

FEMINISMO/S 42

MONOGRAPHIC DOSSIER:

Women, data and power.

Insights into the platform economy



«Armonía», Plaza de la Igualdad, Universidad de Alicante

Feminismo/s, 42, July 2023

Monographic dossier:
Women, data and power. Insights into the platform
economy

Dossier monográfico:
Mujeres, datos y poder. Una mirada al interior de
la economía de las plataformas

FEMINISMO/S
Journal of the Research Institute for Gender Studies
at the Universidad de Alicante

Biannual journal
Published by the Research Institute for Gender Studies at the Universidad de Alicante with the
collaboration of the Office of the Vice Cancellor of Research

Issue No. 42, July 2023

Editorial Team

Chief Editor

Alejandra Hernández Ruiz, Universidad de Alicante, Alicante, Spain

Associate editor

Sara Prieto García-Cañedo, Universidad de Alicante, Alicante, Spain

Secretary

Mayra Urrea Solano, Universidad de Alicante, Alicante, Spain

Editorial Board

Anna-Britt Coe, Umeå University, Umeå, Sweden

Mar Esquembre Cerdá, Universidad de Alicante, Alicante, Spain

Helena Establier Pérez, Universidad de Alicante, Alicante, Spain

Purificación Heras González, Universidad Miguel Hernández, Elche, Spain

Carmen Mañas Viejo, Universidad de Alicante, Alicante, Spain

Mónica Moreno Seco, Universidad de Alicante, Alicante, Spain

Dolores Morondo Taramundi, Universidad de Deusto, Bilbao, Spain

Maribel Peñalver Vicea, Universidad de Alicante, Alicante, Spain

M.^a Dolores Ramos, Universidad de Málaga, Málaga, Spain

Maria Pilar Rodríguez Pérez, Universidad de Deusto, San Sebastián, Spain

M.^a Teresa Ruiz Cantero, Universidad de Alicante, Alicante, Spain

Iolanda Tortajada Giménez, Universitat Rovira i Virgili, Tarragona, Spain

Advisory Board

Gill Allwood, Nottingham Trent University, Nottingham, United Kingdom

Cristina Alsina Rísquez, Universidad de Barcelona, Spain

Nieves Baranda Leturio, UNED, Madrid, Spain

Esther Barberá Heredia, Universidad de Valencia, Valencia, Spain

Karine Bergès, Université de Cergy-Pontoise, Cergy, France

Mabel Burín, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina

Nuria Capdevila-Argüelles, University of Exeter, Exeter, United Kingdom

Silvia Julia Caporale Bizzini, Universidad de Alicante, Alicante, Spain

Rosa Cobo Bedía, Universidad de La Coruña, La Coruña, Spain

Pilar Cuder Domínguez, Universidad de Huelva, Huelva, Spain

Bradley S. Epps, University of Cambridge, Cambridge, United Kingdom

Isabel Goicolea, Umeå University, Umeå, Sweden

María Elia Gutiérrez Mozo, Universidad de Alicante, Alicante, Spain

Annabel Martin, Dartmouth College, Hanover, United States

Raquel Medina, Aston University, Birmingham, United Kingdom

Sonia Núñez Puente, Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, Spain

Angela O'Hagan, Glasgow Caledonian University, Glasgow, United Kingdom

Montserrat Palau, Universitat Rovira i Virgili, Tarragona, Spain

Eulalia Pérez Sedeño, CSIC, Madrid, Spain

Alicia Puleo, Universidad de Valladolid, Valladolid, Spain

María Dolores Romero López, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, Spain

Marta Segarra, Universidad de Barcelona, Barcelona, Spain

Cristina Segura Graño, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, Spain

Meri Torras, Universidad de Barcelona, Barcelona, Spain

Maria Teresa Vera Balanza, Universidad de Málaga, Málaga, Spain

Paula-Irene Villa Braslavsky, Ludwig-Maximilians-Universität München, Munich, Germany

PUBLISHER

Research Institute for Gender Studies at the Universidad de Alicante
Campus de San Vicente del Raspeig
Apdo. 99 E-03080 Alicante
Alicante, Spain
Tel. 965 90 94 15

e-mail: revistafeminismos@ua.es; iueg@ua.es - website: <https://ieg.ua.es>

Servicio de Publicaciones de la Universidad de Alicante
Campus de San Vicente s/n
03690 San Vicente del Raspeig - Alicante
publicaciones@ua.es
<https://publicaciones.ua.es>
Tel. 965 903 480

Edited by:

Research Institute for Gender Studies at the University of Alicante with the collaboration of
the Office of the Vice-Chancellor for Research.

The journal receives funding from the R+D+I grants for the Publication of UA Scientific Journals
from the Office of the Vice-Chancellor of Research of the Universidad de Alicante

ISSN: 1989-9998

DOI: 10.14198/fem.2023.42

Legal deposit: A-910-2003

Cover design: candela ink

Layout: Marten Kwinkelenberg



La revista *Feminismo/s* dispone de un sistema editorial certificado conforme a la [convocatoria 2022 de evaluación de la calidad editorial y científica de las revistas científicas españolas de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología \(FECYT\)](#).

Feminismo/s does not necessarily align with the contents of the articles included in this issue.

The total or partial reproduction of the articles is prohibited without prior authorisation.

The journal is indexed in ESCI (WOS), DOAJ, REDIB, GenderWatch (ProQuest), InDICES-CSIC, ERIH PLUS, MLA, CIRC, MIAR, Latindex, Dialnet, Ulrich's, Dulcinea, Google Scholar, SHERPA/ROMEO, RUA, DICE, REBIUN, RESH, OCLC WorldCat, Copac, SUDOC and ZDB/EZB.

TABLE OF CONTENTS / ÍNDICE

I. Monographic section / Sección monográfica:

Women, data and power. Insights into the platform economy / Mujeres, datos y poder. Una mirada al interior de la economía de las plataformas

Miren Gutiérrez

Mujeres, datos y poder. Una mirada al interior de la economía de
las plataformas. Introducción..... 13

Women, data and power. Insights into the platform economy. Introduction

Miren Gutiérrez y Cristina Ubani

A conceptual framework of the sexual objectification of women in
music videos..... 27

Un marco conceptual de la cosificación sexual de las mujeres en videos musicales

Nadia Alonso López y Pavel Sidorenko Bautista

La comunicación de las mujeres y la política en TikTok.
Representación, contenidos y mensajes 61

Women's communication and politics in TikTok. Representation, content and
messages

Borja Sanz Urquijo y María López Belloso

The contribution of data to feminist transformation of women's
rights to health 93

El aporte de los datos a la transformación feminista de los derechos a la salud
de las mujeres

David Pardo Gimilio y Diego Álvarez Sánchez

Análisis de los efectos del *framing* audiovisual de las y los candidatos
en las elecciones de la comunidad de Madrid de 2021 121

Analysis of visual framing effects of political candidates in the 2021 Madrid
regional election

Sarai Malnero del Llano y Antonia Moreno Cano

Análisis de los mensajes feministas y pseudofeministas de los anuncios lanzados para conmemorar el Día Internacional de la Mujer 153

Analysis of the feminist and pseudofeminist messages of the ads launched to commemorate the International Women's Day

Maidier Eizmendi Iraola

Factores y rutinas profesionales que influyen en la visibilidad de las mujeres científicas en los medios digitales 189

Factors and professional routines that influence the visibility of women scientists in digital media

Miren Berasategi Zeberio

Stereotypes about mathematics and women: sex differences in mathematics anxiety of communication students..... 221

Estereotipos sobre matemáticas y mujeres: diferencias por sexo en la ansiedad matemática de estudiantes de comunicación

Virginia Brussa

Feminismos de datos en los labs: brechas y tensiones en las agendas de innovación iberoamericanas..... 247

Data feminisms in the labs: gaps and tensions in the Iberoamerican innovation agendas

II. Miscellaneous section / Sección miscelánea

Luis León Prieto

La criatura en mí: género y salud mental en *Why Be Happy When You Could Be Normal?* y *Fármaco*..... 277

The creature inside me: gender and mental health in *Why Be Happy When You Could Be Normal?* And *Fármaco*

Ana I. Muñoz-González, María García-Jiménez y M.^a Jesús Cala-Carrillo

Perceived gender equality in caregiving and mental health: the impact of the Covid-19 health crisis in a sample of Andalusian women 303

Igualdad de género percibida en el reparto de cuidados y salud mental: Impacto de la crisis sanitaria por Covid-19 en una muestra de mujeres andaluzas

<i>Francisco José Peña Rodríguez y Silvia Company de Castro</i>	
La deconstrucción del personaje femenino en Galdós: el caso de Marianela y «La Peri».....	331
The deconstruction of the female character in Galdós: the case of Marianela and «La Peri»	
<i>Copelia C. Rosas Guevara, Martha Velasco Díaz, Alejandra Valencia Cruz y Marcela Ortiz Galindo</i>	
Validación del instrumento Sensibilidad de Género en la Práctica Docente desde la perspectiva estudiantil universitaria	355
Validation of the instrument Gender Sensitivity in Teaching Practice from the university student perspective	
<i>Carla Segovia Saiz, Erica Briones Vozmediano, Jose Tomás Mateos, Esther González María y Montserrat Gea Sánchez</i>	
El techo de cristal de las mujeres investigadoras en ciencias de la salud en España.....	385
The glass ceiling for women researchers in health sciences in Spain	
<i>M. Candelaria Sgró Ruata</i>	
Estrategias de rivalidad. Interpelaciones del activismo opositor a los derechos sexuales y reproductivos en Argentina.....	413
Rivalry strategies. Interpellations of opposition activism to sexual and reproductive rights in Argentina	
<i>Susana Beatriz Solis-Gomez</i>	
Repensando el malestar de las mujeres y la atención psiquiátrica desde una mirada descolonial: aportes a una práctica antirracista	441
Rethinking women's discomfort and psychiatric care from a decolonial perspective: Contributions to an antiracist practice	
<i>Marta Mangas Santos y Lorena R. Romero-Domínguez</i>	
Feminismo institucional y grupos de presión: relación entre el Lobby Europeo de Mujeres y el Gobierno de España	469
Institutional feminism and lobbying: connections between the European Women's Lobby and the Government of Spain	

III. Reviews / Reseñas

Sergio Montalvo Mareca

Review of / Reseña de: Escabias, Juana. *Dramaturgas del Siglo de Oro. Guía completa*. Madrid: Ediciones Antígona, 2022. 166 pp. ISBN: 978-84-18119-71-2 499

Lorena Paz López

Review of / Reseña de: Bruno, Paula, Alexandra Pita y Marina Alvarado. *Embajadoras culturales. Mujeres latinoamericanas y vida diplomática, 1860-1960*. Rosario: Prohistoria Ediciones, 2021. 166 pp. ISBN: 978-987-809-015-3 505

Gemma J. Vicedo Checa

Review of/ Reseña de: Cazorla Castellón, Antonio. *Una mujer inconveniente. El compromiso feminista en la obra periodística de Elvira Lindo*. Almería: Universidad de Almería, 2023. 392 pp. ISBN: 978-84-135-1197-9..... 511

Francisco Jiménez Aguilar

Review of/ Reseña de: Espinosa Gutiérrez, Jesús. *Hombres feministas y masculinidad en la España contemporánea*. Madrid y Valencia: Cátedra y Publicacions de la Universitat de València, 2022. 400 pp. ISBN: 978-84-376-4501-8 517

Patricia García Sánchez-Migallón

Review of/ Reseña de: Navas Ocaña, Isabel y Dolores Romero López. *Ciberfeminismos, tecnotextualidades y transgéneros*. Vizcaya: Universidad de Almería y Ediciones Complutense, 2023. 396 pp. ISBN: 978-84-669-3792-4 523

Azahara Sánchez-Martínez

Review of / Reseña de: Establier Pérez, Helena (Ed.). *El corazón en llamas. Cuerpo y sensualidad en la poesía española escrita por mujeres (1900-1968)*. Madrid: Iberoamericana-Vervuert, 2023, 421 pp. ISBN: 978-84-9192-343-5 527

How to submit a manuscript / Cómo presentar un original 533

**I. Monographic section /
Sección monográfica:**

**Women, data and power. Insights into
the platform economy /
Mujeres, datos y poder. Una mirada al interior
de la economía de las plataformas**

MUJERES, DATOS Y PODER. UNA MIRADA AL INTERIOR DE LA ECONOMÍA DE LAS PLATAFORMAS

WOMEN, DATA AND POWER. INSIGHTS INTO THE PLATFORM ECONOMY

MIREN GUTIÉRREZ

Author / Autora:

Miren Gutiérrez
Universidad de Deusto, San Sebastián, España
m.gutierrez@deusto.es
<https://orcid.org/0000-0003-1527-3434>

To cite this article / Para citar este artículo:
Gutiérrez, M. (2023). Mujeres, datos y poder. Una mirada al interior de la economía de las plataformas. *Feminismo/s*, 42, 13-25.
Women, data and power. Insights into the platform economy [Monographic dossier]. Miren Gutiérrez (Coord.). <https://doi.org/10.14198/fem.2023.42.01>

Licence / Licencia:

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International.



© Miren Gutiérrez

El feminismo interseccional está investigando nuevas formas de pensar sobre la teoría y la práctica de los datos. Hoy en día, la ciencia de datos –un campo interdisciplinar que, por un lado, utiliza algoritmos para extraer información y, por otro, reflexiona sobre sí mismo– es una forma de poder. Las corporaciones, organizaciones e individuos con las herramientas, el conocimiento y la oportunidad de explotar la infraestructura de datos gobiernan el mundo. Aquí, la infraestructura de datos se entiende como los programas, máquinas y procesos para convertir los datos en valor. Como partes esenciales de la infraestructura de datos, las plataformas y sus algoritmos están en el centro de este debate. Como consecuencia del proceso de la digitalización y la datificación, la plataforma surge como el «modelo económico y de infraestructura dominante de la web social» (Helmond, 2015, p. 1); es decir, se da una fase de plataformaización que transforma aún más lo social.

En algunos casos, esta infraestructura se ha utilizado para vigilar a las personas (van Dijck, 2014), manipular elecciones (Cadwalladr y Graham-Harrison, 2018; Pegg y Cadwalladr, 2018), discriminar a diversas comunidades y apoyar la limpieza étnica (Eisenstat, 2019; Reuters, 2018; Tolan, 2019). La desigualdad de género tradicionalmente arraigada en la publicidad, el cine, los videos musicales y la televisión cobra nueva vida cuando las plataformas toman decisiones algorítmicas sesgadas basadas en ese material, lo que potencialmente multiplica los prejuicios y establece un círculo vicioso que no es aparente (Flexer et al., 2018; Gutiérrez, 2021, 2021; Hajian et al., 2016). La toma de decisiones algorítmica sesgada puede tener graves consecuencias sociales. Por ejemplo, un análisis sobre cómo un banco europeo otorgaba préstamos para automóviles indicó que, aunque las mujeres presentan menor probabilidad de incumplimiento, tienen menos posibilidades de obtener un crédito (Andreeva y Matuszyk, 2018). La toma de decisiones algorítmica puede incluso multiplicar y exacerbar la desigualdad en la vida real (Hajian et al., 2016; Langston, 2015; Wachter-Boettcher, 2017; Zhao et al., 2017).

Sin embargo, la infraestructura de datos también es un instrumento de cambio social y justicia (Gutiérrez, 2018; Weizman, 2017), y tiene un potencial extraordinario para denunciar abusos, mejorar el bienestar y resistir el autoritarismo. Las plataformas ofrecen gran cantidad de datos para el cambio social y el activismo de datos. Por ejemplo, la inteligencia de código abierto (por sus siglas en inglés OSINT) aprovecha los datos disponibles públicamente en las plataformas para investigar qué pasó en casos de violaciones de derechos humanos. Cada vez es más frecuente que personas y organizaciones utilicen este método para encontrar versiones de la realidad que contradicen las oficiales. Un ejemplo es la investigación de Forensic Architecture sobre la muerte de Zineb Redouane, de 80 años, en 2018 en Marsella, Francia. Redouane fue alcanzada en la cara por una granada de gas lacrimógeno disparada por la policía antidisturbios cuando estaba de pie junto a la ventana de su apartamento. Usando elementos del informe oficial sobre esa muerte, videos subidos por testigos a diversas plataformas y otros datos, Forensic Architecture reconstruye la secuencia precisa de eventos (Forensic Architecture, 2020). Otro ejemplo es el mapeo de los feminicidios en diversos lugares de Latinoamérica que han puesto de manifiesto que

la matanza de mujeres no es algo anecdótico sino una emergencia pública (D'Ignazio y Klein, 2019).

A medida que la datificación convierte la mayoría de los aspectos de lo social en datos, parece imperativo lanzar una mirada feminista sobre las narrativas dominantes acerca de los datos. El feminismo en la ciencia de datos –un espacio de creciente exploración– se enfoca en que los sistemas de datos no son neutrales u objetivos, ya que son productos de relaciones sociales desiguales. Partiendo de la interseccionalidad, D'Ignazio y Klein (2019) ilustran el feminismo de datos en acción y ofrecen siete principios feministas para el tratamiento de datos de COVID-19 (D'Ignazio y Klein, 2020), incluyendo examinar el poder detrás de los sistemas algorítmicos, desafiar las estructuras de poder injustas, elevar la emoción a fuente de conocimiento, repensar clasificaciones binarias y las jerarquías, y hacer visible el trabajo de las mujeres. En Gutiérrez (2020), se explora también el papel que desempeñan la imagen y el sonido del cine, los videos musicales, las plataformas sociales y la publicidad a la hora de generar sesgos algorítmicos de género, y se ofrecen seis áreas de acción con potencial para mejorar estos sesgos. Entre esas áreas destacan: considerar a las mujeres como usuarias y diseñadoras de sistemas algorítmicos; ir más allá de los datos históricos, que pueden estar sesgados, para entrenar algoritmos y mitigar los sesgos que pueden darse por su uso; integrar las ciencias sociales en el diseño de sistemas algorítmicos, e incentivar la igualdad a través de la regulación. Data2x (2021) ha elaborado un informe centrado específicamente en cómo los datos afectan la vida de las mujeres (Vaitla et al., 2017). Asimismo, las historias de sesgo algorítmico de género se ven con más frecuencia en los medios de comunicación (ver, por ejemplo, Crawford, 2013; Eisenstat, 2019; Hao 2019; Knight 2016; Rodríguez Martínez y Gaubert, 2020; Wang 2018).

Sin embargo, esta es un área de investigación relativamente nueva. El potencial de la infraestructura de datos para tanto el mal como el bien hace que sea fundamental preguntarse: ¿cómo funciona la ciencia de datos o sus aplicaciones desde la perspectiva del feminismo? ¿dónde se sitúan las resistencias en los regímenes algorítmicos a la igualdad de las mujeres? Las autoras y autores de este monográfico se plantean estas preguntas en casos concretos.

Un bloque de tres artículos se centra en el papel de las plataformas en la representación y explotación de las mujeres. El primero explora y define la cosificación sexual de las mujeres en videos musicales de YouTube, el segundo estudia las reacciones a las mujeres que hablan de política en TikTok y el tercero analiza el tratamiento de datos en una plétora de *apps* de servicios para la salud menstrual (dentro de lo que se conoce como *femtech*). Otro bloque de tres artículos aborda la representación mediatizada de las mujeres. El primero compara la imagen y tratamiento televisivo de tres candidatas con tres de sus adversarios durante unas elecciones, el segundo analiza la publicidad lanzada con ocasión del Día Internacional de la Mujer en diversos países para comprobar si es realmente feminista y el tercero explora los obstáculos para la visibilidad de las mujeres científicas en los medios informativos. Finalmente, otro bloque de dos artículos trata de asuntos vitales para el acceso de las mujeres a la tecnología: el primero mide la ansiedad matemática de un grupo de jóvenes para comparar si hay diferencias entre hombres y mujeres y el segundo aborda la integración de perspectivas feministas en laboratorios de innovación social en Latinoamérica y España.

Concretamente, Miren Gutiérrez y Cristina Ubani ofrecen en «A conceptual framework of the sexual objectification of women in music videos» una herramienta para estudiar la sexualización en videos musicales populares de YouTube. Esta sexualización pasa a formar parte de una decisión algorítmica sesgada cuando los algoritmos digieren y multiplican estos sesgos. En él, se preguntan cuáles son los principales elementos visuales de la cosificación sexual de la mujer en los videos musicales y cómo se pueden articular estas dimensiones en variables observables y medibles, de manera que sirvan para determinar el nivel de cosificación sexual de la mujer en cualquier video musical. En este trabajo, se confía en tres expertas en género y se realiza una revisión bibliográfica con el fin de determinar las principales dimensiones de la cosificación sexual de la mujer y aplicarlas al análisis de cinco videos musicales populares en YouTube. Las conclusiones son que a), aunque a veces sea patente, la cosificación de la mujer es un fenómeno complejo y ocasionalmente elusivo; b) hay dimensiones de la sexualización que son más frecuentes (p.ej., desnudez) que otras (p.ej., uso del cuerpo de las mujeres como espacio para escribir mensajes); c) la falta de curación de plataformas como YouTube hace que la sexualización pueda proliferar sin

freno; d) la cosificación sexual de las mujeres en videos musicales podría ser más pernicioso que en otros contenidos digitales; y e) el marco conceptual ofrecido puede ser útil para detectar estos elementos en otros vídeos o entrenar algoritmos de detección.

En «La comunicación de las mujeres y la política en TikTok. Representación, contenidos y mensajes», Nàdia Alonso López y Pavel Sidorenko Bautista estudian las reacciones a los mensajes de políticas o mujeres que hablan de política en la plataforma TikTok. Alonso López y Sidorenko Bautista utilizan un análisis de contenido, tanto de texto como de audiovisuales, para concluir que a) no es sencillo para las mujeres exponerse en las plataformas, b) en el caso de TikTok, no existe una sexualización y discriminación generalizada; sin embargo, c) se usa la ridiculización como arma más utilizada en los comentarios para atacar a las mujeres, y d) existen algunos casos de sexualización, referencias a la edad y apariencia de las mujeres que hablan de política. En un momento en que cada vez más adolescentes se alejan de los medios de comunicación tradicionales en los que los contenidos se editan y cuidan, recurrir a plataformas como Instagram, TikTok o YouTube como fuente de información es especialmente preocupante.

Borja Sanz y María López Belloso, en «The contribution of data to feminist transformation of women's rights to health», ofrecen un mapeo de aplicaciones digitales para mujeres en el ámbito de la salud, conocidas como *femtech*. La *femtech* es un campo emergente de aplicaciones que tienen como objeto asistir a las mujeres con acceso a estas tecnologías, ofreciéndoles herramientas que abordan la salud menstrual, sexual y reproductiva. Este sector generó más de 820 millones de dólares en ingresos globales en 2019. Sin embargo, ha suscitado críticas desde los estudios feministas, que cuestionan la contribución del sector al empoderamiento y destacan los peligros del capitalismo de vigilancia, la falta de una regulación adecuada y los enfoques sesgados de la mayoría de estas *apps*. La conclusión del estudio es que estas aplicaciones tienen como objetivo recopilar información de las usuarias para explotar sus datos y mejorar la precisión de los sistemas publicitarios. Al solicitar permisos que no son necesarios para su funcionamiento, buscan poder recopilar y monetizar la mayor cantidad de información posible sobre sus usuarias.

David Pardo y Diego Álvarez ofrecen en «Análisis de los efectos del *framing* audiovisual de las y los candidatas en las elecciones de la comunidad de Madrid de 2021» un estudio de la representación visual de las mujeres en la televisión. Para ello, basándose en la teoría del *framing*, se fijan en las tres mujeres políticas candidatas a la Asamblea de Madrid en 2021, en sus tres rivales hombres y en cómo las televisiones cubrieron sus campañas. En una primera fase, utilizan el análisis de contenido para caracterizar la representación audiovisual de las y los candidatos en los informativos de televisión emitidos por La 1, Antena 3, Telecinco, y La Sexta. En una segunda fase, abordan el estudio de los efectos asociados al *framing* audiovisual. Para ello realizan un experimento con jóvenes votantes. En ambos casos, el trabajo adopta una perspectiva de género para determinar los posibles sesgos tanto en el *framing* audiovisual como en los efectos de dicho *framing* en las y los jóvenes. Los resultados muestran diferencias en la cobertura mediática realizada, constatando la diversidad editorial de las cadenas privadas y el cumplimiento de las restricciones legales en la cadena pública. Con relación al sesgo de género en el *framing* audiovisual, se aprecian diferencias en la utilización de los códigos mediáticos, sin detectar intencionalidad editorial. Finalmente, mientras que no se puede pensar en un efecto de los códigos mediáticos analizados en los hombres participantes, sí se producen efectos significativos en los de mujeres con respecto a la valoración de los candidatos varones. El estudio marca un camino metodológico a considerar en futuros análisis a la vez que abre la puerta a nuevas preguntas de investigación sobre los efectos de la representación audiovisual de las mujeres.

Sarai Malnero del Llano y Antonia Moreno Cano proponen un «Análisis de los mensajes feministas y pseudofeministas de los anuncios lanzados para conmemorar el Día Internacional de la Mujer». En este estudio, las autoras se plantean si las estrategias discursivas que la publicidad utiliza cuando usa la figura de la mujer para ofrecer mensajes supuestamente empoderadores y feministas lo son realmente. Con base en los conceptos de *femvertising* y las resistencias antifeministas, las autoras analizan veinte anuncios de once países emitidos ente 2017 y 2022 con ocasión del Día Internacional de la Mujer, el 8 de marzo. Para ello, utilizan diez criterios de *femvertising*, once criterios que miden el acierto o desacierto de los mensajes, y cinco indicadores de resistencias antifeministas. Con el auge de la cuarta ola feminista

y el surgimiento del *femvertising* como estrategia que pretende el empoderamiento de la mujer a través de la publicidad, algunas marcas lanzaron anuncios con ocasión del 8M que no aportan verdadero valor al Día de la Mujer. Este artículo valora su ambivalencia y oportunismo. Resulta interesante comprobar la existencia de mensajes publicitarios cargados de contradicciones, o incluso antifeministas, que se cuelgan la etiqueta de «feminista», lo que indica una apropiación de los lemas y símbolos del movimiento feminista por parte de la publicidad.

En «Factores y rutinas profesionales que influyen en la visibilidad de las mujeres científicas en los medios digitales», Mainer Eizmendi Iraola habla de los obstáculos para la visibilidad de las mujeres científicas en los medios informativos. Eizmendi Iraola se acerca a las rutinas de trabajo de las y los periodistas de ciencia y las redacciones, para conocer qué factores influyen en la elaboración de los mensajes que los medios informativos difunden acerca de las científicas. Sobre la base de nueve entrevistas semiestructuradas a responsables de comunicación y personas expertas, y una entrevista colectiva a un grupo de siete periodistas especializadas, esta autora concluye que la rapidez que impera en las redacciones no contribuye a una búsqueda pausada y reflexionada de las fuentes, perjudicando específicamente a las mujeres científicas, e identifica tres pautas para impulsar el uso de fuentes femeninas, contribuir a disminuir los estereotipos que reinan también en este ámbito y mejorar la imagen profesional de las mujeres científicas.

