documental. (Jose Mari Martínez)
Total de fotos: 1

NOVIEMBRE

1. 4 NOV


Lesbos, tan cerca pero tan lejos
Las mujeres lesbianas carecen de referentes políticos y sociales que hagan visible su opción sexual

Pie de página: Dos jóvenes muestran su cariño.
Total de fotos: 1

2. 17 NOV


Detenidas cinco activistas de Femen tras irrumpir en una marcha antiabortista	
--	
	
Pie de página: (1) Activistas de Femen durante la protesta que han protagonizado en la madrileña calle de Alcalá (EFE)	
Total de fotos: 5	

DICIEMBRE


1. 1 DIC

"Dejamos de hacer muchas cosas por miedo"	
Desarrollar capacidad de defensa en las mujeres es la mejor prevención de las agresiones sexuales	
	
Pie de página: Las informaciones sobre agresiones sexuales en ámbitos cercanos crea una psicosis de miedo e inseguridad en las mujeres	
Total de fotos: 1	


2. 20 DIC

Grupos feministas: "Es de imposible cumplimiento. Va a provocar el aborto clandestino"	
--	
	
Pie de página: Manifestación de la Plataforma Nosotras Decidimos (EFE)	
Total de fotos: 1	

3. 22 DIC

Indignación general con la nueva ley del aborto del Gobierno de Rajoy	
Partidos políticos y colectivos feministas rechazan la reforma impulsada por el Ejecutivo español	
	
Pie de página: Manifestación en Gasteiz contra la nueva ley del aborto (DEIA)	
Total de fotos: 1	

4. 23 DIC


Jill Love protesta contra la ley de aborto con una 'performance'	
La activista muestra un cartel en el que pide simbólicamente dinero para irse a Londres a abortar	
	
Pie de página: La activista Jill Love protesta contra la ley de aborto con una "performance" en el centro de Madrid.	
Total de fotos: 1 VIDEO	

2014 ENERO

1. 16 ENERO

Clamor en el Parlamento Europeo contra la ley del aborto de Gallardón	
Los principales grupos políticos, con excepción del PPE, reprueban la propuesta	
	
Pie de página: Una concentración en contra de la reforma propuesta por Ruiz-Gallardón. (EFE)	
Total de fotos: 1	

2. 20 ENERO

Cuando ser homosexual se considera un delito
Latigazos, prisión, cadena perpetua e incluso pena de muerte, estas son algunas de las penas previstas en casi ochenta países por ser gay

Pie de página:
Total de fotos: 1

3. 21 ENERO

Zinegoak se solidariza con los homosexuales rusos
Hasta el 9 de febrero se proyectarán 85 filmes en El festival de cine gay de Bilbao, que arrancó ayer


Pie de página: La concejala de Cultura, Ibone Bengoetxea, junto a organizadores del festival y cineastas. (O. Martínez)
Total de fotos: 1

4. 30 ENERO

Las protestas contra la reforma del PP a la ley del aborto llegan a Bruselas
Un millar de mujeres se concentraron ayer ante la embajada española en Bélgica

Pie de página: Colectivos de mujeres de Ezkerraldea y Meatzaldea, contra la reforma de la ley del aborto. (David de Haro)
Total de fotos: 1

5. 31 ENERO

Decenas de mujeres inician la "marea violeta" para frenar la reforma del aborto
--

Pie de página: El "Tren de la Libertad" contra la reforma de la ley del aborto a su llegada hoy a Oviedo (EFE)
Total de fotos: 1

FEBRERO

1. 1 FEB

'El tren de la libertad' toma Madrid contra la ley Gallardón y en defensa de los derechos de las mujeres
Miles de personas se han sumado a la caravana que ha llegado a la capital: "Decidir nos hace libres"
Manifestantes en Francia, Inglaterra, Turquía o Italia también se movilizan


Pie de página:
Total de fotos: 5 FOTOS + 1 VIDEO

2. 2 FEB


Una marea en Madrid contra la reforma de la ley del aborto
Decenas de miles de personas se echan a la calle para pedir su derogación

Pie de página:
Total de fotos: 1 VIDEO REPETIDO

3. 8 FEB

Decenas de personas se concentran en Bilbao contra la reforma de la ley del aborto	
--	
	
Pie de página: Integrantes de la Plataforma Feminista por el Derecho al Aborto de Bizkaia en el Arenal bilbaíno durante la 'kalejira' para reivindicar este derecho y protestar contra la propuesta de reforma de la ley del aborto (EFE)	
Total de fotos: 1	

4. 15 FEB

"Los JJ.OO. de Invierno siempre han sido un poco gays"	
--	
	
Pie de página:	
Total de fotos: 1 VIDEO	

MARZO

1. 8 MAR

Interrumpen el discurso de Rajoy con gritos contra la ley del aborto	
--	
	
Pie de página: Activistas en contra de la ley del aborto interrumpen la intervención del presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, durante la clausura del 14 Congreso Regional del PP vasco. FOTO EFE	
Total de fotos: 1 VIDEO	

2. 8 MAR

Santurtzi se vuelca con la integración y la igualdad	
El Ayuntamiento reparte 204.120 euros entre las asociaciones del municipio que trabajan por este fin	
	
Pie de página: La partida combatirá la exclusión. (T. de la Rosa)	
Total de fotos: 1	

3. 24 MAR

Miles de personas se manifiestan en contra y a favor del aborto	
Varias activistas de Femen irrumpieron en una marcha provida, mientras en Sevilla coincidieron ambos sectores	
	
Pie de página: Mujeres hacen el gesto feminista y sostienen una pancarta en contra de la reforma de la ley del aborto	
Total de fotos: 1	


ABRIL NADA

MAYO

1. 2 MAYO

Dos agresiones sexuales en fiestas de la Chantrea	
Las chicas agredidas han sido una joven de 24 años y una menor, según el Movimiento Feminista	
	
Pie de página: Miles de personas se manifestaron en la Chantrea en protesta por la agresión sexual.	
Total de fotos: 1	

2. 12 MAYO

Seis ONG internacionales exigen a Gallardón que retire la reforma del aborto
"La iniciativa es una grave amenaza para la salud y los derechos sexuales y reproductivos de las mujeres"

Pie de página: Varias mujeres de un colectivo feminista realizando el pasado diciembre una acción simbólica en Virgen del Camino para denunciar y rechazar la reforma de la ley del Aborto. (Unai Beroiz)
Total de fotos: 1

3. 15 MAYO

El triunfo de la 'mujer barbuda' aviva el debate sobre los derechos de los homosexuales
El Gobierno de Austria se plantea empezar a legislar ya sobre temas como la adopción o el matrimonio gay

Pie de página: Conchita Wurst, la "mujer barbuda" de Austria, se corona en Copenhague.
Total de fotos: 1

4. 17 MAYO

Inmaculada Mujika, Javier Regalado y Beatriz Ramírez: "Esta sociedad no ha resuelto sus problemas con la diversidad sexual"
Hoy, Día Internacional contra la Homofobia, Inmaculada, Javier y Beatriz hablan de cómo ha evolucionado la sociedad respecto a los colectivos de gays y lesbianas, y llegan a la misma conclusión: se han dado pasos, pero todavía quedan muchas barreras por superar

Pie de página: Inmaculada, Javier y Beatriz, miembros de colectivos de gays y lesbianas posan para una entrevista sobre el Día Internacional contra la Homofobia que se celebra hoy (D. de Haro)
Total de fotos: 1


1- 3 junio

Beyoncé y otras estrellas cantan por las mujeres del mundo	
--	
 Madonna	 Blake Lively
 Salma Hayek	 Beyoncé
 Jessie J	 Rita Ora
 Jennifer Lopez	
Pie de página: No hay	
Total de fotos: 2	

2- 11 junio

Mediadoras gitanas: un puente hacia la libertad	
--	
	
Pie de página: La edil Navarro, con alumnas y responsables de la asociación Barró	
Total de fotos: 1	

3- 26 junio

«¡Zuckerberg, FEMEN no es pornografía!»	
La organización feminista denuncia el cierre de su perfil en Facebook por parte de la red social bajo el motivo formal de publicar pornografía y promover la prostitución	
	
Pie de página: Protesta de FEMEN (AFP)	
Total de fotos: 1	

4- 27 junio

La directora imposible	
Rodar en Arabia Saudí es una odisea, sobre todo para la mujer. Haifaa Al Mansour tuvo que esconderse en una caravana para dirigir "La bicicleta verde"	
	
Pie de página: Sobre estas líneas, Haifaa Al Mansour durante el rodaje / Ayer en Madrid	
Total de fotos: 2	

5- 30 junio

La vasca Elena Ibarbia, Miss World Spain 2013	
Representará a España en el certamen internacional que se celebrará el próximo mes de septiembre en Asia	
	
Pie de página: --	
Total de fotos: 1	

JULIO

1- 2 julio

Margherita Hack (1922-2013)

Contó el universo con palabras sencillas



Pie de página: Margherita Hack nació el 12 de junio de 1922 en Florencia y ha muerto el 29 de junio de 2013 en Trieste. Fue una célebre astrofísica italiana y militante comunista y atea.

Total de fotos: 1

2- 3 julio

[Femen pide a Zuckerberg que restaure su página principal en Facebook tras el cierre](#)

El movimiento feminista considera que la red social les permite disponer de «una herramienta para transformar el mundo» y proteger los derechos de las mujeres»



Pie de página: [Varias mujeres pertenecientes al movimiento Femen protestan enfrente de la embajada de Túnez](#) AFP

Total de fotos: 1

3- 7 julio

El desfile del Orgullo Gay recorre por primera vez el Paseo del Prado


Miles de personas participan en una edición que no pasó por la Gran Vía




Pie de página: Participantes del desfile del Orgullo Gay que ayer recorrió el centro de Madrid / AFP

Total de fotos: 1

4- 20 julio

Contraviolencias: 28 miradas
--

Pie de página: --
Total de fotos: 1

5- 23 julio

Anna Caballé: de las feministas a la “biomujer” ¿Cómo ha evolucionado el feminismo en España? ¿Quiénes han sido sus impulsoras? Anna Caballé traza la historia de este movimiento dentro de nuestras fronteras. Un legado que arranca en las celdas de los conventos y llega al siglo XXI

Pie de página: Un grupo de norteamericanas piden el voto femenino en 1915
Total de fotos: 1

AGOSTO

1- 2 agosto

Heidi Klum, de cerca

--



Pie de página: --

Total de fotos: 1

2- 3 agosto

Campeonas del Mundo por primera vez en la historia


--




Pie de página: (1) Las jugadoras de la selección española de waterpolo posan con sus medallas de oro y alzan la copa de campeonas (EFE) / (2) Las chicas de la selección española desbordaron de alegría, al borde de la piscina Picornell, nada más terminar anoche la final (EFE)

Total de fotos: 2

3- 4 agosto

Twitter creará un botón para denunciar abusos en la red
La medida se toma después de que varias mujeres sufrieran amenazas

Pie de página: Dos niñas navegando por las redes sociales desde un ordenador (ABC)
Total de fotos: 1

4- 13 agosto

Campamentos de verano de Femen: “No insultamos, no pegamos y no mordemos a la policía”
Las militantes de la organización feminista que lucha con los pechos al aire, entre ellas su jefa en España, se entrenan en París

Pie de página: La líder de Femen España, Lara Alcázar, posa en la sede de la organización en París (EFE)
Total de fotos: 1

5- 22 agosto

Femen critica la salida del grupo de su activista estrella en Túnez
Figura del feminismo Sbui fue situada en el centro de la polémica tras publicar dicha fotografía en Facebook para respaldar a Femen

Pie de página: afp
La activista tunecina Amina en una fotografía del pasado 1 de agosto tras salir de prisión
Total de fotos: 1

SEPTIEMBRE


1- 7 septiembre

Agua y cooperación
"La cooperación española apuesta decididamente por este sector como un aspecto clave para luchar contra la pobreza"

Pie de página: -- EFE
Total de fotos: 1

OCTUBRE

1- 4 octubre


Sofi Oksanen: «Hasta ahora, la historia siempre la han escrito los hombres»
Yo espero que esa situación cambie, porque hoy en día, la propaganda la escriben tanto hombres como mujeres. Es un personaje muy peculiar y diferente a otras mujeres de la Biblia.

Pie de página: ÁNGEL DE ANTONIO
La escritora Sofi Oksanen, en Madrid, poco antes de la entrevista
Total de fotos: 1

2- 11 octubre

Europa reconoce a la joven Malala por su coraje frente al fanatismo talibán
La Eurocámara le concede el premio Sajarov por su defensa del derecho de las niñas a ir a la escuela, motivo por el que los talibanes intentaron asesinarla

Pie de página: (1) Malala, tras recibir un premio en Barcelona el pasado mes de julio (AFP)
(2) Malala, en el hospital de Birmingham tras el intento de asesinato en 2012 (Reuters)
Total de fotos: 2

3. 11 octubre


Alice Munro: "¡Es increíble que sólo trece mujeres tengamos en Nobel de Literatura!"
La escritora canadiense recibió la noticia de su hija: "Mamá, ¡has ganado!"