En «Stereotypes about mathematics and women: sex differences in mathematics anxiety of communication students», Miren Berasategi Zeberio mide si hay diferencias entre hombres y mujeres ante la ansiedad matemática, un obstáculo para el acceso a la formación y a la ciencia. Aunque sucesivos estudios han descartado el mito de que los hombres obtienen mejores resultados en matemáticas que las mujeres (al menos en países donde la educación es paritaria), las mujeres continúan percibiéndose inferiores a ellos y expresando mayores niveles de ansiedad matemática. Esto podría afectar su *agencia de datos*, o capacidad de utilizar la infraestructura de datos, y ponerlas en inferioridad de condiciones, generando círculos viciosos a causa de la evitación de problemas de naturaleza matemática o ante el análisis de datos. Los resultados de este estudio, basado en una encuesta con 185 jóvenes, indican que no hay diferencias fundamentales entre hombres y mujeres a la

hora de enfrentarse a problemas matemáticos y sugieren que las mujeres, con niveles de ansiedad mayor, podrían haber desarrollado estrategias eficaces para lidiar con su ansiedad matemática.

Por su lado, en «Feminismos de datos de laboratorio: brechas y tensiones en las agendas de innovación iberoamericanas», Virginia Brussa estudia nueve laboratorios de innovación en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España y Uruguay. Esta autora se pregunta qué narrativas existen en las agendas de innovación públicas de los nueve laboratorios y qué tensiones genera en ellas la perspectiva de una ciencia de datos feminista. Además, propone una hoja de ruta que contempla, entre otros, asuntos como que la reflexión sobre los datos debe enmarcarse en un debate político sobre el tipo de sociedades y de futuro que queremos, y la necesidad de tener más referentes femeninos y de visibilizar a las mujeres. Los principios del activismo de datos feminista se plantean como praxis en el marco de los estudios críticos de datos para encauzar la reflexión acerca de la necesidad de ampliar las voces en la gobernanza de datos y diseños de políticas públicas de innovación.

Entre estos artículos existen interesantes intersecciones que hablan de las mujeres, los datos o las asimetrías de poder en la era de las plataformas. Uno es el *mecanismo reactivo de la apropiación oportunista* del feminismo y de sus consignas, que surge tanto en el estudio de la publicidad supuestamente feminista y empoderadora como en el de las aplicaciones de *femtech*. La cooptación es una de las ocho estrategias discursivas identificadas por Flood et al. (2020), quienes exponen que las resistencias antifeministas frecuentemente usan el lenguaje de las propuestas y las metas progresistas (por ejemplo, «igualdad», «derechos» o «justicia») para mantener estructuras y prácticas desiguales. En el caso de la publicidad engañosamente presentada como *femvertising*, el objetivo es asociar la marca con el progreso social y congraciarse con un sector del mercado –las mujeres con poder adquisitivo– para vender más; en el caso de la *femtech*, además de promocionar la venta de estos servicios, el objetivo es más esquivo, ya que se trata de recabar el máximo volumen de datos de sus usuarias, aunque no sean estrictamente necesarios para el correcto funcionamiento de estas aplicaciones, a fin de monetizarlos.

Otro es el tema de la representación de las mujeres, o falta de ella, que se aborda en los análisis de los videos musicales, las narrativas de TikTok, el tratamiento televisivo de las campañas de las políticas en informativos y la ausencia de referentes femeninos en la divulgación de la ciencia. Aquí la situación que plantean estos estudios es compleja. Estos análisis abarcan desde la aparente asepsia con que candidatas y candidatos son tratados por la televisión pública a la ausencia de mujeres como fuentes de información científica en los medios y la *desenvoltura con que circulan imágenes cosificadoras y humillantes de las mujeres* en las plataformas. Queda patente en estos estudios que, sin protocolos, ni reglas, ni códigos éticos que protejan a las mujeres de la sexualización y el abuso, los algoritmos se ocuparán de multiplicar estas imágenes perjudiciales de forma masiva e inmediata. El problema es de calado cuando se considera la autosexualización observada en el estudio de TikTok y el consumo de estas imágenes por parte de menores. En otro análisis sobre Instagram y Facebook, por ejemplo, Ramsey y Horan (2018) concluyen que cuando las mujeres publican fotos autosexualizadas lo hacen en relación con sentimientos de agencia sexual. Asimismo, estas autoras confirman que las fotos más sexualizadas obtuvieron más atención en estas plataformas y sugieren que comprender el deseo de atención de las mujeres, y la autoestima derivada de dicha atención, debería ser un foco de investigación futura.

Aunque no lo plantean directamente, los estudios sobre la ansiedad matemática y la *femtech* están relacionados también con el tema más amplio de la alfabetización de datos (en inglés, *data literacy*), o el acceso a los datos, habilidades, instrumentos y oportunidades para tratar y analizar con datos, que es la base de la agencia y el empoderamiento de datos. Estudios anteriores (Gray et al., 2016; Gutiérrez, 2019; Kōuts-Klemm, 2019, entre otros) señalan que la forma en la que actúan los algoritmos detrás de las plataformas es tan compleja y oscura que se requieren nuevas habilidades, recursos y situaciones que fomenten dicha alfabetización de datos. El problema es que, aunque existen muchas asimetrías entre las mismas mujeres, generadas por las diferencias de clase y raza, estas tienen, en general, menos acceso a la tecnología (Taylor, 2018) y son minoría en el sector tecnológico (Pickett, 2018; West et al., 2019). Además, existen menos datos sobre las mujeres, algo que las oculta a ellas y a sus luchas (Crawford, 2013; D'Ignazio y Klein, 2019), y

los sesgos de género que afectan a las mujeres son rampantes, por ejemplo, cuando se supone que lo que vale para la población en general, valdrá para ellas (Trevisan, 2013).

Los resultados de estas investigaciones no tienen validez estadística. Sin embargo, son piezas de un armazón que resulta imprescindible diseccionar y entender si se quiere alcanzar la igualdad en la era de las plataformas, cuyos algoritmos son capaces de multiplicar los sesgos de género subrepticamente y generar resultados que arrinconan y silencian a las mujeres. Estos análisis revelan importantes deficiencias y obstáculos en la tecnología digital, muestran las tensiones que se generan cuando se integran las perspectivas feministas a procesos de innovación, plantean propuestas de mejora desde una perspectiva feminista y señalan un camino hacia el empoderamiento tecnológico de las mujeres en la era de las plataformas.

REFERENCIAS

- Andreeva, G., y Matuszyk, A. (2018). *Gender discrimination in algorithmic decision-making*. 2nd International Conference on Advanced Research Methods and Analytics (CARMA2018). <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/111932/8312-23285-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cadwalladr, C., y Graham-Harrison, E. (2018). Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election>
- Crawford, K. (2013). The Hidden Biases in Big Data. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2013/04/the-hidden-biases-in-big-data>
- Data2x. (2021). *Important data about women and girls is incomplete or missing*. <https://data2x.org/>
- D'Ignazio, C., y Klein, L. F. (2019). *Data feminism*. MIT Press.
- D'Ignazio, C., y Klein, L. F. (2020). Seven intersectional feminist principles for equitable and actionable COVID-19 data. *Big Data & Society*, 7(2), 1-6. <https://doi.org/10.1177/2053951720942544>
- Eisenstat, Y. (2019). *The Real Reason Tech Struggles with Algorithmic Bias*. *Wired*. <https://www.wired.com/story/the-real-reason-tech-struggles-with-algorithmic-bias/>

- Flexer, A., Doerfler, M., Schluter, J., y Grill, T. (2018). *Technical Algorithmic Bias. In A Music Recommender*. 19th International Society for Music Information Retrieval Conference. <http://www.ofai.at/cgi-bin/get-tr?download=1&paper=oefai-tr-2018-03.pdf>
- Forensic Architecture. (2020). *The Killing of Zineb Redouane*. <https://forensic-architecture.org/investigation/the-killing-of-zineb-redouane>
- Gray, J., Bounegru, L., Milan, S., y Ciuccarelli, P. (2016). Ways of seeing data: Towards a critical literacy for data visualizations as research objects and research devices. En S. Kubitschko y A. Kaun (Eds.), *Innovative Methods in Media and Communication Research* (pp. 290-325). Palgrave Macmillan.
- Gutiérrez, M. (2018). *Data activism and social change*. Palgrave Macmillan.
- Gutiérrez, M. (2019). Participation in a datafied environment: Questions about data literacy. *Comunicação e Sociedade*, 36, 29-47.
- Gutiérrez, M. (2021). Algorithmic Gender Bias and Audiovisual Data: A Research Agenda. *International Journal of Communication*, 15, 439-461. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/14906/3333>
- Hajian, S., Bonchi, F., y Castillo, C. (2016). *Algorithmic Bias: From Discrimination Discovery to Fairness-aware Data Mining*. The 22nd ACM SIGKDD International Conference, Rec. <https://doi.org/10.1145/2939672.2945386>
- Hao, K. (2019). This is how AI bias really happens—And why it’s so hard to fix. *MIT Technology Review*. <https://www.technologyreview.com/s/612876/this-is-how-ai-bias-really-happensand-why-its-so-hard-to-fix/>
- Helmond, A. (2015). The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready. *Social Media + Society*, 1(2), 1-11. <https://doi.org/10.1177/2056305115603080>
- Knight, W. (2016). How to Fix Silicon Valley’s Sexist Algorithms: Computers are inheriting gender bias implanted in language data sets—And not everyone thinks we should correct it. *MIT Technology Review*. <https://www.technologyreview.com/s/602950/how-to-fix-silicon-valleys-sexist-algorithms/>
- Köuts-Klemm, R. (2019). Data literacy among journalists: A skills-assessment based approach. *Central European Journal of Communication*, 3, 299-315. [https://doi.org/10.19195/1899-5101.12.3\(24\).2](https://doi.org/10.19195/1899-5101.12.3(24).2)
- Langston, J. (2015). *Who’s a CEO? Google image results can shift gender biases*. University of Washington. <https://www.washington.edu/news/2015/04/09/whos-a-ceo-google-image-results-can-shift-gender-biases/>

- Pegg, D., y Cadwalladr, C. (2018). US data firm admits employee approached Cambridge Analytica. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/uk-news/2018/mar/28/palantir-employee-cambridge-analytica>
- Ramsey, L. R., y Horan, A. L. (2018). Picture this: Women's self-sexualization in photos on social media. *Personality and Individual Differences*, 133(15), 85-90. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.06.022>
- Reuters. (2018). Myanmar: UN blames Facebook for spreading hatred of Rohingya. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/technology/2018/mar/13/myanmar-un-blames-facebook-for-spreading-hatred-of-rohingya>
- Rodríguez Martínez, M., y Gaubert, J. (2020). *International Women's Day: How can algorithms be sexist?* Euronews. <https://www.euronews.com/2020/03/08/international-women-s-day-our-algorithms-are-sexist>
- Taylor, L. (2018). As technology advances, women are left behind in digital divide. *Thomson Reuters Foundation*. <https://www.reuters.com/article/us-britain-women-digital/as-technology-advances-women-are-left-behind-in-digital-divide-idUSKBN1K02NT>
- Tolan, S. (2019). *Fair and Unbiased Algorithmic Decision Making: Current State and Future Challenges* (Digital Economy Working Paper) [Background paper to the European Commission's report: 'Artificial Intelligence: A European Perspective']. European Commission – Joint Research Centre. <https://arxiv.org/abs/1901.04730>
- Vaitla, B., Bosco, C., Alegana, V., y Wouter, E. (2017). *Big Data and the Well-Being of Women and Girls Applications on the Social Scientific Frontier*. Data2X. https://www.data2x.org/wp-content/uploads/2019/05/Big-Data-and-the-Well-Being-of-Women-and-Girls_.pdf
- van Dijck, J. (2014). Datafication, dataism and dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology. *Surveillance & Society*, 12(2), 2. <https://doi.org/10.24908/ss.v12i2.4776>
- Wachter-Boettcher, S. (2017). *Technically Wrong: Sexist Apps, Biased Algorithms, and Other Threats of Toxic Tech*. Norton & Company.
- Wang, E. (2018). Two dangerous visions: What does it really mean for an algorithm to be biased? *The Gradient*. <https://thegradient.pub/ai-bias/>
- Weizman, E. (2017). *Forensic Architecture: Violence at The Threshold of Detectability*. Zone Books. https://calamitousannunciation.memoryoftheworld.org/Eyal%20Weizman/Forensic%20Architecture_%20Violence%20at%20

(10719)/Forensic%20Architecture_%20Violence%20-%20Eyal%20Weizman.pdf

Zhao, J., Wang, T., Yatskar, M., Ordonez, V., y Chang, V. (2017). Men Also Like Shopping: Reducing Gender Bias Amplification using Corpus-level Constraints. En M. Palmer, R. Hwa y S. Riedel (Eds.), *Proceedings of the 2017 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing* (pp. 2979-2989). <https://doi.org/10.18653/v1/D17-1323>

A CONCEPTUAL FRAMEWORK OF THE SEXUAL OBJECTIFICATION OF WOMEN IN MUSIC VIDEOS¹

UN MARCO CONCEPTUAL DE LA COSIFICACIÓN SEXUAL DE LAS MUJERES EN VIDEOS MUSICALES

MIREN GUTIÉRREZ

CRISTINA UBANI

Authors / Autoras:

Miren Gutiérrez
Universidad de Deusto, San Sebastián, España
m.gutierrez@deusto.es
<https://orcid.org/0000-0003-1527-3434>

Cristina Ubani
Independent scholar
cristina.ubani@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-6215-5978>

Submitted / Recibido: 27/01/2022

Accepted / Aceptado: 30/04/2022

To cite this article / Para citar este artículo:

Gutiérrez, M. y Ubani, C. (2023). A conceptual framework of the sexual objectification of women in music videos. *Feminismo/s*, 42, 27-60. Women, data and power. Insights into the platform economy [Monographic dossier]. Miren Gutiérrez (Coord.). <https://doi.org/10.14198/fem.2023.42.02>

Licence / Licencia:

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International.



© Miren Gutiérrez y Cristina Ubani

Abstract

Feminist theory has extensively explored the sexualization of women's images across time. Women are sexually objectified in music videos, TV series, ads, cinema, video games, and other types of audiovisual content. Scholarship has acknowledged, for instance, that women's visual objectification in news, publicity, and cinema can lead to discrimination and gender-based violence. Audiovisual content is especially impactful, while digital content has a broader and more immediate reach than

1. The authors are grateful to the three experts Raquel Jiménez Manzano, María Martín Barranco, and Nuria Coronado Sopena, who have given their permission to use their insights. We are also grateful to Diego Alvarez and David Pardo, from the Polytechnic University of Valencia, for helping us think about how a conceptual framework could be useful in training algorithms to spot sexual objectification. This article has been generated as part of the ARES research program (Analyzing Antifeminist Resistances), supported by the Spanish State Agency of Research.

other types of content. On the one hand, the consumption of music videos and other digital content among minors is rising. On the other hand, music videos influence the normalization of gender violence and gender stereotypes in girls and boys. Despite its importance, until now, there is no conceptual framework of the sexualization of women in music videos. What elements compose the sexual objectification of women in music videos? What dimensions does it encompass? Can they be operationalized to serve as a basis for further analysis? Based on a literature review and analysis by three gender experts of five of the most popular music videos on YouTube in 2020, this article offers a new framework that can serve as a reference. This topic is especially relevant in the age of platforms because, once these videos are online in the public domain, they become the basis for biased algorithmic decision-making.

Keywords: sexualization; gender; women; objectification; gender; music videos; audiovisual content; impact.

Resumen

La teoría feminista ha explorado la sexualización visual de las mujeres. Los estereotipos de género y la sexualización se encuentran en videos musicales, cine, series de televisión, anuncios, videojuegos y otros contenidos audiovisuales. El contenido audiovisual es especialmente impactante dado que la cosificación y sexualización de las mujeres en las noticias, la publicidad y la ficción puede conducir a la discriminación y la violencia de género. Entretanto, lo digital tiene un alcance más inmediato y amplio que otro tipo de contenidos. Por un lado, el consumo de los videos musicales y otros contenidos digitales entre menores está en aumento. Por otro, los videos musicales influyen en la normalización de la violencia de género y los estereotipos de género en las niñas y los niños. A pesar de su importancia, hasta ahora no existe un marco conceptual de la sexualización de las mujeres en los videos musicales. ¿Qué elementos componen este tipo de sexualización? ¿Qué dimensiones abarcan? ¿Pueden generar un marco teórico con variables observables que sirva para realizar otros estudios? Basándonos en una revisión de literatura y el análisis de tres expertas en género de cinco de los videos musicales más populares en YouTube en 2020, este artículo ofrece un marco que puede servir de referencia para futuros estudios sobre la influencia de los videos musicales. Este asunto es especialmente relevante en la era de las plataformas porque, una vez en el dominio público, estos videos sexualizantes se convierten en la base para una toma de decisiones algorítmicas sesgadas.

Palabras clave: sexualización; género; mujeres; objetivación; género; videos musicales; contenido audiovisual; impacto

1. INTRODUCTION

Objectification theory analyses the sociocultural contexts that reduce women to their bodies or body parts and associate a woman's value with her appearance and sexual purposes (Szymanski et al., 2011, p. 6). Feminist theory has extensively explored the objectification of women's images since the 90s (Heldman 2012; Langton 2009; Nussbaum 1995; Szymanski et al. 2011). For objectification to occur, the conventional view assumes that two agents are involved: the objectifying and the objectified. Usually, the subject casts an *objectifying gaze* over a woman (the object), who cannot avoid it since the watching is ubiquitous (Fredrickson & Roberts, 1997). In the absence of a specific conceptual framework, this article is focused on the sexual objectification of women in music videos.

The man generally has the power to objectify; namely, the man is the acting subject, and the woman is the passive object. One of the sources of this power disparity is produced and preserved by the male consumption of pornography (MacKinnon, 1987). Pornography often dehumanizes and humiliates women; men who learn to interact with women through demeaning pornography also learn to treat women as objects (MacKinnon, 1987). In objectifying processes, women's sexual body parts attract more attention than their faces (Aubrey & Frisby, 2011). Referring to Sartre's *Being and Nothingness*, Afolayan (2018) contends that in the gazer's gaze, the gazed—generally a woman—is reduced to a thing, and so, when apprehended in the gazer's contemplation, she passes judgment on herself according to his criteria, expectations, and meanings.

Sometimes women self-objectify themselves or each other (Berger, 1990). One example is what happens in fitness centers, where women often measure each other, casting objectifying gazes (Fredrickson & Roberts, 1997). The intense social pressure on women to meet a «norm of appearance» force them to live up to the objectifying standards (Saul, 2003). For example, Pérez Rufi identifies several music videos produced by women in which the objectification of women can be observed (Perez Rufi, 2017). Levy notes that sometimes a show of what looks like feminist strength can disguise an objectifying act (Levy, 2006). An example is singer Beyoncé on stage with the word «FEMINISM» in spectacular neon lights while wearing a skimpy

costume in 2016. However, when female artists sexualize themselves, «they have more autonomy over their role as the ‘gazed’ or the ‘gazer’» (Mewawalla, 2019). While it is interesting to note that women can engage in the objectification of other women and self-objectification, it is not the focus here.

There can be objectification without overt sexualization. For instance, Heldman (2012) observes how some ads employ women’s bodies as canvases that are «marked up or drawn upon» to emphasize jingles without being sexualized. One advertising strategy has been, precisely, making women’s bodies into bottles, cans, and boards to display brand names and messages, as seen in Figure 1. The 2020 «Hazte Vaquero» (Be a cowboy) campaign to promote meat consumption in Spain included showing food symbols on a female torso together with this message: «An authentic cowboy knows the benefits of meat-eating; and also SALAD!»². Besides, the campaign, still active at the time of writing, employs a series of images that can be described as stereotyping, sexist, and sexualizing. Here, women are shown serving food and buying at the butcher’s, and a close-up of a female mouth eating meat is displayed provocatively, while men appear barbecuing the meat and taking care of the cattle.

Figure 1. «Be a cowboy» campaign³

UN AUTÉNTICO VAQUERO
CONOCE LOS BENEFICIOS
DE COMER CARNE, Y TAMBIÉN
#ENSALADA!

La proteína
cárnica como
componente esencial
en una
dieta variada
y equilibrada.⁽¹⁾

La carne de vacuno es muy apreciada
por su sabor y contenido
en aminoácidos esenciales y sales
minerales, tal y como recuerda desde
la Sociedad Española de Médicos
de Atención Primaria (Semergen).

Las proteínas tienen altas calidades,
y en proporciones muy equilibradas
entre sí de aminoácidos esenciales.
Cada aminoácido es muy necesario
por el organismo y, por lo tanto,
únicamente pueden obtenerse por
medio de la dieta.

Esta característica, junto al elevado
contenido de digestibilidad, hace que
las proteínas cárnicas presenten un
elevado valor biológico o nutricional
para los humanos. La carne también es
una importante fuente de aminoácidos
no esenciales, que son una importante
vía de obtención de energía en
diferentes órganos y tipos celulares⁽²⁾.

Source: <https://haztevaquero.eu/>

2. «Un auténtico vaquero conoce los beneficios de comer carne; ¡y también #ENSALADA!»
3. This image has been removed from the website.

The instrumentalization of women's bodies is not new. Real women's bodies are used as plates in *nyotaimori*, the Japanese tradition of eating sushi off a motionless, naked woman's body (Bindel, 2010). Jones and other artists have portrayed women's bodies as pieces of furniture (Prendergast, 2014). In music videos, women have appeared as a slot car track (in *Blurred Lines*, 2013, by Robin Thicke⁴), a rocking mare (in *Hateful love*, 2016, by Little Big⁵, seen in Figure 2), and even side tables (in *Booty*, 2018, by C. Tangana, Becky G & Alizzz⁶).

Figure 2. Film still, Little Big, *Hateful love*



Source: <https://www.youtube.com/watch?v=6od76UNHt-M>

Sexualization is more frequent than simple objectification (Álvarez et al., 2021). When they are sexualized, women lack humanness or agency (Vaes et al., 2011) and are also identified as switchable things with sexual purposes (Cikara et al., 2010). The sexualization of women is, thus, understood here as assessing or portraying them in sexual terms or reducing them to sexual objects. The processes of sexualization can be connected to stereotyping (i.e., a simplification formed about people, communities, and situations). These two concepts share a common ground in that «they are the effect of a

4. See <https://www.youtube.com/watch?v=yyDUC1LUXSU&feature=youtu.be>

5. See <https://www.youtube.com/watch?v=6od76UNHt-M>

6. See <https://www.youtube.com/watch?v=HAc3T4aMENI>

mental process of categorization» (De Marco, 2012, p. 75). Reducing people to categories and labels deprives them of complexity, freedom, and humanness. A process of sexualization is almost always negative (although there is no agreement on how harmful it is). For instance, frequently sexualizing material shows women as underachievers and inferior (Gervais et al., 2011). Meanwhile, stereotyping is not necessarily wrong, as stereotypes can help people navigate complex or unknown situations (Dyer, 1999). What is of interest in stereotypes is «who controls and defines them (stereotypes), what interests they serve» (Dyer, 1999, p. 12).

Lippmann defined a stereotype as an over-generalized, rigid, and simplified idea or image of a particular group of people (Lippmann, 1922/2009). A stereotype condenses people's expectations about others, including personality traits, preferences, appearance, or abilities. Stereotypes are often inaccurate and resistant to new information or correction (Myers & Twenge, 2017). An effective function of stereotypes is that they incite unanimity (Dyer, 1999). While such generalizations may help make quick decisions, they may be erroneous when applied to individuals and are often a basis for prejudice. For instance, Nier et al. (2013) found that people who tend to draw inferences from behavior and ignore situational constraints are more likely to stereotype low-status groups and females as incompetent, while high-status groups tend to be labeled as competent and males. Stereotyping can be problematic when it «is derived from aspects of a culture known to lead to harmful behavior», resulting in discriminatory action and discrimination (Caliskan et al., 2017, p. 2). Sexualized stereotypes include the generalization of the idea that girls and women should prioritize their sex appeal for the appreciation of boys and men (Spears Brown, 2019).

The music video is a short film that integrates a song with images and is produced for marketing or artistic reasons. As a genre, it emerged in the 80s. Music videos became popular in the 80s with the advent of the US pay television channel MTV in 1981. Since then, the consumption of music videos and other audiovisual digital content has become popular among minors and is increasing (Pedrero-Esteban et al., 2019; Russell et al., 2017).

The audiovisual sexualization of women goes beyond commercials, music videos, and shows, and it significantly impacts women's and girls' lives. Examining the representation of violence against African American

women in local TV in the 1990s, Meyers (2007) concludes that most victims were portrayed as «stereotypic Jezebels whose lewd behavior provoked assault, and absolved the perpetrators of responsibility» (p. 95). This is a mechanism defined by Wodak et al. (1999) as a shift of blame (p. 36). Women's visual sexualization in media can lead to discrimination, eating disorders, psychological issues, and gender-based violence (e.g., Meyers, 2007). Fredrickson and Roberts (1997) explore the consequences for girls and women internalizing men's gaze.

«Habitual body monitoring» can lead to «shame and anxiety» and, in turn, to an array of mental health risks that can include «unipolar depression, sexual dysfunction, and eating disorders» (Fredrickson & Roberts, 1997, p. 173). Besides, they can influence how men treat women (Aubrey et al., 2011; Stevens Aubrey et al., 2011; Van Ouytsel et al., 2014).

The sexualization of women and girls in advertising has been thoroughly explored. For instance, research proves that advertising offers traditional and stereotyped images of men and women, relations, and gender roles (Goffman, 1976; McArthur & Resko, 1975). Music videos do not influence behavior in the same direct way publicity does; therefore, they are not considered persuasive communication.

However, music videos have potent effects on people. Music videos have become «audiovisual creations with a cinematographic vocation» that function as «witnesses of the expectations and concerns of urban subcultures and tribes» (Sánchez López & García Gómez, 2009, p. 25). As such, they can be vehicles for «ways of living, behaving and thinking» (Sánchez López & García Gómez, 2009, p. 25). Sedeño Valdellós (2007) considers that music videos have become seduction and advertising mechanisms. Russell et al. (2017) argue that they influence minors' behavior effectively. And Taylor (2007) notes that they help disseminate stereotypes to the point that they are «one of the most influential visual culture forms to hit youth culture since the advent of television» (p. 230). Music videos can produce «strong, predictable, nonconscious cognitive effects on viewers», leading to stereotypical behavior (Hansen, 1989). Music videos –both professional and amateur– influence the normalization of gender violence and gender stereotypes in girls and boys (Kaili, 2018).

Music videos provide some of the most potent examples of the sexual objectification of women (Aubrey & Frisby 2011). Karsay et al. (2017) look at music videos to conclude that both men and women can «adopt the objectifying gaze elicited in media» and that «exposure to objectifying media has direct negative effects on women (and men)» (p. 45). One problem may be that the music industry is dominated by men (Wang, 2020). Music videos often change the standards of how women are evaluated and evaluate themselves (Karsay et al., 2017, p. 45). Aubrey et al. (2011) connect the sexual objectification of female artists in music videos with a growing «acceptance of interpersonal violence» (p. 360).

Kistler and Lee (2009) say that not all musical genres objectify equally; for instance, R&B/Hip hop is more objectifying than country music. Morgan-White (2017) notes that the genre that sexualizes the more is *reggaetón*—with female dancers twerking, a coitus simulacrum—, and that, while the sexual objectification of women is widespread, hypermasculinity seems to be declining in pop music. The five videos examined here can be labeled as pop music.