Pie de página: Alice Munro, en su casa de Ontario (Canadá), en octubre de 1981 (ABC)
Total de fotos: 1

4. 27 octubre

La revuelta de las saudíes al volante
Varias mujeres desafían a las autoridades ultraintegristas de Arabia Saudí, que les prohíben conducir


Pie de página: Una saudí desafía la prohibición de que las mujeres conduzcan en este país (Reuters)
Total de fotos: 1

5. 27 octubre

La cara más infantil de Blanca Marsillach
La actriz y empresaria inicia un nuevo proyecto dentro de su programa de teatro social

Pie de página: Blanca Marsillach, sobre el escenario (Ernesto Agudo)
Total de fotos: 1

NOVIEMBRE

1. 10 noviembre

Zapatero presume de haber subido las pensiones "como nunca"
--

Pie de página: Rodríguez Zapatero (Jose Ramón Ladra)
Total de fotos: 1

2. 14 noviembre

María Vasco "me ha hecho daño ser tan sincera"
La única atleta española que ha pisado un podio olímpico dice adiós tras perder la motivación

Pie de página: (1) María Vasco no pudo reprimir ayer las lágrimas en su despedida (EFE) / no hay pie de foto
Total de fotos: 2


3. 30 noviembre

Las violaciones como instrumento bélico
La 2 emite mañana, a las 23.00, la película documental "La guerra contra las mujeres"

Pie de página: (1) Más de 200.000 niñas y mujeres han sido violadas en la República del Congo / no hay pie de foto
Total de fotos: 2

DICIEMBRE

1.

La portavoz francesa reconoce ahora que es un asunto interno
El ministro del interior galo aclaró que cada país "tiene derecho a hacer leyes"

Pie de página: Najat Vallaud-Belkacem
Total de fotos: 1


2014 ENERO

1. 1 de enero


"Estamos del lado correcto de la Historia, dentro de 50 años nadie será feminista"
La Alhóndiga de Bilbao acoge hasta el 19 de enero una retrospectiva sobre el célebre colectivo feminista

Pie de página: (1) Frida Kahlo y Kathe Kollwitz, miembros de las Guerrilla Girls, en la exposición de Bilbao. Ignacio Pérez / (2) Un póster del colectivo
Total de fotos: 2


2. 15 enero

"Estamos sacrificando la crianza de nuestra propia civilización"
José M. Paricio, pediatra y autor de "Tú eres la mejor madre del mundo"

Pie de página: El libro de este profesional abarca desde el embarazo hasta los tres años de edad del niño
Total de fotos: 1

3. 22 enero


Isabel Allende "La gente joven tiene miedo al libro de papel"
La chilena presenta en España su nueva novela, "El juego de Ripper", su primera incursión en el género neutro

Pie de página: La escritora Isabel Allende, poco antes de la entrevista en un hotel de Madrid (Ángel de Antonio)
Total de fotos: 1

4. 26 enero

Andrea Camilleri "Me avergüenza ver a una generación de jóvenes sin futuro; se lo hemos matado"
Acaba de publicar su nueva novela, "LA criatura del deseo", y el 6 de febrero recibirá, en el seno de Barcelona Negra, el premio Pepe Carvalho

Pie de página: Andrea Camilleri, el autor más leído y amado por los italianos (EFE)
Total de fotos: 1

FEBRERO

1. 28 febrero

Ellas crean: La bien querida
"Aún vivimos en una sociedad machista"

Pie de página: --
Total de fotos: 1

MARZO

1. 8 marzo

“Erradicar la violencia de género no es una utopía”

Expresa su preocupación por el elevado número de mujeres que renuncian a actuar contra su agresor



Pie de página: Ángeles Carmona (José Galiana)

Total de fotos: 1

2. 8 marzo

Ocho mujeres fuertes, premio de las instituciones madrileñas

--



Pie de página: (1) El presidente y sus siete “estrellas”, en un “selfie” / (2) Isabel Gemio, con su premio Clara Campoamor, junto a Ana Botella

Total de fotos: 2

3. 17 marzo

Audiencia de Doña Letizia a una representación de los organizadores del evento “Mujeres conectadas”


--




Pie de página: Doña Letizia, acompañada por una representación de los organizadores del evento “Mujeres conectadas” (ABC)

Total de fotos: 1

4. 18 marzo


Educadora y catedrática pionera
Transmitía certezas y buscaba alianzas para contribuir a una nueva condición de las mujeres

Pie de página: (ABC)
Total de fotos: 1

5. 25 marzo

Beyoncé se impone como diva total en Barcelona
La cantante texana firma una actuación de impacto en su único concierto en España

Pie de página: La artista texana durante su actuación anoche en el Palau Sant Jordi (EFE)
Total de fotos: 1

ABRIL

1. 4 abril

Sólo 11 de 54 mujeres muertas por sus parejas en 2013 habían denunciado
El balance del Poder Judicial cifra en 14 las víctimas extranjeras de la violencia de género

Pie de página: Ángeles Carmona (EFE)
Total de fotos: 1

2. 9 abril

Tareas pendientes para que ellos se impliquen en el hogar	
El CIS suspende a los hombres que dejan a las mujeres todas las labores familiares, lo que sugiere la necesidad de un cambio de toda la sociedad	
	
	
Pie de página: (1) Belén Díaz / (10) Ángel Navarrete	
Total de fotos: 10	

3. 16 abril

Valenciano: "Está en riesgo cierto la libertad de las mujeres"	
El ex presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, ha participado hoy junto a Elena Valenciano, cabeza de lista del PSOE a las elecciones al Parlamento Europeo, en una charla con socialistas en un acto de precampaña en la que han hablado	
	
Pie de página: --	
Total de fotos: 1 VIDEO	

MAYO

1. 10 mayo

“María me enseñó a no rendirme en un deporte solo para hombres”
Tiene 17 años y es la gran promesa del karting. Algunos ya la comparan con Villota, su “ídolo”

Pie de página: Ariza comenzará a realizar pruebas en la escuela fundada por Emilio de Villota (2). La joven, que se codea con Fernando Alonso (1), admiraba y admira a María de Villota (3).
Total de fotos: 3

2. 29 mayo

Miriam Clegg: «No tengo ningún problema en decir que soy feminista»
La esposa española del viceprimer ministro británico fue una de las homenajeadas ayer por Marca España y habló con ABC sobre su lucha por la igualdad entre hombres y mujeres

Pie de página: José Ramón Ladra
La abogada vallisoletana Miriam González, esposa de Nick Clegg, ayer en las calles de Madrid
Total de fotos: 1

3. 30 mayo


El marido de la mujer lapidada en Pakistán asesinó a su primera esposa
Conmoción en el país tras el asesinato de Lahore, cometido ante la indiferencia policia; el “premier” Shariff pide “medidas urgentes”

Pie de página: Defensores de los derechos humanos paquistaníes protestan ayer en Islamabad por la lapidación de Farzana Parveen (AFP)
Total de fotos: 1


EL PAÍS

2013 JUNIO

1. 1 JUN

Naciones Unidas pide a El Salvador que evite casos como el de Beatriz
El organismo internacional solicita al Gobierno que revise su veto total al aborto

Pie de página: El caso de Beatriz ha despertado el debate sobre el aborto en El Salvador. / José Cabezas (AFP)
Total de fotos: 1

2. 2 JUN


Radiografía del posfeminismo
La igualdad ha caído de la agenda política en España y solo un 1,7% de españoles se define como feminista, a pesar de que la brecha salarial alcanza el 22%
En Estados Unidos, el debate se ha reabierto con voces como la de Sheryl Sandberg, directora ejecutiva de Facebook, que anima a que las mujeres eliminen sus propias barreras
Analizamos la situación de un movimiento que siempre ha escapado del discurso único

María Jesús Girona Magraner, presidenta Federación Mujeres Jóvenes. / GREGORI CIVERA
Total de fotos: 1

3. 2 JUN


Noche de ruido y divas en Londres
Beyoncé, Salma Hayek y Frida Giannini organizan un macroconcierto por los derechos de las mujeres

Pie de página: (1) Beyoncé, en el concierto The Sound of Change. / wireimage
(2) Salma Hayek, Frida Giannini y Beyoncé, antes del concierto. / getty
Total de fotos: 2


4. 4 JUN

La rebelión del gesto femenino
La fotografía militante y de vanguardia llega la primera cita de PhotoEspaña Edward Weston y Harry Callahan frente a frente exploran el cuerpo de la mujer

Pie de página: (1) Fotografía de Edward Weston Desnudo flotando / Floating Nude, 1939, expuesta en 'Él, ella, ello. Diálogos entre Edward Weston y Harry Callahan'. / Center for Creative Photography, 1981 Ari zona Board of Regents (2) Desnudo / Nude, 1934, fotografía de Edward Weston. / Center for Creative Photography, 1981 Ari zona Board of Regents
Total de fotos: 2

5. 6 JUN 2013

"Quieren que las mujeres de Gaza vivan en la Edad de Piedra"
El Gobierno de Hamás las condena al ostracismo y castiga a las que luchan por la libertad

Pie de página: Noha el Suri denuncia el machismo del Gobierno de la franja.
Total de fotos: 1

6. 8 JUN

"No quiero que nadie pase por esto"
Beatriz, la joven salvadoreña que pedía un aborto terapéutico, relata su calvario

Pie de página: Beatriz, en el hospital de San Salvador donde se recupera. / Maria Sahuquillo
Total de fotos: 1

7. 10 de junio

El machismo al otro lado del espejo
-

Pie de página: No hay
Total de fotos: 1

8. 10 de junio

La moda duele: cinco errores que cometemos por seguir las tendencias
La 'poshitis', o lo que es lo mismo, el hábito de llevar el bolso en el antebrazo, no es la única moda que perjudica tu salud. El 72% de las mujeres ha sufrido alguna enfermedad por la cosmética o la moda.

Pie de página: (1) ¿Tacones imposibles? En las pasarelas también se ven ejercicios de equilibrio. Foto: Getty (2) Christina Aguilera, sin miedo a vestir demasiado apretada. Foto: Getty (3) Julianne Moore tuvo un pequeño incidente con sus zapatos en la 'premiere' de Gatsby en Cannes, obviamente no eran de su talla. Foto: Cordon Press
Total de fotos: 3

9. 11 JUN

Bar Refaeli hace pis por la igualdad
La famosa modelo hace un guiño a la comunidad gay y transexual con la que está estrechamente ligada


Pie de página: La modelo Bar Refaeli. / ISTAGRAM
Total de fotos: 1

10. 12 JUN


El concurso de Miss Iowa pasa de los estereotipos
Nicole Kelly de 23 años y que nació sin su brazo izquierdo gana la competición de belleza

Pie de página: Nicole Kelly, en una imagen de Facebook.
Total de fotos: 1

11. 15 de junio

Crystal Renn, la supermodelo que desafía a la báscula
Disfruta yendo a contracorriente y conoce de cerca las neurosis colectivas que rodean al cuerpo de la mujer: sabe lo que es que te critiquen por pesar mucho y por pesar demasiado poco.

Pie de página: (1) Crystal Renn lleva traje de piel de pitón metalizada de Gucci. Foto: David Roemer. (1) Vestido de encaje de Gucci (c.p.v.)Foto: David Roemer (3) Vestido de inspiración años 50 de Gucci (c.p.v) Foto: David Roemer (4) Jersey de lana fría y pantalón, ambos de Gucci (c.p.v.) Foto: David Roemer (5) Vestido de piel con forma de tubo y efecto desgastado de Gucci (c.p.v.) Foto: David Roemer (6) Vestido con encaje y abertura lateral de Gucci (c.p.v.)Foto: David Roemer (7) Mono con encaje de Gucci (c.p.v.) Foto: David Roemer
Total de fotos: 7


12. 20 JUN

"Una mujer no aborta por deporte, es la última opción"	
El inventor de la píldora anticonceptiva considera "terrible" la ley del aborto que propone Gallardón	
	
Pie de página: Djerassi publicará su quinta autobiografía en septiembre. / Samuel Sánchez	
Total de fotos: 1	

13. 24 JUN

Luchadora 'on-line' contra el sexismo	
Harta de comentarios obscenos Laura Bates lanzó su proyecto Everyday Sexism Project, una plataforma que anima a las mujeres a denunciar cualquier tipo de conducta agresiva contra ellas / Con las miles de historias que recoge en su web y perfil de Twitter denuncia que la agresión y la discriminación es un problema diario que no está superado y al que se debe hacer frente	
	
Pie de página: (1) CHRISTIAN HOEHN (GETTY) (2) Laura Bates, creadora del proyecto Everyday Sexism Project. / CLAUDE SCHNEIDER	
Total de fotos: 2	

14. 24 JUN

"¿Quién parió a los hombres? No se ven mujeres en la calle"	
La directora de una ONG de ayuda a la mujer en Pakistán recibe amenazas de muerte casi diarias	
	
Pie de página: A Maryam la casaron con un primo 17 años mayor. / diego ibarra	
Total de fotos: 1	

15. 27 JUN

Anna Wintour debuta en Twitter apoyando la causa gay

Firmó un tuit en la cuenta oficial de 'Vogue' para aplaudir el reconocimiento de los derechos de los matrimonios homosexuales por el Supremo de Estados Unidos



Pie de página: La directora de 'Vogue USA', Anna Wintour. / CORDON

Total de fotos: 1

16. 28 de junio

Del orgullo a la igualdad



Pie de página: No hay

Total de fotos: 1

17. 29 JUN

Las 11 horas que lanzaron al estrellato a Wendy Davis

La senadora se convierte en un referente en EE UU por lograr parar una ley restrictiva del aborto



Pie de página: La senadora Wendy Davis. / AFP

Total de fotos: 1


JULIO

1. 1 JUL


La moda prefiere esqueletos
-La industria no cesa en utilizar modelos muy delgadas o en retocarlas para que lo parezcan El modelo de belleza, inalcanzable para la mayoría, puede favorecer trastornos alimentarios Las iniciativas públicas para regular el ideal quedan en vano

Pie de página: (1) CIBELES, ANTES Y DESPUÉS DE FIJAR UN PESO MÍNIMO A la izquierda, una modelo en la pasarela de 2004. A la derecha, una maniquí en el desfile de 2006. / B. PÉREZ / R. GUTIÉRREZ (2) La modelo francesa Aymeline Valade en la campaña de H&M.
Total de fotos: 3

2. 6 JUL

Un Orgullo sin armarios
-La marea arcoíris recorre las calles de Madrid para denunciar el acoso escolar a los homosexuales

Pie de página: Fotografía: Samuel Sánchez Vídeo: El País-Live!
Total de fotos: 1

3. 14 de julio

¿Existe de verdad el porno feminista?
Hoy varias realizadoras escriben y producen películas X. Su llegada a la cúspide se traduce en un nuevo cine adulto que persigue respetar los derechos de los actores y mostrar placer genuino.