Digital content—including music videos— has a broader and more immediate reach than other types of content. On the one hand, music videos and other digital content consumption are growing (Pedrero-Esteban et al., 2019; Russell et al., 2017). On the other hand, there is a proliferation of so-called user-generated content, including music videos. Users' participation in creating music videos—a global activity even though the most popular music videos originate from a limited number of locations— is growing (Park et al., 2014) to the point that Gilbert (2020) says they will shape the future of the music industry. YouTube is one of the largest video-sharing platforms, where professionals and amateurs contribute to making, uploading, and watching content.

The dehumanization that takes place in the sexualization of women can lead to brutality. «Violence has to do with the non-intellectual conditions in which the persecution of the 'other' can be normalized and become part of the daily fabric of existence. In this sense, ideas can literally hurt a person»

(Evans, 2017)⁷. Thus, violence originates in the minds of people, especially men (Evans, 2017). When women are sexually objectified, their ability to be a subject is taken away, as they are seen as objects that can be damaged. As Bernstein (2012) notes, although violence involves the violation of human lives, it can also include an attack on the dignity of people.

Despite its potential for harm, sexual objectification is increasingly difficult to spot. For example, Beyoncé's *Run the world* (2011) is considered one of the most empowering videos for women (Gonzales & Maher, 2021; McMaster, 2017; Pineda, 2021). Using a framework to determine whether ads are empowering or not (Pando et al., 2020; Rodríguez & Gutiérrez, 2017) to analyze *Run the world*, it can be observed that, although the video displays some empowering elements (e.g., the messages champion girls' and women's authority), it is quite sexualizing. For instance, all women are quasi-nude while men are fully dressed, most wear disabling high heels, and Beyoncé goes on her knees to scrawl around a completely dressed man's legs (see Figure 3).

Figure 3. Film still, Beyoncé, *Run the world*



Source: https://www.youtube.com/watch?v=VBmMU_ibe6U

7. «La violencia tiene que ver con las condiciones no intelectuales en las que la persecución del 'otro' pueden normalizarse y volverse parte del tejido cotidiano de la existencia. En este sentido, las palabras pueden herir literalmente a una persona».

Many young people cannot perceive sexism, prejudice, or stereotyping against women based on their sex (Vidal, 2018). Bourdieu explained that male dominance is so integrated into our social practices and unconscious that we barely notice it (Bourdieu, 2001). This author theorized masculine domination as *symbolic violence*, or mild, imperceptible, omnipresent power exercised through everyday practices (Bourdieu, 2001). This domination is exercised through institutionalized relations—within the family, work, school, media, and state—, normalizing and eternalizing the arbitrary (Bourdieu, 2001). We consider music videos are part of this mechanism of symbolic violence.

Despite this difficulty, some videos seem to have crossed the line. Maluma's *Cuatro Babys* has been controversial for derogatory comments toward women (Morgan-White, 2017). A [Change.org](#) campaign demanded in 2017 that the song—showing how Maluma has a hard time choosing between four women— be removed from digital platforms for being demeaning to women, who are portrayed as almost naked, serving men, worthy only for their sexual proficiency, decorative and silent, interchangeable, and lacking the power of decision (Morgan-White, 2017).

Figure 4. Film still, Maluma, *Cuatro Babys*



Source: <https://www.youtube.com/watch?v=OXq-JP8w5H4>

Based on a literature review and analysis by three gender experts of five of the most popular music videos on YouTube in 2020, this article offers a conceptual framework that can serve as a reference. This topic is especially relevant in the age of platforms such as YouTube because, once these videos are online in the public domain, they become the basis for biased algorithmic decision-making (Gutiérrez 2021; Whittaker et al., 2018). For example, historical biases emerge when data entrenching undesirable trends are employed for algorithmic decision-making (Coleman, 2013). That means that algorithms trained on pictures of sexualized women will produce results in sexualizing women. If histories of discrimination go unchallenged, they become part of standard algorithmic systems (Crawford, 2016).

The structure of this article is as follows: First, we offer a methodological section. Second, we look at the relevant literature on reification, objectification, and sexualization. And third, we provide a conceptual framework of the sexualization of women in music videos. The authors elaborated all the tables and figures; theirs are the translations, while the original text is offered in endnotes. The experts in this study have offered their explicit consent to disclose their names and use their insights.

2. OBJECTIVES, METHODS & MATERIALS

Our main goal is to unpack the basic visual elements of the sexual objectification of women in music videos, so we produce a heuristic tool that can serve to examine a wide variety of videos. The research questions are:

- Which are the main visual elements of the sexual objectification of women in music videos?
- How can these dimensions be articulated into observable variables so they serve to determine the level of sexual objectification of women in any music video?

We follow these steps: 1) We select three gender experts. 2) We conduct a literature review to determine the main dimensions of the sexual objectification of women. 3) The experts validate the dimensions. 4) The experts define 18 variables of the sexual objectification of women in music videos. 5) The experts test the variables on the five music videos. 6) We compare the results to produce a usable framework.

The experts were chosen based on their gender, media expertise, and availability and have given their informed consent to be included in this study (see Table 1). A limitation of the experts' section is that the three are women.

Table 1. The gender experts

Expert	Gender expertise
Raquel Jiménez Manzano (1)	With a degree in Political Science and Sociology and postgraduate studies in mainstreaming gender perspectives in public policies, she coordinates the online training project «Virtual School for Equality», Institute for Women and Equal Opportunities.
María Martín Barranco (2)	Law graduate. Founder of the Virtual School for Feminist Empowerment (EVEFem). Advises on equality to several institutions and companies. Author of <i>Ni por favor, ni por favora</i> (2019) and <i>Mujer tenías que ser: La construcción de lo femenino a través del lenguaje</i> (2020).
Nuria Coronado Sopena (3)	A journalist specialized in feminist studies. She has a degree in Information Sciences and a master's degree in Radio Production, Librarianship, and Documentation. She writes for La Hora Digital and appears on TeleMadrid and Madrid Television. She is the author of <i>Hombres por la Igualdad</i> (2017), <i>Mujeres de Frente</i> (2019), and <i>Comunicar en Igualdad</i> (2019). She was awarded the Athena prize for her professional work defending equality (2021).

We met remotely in four meetings from February 1 to February 24, 2020, lasting from 1 hour to 4 hours each. The experts generated the variables articulated as yes/no questions, often used in surveys to gauge people's attitudes. When enough data are gathered, those conducting a survey based on yes/no questions offer a measure based on a percentage of how applicable or not applicable a proposition is (Briggs, 2015).

The 2019 music videos selected to test the variables are *Swing*, by Danny Ocean; *Me Quedo*, by Aitana and Lola Indigo; *Never Really Over*, by Katy Perry; *Fresa*, TINI, and Lalo Ebratt; and *Quizás*, Rich Music, Sech, Dalex ft. Justin Quiles, Wisin, Zion, Lenny Tavárez, and Feid (see Figures 5-9). The experts randomly chose the videos among the most popular on YouTube.

Figure 5. Film still, Danny Ocean, *Swing*



Source: <https://www.youtube.com/watch?v=0RYTD8uDqWU>

Figure 6. Film still, Aitana, Lola Indigo, *Me Quedo*



Source: <https://www.youtube.com/watch?v=SJcm2dLUjVo>

Figure 7. Film still, Katy Perry, *Never Really Over*



Source: <https://www.youtube.com/watch?v=aEb5gNsmGj8>

Figure 8. Film still, TINI, Lalo Ebratt, *Fresa*



Source: <https://www.youtube.com/watch?v=JmeyoMooJPY>

Figure 9. Film still, Rich Music, Sech, Dalex ft. Justin Quiles, Wisin, Zion, Lenny Tavárez, Feid, *Quizás*



Source: <https://www.youtube.com/watch?v=0Cuwgzbejdc>

To conduct the analysis, we worked with the experts, comparing the available definitions of sexual objectification reviewed here and applying them to the scrutiny of the videos to produce a comprehensive framework of the sexualization of women in music videos (Table 3), as seen next.

3. REIFICATION, OBJECTIFICATION, AND SEXUALIZATION

Reification can be defined as the process of «transforming human properties, relations, and actions» into manufactured products or objects (Petrović, 1983). The concept of reification rose to prominence through Georg Lukács's work, which, inspired by Karl Marx's idea of commodity fetishism, considers it a problem of the capitalist society. For Lukács (1972), reification is the act by which social relations are perceived as inherent attributes of the people involved in them, transforming objects into people and people into objects. The result is that subjects are rendered passive and determined by things, while objects are rendered as active factors (Lukács 1972). Thus, reification is an all-encompassing and consensual phenomenon kept in check by social norms (Buchler, 2016). The objectification of women, instead, arises from a power imbalance between men and women. It is mainly concerned with

female physical characteristics with psychological and social impact, primarily unregulated and non-consensual, although women can participate (Buchler, 2016).

Feminist studies deal with both the sexual objectification of women, in general, and women's objectification in the audiovisual medium. De Beauvoir refers to the woman as an object that others observe (de Beauvoir, 1981, p. 130). For de Beauvoir, being seen as a thing, as a sexual object, prevents the individual from being recognized as free. Bartky Lee (1990) formulates one of the most referenced definitions of sexual objectification of women: it is the act of considering women as a body, body parts, or sexual functions capable of representing her, ignoring her characteristics as a person. Objectification is generally used within feminist theory to refer to how women are treated as lifeless things, often sexual objects, especially in publicity and pornography, where female bodies are a means to sell products and arouse men. In an objectification process, the woman is reduced to her breast, genitalia, buttock, or mouth metonymically, and she or her body parts become a proxy for sexual allure or intercourse. To summarize, the objectification of women, according to Bengoechea (2006) is:

A systematic process whereby a sensitive being becomes dehumanized, reduced to a thing, an insignificant being without social status, something that can be exchanged, possessed, stored, displayed, used, abused, and discarded. Women gradually realize their category as objects in this society through all the rites and collective forms that transform them into a spectacle and an object that can be possessed⁸. (p. 30)

The sexualization of women relates to their objectification since it is the manner through which women are regarded in sexual terms and evaluated as objects. The sexualization of women naturalizes violence and encapsulates them in «fantasies of manageable victims» (Bengoechea, 2006, p. 38). Sexism is maintained through symbolic violence, whereby society «perpetuates the

8. Bengoechea abridges previous definitions. *Un proceso sistemático por el que un ser sensible se deshumaniza se reduce a una cosa, a un ser insignificante sin estatus social, se convierte en algo que se puede intercambiar, poseer, trocar, guardar, exhibir, usar, maltratar, disponer y desechar. Las mujeres se van dando cuenta paulatinamente de su categoría de objeto en esta sociedad a través de todos los ritos y formas colectivas que la sitúan como espectáculo y objeto de posesión.*

relations of domination of men over women, making the latter partakers of their own subordination» (Verdú, 2018, p. 10). This symbolic violence is typically funneled through words, images, songs, and cinema, which enable «the internalization by men and women of the habits and behaviors imposed by a patriarchal social order» (Verdú, 2018, p. 10).

MacKinnon (1987) and Haslanger (2012) concur the sexual objectification of women is necessarily ethically intolerable. But according to Nussbaum (1995), there can be benign cases of sexual objectification, for instance, during a healthy sexual relationship. Although this is taken to be a disagreement, Stock (2015) explains that the two theories arrive at different proposals because their theoretical aims are different. While Nussbaum and Langton look at whether their definition captures all the meaningful contexts in which the concept is applied, MacKinnon and Haslanger look at whether theirs offers explanatory value and a useful way of categorizing observed phenomena with a view to effective moral criticism (Stock, 2015). We based our framework on Nussbaum and Langton, among others, for their comprehensiveness, as we do not focus on reception, impacts, or ethical concerns. Besides, the realm of consensual intercourse is not part of this discussion.

These and other authors have broken down the sexual objectification of women into different elements. In the 90s, Nussbaum enhanced the concept of objectification, as initially proposed by Dworkin (1981) and MacKinnon (1987). Nussbaum (1995) states that the sexual objectification of women usually includes seven mechanisms: a) instrumentality (i.e., treating a person as a tool); b) denial of autonomy (i.e., treating someone as if they lacked willpower); c) inertness (i.e., treating someone as if «lacking in agency»); d) fungibility (i.e., treating a person as interchangeable with objects); e) violability (i.e., treating a person as lacking in «boundary integrity»); f) ownership (i.e., treating someone as if they could be owned); and g) denial of subjectivity (i.e., treating a person as if their opinions lacked interest) (pp. 256-257). Nussbaum's framework is a reference in gender studies and has been employed to examine female and male sexualization in music videos, finding «increased sexual hostility and stereotypical portrayals against women» (Qamar et al., 2021, p.137) and that men can be sexually objectified as well (Ali & Qamar, 2020).

Fredrickson and Roberts (1997) argue that the common factors in most forms of sexual objectification seem to be the experience of being treated as a body (or a collection of body parts), valued predominantly for use (or consumption) by others, and being denied equality (p. 174)

From the field of philosophy, Langton (2009) studies in *Sexual Solipsism: Philosophical Essays on Pornography and Objectification* the sexualization of women in pornography. She proposes that sexual objectification has three different properties: a) reduction to body parts (i.e., identifying a person with their body parts); b) reduction to appearance (i.e., treating a person based on how they look); and c) silencing (i.e., treating a person as if unable to speak). Rather than focus on supposed harm, Langton contemplates the possibility that pornography constitutes harm by subordinating and silencing women. Langton explores the idea that pornography enacts social norms deeming women inferior. She also argues, along with MacKinnon and Hornsby, that pornography silences women in a way that confers authority to men. Where Nussbaum (1995) says that objectifying someone involves assuming they do not have autonomy, Langton notes there are ways to objectify without completely denying autonomy. Besides, Langton has opened a debate about the authority required for sexual objectification and has been criticized for it (see Butler, 1997, among others). Nevertheless, this is an inconclusive discussion; we do not dwell on this matter because it has not been settled.

Taking a functionalist view, Goffman considers *gender display* as a ritual that can «iconically reflect fundamental features of the social structure» (Goffman, 1976, p. 76). Wallis employs Goffman's framework to analyze 12 nonverbal displays associated with subordination, domination, sexuality, and aggression in music videos by male and female lead performers (Wallis, 2011). Conclusions showed that gender displays mainly emphasize stereotypical ideas of women as sexual objects and to a lesser degree, females as secondary and males as aggressive (Wallis, 2011).

From political science, Heldman (2012) offers a seven-question test to examine visual sexualization, which includes the following queries: «1) Does the image show only part(s) of a sexualized person's body? 2) Does the image present a sexualized person as a stand-in for an object? 3) Does the image show a sexualized person as interchangeable? 4) Does the image affirm the idea of violating the bodily integrity of a sexualized person that can't

consent? 5) Does the image suggest that sexual availability is the person's defining characteristics? 6) Does the image show a sexualized person as a commodity (something that can be bought and sold)? 7) Does the image treat a sexualized person's body as a canvas?». Heldman's questionnaire includes many of the issues observed earlier.

Finally, the Spanish Observatory of Women's Image (Ministerio de Igualdad, 2014) establishes criteria to determine whether there is sexism in audiovisual content, including 1) attitudes that contribute to gender violence; 2) placing women in positions of inferiority; 3) belittling women; 4) using the female body as bait or a sexual object; 5) stereotyping women, attributing appropriate social options or activities for women and other forms of sexism, and 6) using women's bodies as canvases.

The sexual objectification of women comprises a range of behaviors exceeding the characteristics offered by these authors. These include staring or leering at women's bodies, making derogatory or sexual comments about them, taking unsolicited photographs of their bodies, sending unsolicited sexually-charged messages to them, publishing sexualized images of them, tailing and harassing them, and acting threateningly towards women (Calogero, 2011, pp. 3-4). However, we focus on the most identifiable ones.

The consequence of being objectified through many channels is that, over time, women internalize a vision of themselves as observers, an effect called self-objectification (Fredrickson & Roberts, 1997). Self-objectification is, thus, difficult to separate from the objectification of others since it acts as a self-fulfilling prophecy. Generally, women are stereotyped as less *agentic* than men (Hentschel et al., 2019). For example, in music videos, women are often represented as lifeless, voiceless, and decorative. However, gender stereotypes are so ingrained in our imaginations that people neither detect them (Hentschel et al., 2019) nor recognize the sexualization or stereotyping of women as harmful, despite various studies showing their negative impact (e.g., Álvarez-Hernández et al., 2015; Ballesteros et al., 2018; Vidal, 2018).

4. ANALYSING THE SEXUAL OBJECTIFICATION OF WOMEN IN MUSIC VIDEOS

Since some of the characteristics of sexual objectification are still debated –especially autonomy, silencing, and authority issues— we focus on what they have in common. In Table 2, we have grouped these characteristics into two main dimensions: *Objectification* involves treating women or their body parts as things. Meanwhile, *sexualization* refers to their exhibition or body parts as *stimuli* for coitus. A third dimension, *abuse*, refers to women being mistreated or portrayed in subservient poses that suggest that they can be harmed. For simplicity's sake, we consider it a form of extreme sexual objectification. The two dimensions do not capture all issues; for example, Ministerio de Igualdad includes issues such as demeaning women. However, those criteria relate to sexism or discrimination against women because of their sex.

Table 2. Comparison of sexual objectification characteristics in literature⁹

Nussbaum (1995)	Fredrickson and Roberts (1997)	Langton (2009)	Wallis (2011)	Heldman (2012)	Ministerio de Igualdad (2014)	Common dimensions
Instrumentality	Valued for use by others	Reduction to body parts (for the benefit of others)	Subordination	Women are shown as anatomical parts	Body as a (sexual) tool	Objectification
Denial of autonomy, lacking personal freedom or will	Denial of equality	Silencing	Domination & subordination	Women are shown as an object & as a commodity	Inferiority	Objectification
Inertness, lacking agency, passivity	Valued for use of others	Reduction to body parts & silencing	Domination & subordination	Women are shown as anatomical parts & as an object	Body as a sexual tool	Objectification & sexualization

9. NA refers to «non-applicable».

Fungibility, lacking boundary and integrity	NA	Silencing	Sexualization	Women are shown as an object	NA	Objectification
Violability	Valued for use by others	Reduction to body parts	Aggression & sexualization	Violability	Invitation to violence	Abuse & sexualization
Ownership, interchangeable object	Denied equality (owner/owned)	Silencing	Subordination	Interchangeability	Inferiority & body as a sexual tool	Objectification
Denial of subjectivity and experiences need not be taken under consideration	Denied equality	Reduction to body parts & silencing	Domination & subordination	Women are shown as anatomical parts & as object & as a commodity	Inferiority & sexism	Objectification & sexualization
NA	NA	Reduction to appearance	NA	Women valued for their sexual ability	NA	Sexualization
NA	NA	NA	NA	Women's body as a canvas	Women's body as a canvas	Objectification
NA	NA	NA	NA	NA	Scorn, undervalue, or ridicule	Abuse

The experts initially defined objectification as, firstly, the exposure of a woman's body or body parts as an element to attract the attention of a target audience (adolescents and youths) toward a product (song) or the subject (singer). Secondly, as an interchangeable or decorative element in the video. Likewise, sexualization is «a narrative fixation on a woman's body, emphasizing her body or body parts to show her as a sexual tool available to men and gauging her social value on the sexual desire she can arouse». The experts unpacked these two dimensions into 18 variables, formulated as yes/no questions referring to actual images (Table 3).

Table 3. Variables of the sexualization of women's images in music videos

Dimension «Objectification»	<ol style="list-style-type: none"> 1. Are women's bodies shown incomplete? 2. Are women's bodies shown complete but with their backs turned? 3. Do women show themselves so that their face is not identified? 4. Are women shown in a passive attitude or just being looked at? 5. Do women show themselves in a posture that implies subordination (e.g., kneeling or lying on top of each other)? 6. Could the women shown be substituted for an object that would play their role (e.g., lamp, table, board)? 7. Is the role assigned to the women shown «serving» (e.g., a woman playing the role of a tray)?
Dimension «Sexualization»	<ol style="list-style-type: none"> 1. Is women's position secondary or complementary to men's (e.g., men appear in the center as protagonists, while women seem interchangeable at the sides)? 2. Are women presented in a suggestive attitude through non-verbal language (e.g., caressing others or themselves)? 3. Are women presented passively, waiting to be chosen, and unemotional? 4. Are women presented in party settings, with suggestive lights, and as companions? 5. Do the women correspond to a stereotyped beauty canon (e.g., thin, thick-lipped, long-haired, and young)? 6. Are women's clothing scarcer than men's? 7. Are the materials used in women's clothing intended to reveal their bodies as much as possible (e.g., lycra)? 8. Are the items used in women's clothing reminiscent of sadomasochism/fetishism (e.g., leather boots)? 9. Is the infantilization of women through clothing (e.g., school skirts)? 10. Is the clothing worn by women inappropriate for the situation (e.g., going to the pool in bikinis and heels)? 11. Do men exhibit complementary elements of power (e.g., cars, motorcycles, watches) while women do not?

The experts then watched the videos and answered these questions independently. The average level of agreement was more than 97 percent. Table 4 shows the number of times the expert offered an affirmative answer.

Table 4. Evaluation of the music videos by the experts (# of affirmative answers)

	Expert 1	Expert 2	Expert 3
<i>Swing</i>	12	13	12
<i>Me Quedo</i>	7	8	8
<i>Never Really Over</i>	10	11	10
<i>Fresa</i>	13	13	13
<i>Quizás</i>	12	13	13

The experts agreed on almost all questions. The only discrepancy was on variable 2.5 «The women correspond to a stereotyped beauty canon (e.g., thin, thick-lipped, long-haired, and young)», referring to stereotyped appearance.

The video with a higher level of affirmative answers –or sexual objectification— is *Fresa*, followed by *Swing* and *Quizás*. In comparison, the one with the lower level is *Me Quedo* (which does not mean there is no sexualization). The most common variables were (1.1) «Women’s bodies shown incomplete»; (2.2) «Women presented in a suggestive attitude through non-verbal language (e.g., caressing others or themselves)»; (2.5) «The women correspond to a stereotyped beauty canon (e.g., thin, long-haired, and young)»; (2.7) «The materials used in women’s clothing intended to reveal their bodies as much as possible (e.g., lycra)». The only absent variable was (2.8) «The items used in women’s clothing reminiscent of sadomasochism/fetishism (e.g., leather boots)».

On the other hand, the most objectifying video was *Swing* (where a mermaid-like woman hovers aimlessly around a full-dressed man in the water), followed by *Never Really Over* and *Quizás*. The less objectifying and sexualizing video is *Me Quedo*. While the most sexualizing video is *Fresa*, followed by *Quizás*.

Based on this analysis and the literature review, we next redefine *objectification* and *sexualization*.

Table 5. A conceptual framework of the sexual objectification of women in music videos

OBJ.	Instrumentalization	Reduce women to a body or body parts that can, then, be utilized, or place women in an inferior position so they can be exploited.
	Denial of autonomy	Portray women as silent beings, denying them parity with the male singer, placing them in a position of subordination (even considering them things), or showing them as voiceless and passive.
	Lifelessness	Degrade women to inert, decorative things, beings, or body parts.
	Fungibility	Deny women their individuality and complexity to the point that they can be interchangeable. We consider fungibility as a form of considering women «identical» or replaceable (Amoros, 1987). This often appears in music videos by showing women of standardized beauty (i.e., young, thin, thick-lipped, long-haired) and similarly (un)dressed.
	Commodification	Show women as commodities that can be owned or bought.
	Invisibilization	Deny women their subjectivity (e.g., promoting only the male singers' points of view).
	Canvas	Use women's bodies as canvases.
SEX.	Sexual metonymy	Degrade women to a body or body parts (typically breasts, mouths, and genitalia) for sexual intercourse or as <i>stimuli</i> for coitus.
	Violability	Portray women or their body parts in subservient positions, which makes them seem vulnerable to sexual violence or abuse.
	Sexual submission	Project the male singer's sexual desire, denying the women's points of view. We understand this is part of a long tradition of denying women's sexual interests.
	Sexual adroitness	Value women for the ability to satisfy men's sexual desires (typically the male singer's).
	Decorativeness	Reduce women to their appearance and portray them as sexually alluring decorations for the male singer's benefit.

5. DISCUSSION AND CONCLUSIONS

The first idea from this analysis is that the sexual objectification of women in music videos is a multifaceted phenomenon, and determining the different elements that integrate this phenomenon is not a straightforward business. Thus, the definitions provided here include intersections. For example, to be interchangeable, women are first denied autonomy, subjectivity, and a voice. The case of the «*Hazte Vaquero*» campaign shows too how the sexual objectification of women appears in combination with other related phenomena such as sexism and stereotyping.

The second idea is that some sexually objectifying variables seem more recurrent than others. At the same time, they do not capture, for instance, whether women dance in a way reminiscent of sexual intercourse. Publicity frequently exposes women in various stages of undress and sexually suggestive poses, insinuating «everything from masturbation to fellatio» and in subordinate positions or available for male consumption (Arnold, 2021; Blloshmi, 2013). But music videos seem to be more explicit, showing women almost always skimpy dressed, sometimes totally naked, and engaged in actions that could be deemed pornographic. Examples include the overtly sexual choreographies in *Me quedo*, the perspective from a transparent floor of the crotch of a female dancer in shorts squatting for a better view in *Quizás*, and the emphasis on the singers' mouth in *Fresa* (a metaphor for mouth). The implications for intense sexual objectification can be dear; not only can they cause health issues in girls and women, but they can also affect how men behave toward women. For instance, Van Ouytsel et al. (2014) connect the consumption of music videos and pornography with sexting—the practice of sharing sexually charged photographs via mobile phone—between adolescents. Meanwhile, the sexual objectification of female artists in music videos can have adverse effects on male undergraduates' sexual beliefs, including negative sexual views, tolerance of violence, and attitudes about sexual harassment (Aubrey et al., 2011).

And the third idea is that the sexual objectification of women in music videos might be more pernicious than women's sexual objectification in other types of audiovisual material. Although this idea is not a result of the analysis here, the fact that music videos are not perceived as persuasive

communication might be especially problematic when young people who consume them tend to experience difficulties in identifying the sexualization of women. Music videos circulate among young people more widely and freely on sharing platforms like YouTube than ads and other audiovisual content.

Connected to these ideas, the lack of curation on these platforms deserves further discussion. The music business is set to earn \$6 billion in revenues from user-generated content on sharing platforms by 2022 (Mulligan & Jopling, 2020). YouTube is the second biggest search engine and the leading streaming music service worldwide (Evers, 2020), so discovering new music videos is easy. Unlike traditional television (e.g., MTV) or ads, in music videos, there is a problem of under-curation (Boardman, 2016). In 2011, Buzzi noted that user-generated content was increasing massively, while control of objectionable content was a challenge (Buzzi, 2011). Although the cases studied here are professionally produced videos, it has never been so simple to make an amateur video and upload it online. But Qamar et al. (2021, p. 137) find «stronger sexual objectification in music videos than other content», including advertising, entertainment, and others. And there are no standards and enforcement policies for fairness and equality on these platforms like those in regulating publicity. YouTube user interface warns users that they cannot upload content sexualizing or harming minors, and wrongdoers can see their channels suspended or canceled. «Explicit content meant to be sexually gratifying» is not allowed on YouTube, and posting pornography «may result in content removal or channel termination... In most cases, violent, graphic, or humiliating fetishes are not allowed on YouTube» (YouTube, 2021)¹⁰. Nevertheless, these rules may catch the grossest irregularities. Still, they are not enough to capture issues in videos such as Maluma's *Cuatro Babys*, whose criticism is left to the people who consume them (and was never removed). In contrast, for example, publicity is regulated in different countries to avoid sexism and the sexualization of girls, despite challenges to implementation (Redacción, 2019). The videos

10. On September 7, 2022, YouTube updated their Nudity and sexual content policy to «more consistently enforce our Community Guidelines».

examined here, though sexualizing, are readily available on YouTube and promoted by the platform as the most popular in 2020.