Pie de página: (1) Stoya (en la foto) y su novio James Deen en la vida real son los intérpretes estrella del nuevo cine adulto. Foto: D.R. (2) Las actrices Samantha Saint y Stoya se besan en la ceremonia de entrega de los 29º Adult Video News Awards Show en Las Vegas (2012).Foto: Getty Images (3) La directora alemana Petra Joy es una de las pioneras. Foto: petrajoy.com
Total de fotos: 3

4. 16 de julio

Mi niño se pinta las uñas. ¿Y qué?
-


Pie de página: No hay
Total de fotos: 2

5. 19 JUL


Maternidad discriminada
Algunos juristas creen inconstitucional que solo se financien tratamientos de fertilidad a heterosexuales La oposición y las organizaciones sociales califican la medida que propone Sanidad de Ideológica

Pie de página: La sanidad pública realiza unos 10.000 tratamientos de reproducción al año. / getty
Total de fotos: 1

6. 22 JUL

Escrache feminista contra los recortes en reproducción asistida
Cientos de personas se concentran frente al Ministerio de Sanidad para reclamar que lesbianas y solteras tengan acceso a las técnicas

Pie de página: Atlas
Total de fotos: 1

7. 25 JUL

Una niña yemení se fuga y denuncia a su familia por obligarla a casarse	
Nada al-Ahdal, de 11 años, cuenta su historia en un vídeo de YouTube	
La pequeña fue acogida por su tío, quien había intentado evitar el matrimonio	
	
Pie de página: Captura de pantalla del vídeo en YouTube.	
Total de fotos: 1	

8. 27 de julio

El macho veloz	
-	
	
Pie de página: No hay	
Total de fotos: 2	

9. 30 julio

Cómo ser crítica musical (y divertidísima)	
La columnista pop Caitlin Moran habla sobre feminismo, clase y humor en la música pop (y en su prensa) al hilo de su autobiografía 'Cómo ser mujer'	
	
Pie de página: La escritora y periodista Caitlin Moran	
Total de fotos: 1	

10. 31 de julio

La venganza contra los estúpidos anuncios de tampones

La publicidad del 'Amazon de la menstruación' se convierte en viral gracias a lapidar los absurdos tópicos del marketing en torno a la regla.



Pie de página: No hay

Total de fotos: 1

AGOSTO

1. 05 de agosto

Feminismo de los 70: más allá de Simone de Beauvoir



Pie de página: No hay

Total de fotos: 5

2. 11 de agosto

"Quiero trabajar con gente que no respire pornografía"	
Erika Lust es directora de cine X y feminista. En sus películas, la mujer no es objeto, sino centro de la acción. Historias que no olvidan la estética y quieren desterrar la etiqueta de 'rodado para hombres'	
	
Pie de página: (1) Erika Lust, directora de cine X. / NACHO ALEGRE (2) NACHO ALEGRE	
Total de fotos: 2	

3. 16 de agosto

Amina, en libertad provisional, publica una nueva foto en 'topless'	
"No necesitamos vuestra democracia", reza el eslogan en el pecho de la activista de Femen	
	
Pie de página: (1) Nueva foto de Amina semidesnuda publicada en la página de Femen. (2) La polémica foto que Amina publicó en su Facebook.	
Total de fotos: 2	

4. 23 de agosto


Protesta contra la homofobia ante la Embajada rusa en Madrid	
Un centenar de manifestantes exige la derogación de la 'ley contra la propaganda homosexual'	
Los participantes piden al Kremlin que rechace los actos de violencia contra el colectivo	
	
Pie de página: Manifestantes protestan ante la Embajada rusa en Madrid. / Samuel Sánchez	
Total de fotos: 1	

5. 25 de agosto


Diets aberrantes: lo que sea por ese cuerpo	
Productos milagro o artilugios martirizadores. La presión por ceñirse al canon lleva, y más a las mujeres, a cometer locuras.	
	
Pie de página: (1) Foto: Get (2) Foto: Gett (3) Foto: Gett	
Total de fotos: 3	

SEPTIEMBRE


1. 10 de septiembre

Janelle Monáe: “Me niego a ser una esclava de mi imagen o de cómo se interprete”	
La cantante estadounidense, que acaba de lanzar su disco 'The electric lady', defiende el disfraz como excusa "para captar una atención que no conseguiría bajo una apariencia más realista	
	
Pie de página: La cantante estadounidense Janelle Monáe. / MARC BAPTISTE	
Total de fotos: 1	


2. 17 de septiembre

“Me lo dijo la policía: si te quiere matar, te va a matar”	
La protagonista de 'La maleta de Marta' recibió 16 puñaladas de su exmarido	
	
Pie de página: Marta Anguita vive oculta desde que su exmarido salió de la cárcel. / cristóbal manuel	
Total de fotos: 1	


3. 17 de septiembre

Violencia machista de baja intensidad
-

Pie de página: No hay
Total de fotos: 1


4. 21 de septiembre

No soy madre porque no quiero
Persiste la presión social a favor de la maternidad, pero no de la paternidad La mujer sin hijos suele ser calificada como egoísta

Pie de página: El deseo de ser madre no tiene una causa fisiológica conocida. / n. hooslag (getty)
Total de fotos: 1

5. 28 de septiembre

Cientos de personas piden a Gallardón que no reforme la ley del aborto
Organizaciones sociales se manifiestan por los derechos sexuales y reproductivos

Pie de página: Manifestación en La Laguna (Tenerife) contra la reforma de la ley del aborto. / Pedro Peris
Total de fotos: 1

6. 29 de septiembre

Trasladada al hospital la <i>Pussy Riot</i> en huelga de hambre en la cárcel
Tolokónnikova sostenía en una carta abierta que las presas son tratadas como esclavas

Pie de página: Nadezhda Tolokonnikova, la 'pussy riot' en huelga de hambre. / MAKSIM BLINOV (AFP)
Total de fotos: 1

OCTUBRE (12UI, 18 FOTOS)

1. 9 de octubre

Activistas de Femen irrumpen en el Congreso: "El aborto es sagrado"
Las tres mujeres han sido desalojadas tras protestar por la reforma de la ley de Gallardón

Pie de página: (1) Foto: Uly Martín (2) ATLAS
Total de fotos: 1

2. 8 de octubre

Una feminista, al lado de Clegg
La vallisoletana Miriam González Durántez, casada con el vicepresidente británico, alza la voz para criticar las etiquetas absurdas que encasillan a las mujeres

Pie de página: Nick Clegg y su esposa Miriam González Durántez, en la visita a una escuela. / RUSSELL CHEYNE (REUTERS)
Total de fotos: 1

3. 9 de octubre

<p>“Queríamos apuntar a Gallardón y es lo que hemos hecho hoy en el Congreso”</p>	
<p>Lara Alcázar, fundadora de Femen en España, explica su acción de hoy en el Congreso "El aborto es sagrado y él quiere arrebatarlo ese derecho", dice sobre el ministro Femen planea crear "un centro de adiestramiento de activistas" en Madrid</p>	
	
<p>Pie de página: Las activistas de FEMEN tras quedar libres. / Atlas (2)</p>	
<p>Total de fotos: 3</p>	

4. 11 de octubre

<p>Las 'misses' de la semana</p>	
<p>Nos alegramos de que en el Congreso hayan aclarado que manifestarse como las de Femen no significa ninguna alteración de la concentración de los diputados</p>	
	
<p>Pie de página: Las activistas de Femen irrumpen en el Congreso. / ULY MARTÍN</p>	
<p>Total de fotos: 1</p>	

5. 13 de octubre

<p>De la impunidad a la horca</p>	
<p>Desde la violación de Amanat, la actitud de la sociedad india contra las agresiones a mujeres ha cambiado radicalmente</p>	
	
<p>Pie de página: (1) La madre de uno de los cuatro hombres condenados por violar hasta matar a una mujer en un autobús llora tras conocer la sentencia. / Mansi Thapliyal (REUTERS) (2) La policía escolta a Akshay Thakur, sentenciado a muerte por la violación de la joven Amanat, a escuchar su condena el mes pasado. / AFP</p>	
<p>Total de fotos: 2</p>	

6. 13 de octubre

Un beso moviliza en la Red a la juventud marroquí
La detención de tres jóvenes por publicar una foto desata la protesta


Pie de página: Foto de los adolescentes besándose subida a Facebook
Total de fotos: 1

7. 17 de octubre


Un documental para que no me llames "puta"
'The Unslut project' milita contra el afán social por avergonzar la sexualidad femenina. La última oleada de suicidios de jóvenes traumatizadas por el 'bullying sexual', el catalizador.

Pie de página: (1) Dos mujeres participan en una de las populares 'Slut Walks' en Londres (2012) (2) Dime cómo vistes y te diré lo 'zorra' que eres: la foto de Rosea Lake se convirtió en viral al poner de manifiesto cómo se juzga moralmente a las mujeres en función de su vestimenta. Foto: Rosea Lake (3) Una de las manifestantes en una 'slut walk' en Colombia el pasado mes de abril. Foto: Cordon Press
Total de fotos: 3

8. 19 de octubre

Las mujeres de Arabia Saudí desafían la prohibición de conducir
Las activistas lideran una campaña contra una norma que consideran anacrónica
La reivindicación es un símbolo del tira y afloja entre los fundamentalistas y los liberales del régimen

Pie de página: (1) Mujeres saudíes bajan de un coche durante una jornada de protesta en 2011. / AFP
Total de fotos: 1

9. 22 de octubre

Sexismo en la barra de Google	
-	
	
Pie de página: -	
Total de fotos: 1	


10. 27 de octubre

Los gais rusos se defienden de la intolerancia	
El Gobierno prohíbe que se hable a menores de relaciones homosexuales Las actitudes negativas de la sociedad se intensifican	
	
Pie de página: Una pareja de activistas de los derechos de los gays se besa mientras es detenida en San Petersburgo. / REUTERS (ALEXANDER DEMIANCHUK)	
Total de fotos: 1	

11. 27 de octubre

Madres pop contra el porno musical	
Tras las exhibiciones de Miley Cyrus y Rihanna, cantantes cargan contra la industria musical y Annie Lennox sugiere que los vídeos lleven calificación moral	
	
Pie de página: Sinéad O'Connor y Annie Lennox. / CORDON	
Total de fotos: 1	

12. 26 de octubre

Frágil carne de carretera
El fotógrafo Txema Salvans recoge en un libro su metódico trabajo de ocho años retratando la espera de las prostitutas que se ofrecen a los conductores

Pie de página: Murcia C-3223, fotografía de la serie 'The waiting game'. / TXEMA SALVANS
Total de fotos: 1

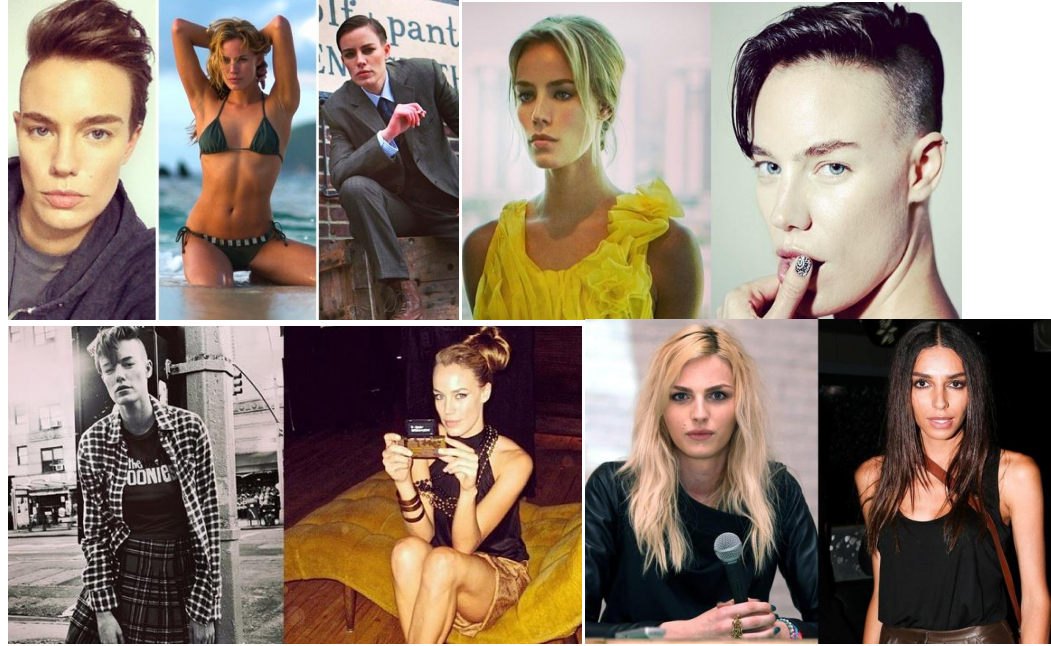
NOVIEMBRE

1. 1 de noviembre

Empoderamiento femenino por la paz
-

Pie de página: Por PHUMZILE MLAMBO-NGCUKA , directora ejecutiva de ONU Mujeres
Total de fotos: 1

2. 1 de noviembre

La 'top' que no encajaba en los vestidos
La modelo estadounidense Elliot Sailors ha adoptado un 'look' masculino para poder seguir trabajando.