The high level of agreement among the experts demonstrates that the framework offered here is a viable instrument for gauging the sexual objectification of women in music videos. We consider that offering a framework that captures most occurrences can be useful. It is a heuristic tool that could be operationalized to spot the sexual objectification of women automatically. Nevertheless, some challenges remain. Variables, such as the infantilization of women, are less automatically detectable than, for example, whether a woman is naked or not. Besides, even if all the variables were machine-readable, it is to be seen with which intensity they are present in a video to determine to what degree it is sexualizing women.

Finally, another area for further inquiry is the study of the impact of the sexual objectification of women on people. Given the increasing problems in identifying the sexual objectification and the algorithmic consequences, it is worth exploring the sexual objectification of women in music videos as a form of antifeminist resistance.

6. REFERENCES

- Afolayan, A. (2018). The Ethnocentric Gaze: From Ethnology to Ethnophilosophy to 'Africa.' *South African Journal of Philosophy*, 37(3), 312-321. <https://doi.org/10.1080/02580136.2018.1507671>
- Ali, S., & Qamar, A. (2020). Male Sexualisation in Music Videos: A Critical Analysis under Nussbaum's Perspective of Objectification. *International Journal of Social Relevance & Concern*, 8(2), 28-38. <https://doi.org/10.26821/IJSRC.8.2.2020.8208>
- Álvarez, D., González, A., & Ubani, C. (2021). The portrayal of men and women in digital communication: Content analysis of Gender Roles and Gender Display in reaction GIFs. *International Journal of Communication*, 15, 462-492.
- Álvarez-Hernández, C., González de Garay-Domínguez, B., & Frutos-Esteban, F. J. (2015). Representación de género. Las películas españolas contemporáneas de adolescentes (2009-2014). *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 934-960. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1079>

- Arnold, E. (2021). Sexualised advertising and the production of space in the city. *City*, 25(5-6), 570-589. <https://doi.org/10.1080/13604813.2021.1973815>
- Aubrey, J. S., & Frisby, C. M. (2011). Sexual Objectification in Music Videos: A Content Analysis Comparing Gender and Genre. *Mass Communication and Society*, 14(4). <https://doi.org/10.1080/15205436.2010.513468>
- Aubrey, J. S., Hooper, K. M., & Mbure, W. G. (2011). Check That Body! The Effects of Sexually Objectifying Music Videos on College Men's Sexual Beliefs. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 55(3), 360-379. <https://doi.org/10.1080/08838151.2011.597469>
- Ballesteros, J. C., Sanmartín, A., & Tudela, P. (2018). *Barómetro Juventud y Género 2017*. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. <https://www.adolescenciayjuventud.org/publicacion/barometro-2017/>
- Bartky Lee, S. (1990). *Femininity and domination: Studies in the Phenomenology of oppression*. Routledge.
- Bengoechea, M. (2006). 'Rompo tus miembros uno a uno' (Pablo Neruda). De la reificación a la destrucción en la iconografía literaria de la amada. *Cuadernos de Trabajo Social*, 19, 25-41.
- Berger, J. (1990). *Ways of Seeing: Based on the BBC Television Series*. Penguin Group.
- Bernstein, R. (2012). A Critical Lexicon. *Political Concepts*. <https://www.politicalconcepts.org/bernstein-violence/>
- Bindel, J. (2010, February 12). I am about to eat sushi off a naked woman's body. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2010/feb/12/nyotaimori-eating-sushi-naked-woman>
- Blloshmi, A. (2013). Advertising in Post-Feminism: The Return of Sexism in Visual Culture? *Journal of Promotional Communications*, 1(1), 4-28.
- Boardman, S. (2016, February 4). Why Music Videos Are Still So Important: Views from inside the industry. *Medium*. <https://medium.com/@pulsefilms/why-music-videos-are-still-so-important-views-from-inside-the-industry-ebaa7d4758d2>
- Bourdieu, P. (2001). *Masculine Domination*. Stanford University Press.
- Briggs, S. (2015). *Surveys 101: A Simple Guide to Asking Effective Questions*. <https://zaper.com/learn/forms-surveys/writing-effective-survey/>
- Buchler, B. (2016, May 26). Objectification and Reification. *Medium*. <https://medium.com/@bryanbuchler/objectification-and-reification-fde6c48f7507>

- Butler, J. (1997). Sovereign Performatives. In J. Butler (Ed.), *Excitable Speech: A Politics of the Performative* (pp. 71-102). Routledge.
- Buzzi, M. (2011). Children and YouTube: Access to Safe Content. In P. Marti & A. Soro (Eds.), *CHIItaly: Proceedings of the 9th ACM SIGCHI Italian Chapter International Conference on Computer-Human Interaction: Facing Complexity* (pp. 125-131). Association for Computer Machinery. <https://doi.org/10.1145/2037296.2037328>
- Caliskan, A., Bryson, J. J., & Narayanan, A. (2017). Semantics derived automatically from language corpora contain human-like biases. *Science*, 356(6334), 183-186. <https://doi.org/10.1126/science.aal4230>
- Calogero, R. M. (2011). Operationalizing self-objectification: Assessment and related methodological issues. In R. M. Calogero, S. Tantleff Dunn, & J. K. Thompson (Eds.), *Self-Objectification in women: Causes, consequences, and counteractions* (pp. 23-49). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/12304-002>
- Cikara, M., Eberhardt, J. L., & Fiske, S. T. (2010). From agents to objects: Sexist attitudes and neural responses to sexualized targets. *Journal of Cognitive Neuroscience*, 23(3), 540-551. <https://doi.org/10.1162/jocn.2010.21497>
- de Beauvoir, S. (1981). *El segundo sexo*. Siglo Veinte.
- De Marco, M. (2012). *Audiovisual Translation through a Gender Lens* (Vol. 37). Brill. <https://doi.org/10.1163/9789401207881>
- Dworkin, A. (1981). *Pornography: Men Possessing Women*. E.P. Dutton.
- Dyer, R. (1999). The Role of Stereotypes. In P. Marris & S. Thornham (Eds.), *Media Studies: A Reader*. Edinburgh University Press.
- Evans, B. (2017, February 28). ¿Qué significa ser humano en el siglo XXI? *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/es/2017/02/28/espanol/opinion/la-violencia-y-la-vida-que-significa-ser-humano-en-el-siglo-xxi.html?smid=tw-share>
- Evers, A. (2020, November 14). How YouTube became an internet video giant. *CNBC*. <https://www.cnn.com/2020/11/14/how-googles-youtube-became-an-internet-video-giant.html>
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173-206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>

- Gervais, S. J., Vescio, T. K., & Allen, J. (2011). When are people interchangeable sexual objects? The effect of gender and body type on sexual funnibility. *British Journal of Social Psychology*, 51, 499-513. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.2010.02016.x>
- Gilbert, B. (2020, December 14). Thunder Only Happens When It's Raining: How Social Media and UGC Could Decide the Future of the Music Industry. *Synchtank*. <https://www.synchtank.com/blog/thunder-only-happens-when-its-raining-how-social-media-and-ugc-could-decide-the-future-of-the-music-industry/>
- Goffman, E. (1976). Gender Display. *Studies in the Anthropology of Visual Communication*, 772(251), 69-77. <https://doi.org/10.1525/var.1976.3.2.69>
- Gonzales, E., & Maher, N. (2021, March 17). Women Write the Most Empowering Music—and These Songs Prove It. *Bazaar*. <https://www.harperbazaar.com/culture/art-books-music/a18832473/best-feminist-women-empowerment-songs/>
- Hansen, C. H. (1989). Priming Sex-Role Stereotypic Event Schemas with Rock Music Videos: Effects on Impression Favorability, Trait Inferences, and Recall of a Subsequent Male-Female Interaction. *Basic & Applied Social Psychology*, 10(4), 371-391. https://doi.org/10.1207/s15324834baspl004_6
- Haslanger, S. (2012). *On being objective and being objectified*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199892631.003.0001>
- Heldman, C. (2012, July 2). Sexual Objectification, Part 1: What Is It? *Dr. Caroline Heldman*. <https://drcarolineheldman.com/2012/07/02/sexual-objectification-part-1-what-is-it/>
- Hentschel, T., Heilman, M. E., & Peus, C. V. (2019). The Multiple Dimensions of Gender Stereotypes: A Current Look at Men's and Women's Characterizations of Others and Themselves. *Frontiers in Psychology*, 10(11). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00011>
- Kaili, C. (2018). *Raising Awareness and Empowerment of Girls and Boys For The Prevention Of Gender Based Violence Through Audiovisual Media And Music*. European Union's Rights, Equality and Citizenship Programme. http://playitforchange.org/wp-content/uploads/Play_it_for_change_National-Report_Cyprus_EN.pdf
- Karsay, K., Matthes, J., Platzer, P., & Plinke, M. (2017). Adopting the Objectifying Gaze: Exposure to Sexually Objectifying Music Videos and Subsequent

- Gazing Behavior. *Media Psychology*, 21(1), 27-49. <https://doi.org/10.1080/15213269.2017.1378110>
- Kistler, M. E., & Lee, M. J. (2009). Does exposure to sexual hip-hop music videos influence the sexual attitudes of college students? *Mass Communication and Society*, 13, 67-86. <https://doi.org/10.1080/15205430902865336>
- Langton, R. (2009). *Sexual Solipsism: Philosophical Essays on Pornography and Objectification*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199247066.001.0001>
- Levy, A. (2006). *Female chauvinist pigs: Women and the rise of raunch culture*. Pocket Books.
- Lippmann, W. (2009). *Public Opinion*. Transaction Publishers. (Original work published 1922).
- Lukács, G. (1972). Reification and the Consciousness of the Proletariat. In *History and Class Consciousness*. MIT Press.
- MacKinnon, C. A. (1987). *Feminism Unmodified: Discourses on Life and Law*. Harvard University Press. <https://doi.org/10.2307/2070528>
- McMaster, A. (2017, October 18). 7 Badass Feminist Music Videos to Lift Your Spirits Today. *Global Citizen*. <https://www.globalcitizen.org/en/content/badass-feminist-music-videos/>
- Mewawalla, T. (2019, January 27). Sexualisation in music: Liberation or objectification? *Cherwell*. <https://cherwell.org/2019/01/27/sexualisation-in-music-liberation-or-objectification/>
- Meyers, M. (2007). African American women and violence: Gender, race, and class in the news. *Critical Studies in Media Communication*, 21(2), 95-118. <https://doi.org/10.1080/07393180410001688029>
- Ministerio de Igualdad. (2014). *Observatorio de La Imagen de Las Mujeres. Informe 2014*. Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades Servicio de Relaciones Externas, Comunicación e Imagen. <http://www.inmujer.gob.es/observatorios/observImg/informes/docs/Informe2014.pdf>
- Morgan-White, T. V. (2017, March 23). The Hypermasculinity and Sexual Objectification within Music Videos. Sites at PennState. <https://sites.psu.edu/tvmorganwhite205/2017/03/23/group-presentation-report-music-videos/>
- Mulligan, M., & Jopling, K. (2020, October 28). *Turning fandom into revenue: Why UGC is the next big revenue maker for the content industries*. Audible Magic. <https://www.midiaresearch.com/blog/turning-fandom-into-revenue-why-ugc-is-the-next-big-revenue-maker-for-the-content-industries>

- Myers, D. G., & Twenge, J. M. (2017). *Exploring Social Psychology*. McGraw-Hill.
- Nier, J. A., Bajaj, P., McLean, M., & Schwartz, E. (2013). Group status, perceptions of agency, and the correspondence bias: Attributional processes in the formation of stereotypes about high and low status groups. *Group Processes & Intergroup Relations*, 16(4), 476-487. <https://doi.org/10.1177/1368430212454925>
- Nussbaum, M. (1995). Objectification. *Philosophy and Public Affairs*, 24(4), 249-291. <https://doi.org/10.1111/j.1088-4963.1995.tb00032.x>
- Pando, M. J., Gutiérrez, M., & Rodríguez, P. (2020). ¿Identidades feministas?: Femvertising y las nuevas estrategias en la publicidad. In Arrieta Alberdi, L. & Perez Gaztelu, E. (Eds.) *Comunicar Identidad(es)*. Dykinson.
- Park, J. Y., Jang, J., Jaimes, A., Chung, C.-W., & Myaeng, S.-H. (2014). Exploring the user-generated content (UGC) uploading behavior on YouTube. In C.W. Chung (Ed.), *WWW'14 Companion: Proceedings of the 23rd International Conference on World Wide Web*, Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/2567948.2576945>
- Pedrero-Esteban, L. M., Barrios-Rubio, A., & Medina-Ávila, V. (2019). Teenagers, smartphones, and digital audio consumption in the age of Spotify. *Comunicar*, 60(XXVII), 103-112. <https://doi.org/10.3916/C60-2019-10>
- Pérez Rufi, J. P. (2017). Mujeres en el videoclip: La representación de la mujer en los videos musicales de Diane Martel. *Prisma Social*, 2. <https://revistasocial.es/article/view/1550/1755>
- Petrović, G. (1983). Reification. In T. Bottomore, L. Harris, V.G. Kiernan (Eds.), *A Dictionary of Marxist Thought* (pp. 411-413). Harvard University Press. <https://www.marxists.org/archive/petrovic/1965/reification.htm>
- Pineda, B. (2021, January 27). Iconic Feminist Music Videos That Will Get You Dancing. *New York Minute Magazine*. <https://www.newyorkminutemag.com/iconic-feminist-music-videos-that-will-get-you-dancing/>
- Prendergast, L. (2014, November 29). Does Allen Jones deserve a retrospective at the Royal Academy? *The Spectator*. <https://www.spectator.co.uk/article/does-allen-jones-deserve-a-retrospective-at-the-royal-academy->
- Qamar, A., Pasha Anwar, S., Ali, S., & Habes, M. (2021). Examining the females' objectification in music videos from Martha Nussbaum's perspective. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/ Egyptology*, 18(18), 128-141.
- Redacción. (2019, July 16). Leyes contra la publicidad sexista: ¿solución efectiva o parche al problema? *Puro Marketing*. <https://www.>

- puromarketing.com/9/32395/leyes-contra-publicidad-sexista-solucion-efectiva-parche-problema.html
- Rodríguez, P., & Gutiérrez, M. (2017). Femvertising: Female empowering strategies in recent Spanish commercials. *Investigaciones Feministas*, 8(2), 337-351. <https://doi.org/10.5209/INFE.54867>
- Russell, C. A., Régnier-Denois, V., Chapoton, B., & Buhrau, D. (2017). Impact of Substance Messages in Music Videos on Youth: Beware the Influence of Connectedness and Its Potential Prevention-Shielding Effect. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 70(5), 674-683. <https://doi.org/10.15288/jsad.2017.78.674>
- Sánchez López, J. A., & García Gómez, F. (2009). *Historia, Estética e Iconografía del Videoclip Musical*. Universidad de Málaga.
- Saul, J. M. (2003). *Feminism: Issues and Arguments*. Oxford University Press.
- Sedeño Valdellós, A.M. (2007). Videoclip musical: materialidad electrónica e influencia del videoarte. *Área Abierta*, 16, 3-10. <https://doi.org/10.5944/signa.vol16.2007.6152>
- Spears Brown, C. (2019). Sexualized gender stereotypes predict girls' academic self-efficacy and motivation across middle school. *International Journal of Behavioral Development*, 43(6), 523-529. <https://doi.org/10.1177/0165025419862361>
- Stevens Aubrey, J., Hopper, K. M., & Mbure, W. G. (2011). Check That Body! The Effects of Sexually Objectifying Music Videos on College Men's Sexual Beliefs. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 55(3), 360-379. <https://doi.org/10.1080/08838151.2011.597469>
- Stock, K. (2015). Sexual Objectification. *Analysis*, 75(2), 191-195. <https://doi.org/10.1093/analys/anv014>
- Szymanski, D. M., Moffitt, L. B., & Carr, E. R. (2011). Sexual Objectification of Women: Advances to Theory and Research. *The Counseling Psychologist*, 39(1), 6-38. <https://doi.org/10.1177/0011000010378402>
- Taylor, P. G. (2007). Press Pause: Critically Contextualizing Music Video in Visual Culture and Art Education. *Studies in Art Education*, 48(3), 230-246. <https://doi.org/10.1080/00393541.2007.11650103>
- Vaes, J., Paladino, P., & Puvia, E. (2011). Are sexualized females complete human beings? Why males and females dehumanize sexually objectified women. *European Journal of Social Psychology*, 41, 774-785. <https://doi.org/10.1002/ejsp.824>

- Van Ouytsel, J., Ponnet, K., & Walrave, M. (2014). The Associations Between Adolescents' Consumption of Pornography and Music Videos and Their Sexting Behavior. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(12), 113-121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2014.0365>
- Verdú, A. (2018). El sufrimiento de la mujer objeto. Consecuencias de la cosificación sexual de las mujeres en los medios de comunicación. *Feminismo/s*, 31, 167-186. <https://doi.org/10.14198/fem.2018.31.08>
- Vidal, P. (2018). *La percepción del sexismo en la publicidad: Un estudio con alumnado adolescente de la Comunidad Autónoma del País Vasco* [Tesis doctoral, UPV-EHU]. <http://hdl.handle.net/10810/23873>
- Wallis, C. (2011). Performing Gender: A Content Analysis of Gender Display in Music Videos. *Sex Roles*, 64, 160-172. <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9814-2>
- Wang, A. X. (2020, January 2021). Here's How Overwhelmingly Male the Music Industry (Still) Is. *Rolling Stone*. <https://www.rollingstone.com/pro/news/heres-how-overwhelmingly-male-the-music-industry-still-is-940255/>
- Wodak, R., de Cilia, R., Reisigl, M., & Liebhart, K. (1999). *The discursive construction of national identity*. Edinburgh University Press. <https://doi.org/10.1177/0957926599010002002>
- YouTube. (2021). *Nudity & sexual content policies*. Support. <https://support.google.com/youtube/answer/2802002?hl=en>

LA COMUNICACIÓN DE LAS MUJERES Y LA POLÍTICA EN TIKTOK. REPRESENTACIÓN, CONTENIDOS Y MENSAJES¹

WOMEN'S COMMUNICATION AND POLITICS IN TIKTOK. REPRESENTATION, CONTENT AND MESSAGES

NADIA ALONSO LÓPEZ

PAVEL SIDORENKO BAUTISTA

Authors / Autores:

Nadia Alonso López
Universitat Politècnica de València, Valencia,
España

naallo1@har.upv.es
<http://orcid.org/0000-0002-5220-2232>

Pavel Sidorenko Bautista

UNIR, Logroño, España
pavel.sidorenkobautista@unir.net
<http://orcid.org/0000-0002-8094-3089>

Submitted / Recibido: 01/06/2022

Accepted / Aceptado: 01/11/2022

To cite this article / Para citar este artículo:

Alonso López, N. y Sidorenko Bautista, P. (2023). La comunicación de las mujeres y la política en TikTok. Representación, contenidos y mensajes. *Feminismo/s*, 42, 61-91. Women, data and power. Insights into the platform economy [Monographic dossier]. Miren Gutiérrez (Coord.). <https://doi.org/10.14198/fem.2023.42.03>

Licence / Licencia:

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International.



© Nadia Alonso López y Pavel Sidorenko Bautista

Resumen

Desde 2016, la plataforma china de videos de formato corto TikTok viene experimentando un crecimiento sostenido que se vio favorecido a partir de 2020 como consecuencia de los primeros confinamientos radicales por la pandemia de COVID-19. Hoy tiene registrados más de mil millones de usuarios y usuarias globalmente y se posiciona no solo como la aplicación móvil más descargada, sino como referencia de un cambio en la comunicación digital hacia formatos cada vez más estimulantes en lo visual y más condensados en el contenido. Algunas mujeres activas en la política han visto en TikTok una herramienta digital para difundir sus mensajes y conectar con audiencias jóvenes. Con base en un análisis de contenido, este artículo examina los comentarios de 1.295 contenidos en cinco perfiles de mujeres en dicha plataforma que abordan la política desde diferentes

1. Este artículo ha sido generado como parte del programa de investigación ARES (Análisis de Resistencias Antifeministas), apoyado por la Agencia Estatal de Investigación de España.

perspectivas, ámbitos y geografías, así como en las publicaciones de tres partidos políticos en España en los que se muestran a mujeres políticas pertenecientes a estas formaciones. En general, esta plataforma invita narrativamente a una puesta en escena disruptiva, lúdica y enfocada muchas veces en el entretenimiento, permitiendo que, a veces, usuarios y usuarias difundan comentarios inapropiados o machistas. Sin embargo, los resultados de este estudio sugieren que las comunidades que siguen los perfiles estudiados muestran apoyo y un bajo índice de mensajes machistas o sexistas.

Palabras clave: TikTok; Mujeres; Comunicación Política; Nuevas Narrativas; Comunicación Digital.

Abstract

Since 2016, the Chinese short-form video hosting platform TikTok has experienced sustained growth, which has increased since 2020 because of the lockdowns due to the COVID-19 pandemic. Today more than one billion users are registered in this platform globally, and TikTok is positioned not only as the most downloaded mobile application, but also as a reference in the trend towards formats that are increasingly visually stimulating and more condensed in content. Some women active in politics have seen TikTok as a digital tool to spread their messages and connect with younger audiences. Based on a content analysis, this article examines the comments of 1,295 contents in five profiles of women on TikTok that tackle politics from different perspectives, topics, and geographies, as well as in the publications of three political parties in Spain in which women politicians belonging to them are presented. In general, this platform narratively invites a disruptive and playful staging that is often focused on entertainment, allowing users to sometimes spread inappropriate or sexist comments. However, the results of this study suggest that the communities that follow the profiles studied show support and a low rate of sexism.

Keywords: TikTok; Women; Political Communication; New Narratives; Digital Communication.

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la participación de las mujeres en los distintos ámbitos de la política a nivel mundial se ha incrementado de manera sustancial según Naciones Unidas (s.f.). En España, dicha participación se traduce en un 46.6% de mujeres en los cargos ejecutivos de los partidos políticos en 2021 (INE, 2021). Este hecho se atribuye en gran parte a las políticas de igualdad puestas en marcha por los gobiernos, aunque las mujeres que

ocupan cargos políticos siguen asociadas a estereotipos de género que destacan rasgos relacionados con su apariencia y situaciones personales, mientras que en los hombres se acentúan sus rasgos profesionales (Álvarez, 2017; López y Hermida, 2009). En esta percepción tiene que ver la representación que los medios de comunicación realizan de las mujeres que se dedican a la política que, en ocasiones, contribuye a reforzar esos estereotipos (Gómez-Escalonilla, 2008; Sánchez-Calero et al., 2013). Por un lado, las plataformas favorecen la presencia activa de las mujeres políticas y la comunicación directa con seguidores y seguidoras, que pueden acceder de forma directa a la información que deseen (Larrondo, 2005). Este hecho resulta positivo para evitar el arraigo de los estereotipos de género en relación con las mujeres en política. En estos espacios de comunicación, las mujeres políticas pueden afianzar su presencia e imagen y poner en valor sus logros.

Sin embargo, por otro lado, este tipo de plataformas también contribuyen a generar espacios en los que circulan discursos de odio y mensajes que tienen el objetivo de reprimir la actividad de las mujeres e, incluso, silenciarla (Ferrier, 2018). La representación negativa de las mujeres políticas en las plataformas digitales puede considerarse una forma de resistencia antifeminista, ya que supone un retroceso en el camino a la igualdad. Las resistencias antifeministas son barreras activas contra programas, políticas y perspectivas progresistas y feministas, que pueden generar regresiones (Flood et al., 2020). Algunas de estas prácticas suponen un paso atrás en los esfuerzos para construir la igualdad en la política, ya que no solo impiden a las mujeres un desempeño en la política similar al de los hombres, sino que actúan también como impedimentos de entrada (Masad, 2020).

Este estudio se pregunta sobre la representación de las mujeres en la política. Concretamente, estudia mujeres que hablan de política en la popular plataforma china TikTok desde tres países: España, México y Kenia. TikTok ofrece un servicio de alojamiento de videos de formato corto. El análisis examina los comentarios a 1.295 contenidos de cinco perfiles de mujeres que en dicha plataforma abordan la política desde diferentes perspectivas, ámbitos y geografías, así como de las publicaciones en dicha plataforma de tres partidos políticos en España en las que se muestran a mujeres políticas pertenecientes a estas formaciones. El fin es determinar las interacciones de los públicos con los perfiles femeninos –es decir, las cuentas de TikTok

de mujeres que hablan de política o que ofrecen contenidos sobre mujeres políticas— ante temas complejos y polarizantes, en una plataforma dirigida a un público joven.

A continuación, se habla del espacio que ocupan las mujeres en la política y los medios de comunicación periodísticos y más tarde en la plataforma TikTok, resultado de la metamorfosis de *Music.ly*, que le ha permitido mantener como herencia de formato los bailes y *performance* que la comunidad de usuarios y usuarias vuelca muchas veces por *efecto memético* (Rezvanian, 2019). Este proceso ha permitido mayores probabilidades de participación por parte de mujeres que de hombres, según el informe anual de plataformas de We Are Social y Hootsuite (2022). Después, presentamos la metodología de este estudio, seguida de los resultados. A final, ofrecemos una sección de discusión que pone los resultados en diálogo con otros estudios y otras líneas de investigación, y las conclusiones.

2. MUJERES POLÍTICAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Tradicionalmente, la división realizada entre espacio público y privado tiene que ver de forma directa con la relación que tienen las mujeres con el poder, ya que el espacio público se asocia a lo masculino, ligándose a la razón y la toma de decisiones, y el privado a lo femenino, identificándose como la emoción y el cuidado del hogar (Brandariz, 2021). En el ámbito de la comunicación política, esto da lugar a dos tipos de actitudes negativas hacia las mujeres que señala García-Beaudoux (2015). Por un lado, se considera que las mujeres no se encuentran preparadas para el liderazgo y por otro, cuando destacan públicamente, se les desaprueba e incluso rechaza por no tener la conducta que se espera en el género femenino (García-Beaudoux, 2015). De esta manera, el entorno en que se mueven resulta hostil y encuentran dificultades para ser percibidas de manera positiva públicamente. Un clásico en la cobertura periodística que se ofrece de mujeres políticas es la prescripción de su papel maternal, dando por hecho que han de relegar sus aspiraciones personales para dedicarse al cuidado de otras personas y cuestionar su estabilidad emocional (García-Beaudoux, 2017). Por ello, la mujer política suele relacionarse con cuestiones como la educación, la familia, la cultura o el medio ambiente (Marañón et al., 2018).

La investigación en el ámbito español de Bernárdez Rodal (2010) incide en la cuestión de la asignación de valores y significados a las mujeres en la práctica política por parte de los medios de comunicación. Estos valores pasan a mostrar a los hombres como fuertes, decididos y racionales y a las mujeres atentas a las necesidades de los demás, destacando su parte más emocional. Estos estereotipos son empleados por especialistas de *marketing* político para trazar sus estrategias y obtener buenos resultados de cara a la opinión pública. De hecho, las mujeres que quieren acceder a un cargo político pueden ser representadas como «guerreras», mujeres con iniciativa que buscan acometer cambios sociales, «madres» en cuanto a velar por el bienestar del resto y «profesionales», habiendo de demostrar sus competencias y conocimientos técnicos y de gestión (Panke, 2015).

La mujer política se plantea la disyuntiva sobre la forma en que ha de mostrarse ante la opinión pública, puesto que su proyección profesional y su carrera política dependen en gran medida de la percepción que de ella tenga la ciudadanía, entendida ésta como votantes en sociedades democráticas. En esta línea, Espizua y Padilla (2017) se refieren a que las mujeres políticas han de encontrarse a gusto con su imagen para proyectar una mayor credibilidad, más allá de criterios meramente estéticos. Sin embargo, retomando a Bernárdez Rodal (2010), las mujeres en la política se encuentran ante una disyuntiva que implica que deben limitar la feminidad para evitar perjuicios en su carrera y dificultades en el acceso a puestos de responsabilidad. Pero, si no se muestran dentro de los cánones de la feminidad, también son criticadas y descalificadas por ello.

España no es el único país donde esto ocurre; se han realizado numerosos estudios, por ejemplo, sobre el acoso y la discriminación a la que se sometió a la candidata presidencial de 2016, Hillary Clinton, en EEUU (Beinart, 2016; Siddiqui, 2017, entre otros). Y en todo el mundo, las mujeres siguen estando insuficientemente representadas en la política, los parlamentos y la vida pública. Un ejemplo de ello es que las mujeres representan menos del 23% de los miembros del parlamento, con un promedio del 18% en la región árabe (Masad, 2020).

Con todo, se ha avanzado en materia de igualdad en el mundo, en general, y en España, en particular, y las mujeres cada vez ocupan más puestos de responsabilidad política, como se ha visto al hacer referencia a los datos

del INE (2021). No obstante, continúan existiendo estereotipos de género en el ámbito institucional e incluso en la sociedad, trasladándose la vertiente personal de las mujeres a la esfera política (Megías-Rosa, 2014).

2.1. Las mujeres y la política en las plataformas

Las plataformas sociales permiten la emergencia de nuevas prácticas comunicativas que, en política, se emplean para difundir información, fundamentalmente de producción propia (Casero-Ripollés, 2018). Estos espacios de comunicación pueden constituir una alternativa a los medios tradicionales, ya que posibilitan la comunicación directa con seguidores y seguidoras, mejorando la interacción con los públicos (Dimitrova y Matthes, 2018). Las plataformas constituyen también una herramienta para conectar con las generaciones más jóvenes que han de decidir el futuro político de un país (Castro y Díaz, 2021) y, en el caso de las mujeres, para consolidar su participación y representación política (Campos, 2020). Asimismo, según el artículo publicado en el portal de la empresa de *marketing* Adsmurai (2020), las mujeres en política emplean sus cuentas de TikTok para difundir su imagen y mostrar su vida. Este es el caso de Jacinda Ardern, primera ministra de Nueva Zelanda; Alexandria Ocasio-Cortez, congresista estadounidense; o Zuzana Čaputová, primera mujer presidenta de Eslovaquia.

Sin embargo, la mayor participación política de mujeres en diversos espacios de poder y decisión no está exenta de prácticas de ciberviolencia (Albaine, 2017; Albenga y Biscarrat, 2021). Un estudio del Instituto para el Diálogo Estratégico realizado en 2020 reveló que las mujeres políticas reciben un 12% más de insultos que sus homólogos en plataformas (Guerin y Maharasingam-Shah, 2020). El estudio realizado por la Corporación Humanas (2021) muestra que la violencia política de género en el caso de la plataforma Twitter se basa en el desprestigio, el menosprecio de capacidades y en alusiones al cuerpo femenino y a la sexualidad. Por su parte, la investigación de Cuthbertson et al. (2019) constata que los tuits de odio dirigidos a mujeres involucradas en la política en Canadá se centran en su género más allá de las acciones relacionadas con el cargo que desempeñan. También centrada en Twitter, la investigación de Piñeiro-Otero y Martínez-Rolán (2021) señala que la plataforma se revela como un entorno tóxico especialmente

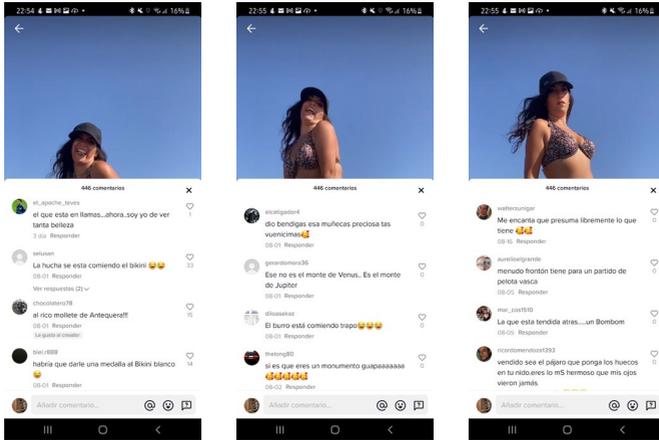
para mujeres comunicadoras y, sobre todo, políticas. Así, las plataformas pueden configurarse como un espacio hostil hacia las mujeres en política (Gil-Quintana, 2020). Estos y otros fenómenos de misoginia y violencia en línea contra las mujeres pueden crear obstáculos para la participación de la mujer en la política y entorpecer las aspiraciones de otras mujeres y niñas (Albright, 2016; Barker y Jurasz, 2019).

2.2. Las mujeres en TikTok

Las investigaciones realizadas en torno a la imagen que se muestra de la mujer en TikTok son todavía incipientes, dada la juventud de la plataforma creada en 2016, pero coinciden en señalar que todavía se produce una representación del cuerpo de la mujer ligado a estereotipos de género, mostrándose las propias mujeres a sí mismas fuertemente sexualizadas (Liangying, 2021). Resulta significativo que las personas más seguidas en TikTok sean mujeres femeninas, blancas y con un elevado poder adquisitivo (Bossen y Kottasz, 2020; Kennedy, 2020) y que los videos presentados por mujeres muestren más nivel de seguimiento (conocido como *engagement*) que los presentados por hombres (García-Marín y Salvat-Martinrey, 2022).

Cuando se activa por primera vez un perfil en TikTok, los primeros contenidos en ser sugeridos en el *feed* principal «Para Ti / For You» suelen ser de mujeres jóvenes haciendo bailes sexualmente sugerentes o en traje de baño. Esto no es casual, ya que el algoritmo de la plataforma recomienda aquellas publicaciones que reciben mayor cantidad de *likes*, comentarios y veces que ha sido compartido fuera de TikTok, ponderado todo en conjunto, así como el tiempo total de visualización dedicado. TikTok se constituye como una plataforma de entretenimiento porque el acceso a los contenidos y recomendaciones del algoritmo dependen de cómo lo utilicen los usuarios. Abrimos una cuenta y dos de los perfiles sugeridos por el algoritmo de TikTok tienen en común ser de mujeres que se muestran en sus publicaciones fuertemente sexualizadas. El primer caso es el de la usuaria @pinzita0694. El 1 de agosto de 2021 publicó un vídeo bailando en bikini desde la playa (Imagen 1). El vídeo recibió 436 comentarios, en su mayoría misóginos y sexistas.

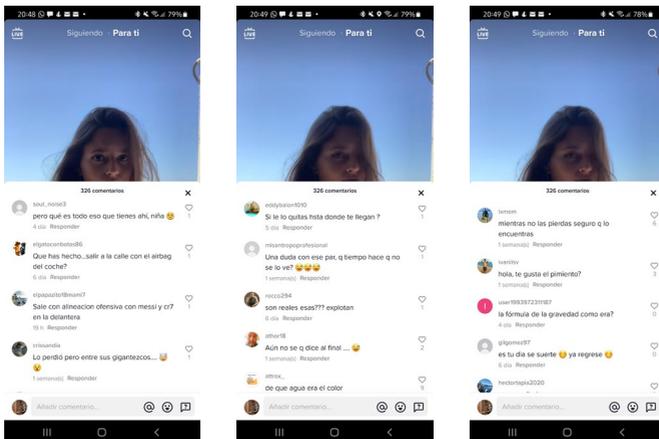
Imagen 1. Comentarios en el vídeo de @pinzita0694 en TikTok



Fuente: TikTok

Un caso similar es el segundo vídeo recomendado, de @martiiitagl. El vídeo recibe casi 400 comentarios sobre todo de hombres o perfiles masculinos, de los cuales la mayoría aluden principalmente al físico de la protagonista (Imagen 2).

Imagen 2. Comentarios en el vídeo de @pinzita0694 en TikTok



Fuente: TikTok

Esta tendencia a promocionar la sexualización de la mujer en una plataforma en la que imperan los bailes, muchos con la lógica colectiva del *trend* y el *challenge*², puede tener consecuencias negativas no solo para las mujeres en general, sino también para las niñas (Mobbs, 2022; Thuncher, 2022).

Asimismo, los mensajes en TikTok suelen tener un tono relacionado con el humor y la parodia (Li et al., 2019; Shuai et al., 2019). Esto puede suponer una cierta banalización en las publicaciones relacionadas con temas serios y, por tanto, una mayor dificultad a la hora de abordar la política en esta plataforma favoreciendo una respuesta emocional de los usuarios y usuarias (Cervi et al., 2021). El que sean mujeres relacionadas con la política las que emitan estos contenidos puede suponer, además, que se expongan a críticas relacionadas con su físico, su condición de mujer, la forma en que se expresan y cuestiones ideológicas en función del partido que representan; pero también a elogios por su labor o los contenidos que publican.

3. METODOLOGÍA

TikTok no es una plataforma en la que se prodiguen los perfiles de mujeres que se dedican a la política o hablen de ella, de ahí la heterogeneidad de los casos aquí estudiados. Esto puede tener que ver con la propia narrativa de la plataforma y su público mayoritario, generalmente perteneciente a la llamada Generación Z, si bien es cierto que cada vez más formaciones políticas disponen de un perfil en esta plataforma (Castro y Díaz, 2021; Cervi et al., 2021). La incidencia de TikTok en la política es incipiente (Sánchez-Castillo, 2021), por lo que su uso es más común entre formaciones políticas que entre individuos (Castro y Díaz, 2021).

El objetivo principal de este estudio es comprender cómo se relacionan las audiencias con la figura femenina a través de la comunicación política en TikTok, una plataforma basada en la parodia, los retos y los bailes virales

2. Parte de la lógica impuesta por la comunidad de usuarios y usuarias de TikTok se basa en la dinámica memética, es decir, que en efecto cadena un contenido es imitado y reinterpretado por una sucesión indeterminada de perfiles. Sobre ello ha surgido la figura del *challenge*, es decir, de retos propuestos por personas que implican que otros usuarios y usuarias deben crear contenidos similares siguiendo instrucciones. Por otra parte, el *trend* se refiere al efecto de imitación que genera una propuesta percibida como buena y con impacto.

(Yu-Liang et al., 2019) y en la que predomina una imagen superficial y sexualizada de la mujer (Liangying, 2021). Como hipótesis de partida –que guiará la elaboración de las conclusiones– se establece:

- H1. TikTok no es una plataforma que le resulte cómoda o fácil a las mujeres para abordar temas políticos.
- H2. Las mujeres involucradas en discursos políticos están expuestas a críticas y comentarios alusivos al género o su físico que no tienen que ver con el tema que abordan en sus publicaciones o en la de los partidos políticos.
- H3. Las mujeres que abordan temas políticos en sus perfiles de TikTok son especialmente vulnerables y víctimas de comentarios negativos, muchas veces asociados a su físico o género.

Tomamos como base para la comparación investigaciones realizadas en relación con la representación de la mujer en otras plataformas como Twitter por Piñeiro-Otero y Martínez Rolán (2021).

Para abordar esta cuestión se ha llevado a cabo un análisis de contenido de perfiles de TikTok de mujeres relacionadas con el ámbito de la política. Su selección se ha hecho sobre la base de dos criterios que sirven para vertebrar los resultados:

- Son mujeres políticas o tienen un discurso relacionado con la política sin asociación partidista con perfil en TikTok.
- O son mujeres políticas protagonistas en las cuentas de partidos.

Se han revisado varios perfiles por categoría para ser sometidos a un análisis comparativo y determinar elementos narrativos, temas, tonos y posturas utilizadas en el trato de la política y, especialmente, las respuestas que reciben como consecuencia de estas publicaciones para identificar patrones en dichas respuestas. El muestreo se ha realizado desde España, por lo que el escenario político de este país ha condicionado el objeto de estudio. La selección de las cuentas se basa en su nivel de actividad en TikTok, accesibilidad y conveniencia. Esto se traduce en que este estudio no tiene validez estadística. Debido al gran volumen de comentarios en las publicaciones, no se han analizado las respuestas a estos. Sin embargo, la novedad de estudiar la reacción a las mujeres que hablan de política en TikTok lo hace relevante.

Primero, se estableció observar los perfiles de aquellas mujeres de la vida política con perfil en TikTok que, por su intensa participación en la plataforma saltaron a los medios tradicionales entre el 1 de enero de 2020 y el 1 de marzo de 2022. Estos son los casos de Ione Belarra (perfil en TikTok @ionebelarra_), secretaria general del partido Podemos y ministra del gobierno español, y de Marta Rosique (@martarosiq), representante parlamentaria por el partido Esquerra Republicana. Se tomó inicialmente en consideración a Susana Pancho (@susanapancho30), diputada del Partido Popular en Huelva (España) a propósito de la noticia «Una concejala del PP de Moguer (Huelva) carga contra Pedro Sánchez por el precio de la luz y le desea la muerte en TikTok» (2021), no obstante, el perfil ha sido borrado de la plataforma. Como contraste, y por su enorme popularidad en TikTok, se incluyó a Damara Gómez Morales (@damaragomez8), Regidora del PRI en Minatitlán (México), al ser un perfil con un elevado volumen de seguimiento que ha aparecido numerosas ocasiones en los medios tradicionales a causa de su participación en TikTok (Narvaes, 2020). En la categoría de mujeres no políticas que abordan temas políticos en sus perfiles, se incluyó a Carla Galeote (@carlagaleote) y a Esther Kazungu (@estherkazungu). Galeote fue seleccionada por haber colaborado con contenido en el perfil de Podemos en reiteradas ocasiones. En este estudio solo se han tomado en consideración las publicaciones de carácter político y no las respuestas a otro tipo de comentarios. El perfil de Kazungu –una conocida activista digital keniana– fue incluido en la investigación por haber sido sugerido por el algoritmo de la plataforma, lo cual ha permitido extender la observación a perfiles no españoles.

Al realizarse la búsqueda desde España y en castellano, se detectaron varios contenidos que aluden a publicaciones en TikTok de organizaciones políticas de este país. Los partidos que aparecían con mayor frecuencia, y tenían presencia de mujeres políticas, fueron Podemos (@ahorapodemos), VOX (@vox_espana) y Esquerra Republicana (@esquerrarepublicana). Para esta segunda categoría de estudio se optó por revisar las publicaciones en estos partidos en las que mujeres políticas sin perfil en TikTok fueran protagonistas.

El análisis se ha realizado desde la primera publicación en cada perfil hasta el 30 de abril de 2022, tomándose así en consideración el primer trimestre de 2022. Tras un examen atento de estos contenidos en TikTok, se

han identificado las características más salientes para generar un catálogo con las categorías de análisis (ver Tabla 1), es decir:

- Perfil: nombre y «@» de la cuenta de TikTok analizada.
- Categoría del perfil: mujeres políticas (MP) o mujeres hablando de política (MHP) y partido político (PP)
- Total de contenidos ofrecidos en el perfil.
- Total de seguidores del perfil.
- Total de *likes* obtenidos por el perfil.
- Tipo de comentarios en las publicaciones:
 - APY: Mensaje de apoyo al contenido de TikTok o a su autora; es decir, que muestran acuerdo o sustento al perfil o a los contenidos.
 - MSEX: Misóginos o sexistas, referidos a demostración de odio contra las mujeres, discriminación contra ellas o contra la apariencia de las mujeres.
 - OD: De odio, que muestran animadversión o agresividad contra el perfil o los contenidos.
 - ANT: Antagónicos al mensaje o que incluye mensajes discrepantes.
 - OTR: Otros sin relación.

Para comparar las reacciones a estas cuentas, se utiliza un análisis de contenidos para determinar estos aspectos salientes. El análisis de contenidos permite codificar aspectos del material textual, auditivo o visual, y realizar inferencias de acuerdo con las preguntas de investigación (Schutt, 2019). Por su naturaleza cuantitativa, admite ser replicado y sometido a pruebas de validez (White y Marsh, 2006).

4. RESULTADOS

A continuación, se extraen los datos de las cuentas estudiadas de acuerdo con las categorías de análisis (Tabla 1).

Tabla 1. Perfiles de mujeres que abordan el tema político en TikTok o de organizaciones políticas en las que las mujeres tienen protagonismo en TikTok, hasta el 30 de abril de 2022

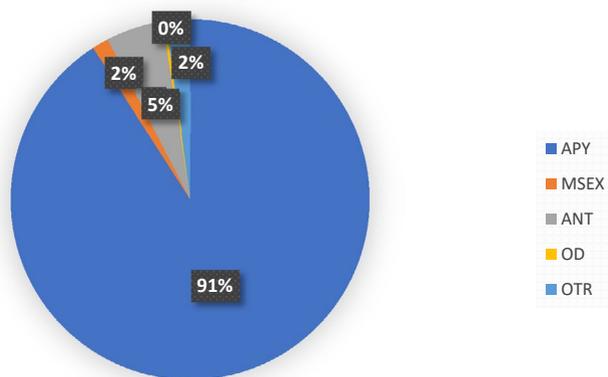
Perfil	Categoría del perfil	Total contenidos en el perfil	Total seguidores	Total likes del perfil	Tipo de comentarios en las publicaciones
Ione Belarra @ionebelarra_	MP Podemos, España	64	15.200	89.100	1.121 (94.5%) – APY 4 (0.3%) – MSEX 30 (2.5%) – ANT 23 (1.9%) – OTR 7 (0.5%) – OD
Marta Rosique @martarosiq	MP Esquerra Republicana, España	8	626	2.614	84 (40.5%) – APY 0 (0%) – MSEX 94 (45.4%) – ANT 16 (7.7%) – OTR 13 (6.2%) – OD
Carla Galeote @carlagaleote	MHP Independiente, España	187	331.600	7.9 mill.	19.336 (59.04%) – APY 0 (0%) – MSEX 11.040 (33.7%) – ANT 2.370 (7.2%) – OTR 1 (0.03%) – OD
Esther Kazungu @estherkazungu_	MHP Independiente, Kenia	509	149.100	5.7 mill.	19.122 (89.3%) – APY 149 (0.7%) – MSEX 428 (2%) – ANT 1712 (8%) – OTR 0 (0%) – OD
Damara Gómez Morales @damaragomez8	MP, PRI, México	388	1.9 mill.	27.6 mill.	553.224 (97.4%) – APY 9.958 (1.7%) – MSEX 1.516 (0.2%) – ANT 2.802 (0.4%) – OTR 100 (0.01%) – OD
Podemos @ahorapodemos	PP, España	371	246.400	5.6 mill.	29.364 (51.6%) – APY 177 (0.3%) – MSEX 19.346 (34.04%) – ANT 6.261 (11.01%) – OTR 1.673 (2.9%) – OD
VOX @vox_espana	PP, España	44	65.800	369.000	300 (51.19%) – APY 1 (0.1%) – MSEX 100 (17.06%) – ANT 155 (26.45%) – OTR 30 (5.1%) – OD
Esquerra Republicana @esquerrarepublicana	PP, España	58	11.400	463.200	5.212 (51.5%) – APY 20 (0.1%) – MSEX 3.622 (32.2%) – ANT 1.167 (11.5%) – OTR 95 (0.9%) – OD

Fuente: elaboración propia

Las mujeres políticas tienen la posibilidad de tener perfil propio y verter en él apreciaciones, informaciones y contenidos para reforzar sus marcas personales y su activismo. La primera observación que se puede hacer es que el ámbito de actuación a través de TikTok de las mujeres estudiadas es muy heterogéneo, como se puede ver en la Tabla 1.

En segundo lugar, destaca el apoyo a estas mujeres que muestran en general los comentarios. En todos los perfiles estudiados el porcentaje de comentarios positivos y de apoyo al mensaje y al personaje es considerablemente mayor que otros tipos de comentarios. Específicamente, aquellos de carácter misógino o sexista son los que tienen la menor presencia, con solo un 2% del total (Imagen 3).

Imagen 3. Tipología de comentarios en perfiles de mujeres en TikTok (totales) hasta el 30 de abril de 2022



Fuente: elaboración propia

4.1. Análisis de los comentarios a perfiles de políticas o con un discurso relacionado con la política

Ione Belarra, del partido Podemos y con un cargo en el gobierno español como ministra de Derechos Sociales y Agenda 2030, no publica mucho en TikTok, empleando la plataforma para hacerse eco de cuestiones políticas con publicaciones alejadas del estilo de TikTok; por ejemplo, hablando a

cámara para explicar iniciativas puestas en marcha. Es habitual encontrar comentarios de alabanza y apoyo a su labor como política. Se encuentran comentarios en los que se la califica como «una de las políticas del futuro», «eres muy grande Ione» o de ánimo, aludiendo a la dificultad que supone ser política (Imagen 4).

Imagen 4. Comentario en la publicación de Ione Belarra en TikTok



Juan Jose Ciria Orti

Estoy totalmente en las antípodas ideológicas, pero si me cruzo con usted, la saludarla amablemente.

4-27 Responder



ionebelarra_ · Creador



4-27 Responder

Fuente: <https://bit.ly/3wH0UHe>

Los comentarios sexistas son escasos, lo que se puede atribuir a no mostrarse sexualizada en las publicaciones, aunque se pueden encontrar reacciones que aluden a su imagen (Imagen 5).

Imagen 5. Comentario en la publicación de Ione Belarra en TikTok



nawazmohammad895 🇵🇪 🇪🇸 🇬🇧 🇬🇧 ❤️

muy guapa 😍😍😍😍

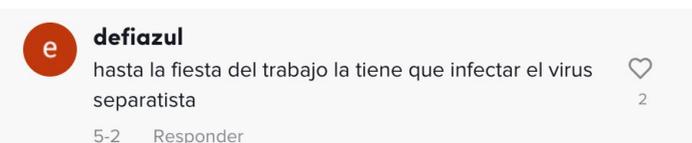
2021-11-3 Responder

Fuente: <https://bit.ly/3NzCLt0>

Sin embargo, el 22 de abril de 2022, publicó un contenido satírico en el que había una crítica hacia la figura masculina, aludiendo a los comentarios que recibe por ser ministra «joven y de izquierdas» (<https://bit.ly/3wH0UHe>). Los comentarios aquí son de apoyo a Belarra, pudiendo haberse eliminado aquellos antagonicos o de odio.

La joven parlamentaria Marta Rosique, de Esquerra Republicana, tiene un número menor de publicaciones en su perfil. Nunca aparece sexualizada en los videos y su *timeline* muestra sobre todo eventos culturales en los que participa. No fue posible detectar ningún comentario de carácter sexista o de alusión a su físico. Los comentarios antagónicos tienen que ver fundamentalmente con asuntos ideológicos (ver por ejemplo, los presentados en la Imagen 6).

Imagen 6. Comentario en la publicación de Marta Rosique en TikTok



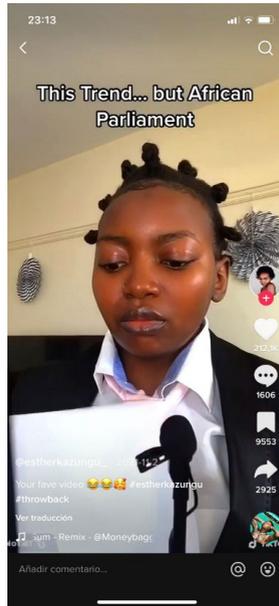
Fuente: <https://bit.ly/3NwdWxP>

En este grupo destaca Carla Galeote. Llama la atención cómo hasta mediados de 2021 en sus publicaciones recibía una cantidad de comentarios contrarios –incluso más que positivos en algunos casos–, en contraste con el apoyo generalizado a partir de entonces. No obstante, esto no parece tener relación con los temas propuestos ya que se mantienen en la misma línea, abordando situaciones de carácter político tanto nacionales como internacionales. En porcentaje, se trata de una creadora de contenidos que recibe más comentarios positivos que contrarios o negativos. No se detectó siquiera ninguno de carácter sexista o machista, aunque vale precisar que tiene dos publicaciones en las que menciona que ha sido víctima de comentarios que define como «amenazas e insultos» (véase <https://bit.ly/3ltjhdv> y <https://bit.ly/3sRIGQB>). Los datos aquí recogidos refieren que tiene un 33.7% de mensajes antagónicos (contrarios a su discurso, pero no insultantes), apenas un contenido frontalmente de odio y ninguno de carácter misógino o sexista.

Esther Kazungu abrió su cuenta el 17 de mayo de 2019, pero sus publicaciones en esta plataforma comenzaron a viralizarse a partir de la pandemia provocada por la COVID-19 en 2020, fundamentalmente las parodias alusivas a las sesiones del parlamento de diferentes países africanos –como Uganda o Kenia–, en las que habitualmente emplea la misma música. De hecho, son estas publicaciones las que cuentan con un mayor número de

comentarios. Vale la pena señalar una publicación del 6 de noviembre de 2020 sobre una parodia del parlamento de Senegal que obtuvo 1.436 comentarios (véase <https://bit.ly/3wH3kXB>) y el vídeo en el que muestra desde el humor una situación vivida en el Parlamento de Uganda. Este video tiene 1.606 comentarios (Imagen 7).

Imagen 7. Publicación de @estherkazungu_ en TikTok



Fuente: <https://bit.ly/3NVDrw1>

Al no ser un perfil de corte partidista, el mayor número de comentarios en los videos de su perfil son de apoyo y alabanza al contenido (Tabla 1). Asimismo, acompañan estos comentarios emoticonos que muestran una cara riendo, por ejemplo, «I love your videos» («me encantan tus vídeos») o «You deserve an award» («Te mereces un premio»). Por otra parte, recibe una gran cantidad de comentarios en los que usuarios y usuarias le explican de qué país son o le piden vídeos de parodia de parlamentos de otros países, así como aquellos que no tienen que ver con el contenido publicado.

En el caso de Damara Gómez, la mayoría de los comentarios en los contenidos provienen de perfiles femeninos, algunos de los cuales podrían considerarse sexistas. Los vídeos en los que recibe más comentarios con este carácter son los que la muestran en traje de baño o en actitudes sexualizadas (Imagen 8).

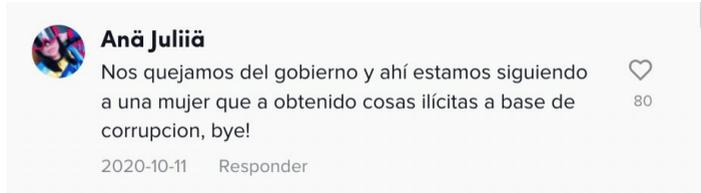
Imagen 8. Comentario en la publicación de Damara Gómez en TikTok



Fuente: <https://bit.ly/3wKoBOT>

Sus vídeos se caracterizan por ostentar lujo y un modo de vida muy holgado (véase <https://bit.ly/3MK7KSV> y <https://bit.ly/39L3bcs>) lo cual también es causa en ocasiones de mensajes antagónicos (Imagen 9).