Pie de página: (1) Elliot Sailors, un auténtico camaleón de la moda. Foto: Instagram (@elliottsailors) (2) Dos imágenes de Elliot Sailors. Foto: Instagram (@elliottsailors) (3) Aunque no lo parezca, se trata de la misma persona Foto: Instagram (@elliottsailors) (4) Andrej Peji? y Lea T. Foto: Cordon Press
Total de fotos: 9

3. 5 de noviembre

"El que agrede a una mujer es más ignorante que un analfabeto"	
-	
	
Pie de página: -	
Total de fotos: 1	

4. 12 de noviembre

El 'manifiesto de los cabrones' incendia el debate de la prostitución	
-	
	
	
Pie de página: (3) Fotos: Catherine Deneuve en distintas escenas del filme 'Belle de jour' (Luis Buñuel, 1967)	
Total de fotos: 3	

5. 12 de noviembre

40 latigazos por no cubrirse el pelo en Sudán	
-	
	
Pie de página: -	
Total de fotos: 2	

6. 17 de noviembre

Cinco activistas de Femen protestan en una marcha antiabortista en Madrid

Las mujeres han sido detenidas tras exhibir y gritar lemas como 'Mis normas, mi cuerpo' con el torso desnudo



Pie de página: Activistas de Femen durante la protesta en Madrid. / J. C. Hidalgo (EFE)

Total de fotos: 1

7. 18 de noviembre

Pantalones contra el fanatismo



Pie de página: Mohamed Nassar y Rimel Nawfal, activistas detenidos y torturados por el Tribunal de Justicia en Raqqa. / SEBASTIÁN CASTAÑEDA

Total de fotos: 1

8. 19 de noviembre

Poniatowska: "Una de las mayores deudas de México es con las mujeres"


La ganadora del premio Cervantes, repasa su trayectoria y la situación de su país en esta entrevista inédita



Pie de página: La escritora mexicana Elena Poniatowska. / Pradip J. Phanse

Total de fotos: 1

9. 20 de noviembre

<p>“Si eres cliente de prostitución, también eres cómplice”</p> <p>El Ayuntamiento lanza una campaña contra la explotación de mujeres para evitar la indiferencia En unos meses comenzará a multar a los que paguen por sexo en la calle</p>	
	
<p>Pie de página: La campaña, en una marquesina de Madrid.</p>	
<p>Total de fotos: 1</p>	

10. 22 de noviembre

<p>Lo que hemos de explicar a las chicas</p>	
	
<p>Pie de página: -</p>	
<p>Total de fotos: 3</p>	


11. 21 de noviembre

<p>¿Quieres luchar contra el hambre? Haz que las mujeres vivan mejor</p> <p>La igualdad de derechos entre sexos en el campo, clave para atajar la malnutrición</p> <p>La producción agrícola crecería un 4% y se reduciría en 150 millones las personas que pasan hambre</p> <p>En países del Sur, entre el 60% y el 80% de las mujeres trabajan en la tierra. No tienen acceso a la titularidad ni a créditos</p>	
	
<p>Pie de página: (1) Esperança Manuela Sinela sujeta parte de su cosecha. / Gisele Wulfsohn (2) Juana Pérez riega parte de la plantación que cuida junto a otras mujeres de Chiapas. / Salva Campillo</p>	
<p>Total de fotos: 2</p>	

12. 24 de noviembre

Porno feminista contra el mandato de 'no tocarnos ahí'	
-	
	
Pie de página: (1) Durante el rodaje de 'Space Labia' (foto de Coven). (2) Las hermanas Lisbon. De la película 'Las vírgenes suicidas' de Sophia Coppola. (3) El rodaje, 'Space Labia'.	
Total de fotos: 3	

13. 24 de noviembre

Cuerpos fuera del canon	
Las protagonistas de este reportaje, todas deportistas de élite en disciplinas tradicionalmente masculinas, cuestionan que una mujer no pueda ser más fuerte que un hombre o que tener músculos no sea sinónimo de feminidad.	
	



14. 28 de noviembre



DICIEMBRE

1. 2 de diciembre




2. 7 de diciembre

Cuentos de mujeres desde el lejano sudeste asiático	
Estas son las vidas de cinco mujeres líderes de sus comunidades en Asia Sus hitos narran los altibajos de quienes lucharon contra viento y marea Cinco escritoras plasman las biografías inacabadas de un quinteto de mujeres en progreso	
	
Pie de página: (1) Ith Sopha lidera un grupo de ahorro en su comunidad en Camboya y es titular del programa regional de empoderamiento económica y social con perspectiva de género. / Cedida por Paz y Desarrollo (2) Rahima Bengam (de espaldas) conversa con mujeres en Bangladesh. / Cedida por Paz y	
Total de fotos: 2	


3. 8 de diciembre

Liberación sexual en 'prime time'		
Una nueva ola de guionistas ha propiciado que en la televisión hoy se muestren mujeres libres de prejuicios que ejercen una sexualidad desligada de viejas ataduras emocionales.		
		
Pie de página: (1) Claire Danes y Damian Lewis protagonizan en Homeland una atracción enfermiza. Foto: Mediaset España (2) Cartel promocional de American Horror Story, donde cualquier ensoñación sexual puede hacerse realidad. Foto: Mediaset España (3) Chloe (Krysten Ritter), la descarada compañera de piso de la joven e ingenua protagonista de Apartamento 43, no se anda con miramientos cuando quiere ligar.		
Total de fotos: 3		


4. 11 de diciembre

India vuelve a penalizar la homosexualidad
El Supremo ratifica el punto del código penal que condena el sexo "en contra del orden natural"

Pie de página: Protesta en Nueva Delhi contra la decisión del Supremo indio de mantener el delito de homosexualidad en el Código Penal. / HARISH TYAGI (EFE)
Total de fotos: 1

5. 12 de diciembre

"No acepto que nadie influya en mi decisión de abortar"
Tres mujeres que han interrumpido su embarazo por distintas causas explican sus motivos para reclamar al Gobierno que no endurezca la ley
Las clínicas creen que 100.000 mujeres verían afectadas por la nueva norma

Pie de página:
Total de fotos: 1

6. 13 de diciembre

Besos entre hombres contra la homofobia
Famosos heterosexuales posan besándose para una campaña de la revista alemana 'GQ'
"La intolerancia contra la que luchan los homosexuales es espantosa", dice el director de la publicación

Pie de página: El campeón de vóley playa Julius Brink (a la derecha) se besa con su colega Jonas Reckermann. / Felix Krüger (GQ Deutschland)
Total de fotos: 1

7. 14 de diciembre

Una minifalda en Teherán
-


Pie de página: Varias jóvenes paseando por el norte de Teherán./ manteausdaily.wordpress.com
Total de fotos: 1

8. 17 de diciembre


Rebelión contra la cocina de los 'machos alfa'
La revista Cherry Bombe, dedicada a mujeres y gastronomía, responde a quienes creen que la alta gastronomía es solo para hombres.

Pie de página: (1) La reina de la repostería sin gluten y sin lácteos, Erin McKenna, protagoniza la segunda portada de 'Cherry Bombe'. Foto: Cortesía de 'Cherry Bombe' (2) La modelo Karlie Kloss, que comercializa sus 'Karlie's kookies', fue portada del primer número de la revistaFoto: Cortesía de 'Cherry Bombe'
Total de fotos: 2

9. 17 de diciembre

Una joven mexicana que denuncia violación termina acusada de homicidio
"No solamente queremos a mi hija libre, queremos sentar precedente, que no se repita", dice el padre de la joven de 20 años

Pie de página: Los padres de la joven encarcelada este martes. / saul ruíz
Total de fotos: 1

10. 17 de diciembre

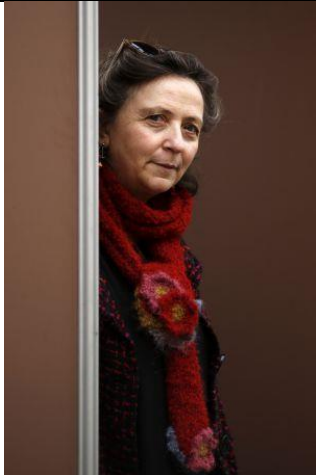
Mayam Mahmoud, la rapera velada que sacude Egipto
La artista triunfa con solo 18 años gracias a su valentía para abordar temas tabú en el país Ha sido acusada de ser una "infiel"

Pie de página: Mayam Mahmud, en una de sus actuaciones en 'Arabs got talent'.
Total de fotos: 1

11. 17 de diciembre

La miss que puso en jaque a la industria del entretenimiento en Japón
Miss Internacional 2012, Ikumi Yoshimatsu, denuncia el acoso al que están sometidas las modelos como ella en una historia de mafias, acoso y extorsión

Pie de página: Miss Internacional 2012, Ikumi Yoshimatsu, durante la rueda de prensa. / KAZUHIRO NOGI (AFP)
Total de fotos: 1

12. 18 de diciembre

“Católica o no, la mujer debe ser libre de decidir si aborta”
La presidenta de una organización de mujeres creyentes teme la reforma de la ley de interrupción voluntaria del embarazo que prepara el Gobierno

Pie de página: Grandal aún se muestra cauta con la llegada de Francisco. / Samuel Sánchez
Total de fotos: 1

13. 26 de diciembre

Begoña Rodrigo gana 'Top Chef' España
La cocinera valenciana reivindica los negocios pequeños y el reconocimiento de las mujeres en la restauración

Pie de página: Susana Rodrigo, ganadora de la primera edición de 'Top Chef' España
Total de fotos: 1

14. 22 de diciembre

La foto satánica
Aliaa Elmahdi huyó de Egipto tras verse amenazada por publicar una imagen desnuda en Internet, símbolo de la 'primavera árabe'

Pie de página: La activista egipcia Aliaa Magda (en el centro) protesta en Estocolmo. / Femen
Total de fotos: 1

15. 26 de diciembre

Hacia los tres sexos
Australia y Alemania han reconocido ya el sexo neutro, mientras la comunidad intersexual empieza a organizarse para luchar por sus derechos.


Pie de página: (1)El modelo andrógino Andrej Pejic. Foto: Cordon Press (2)Abdrej Pejic en la portada del New York.
Total de fotos: 2


16. 26 de diciembre

"Busco a mi hija y sigo rescatando a chicas de la trata"	
La 'madre coraje' argentina ha logrado la condena de 10 miembros de una red que rapta mujeres para prostituirlas Su Marita lleva once años desaparecida	
	
Pie de página: Susana Trimarco posa con una foto de su hija. LatinContent/STR (Getty Images)	
Total de fotos: 1	


2014 ENERO

1. 1 enero

Top de mujeres africanas 2013	
-	
	

	
Pie de página: -	
Total de fotos: 7	

2. 07 de enero

¿Qué sexo desean las mujeres?	
Me llama mucho la atención que aún hoy se siga hablando del deseo femenino como un tenue anhelo, algo pasivo, ligado fundamentalmente al sentimentalismo y siempre a la espera del fervor masculino para despertarse.	
	
Pie de página: (2) Charlotte Gainsbourg y Willem Dafoe en 'Antichristo' (2009) de Lars Von Trier.	
Total de fotos: 1	

3. 13 de enero

La Eurocámara debate el jueves los perjuicios de la reforma para la mujer	
El diputado responsable de Igualdad pide movilizarse contra la norma	
	
Pie de página: Protesta ante la Embajada de España en París por el cambio en la ley del aborto. / PIERRE ANDRIEU (AFP)	
Total de fotos: 1	

4. 15 de enero

¿Qué pasa cuando la más poderosa, caótica y extendida cibercomunidad lanza un hashtag que promueve la anorexia, lo hace viral... y a nadie le extraña?

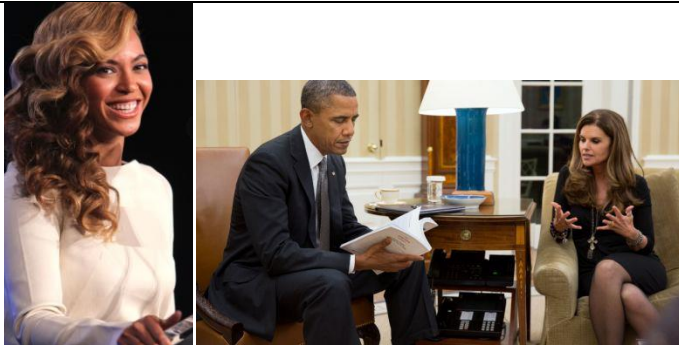


Pie de página:
Total de fotos: 4

5. 15 de enero

La artista escribe un ensayo sobre la desigualdad que sufren las mujeres en un informe coordinado por Maria Shriver en el que también participan Eva Longoria y otras famosas

El documento le ha sido entregado a Barack Obama en el Despacho Oval



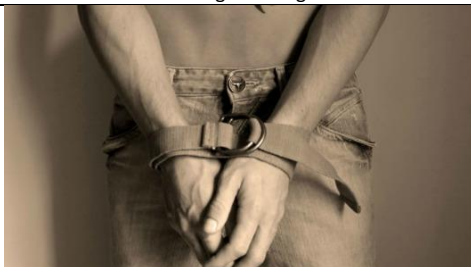
Pie de página: (1) La cantante Beyoncé. / CORDON (2) Barack Obama, con Maria Shriver en el momento en que le entrega el informe.