Imagen 9. Comentario en la publicación de Damara Gómez en TikTok



Fuente: <https://bit.ly/3MK7KSV>

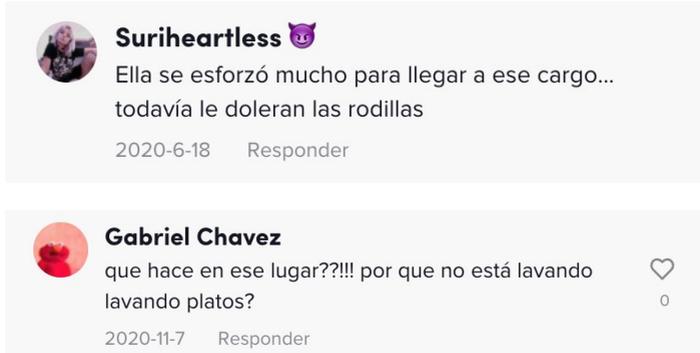
4.2. Análisis de los comentarios a mujeres políticas protagonistas en los perfiles de partidos

Observar las reacciones a los perfiles de las cuentas de los partidos permite observar que existen excepciones al general tono de apoyo que se observó anteriormente. Por ejemplo, el feminismo está muy presente en el perfil de Podemos y, en general, los contenidos alusivos a ese tema suelen recibir comentarios de sustento. Pero cuando en la cuenta aparece la ministra de Igualdad de España, Irene Montero, abordando asuntos como la transfobia o el aborto, recibe gran cantidad de comentarios antagónicos.

4.2.1. Análisis de los comentarios a las mujeres de la cuenta de Podemos

El partido Podemos hace énfasis en el tema del feminismo (Bergès y Espinar, 2020) y suele dar protagonismo a las mujeres en sus contenidos. Perteneciente a esta formación política, la ministra Montero no tiene perfil propio en TikTok, pero sí una presencia habitual en la cuenta de @ahorapodemos, recibiendo, en líneas generales, comentarios de apoyo. Sin embargo, las publicaciones en las que aparece Montero no están exentas de comentarios machistas e incluso sexistas. Es el caso de las referencias a que la ministra debería estar «lavando platos» o a la manera impropia en que, supuestamente, Montero ha accedido al cargo que ocupa (Imagen 10). De hecho, gran parte de los comentarios de este corte presuponen que su llegada al gobierno se debe a la relación con el exvicepresidente del Gobierno Pablo Iglesias, de la misma formación política.

Imagen 10. Comentarios en la publicación de @Ahorapodemos en TikTok

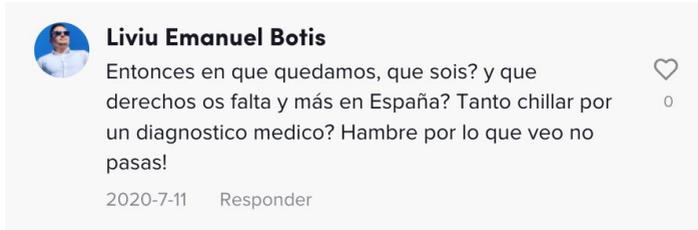


Fuente: <https://bit.ly/3Gb6YvG>

Este tipo de comentarios sexistas se agrava cuando la cuenta de Podemos incluye a la comunidad trans. En el caso de un vídeo diseminado en TikTok que da voz a la monolguista y activista trans Elsa Ruiz, los comentarios de menosprecio son numerosos, cayendo en ocasiones en la falta de respeto (Imagen 11).

Imagen 11. Comentarios en la publicación de @Ahorapodemos en TikTok

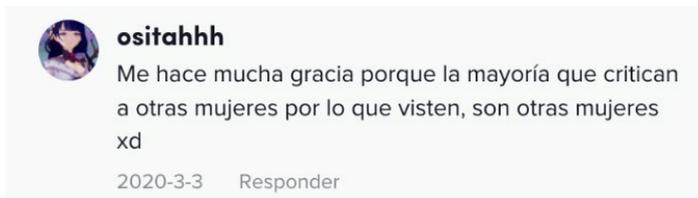
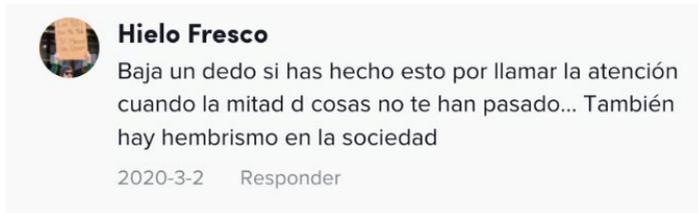




Fuente: <https://bit.ly/3lfZudo>

Podemos publicó en marzo de 2020 una serie de contenidos a propósito del 8M (como se conocen las movilizaciones feministas con ocasión del Día Internacional de la Mujer); dichos contenidos iban enumerando situaciones negativas a las que estaba expuesta como mujer. Estos contenidos generaron un gran número de comentarios, muchos de ellos de carácter machista (Imagen 12).

Imagen 12. Comentario en la publicación de @Ahorapodemos en TikTok

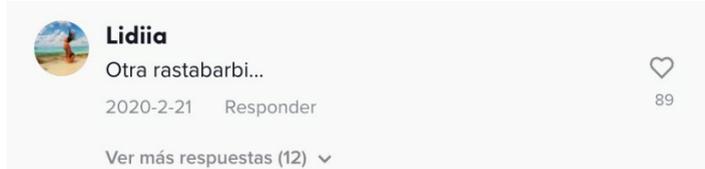


Fuente: <https://bit.ly/3o5GIOW>

Se da el caso de una publicación de Podemos en la que se reproducen las palabras de una joven diputada de dicho partido en el Congreso de los Diputados. La diputada no se muestra sexualizada; de hecho, se trata de una comparecencia en el Congreso de los Diputados. Pero el contenido audiovisual tiene

el texto superpuesto «con 26 años ya da zascas a VOX». Al remitirnos a los comentarios, aunque hay una importante cantidad de mensajes antagónicos de corte ideológico, sorprende que sea una mujer (o al menos así se identifica el perfil) la que publique uno de los mensajes de menosprecio (Imagen 13).

Imagen 13. Comentario en la publicación de @Ahorapodemus en TikTok



Fuente: <https://bit.ly/3wFC3EF>

La imagen de la mujer también se ve afectada cuando se hace referencia a otras formaciones políticas. Es el caso de un vídeo publicado en TikTok sobre declaraciones de miembros del conservador Partido Popular. En su perfil se encuentra una publicación en la que se superpone a la presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, lo que parece lluvia y la imagen de un payaso, banalizando sus declaraciones (véase <https://bit.ly/3GkxRgT>). En una línea similar se encuentra otra publicación en la que se observa a Macarena Olona, de la formación política VOX, con un filtro de realidad aumentada y un audio de parodia, ridiculizándola (véase <https://bit.ly/38fQhTu>).

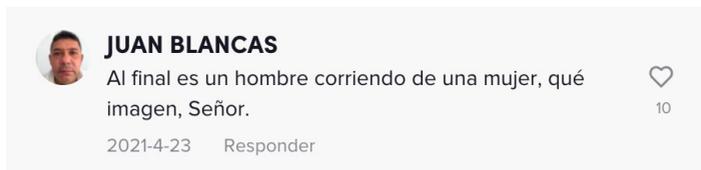
4.2.2. Análisis de los comentarios a las mujeres de la cuenta de VOX

En contraposición, a pesar de la multitud de dirigentes mujeres en este partido, VOX no parece utilizar la figura femenina como interlocutora o protagonista de los mensajes y contenidos de su perfil en TikTok, razón por la cual no hay tanto contenido analizable. Sin embargo, este partido también somete a burla a las mujeres de los partidos contrarios. Es el caso de un vídeo que señala supuestas incongruencias entre el mensaje y las acciones de la ministra Montero, destacando que fue portada de la revista *Vanity Fair* (véase <https://bit.ly/3PPkQjU>). En el video se critica a Montero por haber

aceptado dinero por posar para la revista mientras que hay personas con necesidades sociales.

En otro contenido se aprecia a la presidenta del partido en la Comunidad de Madrid, Rocío Monasterio, entrando en pugna verbal con Iglesias en una emisión en directo desde la sede de la cadena de radio SER. Pueden apreciarse comentarios machistas que, aunque parecieran intentar apoyar al partido y su representante, desmerecen frontalmente la figura femenina (Imagen 14).

Imagen 14. Comentarios en la publicación de @Ahorapodemos en TikTok

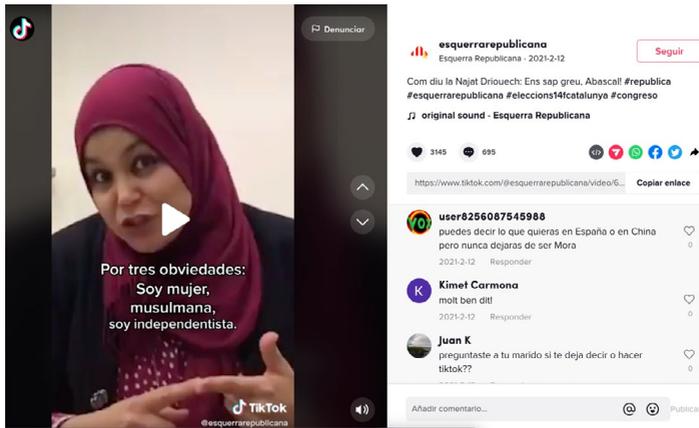


Fuente: <https://bit.ly/3wHyoFn>

4.2.3. Análisis de los comentarios a las mujeres de la cuenta de Esquerra Republicana

Tampoco en este perfil destacan muchas mujeres, razón por la cual no se han encontrado muchas respuestas para el análisis. Desde el perfil de Esquerra Republicana se respondió a una intervención del líder de VOX, Santiago Abascal, quien afirmó que de «romperse España» sería tras la creación de la «República musulmana catalana» (González, 2021). La encargada de la réplica multimedia fue la política Najat Driouech –la primera mujer musulmana en el Parlamento Catalán–, quien fue víctima de una importante cantidad de comentarios antagónicos, en algunos casos de odio y de corte machista (Imagen 15).

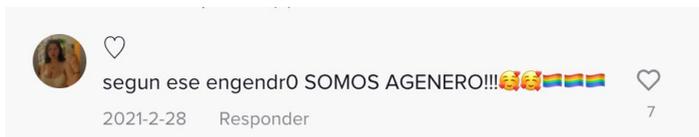
Imagen 15. Comentarios en la publicación de @esquerrarepublicana en TikTok



Fuente: <https://bit.ly/3GdyIjq>

En otro contenido del perfil de @esquerrarepublicana, en el que se alude a una pugna verbal entre una dirigente del partido VOX y otra de Esquerra Republicana en el Congreso de los Diputados sobre la violencia de género, ha sido posible destacar un insulto contra la dirigente de VOX (Imagen 16).

Imagen 16. Comentarios en la publicación de @Ahorapodemos en TikTok



Fuente: <https://bit.ly/3zbyQP9>

5. CONCLUSIONES

En este estudio se confirma la hipótesis 1, ya que, para las mujeres políticas no parece sencillo mostrar sus ideas en TikTok. Aunque esto podría estar explicado por la naturaleza del discurso y sus públicos jóvenes, el escaso número de mujeres políticas con presencia sustancial en esta plataforma que hemos podido identificar para este estudio podría también indicar que el

peligro de ser atacadas ejerce un efecto disuasorio. Aunque no se encuentren muchos perfiles de mujeres políticas, estas sí se muestran en los perfiles de algunas formaciones políticas. En este caso, de las respuestas a las cuentas de tres partidos analizados donde aparecen mujeres, destaca la cuenta de Podemos con una importante presencia femenina. Asimismo, se ve que las formaciones políticas también se critican entre ellas, parodiando y ridiculizando o menospreciando a las mujeres que tienen puestos de responsabilidad dentro de otros partidos.

Respecto a las hipótesis 2 y 3, solo en algunos casos hemos podido constatar que las mujeres involucradas en discursos políticos están expuestas a críticas alusivas al género o su físico, sin conexión con el tema que abordan en sus contenidos. El ataque y la sexualización de las mujeres políticas en TikTok no parece extendido. Por ejemplo, en casos como Ione Belarra y Marta Rosique, los comentarios sexistas son escasos o nulos. En el caso de Carla Galeote, pese a sus alusiones a comentarios adversos y amenazas, este estudio no permite confirmar que se trate de un perfil víctima de acoso u odio a través de TikTok. Todo lo contrario, sus contenidos suelen tener en promedio una tasa muy elevada de apoyo. La excepción es Damara Gómez, cuyo perfil no trata tantas cuestiones políticas, sino más bien relacionadas con su vida personal. Esto está en la línea de investigaciones como la de Bernárdez Rodal (2010), quien detecta descalificaciones y críticas a las mujeres políticas que manifiestan su propia feminidad. Otra cuestión que llama la atención en el caso de Gómez es que sean mujeres las autoras de algunos de los comentarios sexistas. Este hecho contrasta con las conclusiones de la investigación de Mancera (2014), en la que las mujeres se mostraban más reacias a bromear en plataformas sobre declaraciones en las que el sexo femenino es el principal referente.

Lo que parece una constante es que, cuando una publicación alude al feminismo o hace reivindicaciones asertivas, las respuestas antagónicas suelen ser más duras y hacen referencia a cuestiones relativas a la condición de mujer de la política en cuestión con un carácter machista. Ejemplo de ello son los comentarios de ataque y referencias a la vida sentimental de la ministra de Igualdad, Irene Montero. Es posible también observar comentarios de contenido sexista, haciendo referencia al físico de Esther Kazungu y de Damara Gómez Morales, sobre todo en los vídeos en los que realizan

algún baile. Sin embargo, los comentarios más odiosos suelen ser genéricos y de corte ideológico, sin alusiones específicas al género.

El escaso número de publicaciones de las políticas en sus perfiles en TikTok confirma el bajo uso que se confiere a la plataforma por parte de líderes políticos, en la línea de las investigaciones de Sánchez-Castillo (2021). La mayor parte de comentarios están orientados a mostrar la posición ideológica, siendo escasos los insultos o alusiones sexistas, lo que se sitúa en la línea de otras investigaciones focalizadas en Twitter (Piñeiro-Otero y Martínez-Rolán, 2021). Para una mujer política la disyuntiva radica en mostrarse sexualizada en plataformas o dar una imagen más neutral para evitar exponerse a críticas y comentarios por su aspecto, aunque también así los reciba.

Aunque pudo apreciarse que en esta plataforma imperan los mensajes de apoyo, también hay muchos referidos al físico o edad de las mujeres. De esta manera, de cierta forma aún se hacen patentes los estereotipos de género que aún prevalecen incluso en una parte de los públicos más jóvenes de TikTok.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adsmurai (2020). *Cómo utilizan Instagram las mujeres en política*. <https://bit.ly/3axp4wj>
- Albaine, L. (2017). Marcos normativos contra el acoso y violencia política debido a género en América Latina. En F. Freidenberg y G. Valle Pérez (Eds.), *Cuando hacer política te cuesta la vida. Estrategias contra la violencia política hacia las mujeres en América Latina* (pp. 117-143). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Albenga, V., y Biscarrat, L. (2021). Aproximaciones feministas de la misoginia en plataformas: una perspectiva francesa. *Investigaciones Feministas*, 12(1), 57-66. <https://doi.org/10.5209/infe.69088>
- Albright, M. (2016, 8 de marzo). *A hidden reality: Violence against women in politics*. CNN. <https://cnn.it/3xec2uZ>
- Álvarez, E. (2017, 5-6 octubre). *A un costado del poder: fronteras simbólicas en la prensa para el acceso de una primera dama a un cargo presidencial* [Ponencia]. VII Jornada Internacional de Fronteras/Borderlands: Cultura e Historia, Monterrey, N. L., México.

- Barker, K., y Jurasz, O. (2019). Online Misogyny: A Challenge for Digital Feminism? *Journal of International Affairs*, 72(2), 95-113.
- Beinart, P. (2016, octubre). Fear of a female president. *The Atlantic*. <https://bit.ly/3PIMZZT>
- Bergès, K., y Espinar-Ruiz, E. (2020). Feminismos en Podemos: contrapoder, discursos y estrategias de lucha. *Arbor*, 196(796), 1-9. <https://doi.org/10.3989/arbor.2020.796n2009>
- Bernárdez Rodal, A. (2010). Estrategias mediáticas de «despolitización» de las mujeres en la práctica política (O de cómo no acabar nunca con la división público/privado). *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 15, 197-218.
- Bossen, C.B., y Kottasz, R. (2020). Uses and gratifications sought by pre-adolescent and adolescent Tik-Tok consumers. *Young consumers*, 21(4), 463-478. <https://doi.org/10.1108/YC-07-2020-1186>
- Brandariz Portela, T. (2021, 9 de marzo). Comunicación política y perspectiva de género. *La Revista de ACOP*. <https://compolitica.com/comunicacion-politica-y-perspectiva-de-genero/>
- Campos Villareal, E.A. (2020). ¡Mujeres al poder! Las plataformas como herramienta de cultura política para el empoderamiento de las mujeres. *Revista legislativa de estudios sociales y de opinión pública*, 13(29), 11-40.
- Casero-Ripollés, A. (2018). Research on political information and social media: Key points and challenges for the future. *Profesional de la información*, 27(5), 964-974. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.01>
- Castro Martínez, A., y Díaz Morilla, P. (2021). La comunicación política de la derecha radical en plataformas. De Instagram a TikTok y Gab, la estrategia digital de Vox. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 7, 67-89. <https://doi.org/10.7203/rd.v1i7.210>
- Cervi, L., Tejedor, S., y Marín Lladó, C. (2021). TikTok and the new language of political communication. *Cultura, Lenguaje y Representación*, 26, 267-287. <https://doi.org/10.6035/clr.5817>
- Corporación Humanas (2021). *Ser política en Twitter: violencia política de género en redes sociales a candidatas constituyentes*. <https://www.humanas.cl/ser-politica-en-twitter-violencia-politica-de-genero-en-redes-sociales-a-candidatas-constituyentes/>
- Cuthbertson, L., Kearney, A., Dawson, R., Zawaduk, A., Cuthbertson, E., Gordon-Tighe, A., y Mathewson, K. (2019). Women, politics, and Twitter: Using

- machine learning to change the discourse. *ArXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1911.11025>
- Dimitrova, D. V., y Matthes, J. (2018). Social media in political campaigning around the world: Theoretical and methodological challenges. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(2), 333-342. <https://doi.org/10.1177/1077699018770437>
- Espizua, I., y Padilla-Castillo, G. (2017). La imagen y el estilo de la mujer política española como elementos básicos de su comunicación. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 42, 62-84. <https://doi.org/10.15198/seeci.2017.42.62-84>
- Ferrier, M. (2018). Attacks and harassment. The impact on female journalists and their reporting. *International Women's Media Foundation y TrollBusters*. <https://www.iwmf.org/attacks-and-harassment>
- Flood, M., Dragiewicz, M., y Pease, B. (2020). Resistance and backlash to gender equality. *The Australian Journal of Social Issues*, 56, 393-408. <https://doi.org/10.1002/ajs4.137>
- García-Beaudoux, V. (2015). Estereotipos de género, comunicación política y liderazgo femenino: ¿para qué sirve la táctica de reencuadre? *Más Poder local*, 25, 6-9.
- García-Beaudoux, V. (2017). Ser mujer, dedicarte a la política y no morir en el intento con los medios. *Más Poder Local*, 30, 26-27.
- García-Marín, D., y Salvat-Martinrey, G. (2022). Viralizar la verdad. Factores predictivos del *engagement* en el contenido verificado en TikTok. *Profesional de la información*, 31(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.10>
- Gil-Quintana, J. (2021). De consumidores-prosumidores a influencers de aprendizaje en la sociedad postdigital. En J. Gil-Quintana, B. Castillo-Abdul y A. Rubio Pascual (Coords.), *Plataformas, Influencers y Marketing digital en el patrimonio histórico-artístico. Un reto de la sociedad postdigital* (pp. 19-40). Tirant Humanidades.
- Gómez-Escalonilla, G., García, A., Santín, M., Rodríguez, R., y Torregrosa, J. (2008). La imagen de la mujer política en los medios de comunicación. *Feminismo/s*, 11, 59-71. <http://dx.doi.org/10.14198/fem.2008.11.04>
- González, M. (2021, 29 de octubre). El fiscal archiva la investigación sobre el vídeo islamófobo de Vox en la campaña catalana. *El País*. <https://elpais.com/espana/2021-10-29/el-fiscal-archiva-la-investigacion-sobre-el-video-islamofobo-de-vox-en-la-campana-catalana.html>

- Guerin, C., y Maharasingam-Shah, E. (2020). Public Figures, Public Rage: Candidate abuse on social media. *Institute for Strategic Dialogue*. <https://www.isdglobal.org/isd-publications/public-figures-public-rage-candidate-abuse-on-social-media/>
- INE (2021). *Participación política, mujeres en cargos ejecutivos y en el Gobierno*. Recuperado el 16 de mayo de 2022 de <https://bit.ly/3sCiyua>
- Kennedy, M. (2020). If the rise of the TikTok dance and e-girl aesthetic has taught us anything, it's that teenage girls rule the internet right now: TikTok celebrity, girls and the coronavirus crisis. *European Journal of Cultural Studies*, 23(6), 1069-1076. <https://doi.org/10.1177/1367549420945341>
- Larrondo Ureta, A. (2005). La Red al servicio de las mujeres. Aproximación a la relación mujer y medios de comunicación en Internet. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 11, 375-392.
- Liangying, H. (2021). *Análisis y comparación de la imagen femenina en TikTok: el caso de las influencer de China y España* [Trabajo Fin de Máster]. Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/52654>
- Li, X., Xiaohui, Y., y Zhengwu, Z. (2019). Research on the causes of the «TikTok» app becoming popular and the existing problems. *Journal of Advanced Management Science*, 7(2), 59-63. <https://doi.org/10.18178/joams.7.2.59-63>
- López-Hermida, A. (2009). La imagen de la mujer en política: La campaña electoral televisiva de Michelle Bachelet. *Cuadernos de Información*, 24, 5-16. <https://doi.org/10.7764/cdi.24.30>
- Mancera Rueda, A. (2014). El sexismo como blanco del humor en las plataformas. *Feminismo/s*, 24, 163-192. <https://doi.org/10.14198/fem.2014.24.08>
- Marañón, F., Maeda González, C. M., y Saldierna Salas, A. R. (2018). La mujer política en Twitter: análisis de los mensajes emitidos por las candidatas a gubernaturas en México. *AdComunica*, 16, 71-92. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2018.16.5>
- Masad, R. (2020, 13 de marzo). The struggle for women in politics continues. *UNDP*. <https://bit.ly/3x1dlz1>
- Megías-Rosa, V.E. (2014). La posición de la mujer en la política: el poder político desde la perspectiva del género [Trabajo Fin de Grado en Periodismo]. Universidad de Sevilla. <http://hdl.handle.net/11441/29427>
- Mobbs, M. (2022, 14 de febrero). TikTok is taking a toll on our daughters. *Independent Women's Forum*. <https://bit.ly/3NEuLm>

- Naciones Unidas (s.f.). *Political Participation of Women*. <https://asiapacific.unwomen.org/en/focus-areas/governance/political-participation-of-women>
- Narvaes, C. (2020, 17 de noviembre). ¿Quién es Damara Gómez, la regidora del PRI y famosa en TikTok? *Debate*. <https://www.debate.com.mx/viral/Quienes-Damara-Gomez-la-regidora-del-PRI-y-famosa-en-Tik-Tok-20201117-0187.html>
- Panke, L. (2015). *Campañas electorales para mujeres: retos y tendencias*. La Cruzía.
- Piñeiro-Otero, T., y Martínez-Rolán, X. (2021). Say it to my face: Analysing hate speech against women on Twitter. *Profesional de la Información*, 30(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.sep.02>
- Rezvanian, A., Moradabadi, B., Ghavipour, M., Daliri Khomami, M.M., Meybodi, M.R. (2019). Social Community Detection. En A. Rezvanian, A. B. Moradabado. M. Ghavipour, M. M. Daliri Khomami, M. Reza Meybodi (Eds.), *Learning Automata Approach for Social Networks. Studies in Computational Intelligence* (Vol 820). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-10767-3_5
- Sánchez Calero, M.L., Vinuesa Tejero, M.L., y Abejón Mendoza, P. (2013). Las mujeres políticas en España y su proyección en los medios de comunicación. *Razón y Palabra*, 83.
- Sánchez-Castillo, S. (2021). La construcción del liderazgo político y la identidad escenográfica en TikTok. En J.M. Muntané y C. Sánchez (Eds.), *Cosmovisión de la comunicación en redes sociales en la era postdigital* (pp. 215-227). McGraw-Hill/Interamericana de España.
- Schutt, R. (2019). *Investigating the social world. The process and Practice of Research*. Sage Publications.
- Shuai, Y., Yuzhen, Z., y Yifang, M. (2019). Analysis of the reasons and development of short video application – Taking Tik Tok as an example. En *9th International Conference on Information and Social Science (ICISS 2019)* (pp. 340-343). Francis Academic Press. <https://doi.org/10.25236/iciss.2019.062>
- Siddiqui, S. (2017, 16 de septiembre). Hillary Clinton: there's 'game that keeps women in their place.' *The Guardian*. <https://bit.ly/3LWBURJ>
- Thuncher, J. (2022, 18 de febrero). Why 'thirst traps' of teen girls are all over TikTok. *PEAK*. <https://bit.ly/3aj218g>
- Una concejala del PP de Moguer (Huelva) carga contra Pedro Sánchez por el precio de la luz y le desea la muerte en TikTok. (2021, 9 de septiembre). *Público*. <https://www.publico.es/politica/insultos-presidente-gobierno-concejala-pp-moguer-huelva-carga-pedro-sanchez-precio-luz-le-desea-muerte-tiktok.html>

- We Are Social, y Hootsuite (2022). *Digital 2022 July Global Statshot Report*. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/07/the-global-state-of-digital-in-july-2022/>
- White, M. D., y Marsh, E. E. (2006). Content analysis: A flexible methodology. *Library Trends*, 55(1), 22-45. <https://doi.org/10.1353/lib.2006.0053>
- Yu-Liang, F. Y. L., Chun-Chin, C., y Shu-Ming, W. (2019). Evaluation of charm factors of short video user experience using FAHP – a case study of TikTok app. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 688, 1-5. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/688/5/055068>

THE CONTRIBUTION OF DATA TO FEMINIST TRANSFORMATION OF WOMEN'S RIGHTS TO HEALTH¹

EL APORTE DE LOS DATOS A LA TRANSFORMACIÓN FEMINISTA DE LOS DERECHOS A LA SALUD DE LAS MUJERES

BORJA SANZ URQUIJO

MARÍA LÓPEZ BELLOSO

Authors / Autores:

Borja Sanz Urquijo
 Universidad de Deusto, Bilbao, Spain
borja.sanz@deusto.es
<https://orcid.org/0000-0003-2039-7773>

María López Belloso
 Universidad de Deusto, Donosti,
 San Sebastián, Spain
mlbeloso@deusto.es
<https://orcid.org/0000-0003-4857-2967>

Submitted / Recibido: 31/05/2022

Accepted / Aceptado: 05/11/2022

To cite this article / Para citar este artículo:

Sanz Urquijo, B. y López Belloso, M. (2023). The contribution of data to feminist transformation of women's rights to health. *Feminismo/s*, 42, 93-119. Women, data and power. Insights into the platform economy [Monographic dossier]. Miren Gutiérrez (Coord.). <https://doi.org/10.14198/fem.2023.42.04>

Licence / Licencia:

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International.