Total de fotos: 2

6. 22 de enero

La revolución sexual masculina que nunca llegó


Reivindicamos la libertad en la sexualidad femenina. Continuamente. Hablamos de la necesidad de entender que una mujer puede elegir cómo vivir su vida, y sobre todo, cómo vivir su sexualidad. Pero, ¿por qué no hablamos de la libertad de los hombres a la hora de elegir cómo gozar de su sexo?




Pie de página: (1) Fotografía vía [CNN México](#) (Cortesía SXC). (2) 'Los embajadores lacedemonios'. Ilustración de [Audrey Bearsdsley](#) para el libro [Lisistrata](#), como reflejo de la 'obsesión por el falo'.

Total de fotos: 1

7. 23 de enero

Las series cómicas estadounidenses se pueblan de nombres femeninos
Desde Tina Fey hasta Lena Dunham pasando por Mindy Kaling o Amy Poehler

Pie de página:
Total de fotos: 1

8. 23 de enero


1.150 artistas, académicas y profesionales firman contra la nueva ley del aborto
De la actriz Maribel Verdú a la científica Belén Valenzuela, creen que la ley será "un grave retroceso de la libertad de las mujeres españolas"

Pie de página: Manifestantes en Madrid el pasado diciembre. / Kike Para
Total de fotos: 1

9. 24 de enero


La montaña que devora a las mujeres
--

Pie de página: (1) Ivone con su madre. (2) Abigail en la mina de Cerro Rico.
Total de fotos: 2

10. 29 de enero

La mujer normal ha muerto
--

Pie de página: Anna Magnani (CORDON PRESS)
Total de fotos: 1

11. 29 de enero

Unas 2.000 personas protestan en Bruselas por la ley de aborto de Gallardón
Los manifestantes han mostrado su apoyo a las españolas que "ven restringidos sus derechos"

Pie de página:
Total de fotos: 1

12. 31 de enero

"Ni políticos, ni religiosos ni instituciones. Las mujeres decidimos si queremos hijos"
El tren de la libertad protesta contra la nueva ley del aborto en Valladolid, donde el PP celebra su Convención Nacional. Cientos de personas piden su retirada en víspera de la gran marcha de Madrid

Pie de página: (1) Manifestantes este viernes en Valladolid. / Claudio Álvarez (2) Manifestantes de camino al congreso del PP en Valladolid. / Claudio Álvarez
Total de fotos: 2

FEBRERO

1. 1 de febrero

Decenas de miles protestan en Madrid contra la ley del aborto de Gallardón
Mujeres y hombres han exigido la retirada de la restrictiva norma.
El ministro responde que "ningún grito" le hará "abdicar" de su compromiso de reformar la ley.



Pie de página: (1) Un momento de la protesta en Madrid. / LUIS SEVILLANO

Total de fotos: 1

2. 1 de febrero FOTOGALERÍA





Pie de página: (1) "El Tren de la Libertad" llega a la estación de Atocha en Madrid.
 (2) Mujeres de "El tren de la Libertad" llegan a la estación de Atocha.
 (3) Un grupo de mujeres de "El Tren de la Libertad" posan con Elena Valenciano en la estación de Atocha de Madrid.
 (4) Las manifestantes de "El Tren de la Libertad" son recibidas con abrazos en la estación de Atocha.

<p>(5) Un grupo de mujeres grita contra la Ley del Aborto, en el Paseo del Prado de Madrid.</p> <p>(6) Fotografía de la manifestación contra la Ley del Aborto esta mañana en las calles de Madrid.</p> <p>(7) Asistentes a la manifestación contra la Ley del Aborto, sujetan una pancarta.</p> <p>(8) Hombres y mujeres han compartido protagonismo en la manifestación, donde uno de los carteles que más se ha visto llevaba simplemente la palabra 'no'</p> <p>(9) Mujeres de "El Tren de la Libertad" portan una pancarta contra la Ley del Aborto, esta mañana en las calles de Madrid.</p> <p>(10) Los manifestantes contra la Ley del Aborto, suben a la plaza de Atocha desde la estación del mismo nombre en Madrid.</p> <p>(11) Imagen de la manifestación contra la Ley del Aborto, por el Paseo del Prado de Madrid</p> <p>(12) Un grupo de mujeres asistentes a la manifestación contra la Ley del Aborto, portan una pancarta, por las calles de Madrid.</p> <p>(13) Vista de la manifestación contra la Ley del Aborto, en el centro de Madrid.</p> <p>(14) La directora de cine Gracia Querejeta durante la manifestación, realizando un documental dentro de la protesta contra la Ley del Aborto.</p> <p>(15) La directora de cine Chus Gutiérrez hace unas tomas en la manifestación contra la Ley del Aborto.</p> <p>(16) Una joven grita contra la Ley del Aborto en las calles de Madrid</p> <p>(17) Una comisión de la marcha del "Tren de la Libertad" se dirige a presentar un escrito en el Congreso de los Diputados.</p> <p>(18) Una vista de la manifestación contra la Ley del Aborto.</p> <p>(19) Una joven porta una pancarta contra la Ley del Aborto.</p> <p>(20) Mujeres con pancartas contra la Ley del Aborto.</p> <p>(21) La directora de cine Juana Macías realiza unas tomas en la manifestación contra la Ley del Aborto.</p>
Total de fotos: 20 (+ 1 REPETIDA)

3. 1 de febrero

Miles de personas salen a la calle en Francia contra la reforma del PP
La marcha de París, encabezada por la socialista Anne Hidalgo, reúne a más de 5.000 manifestantes

Pie de página: Protesta de Femen en París. / MIGUEL MORA
Total de fotos: 1

4. 1 de febrero

“Pretenden denigrar a la mujer”
Las viajeras del Tren de la Libertad reviven la lucha por el derecho al aborto de hace 30 años en España
“Mi hermana me ve en la cárcel otra vez”

Pie de página: Llegada del Tren de la Libertad a Madrid. / luis sevillano
Total de fotos: 1


5. 3 de febrero

Activistas de Femen protestan ante Rouco por la reforma del aborto	
Cinco mujeres con el torso desnudo abordan al presidente de la Conferencia Episcopal	
	
Pie de página: Activistas de Femen, durante la protesta. / Luca Piergiovanni (EFE)	
Total de fotos: 1	


6. 3 de febrero

Estados Unidos, en busca de un nuevo feminismo	
El movimiento intenta reconciliar los avances de las últimas décadas con la desigualdad que sigue afectando a las mujeres	
	
Pie de página: Sheryl Sandberg, número dos de Facebook, lanzó una campaña para incorporar más mujeres a los puestos más altos de las empresas. / Chris Ratcliffe (Bloomberg)	
Total de fotos: 1	


7. 3 de febrero

"No somos muñecas sumisas de una película de época"	
Un retrato colectivo de una generación nueva: los sueños y pesadillas de diez jóvenes chinas	
Liberación sexual, educación superior, independencia económica y uso de nuevas tecnologías son rasgos de un universo distinto al de sus progenitores y alejado del cliché	
	
Pie de página: (1) zigor aldama	
Total de fotos: 1	


8. 3 de febrero

"Los altos cargos se reparten en noches de copas mientras ellas lavan niños"	
Esta profesora ha conseguido un 60% de alumnas en Aeronáuticas	
	
Pie de página: Martín ha creado una empresa de aviónica que Canadá quiere. / PACO PUENTES	
Total de fotos: 1	


9. 4 de febrero

"El feto era inviable y se lavaron las manos"	
Un hospital público de Madrid se niega a practicar un aborto terapéutico con riesgo para la madre La Paz da de alta a la mujer para que vaya a la privada	
	
Pie de página: Daniela, ayer en su piso de Madrid. / Cristóbal Manuel	
Total de fotos: 1	

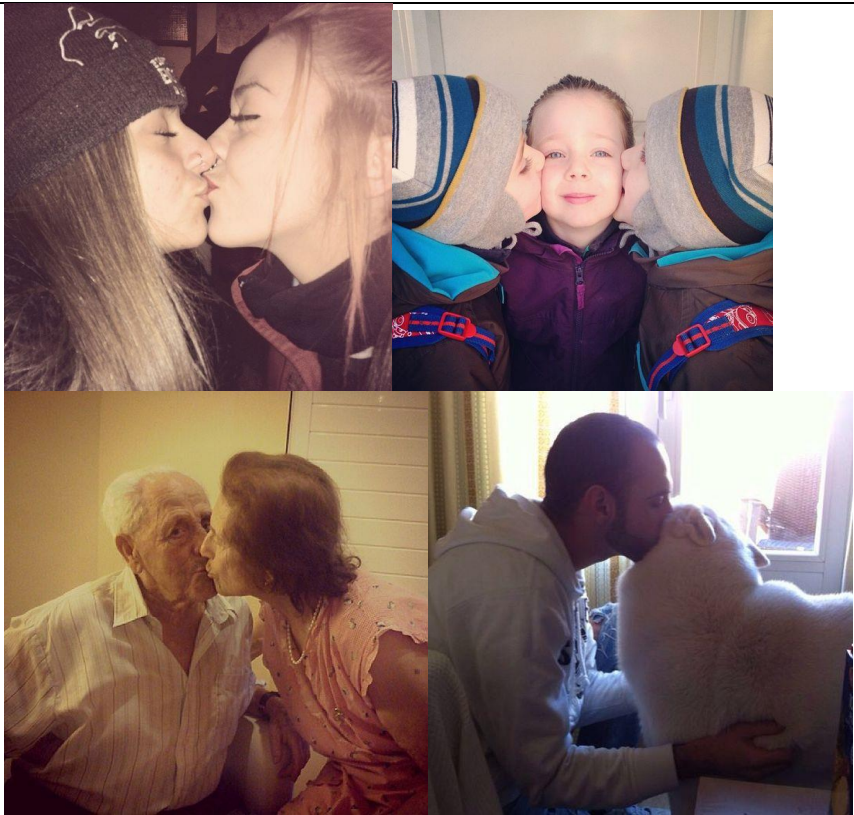
10. 4 de febrero

"Me quedé sola por negarme a la ablación"	
Esta keniana escapó de su casa a los nueve años para evitar la mutilación	
	
Pie de página: Nangingoi quiere hacer un máster en Madrid. / Cristobal Manuel	
Total de fotos: 1	

11. 6 de febrero

Protestas por los derechos de gays y lesbianas antes de los Juegos de Sochi	
Organizaciones de homosexuales se movilizan contra la legislación discriminatoria rusa	
	
Pie de página:	
Total de fotos: 1	

12. 6 de febrero

Besos solidarios... ¿y publicitarios?	
--	
	
Pie de página:	
Total de fotos: 4	

13. 6 de febrero

Cientos de mujeres registran sus cuerpos en contra de la reforma del aborto
La iniciativa se realizó en Madrid, Bilbao, Barcelona, Sevilla, Pamplona y Pontevedra La acción fue idea de la artista y activista madrileña Yolanda Domínguez

Pie de página: (11) Decenas de mujeres en el Registro Mercantil de Madrid para inscribir su cuerpo / Cedida por I. Navarro (2) Decenas de mujeres registran su cuerpo en Pontevedra en contra de la ley del aborto / Cedida por Augusto Metzli
Total de fotos: 2

14. 5 de febrero

“¿A ti no te han hecho la ablación?”
La fundadora de Kirira ha conseguido con su organización evitar cientos de mutilaciones a adolescentes en Kenia

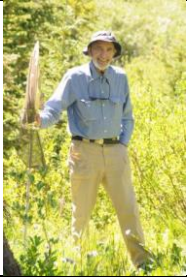
Pie de página: Estrella Giménez, fundadora de Kirira, en Kenia.
Total de fotos: 1

6 de febrero

Revolución femenina en la alfombra roja
Un grupo de actrices, encabezadas por Cate Blanchett, protestan por el voyeurismo que sufren en las grandes galas

Pie de página: Jennifer Garner y Cate Blanchett, en la alfombra roja. / CORDON
Total de fotos: 1


15. 7 de febrero

"Todo ser humano debe acceder a la contracepción y al aborto"	
El biólogo Paul Ehrlich se hizo mundialmente famoso con el superventas The population bomb Es Catedrático de Ciencias Biológicas de la Universidad de Stanford, ecólogo y entomólogo Acaba de recibir el Premio Fronteras del Conocimiento de la Fundación BBVA	
	
Pie de página: El biólogo Paul Ehrlich posa durante una salida al campo para cazar mariposas.	
Total de fotos: 1	

16. 8 de febrero

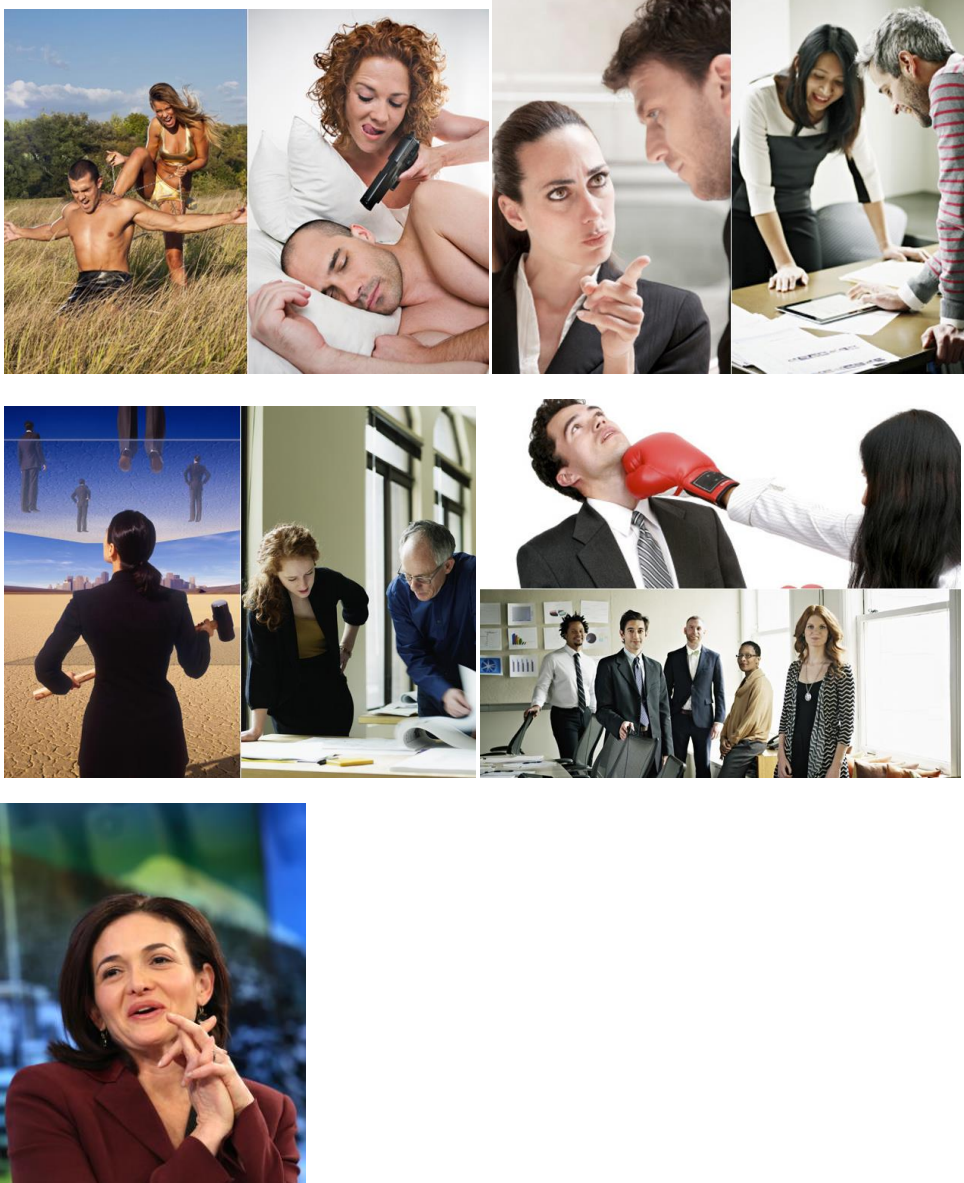
Nueva marea violeta contra la reforma del aborto	
Varios miles de personas vuelven a manifestarse en Madrid convocadas por el movimiento feminista	
	
Pie de página: Miles de personas se han manifestado en ciudades de toda España contra el anteproyecto de ley del aborto impulsado por Gallardón. / vídeo Atlas	
Total de fotos: 1	

17. 12 de febrero

El caso viral del hombre oprimido en un mundo de mujeres opresoras	
--	
	
Pie de página: Eléonore Pourriat un poco desmelenada.	
Total de fotos: 1	

Ni mandona ni malvada: la mujer de éxito busca nueva imagen

Getty Images y la fundación Lean In han firmado un acuerdo para ofertar una galería de fotografías en las que el empoderamiento y la actividad profesional de las mujeres se represente sin caer en los clichés habituales



Pie de página: (1) Así ve el feminismo el banco de imágenes de Getty. Sheryl Sandberg quiere cambiar esta visión deformada de la mujer. Foto: Getty (2) La portada del último 'Time': el traje pantalón de Hillary y su tacón arrastra candidatos. Foto: Time Magazine/ Fotomontaje de Justin Metz (3) El liderazgo, visto por Getty y por la selección del equipo de Sheryl Sandberg Foto: Getty (4) Trabajo de oficina, visto por Getty y por Lean In Foto: Getty (5) La igualdad, vista por Getty y vista por el equipo de Sheryl Sandberg.Foto: Getty

Total de fotos: 9


19. 14 de febrero

En busca de la naranja entera: deconstruyendo el amor romántico	
--	
	
Pie de página: Escena de 'Crepúsculo'	
Total de fotos: 1	


20. 13 de febrero

Feministas critican la "falacia" de "lo daría todo por ti"	
Organizaciones de mujeres aprovechan San Valentín para protestar contra la violencia de género	
	
Pie de página: (1) Una floristería de Barcelona con ramos de San Valentín. / MARCEL·LI SÁENZ (2) Imagen de Súper Valentina, de la campaña de la Federación de Mujeres Jóvenes	
Total de fotos: 1	

21. 15 de febrero

Ellen Page se declara lesbiana	
La actriz canadiense de 26 años, que se hizo conocida por su papel en 'Juno', decide anunciar que es gay en una conferencia sobre los derechos de los homosexuales en Las Vegas	
	
Pie de página: Ellen Page, en Londres. / JONATHAN BRADY (EFE)	
Total de fotos: 1 + 1 VIDEO	

22. 16 de febrero

"La ley del aborto es un gran atraso para la mujer"	
La ministra sueca considera vergonzoso que en 2014 haya países en la UE que restrinjan derechos fundamentales de las mujeres	
	
Pie de página: Birgitta Ohlsson, ministra sueca de Asuntos Europeos. / WIKTOR DABKOWSKI (AFP)	
Total de fotos: 1	


23. 17 de febrero

La verdadera belleza de las mujeres	
La conocida serie de fotografías 'Las mujeres son hermosas', Garry Winogrand, llega a Moscú Publicadas en 1975, las imágenes callejeras muestran el histórico cambio social de aquella época	
	
Pie de página: (1) Una de las imágenes de la serie 'Las mujeres son hermosas' de Garry Winogrand. / garry winogrand (2) Una imagen de 'Las mujeres son hermosas' (1975). / gary winogrand	
Total de fotos: 2	


24. 17 de febrero

Karzai revisa la ley que desprotegía a las víctimas de violencia doméstica	
Las activistas afganas piden que no se prohíba declarar como testigos a los familiares de los maltratadores	
	
Pie de página: Protesta en Kabul para exigir derechos para las mujeres el 13 de febrero. / EFE	
Total de fotos: 1	


25. 21 de febrero

Amnistía pide la retirada de la reforma del aborto por ir contra los derechos humanos
La ONG manda una carta a Gallardón en la que considera la nueva ley como un riesgo para la salud de las mujeres

Pie de página: Marcha en Madrid contra la Ley del aborto el 1 de febrero. / LUIS SEVILLANO
Total de fotos: 1 FOTO REPETIDA

26. 19 de febrero

"Fuimos un ejemplo para la mujer"
Magda Nos y Mònica Verge recuerdan cómo en 1989 superaron una montaña de prejuicios y problemas económicos para ser las primeras españolas en subir un ochomil, el Cho Oyu

Pie de página: (1) Mònica Verge y Magda Nos, en diciembre pasado en Barcelona. / CONSUELO BAUTISTA (2) Mònica y Magda, en la cima del Cho Oyu en 1989. (3) Las alpinistas, durante la ascensión
Total de fotos: 3

27. 26 de febrero

De los sueños de Nassima a los de Malala
--

Pie de página: (1) Escolares afganas, esta semana en el campo de refugiados de Haripur (F. NAEEM, AFP)
Total de fotos: 1

28. 28 de febrero

Shakira y el síndrome de la famosa sumisa

La cantante presume de que Piqué es "territorial y celoso" y de que no le deja grabar videos con hombres. No es la única que aboga por doblegarse ante sus parejas.



Pie de página: (1) "Piqué no me deja hacer videos con hombres", otra de las declaraciones recientes de la cantante. Foto: RCA Records (2) La pareja, en la gala del Balón de Oro de 2011.(3) Miranda Kerr y Orlando Bloom, en la fiesta post Oscar de 'Vanity Fair' en 2013.Foto: Cordon Press

Total de fotos: 5

29. 28 febrero

2.000 sanitarios denuncian que la ley Gallardón dañará la salud de las mujeres

Especialistas en ginecología, psiquiatría o enfermería firman un manifiesto contra la reforma del aborto. Los profesionales defienden la norma actual, "acorde a la realidad social y sanitaria del país"



Pie de página: De izquierda a derecha Santiago Dexeus, Pilar Martínez-Ten, Eudoxia Gay y Javier Martínez-Salmeán. / J.L. Pino (EFE)

Total de fotos: 1

30. 28 de febrero

"Que hablen las mujeres. Hemos de respetar su derecho y su deseo."	
El reputado ginecólogo Santiago Dexeus es uno de los 2.000 profesionales sanitarios que ha firmado un manifiesto contra el anteproyecto de ley del aborto	
	
Pie de página: El ginecólogo catalán Santiago Dexeus. / LUIS SEVILLANO	
Total de fotos: 1	

MARZO

1. 1 de marzo

Sumayya Jabarti se ha convertido en la primera mujer al frente de un periódico en Arabia Saudí, pero no puede conducir y necesita permiso para viajar. Lo dicta la ley	
Consciente de que sus fallos darán argumentos a los que no ven con buenos ojos los avances de la mujer, cree que su nuevo cargo es un paso hacia delante	
	
Pie de página: Sumayya Jabarti, primera mujer que dirigirá un diario en Arabia Saudí.	
Total de fotos: 1	

2. 3 de marzo

Viñetas para explicar la revolución tunecina con ojos de mujer	
--	
	
Pie de página: --	
Total de fotos: 1	

3. 4 de marzo

Zanele Muholi, notaria de los crímenes del odio
--


Pie de página: (1) Celebración de la boda de Promise Meyer y Gift Sammone. Zanele Muholi (2) Duelo por un asesinato homófobo, de la exposición 'Mo(u)rning' en la Universidad Wits. Zanele Muholi. (4) Un momento de intimidad entre Muholi y su pareja, en la exposición de Stevenson.
Total de fotos: 3

4. 4 de marzo


Obra de mujer
--

Pie de página: Obra de la serie (Des)encajes domésticos. / Ana Gil
Total de fotos: 1 MONTAJE

5. 6 de marzo

"Es fácil cerrar los ojos ante la violencia machista"
La 'lobista' trabaja para que la UE considere una "prioridad" la igualdad de género

Pie de página: Pierrette Pape es especialista en violencia contra las mujeres. / Delmi Álvarez
Total de fotos: 1

6. 6 de marzo


Que el Estado no controle mi cuerpo
Amnistía Internacional lanza una campaña para que los nuevos Objetivos de Desarrollo protejan los derechos reproductivos y sexuales
La organización pone la reforma de la ley del aborto en España como ejemplo de paso atrás

Pie de página: Manifestación contra las violaciones en Marruecos. / Amnistía Internacional
Total de fotos: 1

7. 7 de marzo

“Que me excomulguen por colaborar en un aborto”
Unas 300 personas solicitan esa pena en el Obispado de Tenerife en protesta por la postura de la Iglesia

Pie de página: Un grupo de mujeres frente al Obispado de Tenerife. / Rafa Avero
Total de fotos: 1

8. 7 de marzo


Encadenadas en Santa Maria del Mar contra la ley del aborto
Las dos jóvenes reivindican en el acto la "lucha feminista" y la libre decisión sobre el propio cuerpo

Pie de página: Las dos jóvenes en la basílica de Santa Maria del Mar (Barcelona) / ALBERT GARCIA
Total de fotos: 1

9. 8 de marzo

La cultura reclama su derecho a elegir
Artistas de toda España se unen para protestar contra la reforma de la ley del aborto

Pie de página: (1) Una de las piezas de la exposición '¡Déjame en paz!'. / Teresa Ribuffo
Total de fotos: 1

10. 8 DE MARZO

Cuatro jóvenes interrumpen el discurso de Rajoy con gritos a favor del aborto
Las chicas llevaban pintadas de rojo las manos y la cara
Los compromisarios han replicado proclamando: "Sí a la vida"

Pie de página: Activistas irrumpen con gritos a favor del aborto en el congreso del PP vasco / ATLAS
Total de fotos: 1

11. 9 DE MARZO

Uganda desata con fervor la caza al gay
Se han registrado 49 ataques alentados por la ley que condena a los homosexuales a cadena perpetua
Evangelistas de EE UU están detrás de la oleada de homofobia
 