© Borja Sanz Urquijo y María López Belloso

Abstract

Digital technologies and data science have evolved rapidly. But how does the digital evolution affect women's rights? Bunch argued that, to implement women's rights, it was first necessary to observe how they are violated (Bunch, 1990). This article examines how femtec's apps work, delivering reproductive and sexual health services to millions of women. Specifically, it analyzes the data collection permissions of 45 femtech apps to assess what the platform intends to do with the personal data collected and its objectives. To understand how these apps use data, we explored the goals of these apps in data collection and whether data could be collected and used to transform women's health. Thus, this work is structured in four sections. First, a theoretical review of Bunch's proposal and

1. This article has been generated as part of the ARES (Análisis de Resistencias Antifeministas) research program, supported by the Spanish State Research Agency (PID2020-114445RB-I00).

its contribution to data feminism is raised. Second, the potential for feminist transformation of human rights using digital technologies is discussed, particularly in women's health. The third section details the current use of health data captured by health apps. This article ends by drawing the main conclusions of the analysis and providing recommendations for a feminist transformation of data activism from a human rights perspective.

Keywords: Women's right to health; femtech; data gathering; platforms.

Resumen

Las tecnologías digitales y la ciencia de datos han evolucionado vertiginosamente. Pero, ¿cómo afecta dicha evolución a los derechos de las mujeres? Bunch argumentó que, para implementar los derechos de las mujeres, primero era necesario observar cómo estos se violan (Bunch, 1990). Este artículo examina cómo funcionan las aplicaciones de *femtech*, que ofrecen servicios en salud reproductiva y sexual a millones de mujeres. Concretamente, analiza los permisos de recogida de datos de 45 apps de *femtech* para evaluar qué pretende hacer la plataforma con los datos personales recogidos y cuáles son sus objetivos. Para entender el uso de los datos que hacen estas aplicaciones, exploramos los objetivos de estas aplicaciones en la recolección de datos y si se podría recolectar y utilizar datos para transformar la salud de las mujeres. Así, este trabajo se estructura en cuatro secciones. En primer lugar, se presenta una revisión teórica de la propuesta de Bunch y su contribución al feminismo de datos. En segundo lugar, se analiza el potencial de la transformación feminista de los derechos humanos utilizando tecnologías digitales, particularmente en el área de la salud de las mujeres. La tercera sección detalla el uso actual de los datos de salud capturados por las apps de salud. Este artículo termina sacando las principales conclusiones del análisis y proporcionando recomendaciones para una transformación feminista del activismo de datos desde un enfoque de derechos humanos.

Palabras clave: Derecho de las mujeres a la salud; *femtech*; recolección de datos; plataformas.

1. INTRODUCTION

There is no doubt that scientific progress and the development of digital technologies such as big data or Artificial Intelligence (AI) have played an essential role in the evolution of society, culture, and law. However, traditional approaches from International Law have been characterized by suspicions about the potential impact of the use of these technologies on 1)

the protection of privacy, 2) the protection of human dignity, and 3) the protection against social inequalities and environmental consequences of using technology (López Belloso, 2021). Nevertheless, these concerns have not included the impact that the biases of these technological advances have on the equality of men and women and the protection of women's human rights. Besides the field of economic and social development, from which technological advances have been perceived as potential tools for promoting development², these advances delved into the differences and gaps that the use of technologies entails for women, vulnerable groups, and developing countries.

This lack of attention to the impact of digital technologies on women's rights connects with a trend noted by Charlotte Bunch in Human Rights Law (1990): the failure to include the gender dimension in discussions about human rights. As this author points out, violations of women's rights have often been pushed to the side, either because other issues are judged more urgent or because the violations of women's rights are considered to be produced by individuals or private agents and not by states (Bunch, 1990, p. 488). Bunch distinguished four approaches to linking human rights with women's rights. With this perspective, this article explores the potential feminist transformation of the right to health that could be fostered by the use of digital technologies such as *femtech* (e.g., technological tools, products, services, or devices to address women's health issues, like menstrual or reproductive health).

The Beijing Declaration and its Platform for Action, adopted at the Fourth World Conference on Women in 1995, called for women's empowerment by improving their skills, knowledge, access, and digital technologies (United Nations, 1995). Over the last years, we have witnessed a growing expansion of the so-called *femtech*, a range of health software and tech-enabled products that cater to female biological needs.

2. See for example Resolutions: A/RES/58/200 from 23 December 2003; A/RES/59/220 from 22 December 2004; A/RES/60/205 from 22 December 2005; A/RES/61/207; A/RES/62/201 from 19 December 2007; A/RES/64/212 from 21 December 2009, A/RES/66/211 from 22 December 2011; A/RES/68/220 from 20 December 2013; and A/RES/ 70/213 from 22 December 2015.

This article argues that this sector of the technology industry could have the potential to drive a feminist transformation of women's right to health. Still, the gender gap that dominates the technology and medical sector prevents this transformation. To this end, this paper has used a mixed research methodology, combining desk research with the analysis of 45 *femtech* applications to determine the field's potential to transform women's right to health from a feminist perspective and assess the threats that technology and technological approaches may entail.

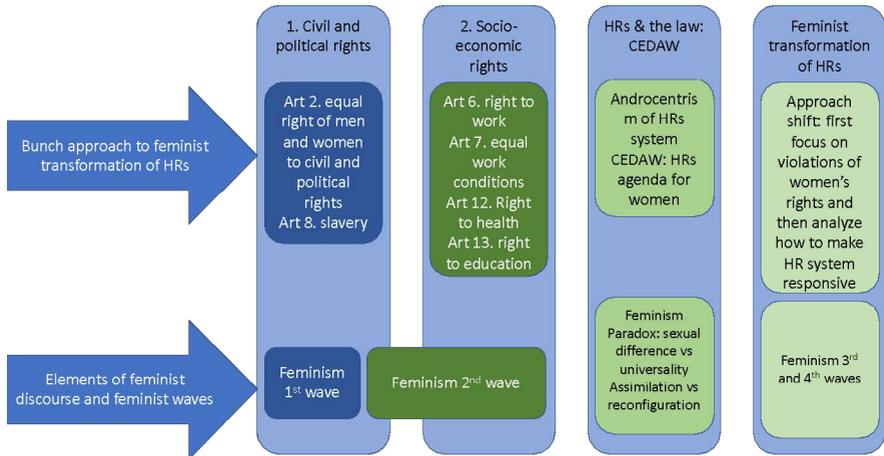
Hence, this paper is structured into four sections. First, a theoretical review of Bunch's proposal and how it could be translated into data feminism is presented. Second, the paper describes the contribution of data science and digital technologies to protecting and improving women's rights. The third section relates to the analysis performed on the identified apps and the study of the issues identified in the theoretical framework. Finally, the paper ends by drawing the main conclusions from the analysis and providing recommendations for a feminist transformation of data activism from a human rights approach.

This paper was presented in a panel chaired by one of the authors at the 2022 Science and Technology Sciences (STS) Conference in Graz, Austria. The feedback provided has contributed to improving the content, particularly the conclusions.

2. FEMINIST TRANSFORMATION OF HUMAN RIGHTS AND BIG DATA: RIGHT TO HEALTH

As Susan Moller Okin has stated, considering women's rights as human rights requires a «considerable rethinking of human rights» (Moller Okin, 1998). Even if nowadays there is consensus on this statement – «women's rights are human rights» – (Bunch 1990; Clinton, 1995; Gaer, 2009, p. 60; Grewal, 1999; Nussbaum, 2016; Peters, 2018; Peters et al., 2018), it was not until the late twentieth century that this consensus was achieved, and it was not an easy achievement.

Figure 1. Bunch's approaches to women's rights and feminist discourse



Source: prepared by authors

Bunch (1990) described her view on the feminist transformation of human rights, considering an approach with more transformational potential. It first looked at the violations of women's rights and then challenged the human rights concept to make it «more responsive to women» (p. 496).

This way of addressing the violations of women's human rights is connected with the intersectional approach promoted by feminism, especially in its third and fourth waves. Shiva's definition of the feminist fourth wave (Shiva et al., 2019, p. 133) includes three fundamental criteria that are repeated in specialized literature: 1) the online nature of the movement, 2) the fight against sexual violence, and 3) the objective of intersectionality. The technological component of the fourth wave of feminism is essential since it represents a change of scenery from the one feminists faced first. Indeed, digital technologies not only impact the lives of women around the world but have also become an actual vehicle to channel their claims in the twenty-first century. This is where the transformation proposed by Bunch connects with the digital revolution and our approach to this article.

In a current context where digital technologies have become an element of feminism and a global force, it is necessary to analyze how they

can contribute to a feminist revision of women's rights. Smartphones and the internet, in particular, can be powerful tools for providing access to helpful information or even to resist and combat the stereotypical portrayal of women and prevent gender-based violence. Among other things, digitalization and new technologies can, for example, play a growing role in education and can be a catalyst to provide access to the educational system for the entire population or efficiently monitor health through information systems allowing, among other things, the registration of births and deaths, but also to provide health advice and appointment reminders or to promote health through campaigns and community mobilization (ITU, 2014).

Since the second wave of feminism, women's health and well-being have been on the women's rights agenda. Currently, the right to abortion as well as sexual and reproductive rights occupy a large part of the feminist agenda; likewise, the repercussions of the androcentric perspective of medicine on women's health are highlighted, especially given the backlash against women's rights. A direct consequence of this androcentrism of medicine is the higher incidence of certain diseases in women, the difficulty of correct diagnoses, and the scarce investigation of female disorders (Gemmati, 2020). More recently, it has been argued that the COVID-19 crisis has «exacerbated systemic and deeply entrenched gender inequalities» (De Vido, 2020). In this sense, the public health situation has been used to justify restrictions on women's rights to health – particularly reproductive health, and issues such as limited access to abortion or an increase in obstetric violence – under the disguise of policies and laws officially addressing the health emergency. In this context, digital technologies can help document and improve the analysis of some of these diseases. Still, they also carry significant risks, as some feminists have demounced after the reform of abortion law in the USA (Blum, 2022):

For this reason, we understand that it is essential to analyze and balance the pros and cons of *femtech* apps to determine if digital technologies can contribute to the feminist transformation of the right to health. It is important to note that we are aware of the limited access to *femtech* apps, especially in the global south and due to the gender digital divide. As mentioned above, we analyze whether the information that is gathered by these apps could contribute to improving women's health, particularly regarding

sexual and reproductive rights. However, our initial hypothesis is that the goal of these apps is far from improving women's health but limited to gathering personal data and hindering women's privacy. Nevertheless, if these apps were designed and applied from a feminist transformative approach, we argue that they could be a great tool to improve women's right to health, and this should be open to all women. To that end, first, we apply Bunch's proposal to analyze the challenges and violations of women's human right to health. Then, we determine the potential contribution of the field of *femtech* to improve women's health and consequently to the feminist transformation of the human right to health.

2.1. Identification of challenges around women's health issues

To identify women's health problems, it is necessary to distinguish three different sources of information: 1) issues that have received attention in the literature, 2) statistics on women's health problems, and 3) women's perception of their health problems.

2.1.1. *Women's health in the academic medical literature*

Throughout history, medical research has looked at women as men. Sexist stereotypes have caused scientific studies to under-represent women in their designs and interpretations. Thus, women have historically been excluded from medical tests, which have been limited to men; the results of male-only studies have been extrapolated to women (Holdcroft, 2007). These gender biases influence patient care, both because «research may adversely affect female care and contribute to the negative perceptions of female hysteria and the gap in time to diagnosis experienced by many women» (Merone et al., 2022, p. 57), and because they contribute to a growing distrust among women in the medical profession (Jackson, 2019, quoted in Merone et al., 2022, p. 50). Moreover, this bias results in under-diagnosis of women's diseases and symptoms, especially concerning cardiovascular disease (Gulati, 2017a) and in a concentration of doctors' interest in particular areas of women's health (mainly reproductive health and breast cancer), leading to what Nanette Wenger has called «bikini medicine» (quoted in Gulati, 2017b). Martha Gulati (2017a) argues that it is surprising that, although

cardiovascular disease (CVD) remains one of the leading women killers, surpassing breast, ovarian, uterine, cervical, or vaginal cancers and child-birth combined, the medical community continues to focus on the bikini boundaries.

These biases are reproduced in the interest of specialized medical literature. Thus, Esther Castaño-López states that the medical literature is divided between studies on «genuinely female» topics, such as uterine cancer, abortion, and menopause, and studies that analyze a health problem, habit, or factor separately for women and men (Castaño-López, 2006). In her study of medical research in Spain, she also identifies interest in topics related to this «bikini medicine» (sexual and reproductive health [39.2%] and mental health [12.4%]). (Merone et al., 2022) have also noted these inequalities in the medical literature. Based on a detailed review of articles in medical repositories published between 2009 and 2019, Merone et al conclude that «women remain vastly underrepresented in the medical literature, sex and gender are under-reported and under-analyzed in research and misogynistic perceptions continue to fuel the narrative» (Merone et al., 2022, p. 56).

2.1.2. Data on women's health problems

Drawing from Bunch, to determine the main obstacles to promoting and protecting women's right to health, it is necessary first to identify the leading women's health problems. However, access to data itself is a starting difficulty in the case of medicine and women's health, as it is reflected in the central repositories of data on women's health. For example, the World Health Organization's (WHO) Women's Health Portal³ provides data on three main topics: women's life expectancy, anemia, and maternal and reproductive health, and an analysis of the data provided in these sections shows that the areas for which significant data have been collected are those related to pregnancy, childbirth, and reproductive health. Another principal repository of health-related data, the Guttmacher Institute's data center,⁴ is structured around five main themes: contraception, pregnancy, abortion, births, and maternal and newborn health. These data reflect the aforementioned biased

3. <https://www.who.int/data/gho/data/themes/theme-details/GHO/women-and-health>

4. <https://data.guttmacher.org/regions?region=109>

focus on women's health and make it even harder to identify real women's health issues.

However, thanks to the contribution of the second wave of feminism, the gender perspective was highlighted as fundamental, resulting in the so-called gender medicine (Shai et al., 2021). This new approach to medicine aims to analyze the influence of gender on general medical issues and claims that modern medical knowledge is constructed on observations and trials conducted mainly on males. Thanks to this gendered approach to medicine, there is growing attention to women's health issues outside of the so-called bikini medicine. Thus, several studies point out that some of the more relevant threats to women's health are: cardiovascular diseases, stroke, cancer (including other types of cancer apart from gynecological cancers, such as lung or colorectal cancer, or melanoma), Chronic Obstructive Pulmonary Disease (COPD), autoimmune diseases, AIDs and mental illness (Services, 2001). Indeed, according to the *Lancet* (Mehran, 2019) and the European Society of Cardiology, cardiovascular disease (CVD) is the leading cause of death in women in Europe and worldwide (European Society of Cardiology, n.d.), and CVD in women remains «understudied, under-recognized, under-diagnosed, and undertreated» (Mehran, 2019).

A recent study from Health Metrics and Evaluation (IHME), The Global Burden of Disease study, finds approximately 275 million women worldwide with CVD, with a global age-standardized prevalence estimated at 6,402 cases per 100,000. Ischemic heart disease (47% of CVD deaths), followed by stroke (36% of CVD deaths), is the leading cause of death in women worldwide (IHME, 2019). Stroke is the fourth cause of death in women, according to the American Stroke Association (n.d.) and the National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion (2022). Risk factors vary depending on sex, ethnic, and racial intersections (National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, 2022), as more African American and Hispanic women are diagnosed with high blood pressure, higher rates of obesity (nearly 3 in 5), and diabetes (more than 1 in 8), increasing their risk factors for a stroke. As for cancer, according to the OECD, the gender gap in mortality from cancer remains large in OECD countries, with mortality rates among men being nearly 70% higher than among women on average (OECD, 2017).

2.1.3. Women's perception of their health problems

A Mayo Clinic study published in the *American Journal of Health Behavior* investigates differences in how men and women perceive their health. The study finds that confidence in maintaining good health habits can be influenced by gender (Sood et al., 2019). According to Marta and Ana Gil-Lacruz (2019), men perceive their state of health more positively than women (p. 785), and this is due to psychological and physical conformation of identity, experiences related to female and male attributes, and lifestyles, and community variables, such as culture, norms, and sanctions (Caroli & Weber-Baghdiguian, 2016). This matter appears too in statistics, and according to Eurostat (see Image 1), men tend to gauge their health better than women.

Women's perception of their health problems also moves beyond sexual and reproductive health. A study on women's perception of their health in Beirut showed that, despite the significance of gynecological issues, women reported other health problems more, such as musculoskeletal problems, indicating competing health priorities (Zurayk, 2007, p. 631).

Yet, although medical evidence and women's self-perceptions place other diseases ahead of reproductive and sexual health, there has recently been a boom in the so-called *femtech*, mainly focused on «improving» gynecological, reproductive, and sexual health. Incorporating technological contributions to this field can be a significant breakthrough for collecting quality and representative data and identifying patterns and symptoms that go unnoticed in gender-based medicine. Therefore, in the following section, we will analyze this growing field, its characteristics and limitations, and its transformative potential for women's human right to health.

2.2. Promises and perils of the *femtech* field

Femtech is an emerging field related to health technologies that aim to bring to the front women's health through a broad range of tools and apps addressing menstrual, sexual, and procreative health (Hendl & Jansky, 2022). According to Brenda K. Wiederhold, this emerging field generated \$820.6 million in global revenue and \$592 million in total venture capital investment worldwide in 2019. In Europe, notably, it raised \$190 million in 2019 and was on track to make \$98 million year-to-date in 2020 (Wiederhold,

2021). This investment increase is also reflected in the number of start-ups that have emerged in *femtech*. According to the website [dealroom.co](https://app.dealroom.co), there are 382 worldwide⁵.

The boom has been greeted with expectations for its potential to reverse the gender bias that has traditionally dominated the medical industry and as a tool for women's empowerment (Hendl & Jansky, 2022, p. 30). The need for such approaches has been further reinforced in the aftermath of COVID-19, which has once again highlighted the persistence of gender biases (Thaler, 2022).

However, beyond the initial euphoria, there has been a critique from feminist studies, explicitly questioning the sector's contribution to real empowerment, highlighting the dangers of surveillance capitalism as manifested in women, and pointing out the lack of adequate regulation or the biased approaches of most of the sector's apps. A study by Tereza Hendl and Bianca Jansky (2022) shows that *femtech's* contribution to women's empowerment is limited to the discourse of the apps and questions whether it empowers users (p. 30). These authors analyze 14 apps to conclude that the language and content of these apps do not contribute to empowering users, making them understand and control their bodies; instead, they reinforce stereotypes and the stigmatization of menstruation. Furthermore, these authors connect menstrual surveillance with the oppression of surveillance capitalism (Hendl & Jansky, 2022).

Numerous studies warn that behind the boom of these applications lies yet another aspect of data capitalism and surveillance capitalism (Ford et al., 2021; Gilman, 2021; Johnson, 2021). Michele Estrin Gilman (2021) argues that the *femtech* sector is part of a «broader business strategy of data extraction, in which companies are extracting people's data for profit» (p. 100). Most of these apps make a profit with the information gathered from their the users by selling them to companies and platforms such as Google and Facebook (p. 100). Furthermore, she states that *femtech* is part of surveillance capitalism and sells these data after promising privacy and ethics standards.

5. https://app.dealroom.co/companies.startups/f/industries/anyof_health/keyword/anyof_femtech/launch_year_min/anyof_2011/tags/anyof_femtech?showMap=true&showStats=false&statsType last accessed 2-5-2022

In her critical approach to this emerging field, besides criticizing the biases and lack of intersectional and non-binary approaches of these apps, Gilman warns about the risk of discrimination that these apps may entail in the workplace. Elisabeth Brown (2021) also focuses on women's discrimination in the workplace through the use of these apps. But what is particularly relevant in Gilman's approach is her argument on data responsibility and the limitations of the law to protect users' data. Hendel and Jansky (2022) have already pointed out that the basis of the functioning of these applications lies in the users' introduction of the data they consider relevant in these systems, this being one of the main arguments of those who claim that this field contributes to female empowerment. However, Gilman points out that the *femtech* sector not only takes advantage of the data that users enter into apps but also places the responsibility for controlling and protecting their privacy on them rather than on the tech companies themselves. In the case of Gilman's study, she identifies weaknesses in the American legal system for data protection. In Europe, although there is *a priori* better safeguards through the General Data Protection Regulation, Catriona MacMillan (2021) says that these applications fail to protect users' data because they are unclear about how they share and use them, reinforcing the asymmetry of power in data protection (p. 17).

Nevertheless, Gilman (2021) points out that these apps could substantially contribute to transforming and improving women's health if their design were centered on the voices of those directly impacted by them, including female medical staff (p. 12). Besides, more cooperation with the education and health systems is needed to improve medical research, paying attention to ethics and data protection (Gilman, 2021, p. 12). This statement connects with the approach proposed by Bunch for a feminist transformation of women's rights since a critical analysis of women's needs places the protection of rights, and the empowerment and respect for diversity at the center.

In the following sections, we analyze key aspects like permissions, trackers, and other privacy-related elements applied to an exhaustive analysis carried out on 45 applications to try to elucidate the contribution these tools make and the contribution they could make (Braña, 2019).

3. DATA SCIENCE CONTRIBUTION TO A FEMINIST TRANSFORMATION OF HUMAN RIGHTS FEMTECH APPS

The rise of *femtech* is driven by its growing importance in the economic field. However, this new trend may have a more significant impact than merely financial. As has been shown in other areas, such as industry (Braña, 2019), tourism (Imtiaz & Kim, 2019), or transport (Genzorova et al., 2019), digitization is a revolution that significantly alters the environment. Alongside its dangers, digitization can generate new opportunities and analyze these sectors from different perspectives.

This system is increasingly being questioned, as the results are often not applicable to the real world. A clear example of this is the work presented by Wyants et al. (2020). They analyzed more than 37,000 articles that included 232 predictive models for detecting COVID-19 in radiographs. The study concluded that all models were rated at high or unclear bias risk, mostly because of the non-representative selection of control patients, exclusion of patients who had not experienced the event of interest by the study's end, high risk of model overfitting, and unclear reporting (Wyants et al., 2020, p. 1). They have also allowed the development of new devices that can detect different conditions in real-time, such as irregular heart rhythms.

These technologies also work in sports performance, analyzing aspects of the game and aspects related to the players' health, capturing and analyzing data to minimize the injuries they suffer, and maximizing performance. Besides, many of these technologies are available through apps like Strava and Apple Fitness.

Despite the success of these applications, several scholars have shown their caution, criticizing them for reproducing and reinforcing dominant social inequalities, including binary sex-gender norms and sexist stereotypes, among many issues (Bjørn & Menendez-Blanco, 2019, p. 30). Some also point out the disparities in the tech industry and the dominance of men in a field that offers health services to women (Bjørn & Menendez-Blanco, 2019, p. 30).

Most of these apps are based on the data provided by the users and extract knowledge from them. Catherine D'Ignazio and Lauren F. Klein

(2020) proposed a new way of thinking about data science, combining it with the perspective of intersectional feminism. They identified seven different aspects that the inclusion of this perspective could provide:

- Examine the power as the first step to analyzing how power operates.
- Challenge the power, commit unequal power structures, and work toward justice.
- Elevate emotion and embodiment.
- Rethink binaries and hierarchies, challenging other systems of counting and classification that perpetuate oppression.
- Embrace pluralism, based on the idea that complete knowledge comes from synthesizing multiple perspectives.
- Consider context, considering that data are noted as neutral or objective.
- Make this labor visible.

Based on these principles, for example, apps could elevate the relevance of feelings and include them as a critical element of women's health. Likewise, they can displace the fertility and control of periods as a central element of the apps, which can increase the pressure on women when it comes to wanting to get pregnant.

However, the lack of inclusion of this perspective in data science and machine learning modeling means this feminist data revolution is not happening. The lack of inclusion of feminist perspectives in medicine implies that this transformation has not yet occurred despite its potential. The promise of the *femtech* revolution has not yet arrived.

Below we will analyze the current state of women's health apps in one of the largest mobile app stores and see what these apps are doing with the data they collect.

4. ANALYSIS OF EXISTING WOMEN'S HEALTH APPS

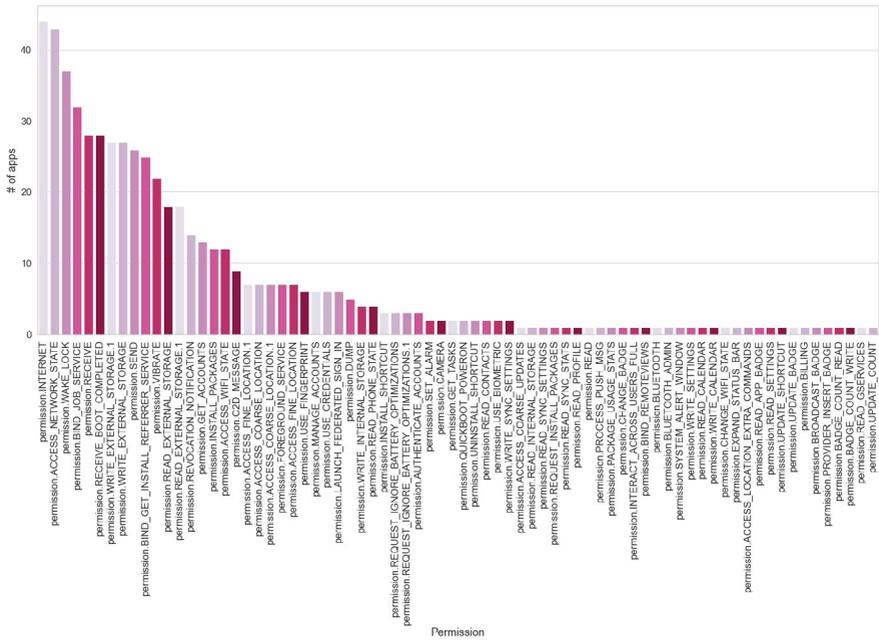
We have carried out several searches in the official Google application store, Google Play Store, to carry out this analysis. To evaluate the state of these applications, we chose to analyze those related to the monitoring of menstruation. The reason is twofold. On the one hand, they are the most

abundant type of female apps within app stores. In addition, they are made of applications that, to carry out their work, should only store information and access it since aspects such as geolocation, for example, should not be required to be able to use it.

We have used keywords like «menstruation», «period», and «women's health» and downloaded the 45 apps that frequently appear under those searches. We investigated the different permissions of the applications to see what each type of application tries to do. When the program is installed, these permissions are evaluated, and the user must authorize them. We extracted and decrypted data from the Android SDK's `AndroidManifest.xml` file using the Android Asset Packaging Tool (`aapt`). After that, we dumped and analyzed the data. We only used the «uses-permission» from all of our information, which specifies the application's permissions.