Pie de página: (1) Kasha Jacqueline Nabagesera, activista lesbiana de Uganda. / tadej znidarcic (redux / cordon press) (2) Ser africano y gay no es una elección, dice la pancarta de un manifestante en el Orgullo Gay de Kampala (Uganda) en 2012 rachel adams (efe)
Total de fotos: 2

12. 9 DE MARZO

Las feministas piden a Rousseff que no ceda a la presión religiosa contra el aborto

En 2013, penúltimo año de gobierno de la primera presidenta de Brasil, se produjeron 850.000 interrupciones de embarazos. La escena política brasileña es rehén de parlamentarios fundamentalistas



Pie de página: Marcha feminista el año pasado en Copacabana (Río de Janeiro). / Pilar Olivares (REUTERS)

Total de fotos: 1

13. 11 DE MARZO

Beyoncé y Victoria Beckham no quieren ser mandonas

La campaña Ban Bossy, lanzada por Sheryl Sandberg, jefa de operaciones de Facebook, con el apoyo de muchas famosas, defiende el liderazgo de las mujeres



Pie de página: Beyoncé, en una imagen de la campaña

Total de fotos: 1

14. 12 DE MARZO

“En Holanda había mujeres asustadas, eran delincuentes en España”

Llum Quiñonero viajó a Leyden a abortar en 1982, cuando interrumpir el embarazo era ilegal


La escritora y periodista anunció en un programa de televisión que había abortado



Pie de página: La escritora y periodista Llum Quiñonero, fotografiada en Salamanca. / DAVID ARRANZ

Total de fotos: 1

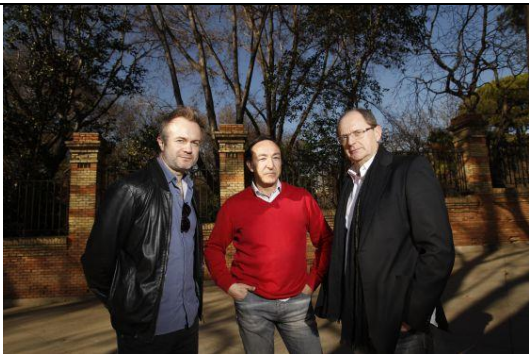
15. 12 DE MARZO

"Yo decido hasta cuándo y cuántos. ¿Va a venir Gallardón a pagarme las facturas?" de 1985	
Ana F. tiene cinco hijos. Ha abortado dos veces con la ley de supuestos	
	
Pie de página: Ana ha abortado dos veces con la ley de 1985. / ULY MARTÍN	
Total de fotos: 1	

16. 13 DE MARZO

Nepal encara una nueva identidad	
Lesbianas, gays, bisexuales, transexuales e intersexuales avanzan en la consecución de derechos La nueva democracia se enfrenta al reto de una constitución y de una sociedad incluyentes	
	
Pie de página: Los transexuales Sirju Magar y Simrn Sherchan, cara a cara con la bandera del arcoíris de fondo. / Ángel L. Martínez	
Total de fotos: 1	

17. 20 DE MARZO


Hombres de la cultura y la academia contra la reforma de la ley del aborto	
343 escritores, actores, pintores, cantantes y periodistas apoyan un manifiesto que exige la retirada del anteproyecto de Gallardón	
	
Pie de página: El actor Tristán Ulloa, el periodista Fernando Olmeda y el escritor Fernando Marías, tres de los firmantes del manifiesto. / LUIS SEVILLANO (EL PAÍS)	
Total de fotos: 1	

18. 21 DE MARZO


Rosa rebelde
--

Pie de página:
Total de fotos: 1 + 2 VIDEOS


19. 25 DE MARZO

Miss Mundo contra la violencia sexual
Linor Abargil se quitó la corona para defender como abogada a las mujeres La hija de Gregory Peck ha llevado su historia, incluida una violación, al cine

Pie de página: Linor Abargil, miss y ahora defensora de los derechos de las mujeres violadas. / AP
Total de fotos: 1

20. 26 DE MARZO


Las malas madres se reivindicán
Tienen hijos y quieren ser ellas mismas. Prefieren no fingir la maternidad perfecta y confesar lo mucho que cansa y cómo se equivocan.

Pie de página: Cordon Press
Total de fotos: 1

21. 29 DE MARZO


"No va contra el islam que la mujer conduzca"	
--	
	
Pie de página: Samar Fatany.	
Total de fotos: 1	

ABRIL

1. 3 ABRIL

Las afganas quieren más	
El patriarcado frena los avances logrados por las mujeres, que exigen igualdad y empleos, tras la caída de los talibanes	
	
Pie de página: Mujeres afganas se registran para votar el martes en una escuela de Kabul. / AP	
Total de fotos: 1	

2. 3 ABRIL

"Los afganos han entendido que las mujeres son parte de la sociedad"	
La política más relevante del país es una hazara que fue médico y ha trabajado en la reconstrucción	
	
Pie de página: La candidata a vicepresidenta Habiba Sarabi en un acto en Kabul. / WAKIL KOHSAR (AFP)	
Total de fotos: 1	


FOTOGALERIA "Ni dama callada, ni devota resignada. Soy puta que reclama"




Pies de página: (1) Por tercer año consecutivo, las calles de Quito se llenaron de mujeres y hombres luchando contra la violencia de género y la sociedad patriarcal en la denominada Marcha de las Putas, el pasado 29 de marzo. EDU LEÓN (2) El lema de la marcha de 2014 fue 'Nuestra mejor venganza será la alegría'. EDU LEÓN (3) La Marcha de las Putas se llama así en respuesta a las declaraciones que hizo en 2011 el policía canadiense Michael Sanguinetti quien dijo que las mujeres deben evitar vestirse como putas, para no ser víctimas de la violencia sexual. EDU LEÓN (4) El ambiente festivo marcó la manifestación en Quito. EDU LEÓN (5) Seis de cada diez ecuatorianas han sufrido algún tipo de violencia machista y una de cada cuatro ha sido víctima de agresión sexual, según el Instituto de Estadísticas y Censos. EDU LEÓN (6) Los datos de la Fiscalía dan cuenta de que existe un promedio anual de 200 casos de mujeres asesinadas y que casi el 70% son producto de conflictos pasionales. EDU LEÓN (7) "Ser políticamente puta es no tenerle miedo a la palabra, saber que se usa para coartar las acciones de libertad que las mujeres ejercemos sobre nuestro cuerpo", dice una activista. EDU LEÓN

Nº DE FOTOS: 7

5. 5 ABRIL

Rap antitalibán	
Se llama Ramika Khabari, tiene 19 años, se ha quitado el velo y ha puesto rimo de 'hip-hop' a las reivindicaciones de las oprimidas mujeres de Afganistán	
Su país, donde hasta hace nada se prohibió la música, celebra hoy elecciones presidenciales	
	
Pie de página: Ramika Khabari, una rapera por las calles de Kabul. / DIEGO IBARRA SÁNCHEZ	
Total de fotos: 1	


6. 5 ABRIL

Natalie Dormer: "Las actrices no somos modelos. No podemos obsesionarnos con el físico"		
Natalie Dormer insiste en que no es perfecta. Pero es auténtica. Su personaje en Juego de tronos ha crecido gracias a ella. Posee facciones aristocráticas, curvas reales y un humor oscuro y algo pícaro.		
		
Pie de página: (1) Natalie Dormer lleva vestido de capa bordado en organza violeta y cristales azules de Giorgio Armani. Foto: Louis Christopher (2) Pantalones y camiseta, todo de Giorgio Armani. Foto: Louis Christopher (3) Vestido de gasa con espalda en pico de Giorgio Armani y zapatos de la actriz. Foto: Louis Christopher (4) Chaqueta con cuello de seda y falda envolvente con drapeado lateral en seda blanca y negra, todo de Giorgio Armani. Foto: Louis Christopher (5) Chaqueta con bordados multicolor y cristales de Swarovski y falda de corte diagonal en satén, ambas de Giorgio Armani. Foto: Louis Christopher		
Total de fotos: 5		


7. 6 ABRIL

Políticamente putas	
La tercera Marcha de las Putas en Quito (Ecuador) exige el fin del machismo en el país El movimiento internacional surgió en 2011 contra el policía canadiense Michael Sanguinetti que afirmó que las mujeres deben evitar vestirse como putas, para no ser víctimas de violencia sexual	
	
Pie de página: Una mujer en la Marcha de las Putas en Quito el pasado 29 de marzo. / edu león	
Total de fotos: 1	

8. 9 ABRIL

Sentirse guapa es un placebo	
Una campaña demuestra el conflicto que mantienen las mujeres con su aspecto y su percepción de la belleza. Solo el 15% de las españolas se definen con el adjetivo.	
	
Pie de página: Foto: Imagen cedida por Dove (2) Fuente: Estudio StopGap España 2014 Foto: Isabel Sánchez, diseño S Moda	
Total de fotos: 1	


9. 18 ABRIL

¿Es el rock machista? Ellas dicen sí	
Una barcelonesa crea una plataforma en la Red que reivindica la figura femenina en la música. Y desvela que Jimi Hendrix o los Led Zepelin tuvieron sus homólogas	
	
Pie de página: Videoclip del grupo femenino The Runaways.	
Total de fotos: 1	


10. 22 ABRIL

<p>“Lo de la mujer en México es aterrador”</p> <p>En el umbral de sus 82 años, Elena Poniatowska habla de política, literatura y periodismo La escritora mexicana recibirá mañana el premio Cervantes</p>	
	
<p>Pie de página: (1) Elena Poniatowska, fotografiada tras la entrevista en su casa de México DF. / SAÚL RUIZ (2) La periodista y escritora Elena Poniatowska, en un momento de la sesión fotográfica. / SAÚL RUIZ (3) La periodista y escritora Elena Poniatowska, en un momento de la sesión fotográfica. / SAÚL RUIZ (4) La periodista y escritora Elena Poniatowska, en un momento de la sesión fotográfica. / SAÚL RUIZ</p>	
<p>Total de fotos: 4</p>	

11. 27 ABRIL

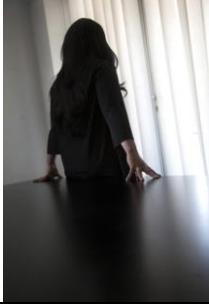
<p>La soledad de las diosas kumari</p> <p>La superstición religiosa del valle de Katmandú, en Nepal, idolatra a vírgenes preadolescentes como avatares de diosas. La tradición las aísla de la sociedad hasta que alcanzan la pubertad El gobierno nepalí comenzó a ofrecer educación a las niñas diosas ante las quejas de antiguas Kumaris incapacitadas para la vida ‘terrenal’ Grupos de activistas quieren modernizar la tradición para acabar con su encierro Miembros de la comunidad defienden sus derechos culturales y sostienen que la costumbre ensalza la figura de la mujer y atrae a miles de turistas</p>	
	
<p>Pie de página: Matina Shakyra, de ocho años, fue elegida Kumari real de Basantapur a los tres. Desde entonces solo pisa la calle una vez al año. En la imagen, el festival Indra Jatra, en octubre de 2013. / Sampurna Manandhar</p>	
<p>Total de fotos: 1</p>	

12. 29 ABRIL

El arte inmortal y suicida de Francesca Woodman	
--	
	
Pie de página:	
Total de fotos: 1	

MAYO


1. 5 MAYO

“Mientras se compre sexo, las mafias seguirán esclavizando mujeres”	
España concede el asilo a una mujer que fue víctima de trata en su México natal Paloma, la superviviente, ofrece su testimonio para luchar contra el tráfico de personas Es el segundo caso que existe; la primera víctima obtuvo el estatus de refugiada en 2013	
	
Pie de página: Paloma, de espaldas. / Santi Burgos	
Total de fotos: 1	

17. 8 MAYO

Malala se suma a la campaña para la liberación de las jóvenes nigerianas		
Malala, Michelle Obama o Sean Penn se unen a la presión para que Boko Haram no venda a las alumnas secuestradas como esclavas		
		
Pie de página: (1) REUTERS-LIVE! (2) --		
Total de fotos: 3		

18. 8 MAYO

Jardines de independencia
El corto 'After my garden grows' cuenta cómo un programa de huertos en la India está ayudando a las mujeres a casarse más tarde y a no depender de un hombre

Pie de página: SUNDANCE INSTITUTE
Total de fotos: 1

19. 11 MAYO

"La regulación del aborto no puede estar sometida a vaivenes políticos"
La magistrada considera que "tenemos una legislación que está funcionando" "Soy partidaria del derecho de la mujer a decidir si interrumpe su embarazo", señala

Pie de página: Ana Ferrer es la primera magistrada en la historia de la Sala Segunda del Tribunal Supremo. / bernardo perez
Total de fotos: 1

20. 11 MAYO


Las niñas no pueden soñar
La nigeriana Halina quiere ser médico y podría. "Destaca en ciencias y matemáticas", dice su tía Los terroristas islamistas de Boko Haram la han secuestrado para impedirlo

Pie de página: (1) Cuatro de las estudiantes que lograron escapar días después del secuestro caminan por las calles de la localidad nigeriana el lunes 21 de abril. / Haruna Umar (AP) (2) Varios policías recorren el jueves la escuela de Chibok asaltada el 14 de abril por Boko Haram. / AFP
Total de fotos: 2

21. 12 MAYO

Conchita, algo más que una 'drag queen' provocadora	
Thomas Neuwirth creó el personaje por la intolerancia que padeció al desvelar su homosexualidad	
	
Pie de página: Conchita Wurst, a su llegada a Viena tras ganar Eurovisión. / GEORG HOCHMUTH (EFE)	
Total de fotos: 1	

22. 13 MAYO

"Mi hija será mutilada porque es una tradición familiar"	
La ablación más brutal es practicada con frecuencia en Somalia, lo que deja a las mujeres con importantes secuelas físicas y psicológicas	
	
Pie de página: Huba Yousef, de 27 años, espera para dar a luz a su tercer hijo en una sala del Hospital Banadir de Mogadiscio. / J. M. López	
Total de fotos: 1	

23. 12 MAYO


El 'hashtag' del secuestro. El secuestro del 'hashtag'	
El foco en las 'celebrities' hace perder de vista que la campaña #BringBackOurGirls nació como un grito de protesta de la sociedad civil en Nigeria	
	
Pie de página: Actrices y modelos francesas posan frente a la Torre Eiffel con pancartas para mostrar su apoyo a la liberación de las niñas secuestradas en Nigeria. / Remy de la Mauviniere (AP)	
Total de fotos: 1	

'Avanzadoras'
--

<p>Pie de página: Son líderes defensoras de los derechos de las mujeres y otros grupos discriminados en sus países. Han venido a Madrid desde Nicaragua, Colombia, Brasil, Perú y Ecuador para intercambiar sus progresos y, sobre todo, sus retos, en el marco de un encuentro organizado por Oxfam Intermón. Estas son sus historias. Así hacen avanzar América Latina hacia la equidad.</p> <p>1 De abogada a impulsora de leyes Alejandra Agudo Madrid 14 MAY 2014 - 22:14 CET Juana Antonia Jiménez Martínez, de 46 años, prefiere que la llamen Juanita. "Mi abuela lo dispuso así", ríe. Es abogada y lleva más de dos décadas defendiendo a víctimas de violencia de género y de agresiones sexuales en Nicaragua, su país. A partir de su experiencia en los juzgados, se dio cuenta de que quería y debía participar en el proceso de elaboración de las leyes que reconocieran los derechos de las mujeres. Eso le llevó a fundar tres organizaciones feministas. Hoy es consultora de Naciones Unidas. "Antes violación era solo penetración y yo participé para que se ampliara y también para que se reconociera el delito de daños psicológicos -y no solo de lesiones- a las maltratadas. Para que las medidas cautelares de alejamiento que existían para otros delitos, también se aplicaran en los de violencia de género". Tales son algunos de sus logros. De las personas que ha defendido, recuerda a una joven de 13 años violada reiteradamente por su padre en 1996. Entonces, la justicia nicaragüense no aceptaba el testimonio de la víctima como prueba. "Fue muy duro demostrar su relato con otras pruebas. Además, aunque seas abogada, no puedes ser insensible. Así que eso llevó al Movimiento Autónomo de Mujeres al que pertenezco a pedir la validez probatoria de la víctima", dice. Se consiguió en 2003. Un objetivo más que tachar en la lista, aunque todavía quedan: "Las mujeres no nos merecemos ningún tipo de violencia". Foto: SAMUEL SÁNCHEZ</p> <p>2 Realidades diferentes, misma discriminación Alejandra Agudo Madrid 14 MAY 2014 - 22:14 CET "Soy lesbiana y transfeminista". Así se define Johanna Izurieta Montesdeoca (1970, Guayaquil, Ecuador). Y explica: "Pero defiendiendo los derechos humanos de las mujeres. Todas vivimos la misma discriminación". Cree que en su país ellas se identifican con minorías –indígena, populares, afrodescendientes, gais-, realidades distintas pero con problemas comunes como la violencia de género, la falta de acceso a la tierra o el crédito y la discriminación institucional. Tras ser voluntaria en varias organizaciones religiosas, de cooperación y desarrollo local, y estudiar Marketing y Publicidad, con 30 años (2000) se unió "por azares del destino" a la organización que hoy coordina. "Necesitaban a alguien que supiera de finanzas para defender la autonomía económica de las mujeres". Y descubrió que era feminista y quería implicarse aún más en el cambio político y social impulsado por y para ellas. Luego descubrió que era lesbiana. "Ya lo sentía, pero salí del 'closet' porque pude aceptarme", reconoce. Hacía solo un año que se había despenalizado la homosexualidad en Ecuador. Pese a este y otros avances en el país como el reconocimiento de las parejas de hecho y de un tercer género, Izurieta cree que todavía queda mucho camino por recorrer. "Ecuador es muy religioso, machista y tradicional. Y no se puede eliminar esto de un día para otro", afirma. Su sueño: una mujer presidenta en Ecuador. "Y que no pasen muchos años para que yo lo vea". Foto: SAMUEL SÁNCHEZ</p> <p>3 De agricultora a líder de mujeres rurales. Una terrible sequía en 1986 llevó a María Verónica de Santana (1968, Brasil) a implicarse con movimientos de campesinas. En la región en la que vive y tiene su tierra, en el noreste del país, la falta de agua empujó a la población del lugar a organizarse y reivindicar ayudas. "Afectó sobre todo a las mujeres, porque los hombres emigraron y fuimos nosotras las que nos quedamos cuidando de la casa y los hijos. Y la tierra", detalla. Afectadas por el mismo problema, Santana y otras de su región se unieron para pedir el reconocimiento de su trabajo en el campo como una profesión (y no como una de las labores domésticas). En 1988 lo consiguieron, pero no podían ejercer el derecho a la propiedad porque la mayoría carecía de un documento de identidad. Una nueva batalla. Así fue como el movimiento empezó a crecer y comenzaron otras luchas: para que les dieran documentación, para tener acceso a financiación, espacios de participación política... Han pasado casi 30 años de aquella sequía y esta mujer tiene tres hijos y sigue viviendo de lo que da la tierra. Pero ha evolucionado. Hoy, Santana es secretaria ejecutiva del Movimento da Mulher Trabalhadora do Nordeste. Y tiene tarea, porque, según dice, la sociedad no ha cambiado tanto como ella. Foto: SAMUEL SÁNCHEZ</p> <p>4 La clase obrera no es una A Sandra Ramos, de 54 años, le sale su fuerza interior por las manos. Golpea la palma de una con el puño de la otra al hablar de la falta de autonomía económica y derechos laborales de las mujeres en Nicaragua, en particular, y Centroamérica en general. Estudió hasta tercero de Economía, que no terminó. Después se licenció en Ciencias Sociales. Se define como "sindicalista, sandinista, feminista y activista". En ese orden, porque primero comenzó su actividad en un sindicato. "Al principio pensaba que la clase obrera era una, pero me di cuenta de que no. Hay hombres y mujeres". Así explica cómo se implicó para luchar contra la discriminación de género en el terreno laboral y económico. "Las demandas de las obreras eran las mías", reconoce. Entonces, junto con otras compañeras, fundó el Movimiento de Mujeres Trabajadoras y Desempleadas María Elena Cuadra hace más de 20 años. Habla con orgullo de cómo desde esta organización impulsaron la aprobación el pasado 2011 de la ley 779 contra todas las formas de violencia de género. "También la económica, patrimonial,</p>

<p>institucional...", detalla. "Podemos hacer que la sociedad avance, aunque no con la rapidez que nos gustaría porque estamos en un entorno patriarcal y capitalista". Por su parte, como madre de dos hijos varones, les ha pedido que respeten los derechos de las mujeres "estén donde estén". "Puedo decir que hay un mundo mejor en el que hombres y mujeres sean iguales. Y trabajo como una hormiga para alcanzarlo". Foto: SAMUEL SÁNCHEZ</p> <p>5 "Me inspira la historia de superación de cada mujer" Ana Patricia Martínez, de 42 años, recuerda que su madre le enseñó a ser una mujer autónoma. Estudió Psicología y realizó sus prácticas en 1997 ayudando a víctimas de abusos sexuales e intrafamiliares en la Fundación para la Promoción y el Desarrollo de las Mujeres y la Niñez (FUNDEMUNI) de Nicaragua. "Desde entonces, soy activista defensora de los derechos de las mujeres empoderándolas desde lo individual a lo colectivo", dice. Hace dos años comenzó a dirigir la organización en la que atienden entre 20 y 25 víctimas al mes. "Cada mujer a la que ayudo me inspira para seguir trabajando. Me hace ver que es posible salir adelante", explica. Su lucha no es solo para reparar las mentes rotas de mujeres violadas y agredidas, sino que cree que hay que combatir las causas profundas de esa violencia: "Un sistema patriarcal y machista". Foto: SAMUEL SÁNCHEZ</p> <p>6 La cocinera del barrio. Este 2014, a sus 53 años, ha sido elegida presidenta de la mayor organización de mujeres de Perú (Conamovidi), pero Relinda Sosa comenzó su 'activismo' social en una cocina. Literalmente. A los 13 emigró a la capital (Lima) y a los 14 empezó a trabajar de empleada doméstica y a estudiar la secundaria en la escuela nocturna. Su maternidad, a los 20, le hizo abandonar. Como trabajar y cuidar a la criatura a la vez se le hacía difícil, pero necesitaba ahorrar para pagar su casa en El Agustino -distrito marginal de la ciudad-, se unió a otras mujeres de su barrio con el mismo problema para cocinar de manera conjunta y abaratar los costes de la alimentación familiar. "Montamos el comedor en casa de otra mujer. Cada una ponía lo que podía, yo llevé dos ollas", recuerda. Eso fue en 1988. Pronto se dieron cuenta de que existían otros comedores autogestionados como el suyo para personas con carencias económicas. Hoy, son una extensa red de comedores populares y han impulsado leyes que obligan al Estado peruano a suministrar alimentos a las personas sin recursos.</p> <p>7 Las mujeres solo servían para parir. Es drástica: "Tengo una educación cristiana, sé lo que es la represión, el rechazo al propio cuerpo y la sexualidad". Cada frase que sale por la boca de la nicaragüense María Teresa Blandón, de 52 años, suena como un bofetón. "Pero con la revolución en el país y el fin de la dictadura, cambié. Rompí con el sometimiento al orden familiar". Hoy coordina la organización La Corriente, desde la que defiende los derechos sexuales y reproductivos, la diversidad sexual y la erradicación de la violencia de género. "El aborto está totalmente penalizado, tenemos unos problemas enormes con los embarazos adolescentes -el 30% de las mujeres encinta son menores de 19 años- y la segunda tasa más alta de la región en mortalidad materna", lamenta como quien enumera una lista de tareas pendientes. Estos asuntos entraron en sus preocupaciones personales (y después laborales) cuando trabajaba en un sindicato agropecuario y daba charlas a campesinas sobre violencia de género y sexualidad. "Nunca nadie les había hablado del clítoris. No sabían lo que era. No conocían el placer. Solo satisfacer al marido y parir hijos". Por eso, reorientó la actividad de la organización hacia los más jóvenes. Para que no les faltase la formación y, por tanto, el poder sobre su cuerpo.</p> <p>8 "La educación puede cambiar la realidad"</p> <p>Mary Sol Avendaño, colombiana de 42 años, es profesora en la universidad pública Francisco José de Caldas de Bogotá. "Estoy completamente convencida de que la educación puede cambiar la realidad". Por eso, a sus alumnos (todos varones) de la asignatura de Análisis Social Colombiano en los estudios de Ingeniería en Electrónica, les habla de las desigualdades de género del país y cómo las mujeres son las que se llevan la peor parte. "Siempre hay alguno que dice que será porque se lo merecen", reconoce. Pero su mayor labor a favor de las mujeres y la infancia la realiza desde los 16 años en el Centro de Promoción y Cultura. "Entré a los 12 como usuaria, pero me fui involucrando y asumiendo responsabilidades", detalla. Una de sus máximas es que no quiere ser igual que un hombre. "Quiero que caminemos juntos en equidad".</p>
Total de fotos: 8

25. 16 MAYO


<p>Cannes y el machismo salarial, acto II</p> <p>Cate Blanchett acusa a la industria del cine de discriminar a las mujeres</p> <p>Se suma a la denuncia de Jane Campion, única Palma de Oro femenina en 66 años</p>

<p>Pie de página: Cate Blanchett, durante la presentación de 'Cómo entrenar a tu dragón, 2'. / Tony Barson (filmmagic)</p>
Total de fotos: 1

26. 20 MAYO


<p>Tres mujeres interrumpen el mitin de Cañete al grito de "machista"</p> <p>El candidato bromea sobre sus "negociaciones nocturnas" con la consejera gallega de pesca</p>
--

	
Pie de página: Total de fotos: 1 VIDEO	

27. 26 MAYO

“Mi marido me secuestró”	
<p>Una de cada tres mujeres que contrajo matrimonio en Kirguistán lo hizo contra su voluntad: la mayoría fueron secuestradas de forma violenta y por un desconocido La antigua tradición que se usaba para evitar pagar la dote de la novia sigue siendo socialmente muy aceptada y, pese a los esfuerzos de activistas y asociaciones, impune ante la ley</p>	
	
Pie de página: Una joven pareja recién casada visita a la familia de la novia en Bishkek, capital de la república de Kirguistán. / Daniel Burgui Iguzkiza	
Total de fotos: 1	

28. 27 MAYO

Anna Wintour también da plantón al sultán de Brunéi	
<p>La directora de 'Vogue' se suma al boicot a los hoteles de Hassanal Bolkiah Ni ella ni su equipo se alojarán en ellos durante las inminentes semanas de la moda de París y Milán</p>	
	
Pie de página: Anna Wintour, editora de 'Vogue', a mediados de mayo. / CORDON	
Total de fotos: 1	