According to Figure 2, the most common permissions are related to internet access. It should be noted that many of the requested permissions are not directly related to the activity that the application assumes. Several are related to standard practices when developing applications, such as `ACCESS_NETWORK_STATE`. However, from the point of view of privacy, this type of permission can pose a risk since, for example, it grants access to network connections and thus can identify the user's movements pattern, along with other data.

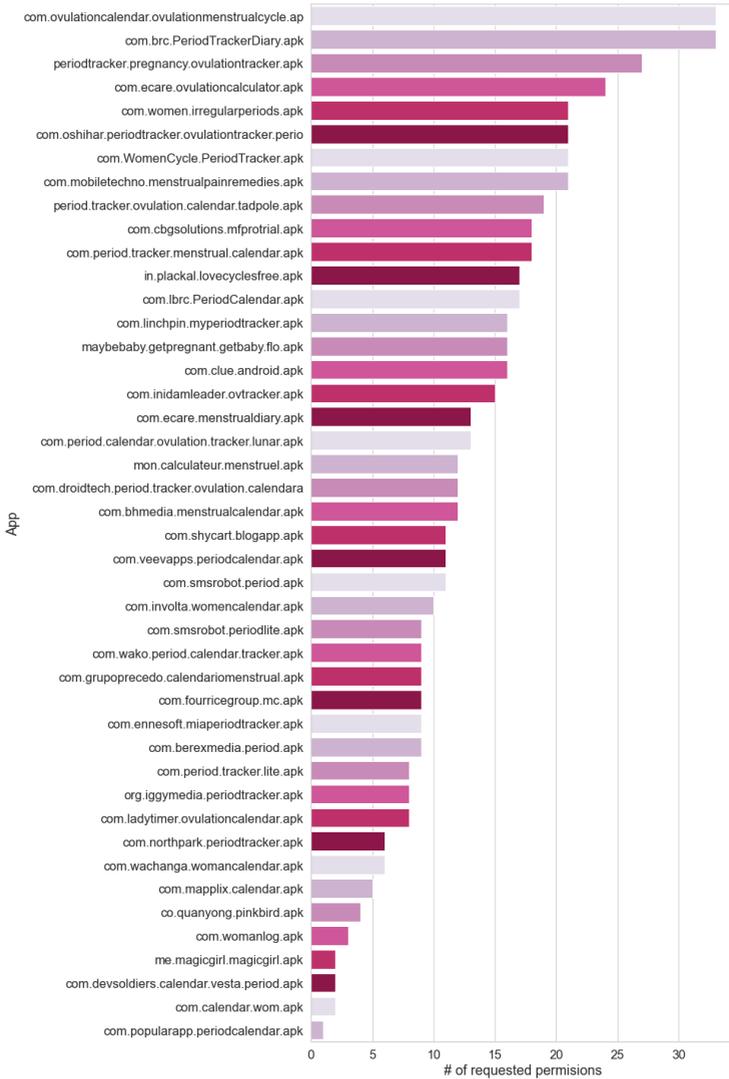
Figure 2. Most requested permissions in the analyzed apps



Source: prepared by authors

On the other hand, we conducted a study regarding the number of permissions of each application (shown in Figure 3). The average number of permits requested is 12.8, and the deviation is 7.7.

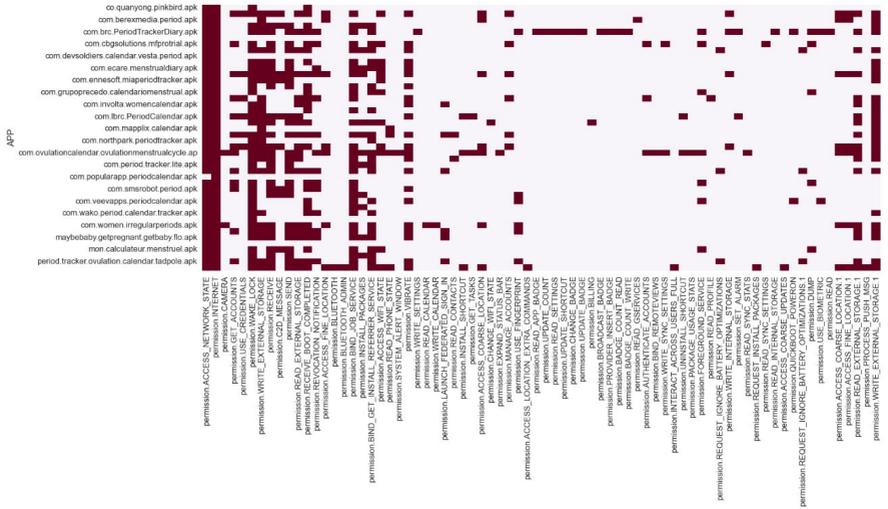
Figure 3. The number of permissions requested by each analyzed app



Source: prepared by authors

We complete the big picture in Figure 4, which shows in detail the permissions requested by each app.

Figure 4. Each app requests permissions



Source: prepared by authors

It is difficult to indicate whether this number of permissions is adequate since it depends mainly on the application’s functionality. To this end, we will analyze the most commonly used permissions. In Table 1, we can see the most used permissions and a description of their objective.

Table 1. Permissions requested and the percentage of apps where this permission appears. Most of these descriptions have been obtained from the official Android documentation (<https://developer.android.com/>)

PERMISSION	% of apps that use this permission	Description
android.permission.INTERNET	100%	Allows applications to open network sockets.
android.permission.ACCESS_NETWORK_STATE	98%	Allows applications to access information about networks.
android.permission.WAKE_LOCK	84%	Allows using PowerManager WakeLocks to keep processor from sleeping or screen from dimming.
android.permission.RECEIVE_BOOT_COMPLETED	64%	Allows an application to receive the Intent. ACTION_BOOT_COMPLETED that is broadcast after the system finishes booting.
com.google.android.c2dm.permission.RECEIVE	64%	Allows apps to accept cloud to device messages sent by the app's service. Using this service will incur data usage. Malicious apps could cause excess data usage.
android.permission.WRITE_EXTERNAL_STORAGE	62%	Allows an application to write to external storage.
com.google.android.finsky.permission.BIND_GET_INSTALL_REFERRER_SERVICE	58%	The RECEIVE receives push notifications, and Firebase uses the BIND_GET_INSTALL_REFERRER_SERVICE to recognize where the app was installed.

android.permission.VIBRATE	51%	Allows access to the vibrator.
com.android.vending.BILLING	47%	Allows apps to process transactions and make in-app purchases through Google Play.
android.permission.READ_EXTERNAL_STORAGE	42%	Allows an application to read from external storage.
android.permission.ACCESS_WIFI_STATE	29%	Allows applications to access information about Wi-Fi networks.
android.permission.GET_ACCOUNTS	29%	Allows access to the list of accounts in the Accounts Service.
android.permission.USE_FINGERPRINT	16%	This constant was deprecated in API level 28. Applications should request USE_BIOMETRIC instead.
android.permission.ACCESS_COARSE_LOCATION	16%	Allows an app to access approximate location.
android.permission.FOREGROUND_SERVICE	16%	Allows a regular application to use Service.start foreground.
android.permission.ACCESS_FINE_LOCATION	16%	Allows an app to access precise location.

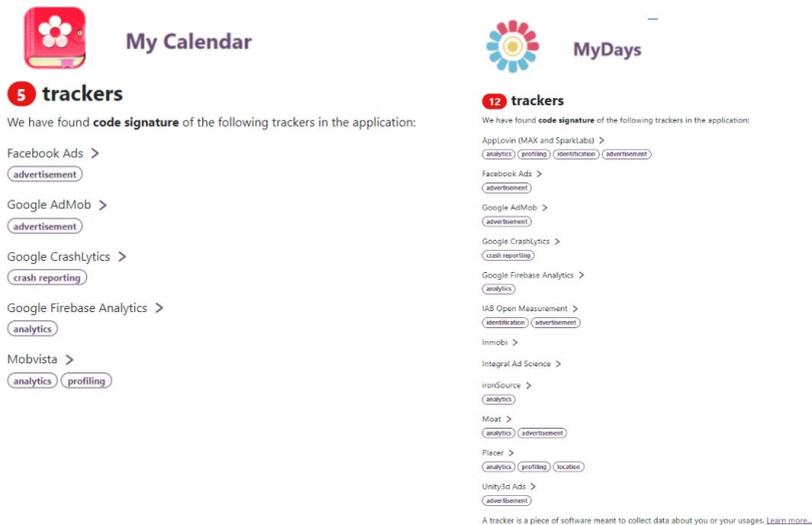
Source: prepared by authors

As we can see, these permissions have little or no relation to an application that, in theory, should only store information about the period and show it to the user. Many of these permissions are typically used in bookstores to collect information about the user, to obtain information about their location, tastes, or mood, thus directing advertising more effectively. These results align with the so-called surveillance capitalism and with how applications today extensively use user data to optimize online advertising. The results also indicate that the different aspects discussed before, such as using health

data to empower women or improve women's perception of their health, are not present in these apps.

To learn more about the inside of these applications, we used the exodus⁶ that allowed us to analyze the type of Source Code that the application has, the libraries it operates, and the number of permissions it requires. Figure 5 shows two applications selected and analyzed with this tool as an example.

Figure 5. Some examples of the number of trackers that have this type of application



Source: Exodus app

We conclude that most women's health applications on the market aim to collect information from users to exploit the information to improve the accuracy of the advertising systems. By requesting permissions that are not necessary for the application, they seek to be able to collect as much information as possible from users. In addition, these applications aim to focus on

6. <https://reports.exodus-privacy.eu.org/>

period and fertility, thus tracking aspects to optimize women's reproductive capacity.

On the other hand, thanks to these applications, a large amount of information is being collected regarding different aspects of women's health that could be used in various types of research with a real impact on women's health.

5. DISCUSSION AND CONCLUSIONS

The field of *femtech* today does not improve women's health or contribute to their empowerment. On the contrary, it seeks to extract an economic return on the data the apps gather and the commercial profiling they can do on women, which is evident from the trackers and data the apps collect. Indeed, this platform's business model is based on the exploitation of user data and pays little regard to user needs or the impact the information gathered could have if shared with third parties. An example of this is consumers abandoning their usual *femtech* apps in search of better privacy after the fall of *Roe v. Wade*, fearing that prosecutors could weaponize health app data, alongside other digital trails of data, in cases related to abortion. The status of these apps is linked to the lack of application of a transformative feminist approach in this field. As a result, stereotypes and biases that contribute to the oppression of women and app narratives are reproduced.

This preliminary study has focused on determining what types of permissions applications request without going into detail about what information they store and how they manage it. Broader research would be needed to decide which data women enter into these apps and to see if this could improve research on women's health. Moreover, qualitative research to deepen the self-perception of women's reproductive rights and health and the accessibility of these apps would be needed. It would also be relevant to evaluate the treatment the technological companies make of that report, i.e., if it is processed locally or sent to their servers.

Several reasons can explain the presence of so many trackers. For example, developers may copy the permissions' configuration file from one application to another, dragging even those unnecessary. However, as we saw, these permissions are oriented to extract user information. In this first

analysis, we have not delved into whether they use these permissions. Still, a preliminary analysis of the existing trackers indicates that the final objective is monetizing the apps.

This new sector must incorporate transformative elements of Bunch's proposal: to identify women's problems beyond bikini medicine and traditional biases. Based on Bunch's recommendation, these applications must be developed from proposals that respect women's dignity and rights, including the right to privacy. One important aspect linked to the potential for feminist transformation of these apps is the gender bias of the technological sector, where women are only the object and barely the subject developing these apps. The growing literature about the gender-biased nature of digital technology showcases the limited representation of women in the sector, which undoubtedly impacts the development of these apps. These biases relate not only to the scarce representation of women but also to the role played by companies and start-ups in the research and innovation sector, resulting in a clear orientation to make profit. Situated knowledge from women technologists could help bring this sector closer to a transformative approach. Finally, despite the advances in the regulation of the technology sector, it is clear that it is necessary to improve the protection instruments, incorporating elements of accessibility and commitment to intersectional approaches.

6. REFERENCES

- American Stroke Association (n.d). *Women and Stroke*. <https://www.stroke.org/en/about-stroke/stroke-risk-factors/women-have-a-higher-risk-of-stroke>
- Baker, S. (2018). We want that for ourselves': how girls and young women are using ICTs to counter violence and demand their rights. *Gender & Development*, 26(2), 283-297. <https://doi.org/10.1080/13552074.2018.1473229>
- Bjørn, P., & Menéndez-Blanco, M. (2019). FemTech: Broadening participation to digital technology development. In *Proceedings of the 27th ACM International Conference on Multimedia* (pp. 510-511). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3343031.3355512>
- Blum, K. (2022, July 7). *Period-tracking apps, online search histories could be scrutinized in post-Roe world*. Association of Health Care Journalists. Center for Excellence in Health Care Journalism. <https://healthjournalism.org/>

[blog/2022/07/period-tracking-apps-online-search-histories-could-be-scrutinized-in-post-roe-world/](https://doi.org/10.1007/s40812-019-00122-0)

- Braña, F. J. (2019). A Fourth Industrial Revolution? Digital Transformation, Labor and Work Organization: A View From Spain. *Journal of Industrial and Business Economics*, 46(3), 415-430. <https://doi.org/10.1007/s40812-019-00122-0>
- Brown, E. A. (2021). The Femtech Paradox: How Workplace Monitoring Threatens Women's Equity. *Jurimetrics*, 61(3), 289-329.
- Bunch, C. (1990). Women's Rights as Human Rights: Toward a Re-vision of Human Rights. *Human Rights Quarterly*, 12(4), 486-498. <https://doi.org/10.2307/762496>
- Caroli, E., & Weber-Baghdiguián, L. (2016). Self-reported Health and Gender: The Role of Social Norms. *Social Science & Medicine*, 153, 220-229. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2016.02.023>
- Castaño-López, E. E. (2006). Publicaciones sobre mujeres, salud y género en España (1990-2005). *Revista española de salud pública*, 80(6), 705-716. <https://doi.org/10.1590/S1135-57272006000600010>
- Crenshaw, K. (1991). Mapping the margins: intersectionality, identity politics, and violence against women of color. *Stanford Law Review*, 43, 1241-1299. <https://doi.org/10.2307/1229039>
- De Vido, S. (2020). Gender inequalities and violence against women's health during the COVID-19 pandemic: an international law perspective. *BioLaw Journal-Rivista di BioDiritto*, 3, 77-105. <https://doi.org/10.7765/9781526124982>
- D'Ignazio, C., & Klein, L. F. (2020). *Data Feminism*. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/11805.001.0001>
- European Society of Cardiology. (n.d.). *Cardiovascular Disease in Women: Reducing the gender gap in prevention, diagnosis and treatment of cardiovascular disease*. <https://www.escardio.org/The-ESC/Advocacy/women-and-cardiovascular-disease>
- Ford, A., De Togni, G., & Miller, L. (2021). Hormonal Health: Period Tracking Apps, Wellness, and Self-Management in the Era of Surveillance Capitalism. *Engaging Science, Technology, and Society*, 7(1), 48-66. <https://doi.org/10.17351/ests2021.655>
- Gemmati, D., Varani, K., Bramanti, B., Piva, R., Bonaccorsi, G., Trentini, A., Manfrinato, M. C., Tisato, V., Carè, A., & Bellini, T. (2020). Bridging the Gap: Everything that Could Have Been Avoided If We Had Applied Gender Medicine, Pharmacogenetics and Personalized Medicine in the Gender-omics

- and Sex-omics Era. *International Journal of Molecular Sciences*, 21(296), 1-36. <https://doi.org/10.3390/ijms21010296>
- Genzorova, T., Corejova, T., & Stalmasekova, N. (2019). How Digital Transformation Can Influence Business Model, Case Study for Transport Industry. *Transportation Research Procedia*, 40, 1053-1058. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2019.07.147>
- Gil-Lacruz, M., & Gil-Lacruz, A. I. (2010). Health Perception and Health Care Access: Sex differences in behaviors and attitudes. *American Journal of Economics and Sociology*, 62(9), 783-801. <https://doi.org/10.1111/j.1536-7150.2010.00723.x>
- Gilman, M. E. (2021). Periods for profit and the rise of menstrual surveillance. *Columbia Journal of Gender and Law*, 41, 100-113. <https://doi.org/10.52214/cjglv41i1.8824>
- Gulati, M. (2017a). Improving the cardiovascular health of women in the nation: moving beyond the bikini boundaries. *Circulation*, 135(6), 495-498. <https://doi.org/10.1161/CIRCULATIONAHA.116.025303>
- Gulati, M. (2017b, 17). Women and CV Disease: Beyond the Bikini. *Cardiology Magazine*. Obtenido de: <https://www.acc.org/latest-in-cardiology/articles/2017/05/15/15/women-and-cv-disease-beyond-the-bikini>
- Harnois, C. (2008). Representing feminisms: Past, present, and future. *NWSA Journal*, 20(1), 120-145.
- Hendl, T., & Jansky, B. (2022). Tales of self-empowerment through digital health technologies: a closer look at «Femtech». *Review of Social Economy*, 80(1), 29-57. <https://doi.org/10.1080/00346764.2021.2018027>
- Holdcroft, A. (2007). Gender bias in research: How does it affect evidence-based medicine? *Journal of the Royal Society of Medicine*, 100, 2-3. <https://doi.org/10.1177/014107680710000102>
- Imtiaz, S., & Kim, D. (2019). Digital transformation: Development of new business models in the tourism industry. *Culinary Science & Hospitality Research*, 25(4), 91-101. <https://doi.org/10.20878/cshr.2019.25.4.010>
- Institute for Health Metrics and Evaluation (IHME). (2020). The Global Burden of Disease (GBD). *The Lancet*, 396(10258), 1129-1306. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)32131-0](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)32131-0)
- Jackson, G. (2019). *Pain and Prejudice: a Call to Arms for Women and Their Bodies*. Hachette.

- Johnson, M. E. (2021). Asking the Menstruation Question to Achieve Menstrual Justice. *Columbia Journal of Gender and Law*, 41 (1) 158-168. <https://doi.org/10.52214/cjgl.v41i1.8830>
- Logan, J., Kennedy, P., & Catchpoole, D. (2021). The untapped social impact of artificial intelligence for breast cancer screening in developing countries: a critical commentary of deepmind. *Innovations in Digital Health, Diagnostics, and Biomarkers*, 1(2), 29-32. <https://doi.org/10.36401/IDDB-20-07>
- López Belloso, M. (2021). Nuevas tecnologías para la promoción y defensa de los derechos humanos. *Revista Española de Derecho Internacional*, 73(1), 137-164. <https://doi.org/10.17103/redi.73.1.2021.1.05>
- McKinney, S. M., Sieniek, M., Godbole, V., Godwin, J., Antropova, N., Ashrafian, H., Back, T., Chesus, M., Corrado, G.S., Darzi, A., Etemadi, M., García-Vicente, F., Gilbert, F.J., Halling-Brown, M., Hassabis, D., Jansen, S., Karthikesalingam, A., Kelly, C.J., King, D., ... Shetty, S. (2020). International evaluation of an AI system for breast cancer screening. *Nature*, 577, 89-94. <https://doi.org/10.1038/s41586-019-1799-6>
- McMillan, C. (2021). Monitoring female fertility through 'Femtech': The need for a whole-system approach to regulation. *Medical Law Revire*, 30(3), 1-24. <https://doi.org/10.1093/medlaw/fwac006>
- Mehran, R., Vogel, B., Ortega, R., Cooney, R., & Horton, R. (2019). The Lancet Commission on women and cardiovascular disease: time for a shift in women's health. *The Lancet*, 393(10175), 967-968. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(19\)30315-0](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(19)30315-0)
- Merone, L., Tsey, K., Russell, D., & Nagle, C. (2022). Sex Inequalities in Medical Research: A Systematic Scoping Review of the Literature. *Women's Health Reports*, 3(1), 49-59. <https://doi.org/10.1089/whr.2021.0083>. Erratum: Merone, L., Tsey, K., Russell, D., & Nagle, C. (2022). *Women's Health Reports*, 3(1), 344. <https://doi.org/10.1089/whr.2021.0083>
- National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, Division for Heart Disease and Stroke Prevention. (2022, mayo). *Women and Stroke*. Centers for Disease Control and Prevention. <https://www.cdc.gov/stroke/women.htm>
- OECD. (2017). *Panorama de la Salud 2015: Indicadores de la OCDE*. Paris/Cámara Nacional de la Industria Farmacéutica. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264270626-es>

- Rosa, C. (2019). The future is femtech: Privacy and data security issues surrounding femtech applications. *Hastings Bus. LJ*, 15, 319-341.
- Services, U. D. (2001, Mayo). *Women's Health Issues: an Overview*. National Women Health Information Centre. https://commed.vcu.edu/IntroPH/MCH/Office_on_Women's_Health.pdf
- Shai, A., Koffler, S., & Hashiloni-Dolev, Y. (2021). Feminism, gender medicine and beyond: a feminist analysis of «gender medicine». *International Journal for Equity in Health*, 20(177), 1-11. <https://doi.org/10.1186/s12939-021-01511-5>
- Sood, R., Jenkins, S. M., Sood, A., & Clark, M. M. (2019). Gender Differences in Self-perception of Health at a Wellness Center. *American Journal of Health Behavior*, 43(6), 1129-1135. <https://doi.org/10.5993/AJHB.43.6.10>
- Thaler, A. (2022). Saving lives with gender studies? Putting technofeminism into practice. *International Conference on Gender Research*, 5(1), 215-221. <https://doi.org/10.34190/icgr.5.1.210>
- United Nations (1995). *Beijing Declaration and Platform for Action*. <https://www.unwomen.org/es/digital-library/publications/2015/01/beijing-declaration>
- Vaamonde, M. (2019). Feminismo y democracia. La Torre del Virrey. *Revista de estudios culturales*, 25(1), 191-202.
- Wiederhold, B. K. (2021). Femtech: Digital Help for Women's Health Care Across the Life Span. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(11), 697-698. <https://doi.org/10.1089/cyber.2021.29230.editorial>
- Wynants, L., Van Calster, B., Collins, G.S., Riley, R.D., Heinze, G., Schuit, E., Albu, E., Bellou, V., Bonten, M., Dahly, D.L., Damen, J.A., Debray, T.P.A., de John, V., De Vos, M., Dhiman, P., Ensor, J., Gao, S., Haller, M.C., Harhay, M., ... van Smeden, M. (2020). Prediction models for diagnosis and prognosis of COVID-19: systematic review and critical appraisal. *BMJ* 2020, 369. <https://doi.org/10.1136/bmj.m1328>
- Zurayk, H., Myntti, C., Salem, M. T., Kaddour, A., el-Kak, F., & Jabbour, S. (2007). Beyond Reproductive Health: Listening to Women About Their Health in Disadvantaged Beirut Neighborhoods. *Health Care for Women International*, 28(7), 614-637. <https://doi.org/10.1080/07399330701462017>

ANÁLISIS DE LOS EFECTOS DEL *FRAMING* AUDIOVISUAL DE LAS Y LOS CANDIDATOS EN LAS ELECCIONES DE LA COMUNIDAD DE MADRID DE 2021¹

ANALYSIS OF VISUAL FRAMING EFFECTS OF POLITICAL CANDIDATES IN THE 2021 MADRID REGIONAL ELECTION

DAVID PARDO GIMILIO

DIEGO ÁLVAREZ SÁNCHEZ

Authors / Autores:

David Pardo Gimilio
 Universitat Politècnica de València, València,
 España
dapargi@upv.es
<https://orcid.org/0000-0001-5542-7499>

Diego Álvarez Sánchez
 Universitat Politècnica de València, València,
 España
dalvarez@upv.es
<https://orcid.org/0000-0002-4423-4904>

Submitted / Recibido: 25/05/2022

Accepted / Aceptado: 25/10/2022

To cite this article / Para citar este artículo:

Pardo Gimilio, D. y Álvarez Sánchez, D. (2023). Análisis de los efectos del *framing* audiovisual de las y los candidatos en las elecciones de la Comunidad de Madrid de 2021. *Feminismo/s*, 42, 121-152. Women, data and power. Insights into the platform economy [Monographic dossier]. Miren Gutiérrez (Coord.). <https://doi.org/10.14198/fem.2023.42.05>

Licence / Licencia:

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International.



© David Pardo Gimilio y Diego Álvarez Sánchez

Resumen

Este estudio parte de la teoría del *framing* para analizar el pluralismo mediático en las coberturas electorales y estudiar los efectos cognitivos en las audiencias. Primero, se utiliza el análisis de contenido cuantitativo para caracterizar la utilización de los códigos mediáticos empleados en la representación audiovisual de las y los candidatos. El análisis se realiza sobre los informativos de mediodía emitidos por La 1, Antena 3, Telecinco y La Sexta, durante la campaña electoral a la Asamblea de Madrid, 2021. Y segundo, se estudian los efectos asociados al *framing* audiovisual. Para ello se realiza una investigación experimental en una población de jóvenes votantes a través de la confección de ocho piezas informativas. El trabajo adopta una perspectiva de género para determinar los sesgos tanto en el

1. Este artículo ha sido generado como parte del programa de investigación ARES (Análisis de Resistencias Antifeministas), apoyado por la Agencia Estatal de Investigación de España.

framing audiovisual como en sus efectos. Los resultados constatan la diversidad editorial de las cadenas privadas y el cumplimiento de las restricciones legales en las públicas. Asimismo, contrastan hasta qué punto los medios reflejan el peso político de las candidaturas en función de sus apariciones en los bloques dedicados a sus partidos. Se aprecian también diferencias en la utilización de los códigos mediáticos, pero no aparece intencionalidad editorial. Finalmente, no se deduce un efecto de los códigos mediáticos analizados en los hombres participantes en la valoración de los candidatos o candidatas; pero la valoración del candidato masculino en los grupos de mujeres sí refleja un efecto significativo. El tipo de enfoque de la pieza informativa es la condición que impacta en estas valoraciones.

Palabras clave: *framing* audiovisual; *priming*; efectos cognitivos; sesgo de género; cobertura electoral; informativos televisión.

Abstract

This study analyzes media pluralism in electoral coverage based on framing theory and studies the cognitive effects on audiences. First, we use quantitative content analysis to characterize the use of media codes used in the audio-visual representation of the candidates. We include the mid-day television news broadcast by La 1, Antena 3, Telecinco, and La Sexta, cast during the election campaign for the Madrid Assembly, 2021. And second, we address the study of the effects associated with audio-visual framing. An experimental investigation is carried out, with a factorial design, in a population of young voters and eight informative pieces. In both cases, the work adopts a gender perspective to determine the possible biases in the audio-visual framing and the effects caused. The results show differences in the media coverage. Thus, they confirm the editorial diversity of private channels. Simultaneously, they corroborate compliance with legal restrictions in the public broadcaster. Likewise, they contrast to what extent the media reflect the political weight of the different candidacies based on their appearances in the blocks dedicated to their parties. Concerning gender bias in audio-visual framing, we observe some differences in the use of media codes but no editorial intentionality. Finally, we cannot deduce that the analyzed media codes impact the men participating in the evaluation of the candidates. In contrast, the assessment of the male candidate in the groups of women reflects a significant effect. The type of approach of the informative piece is the condition that impact these evaluations.

Keywords: audio-visual framing; priming; cognitive effects; genre bias; campaign media coverage; newscasts.

1. INTRODUCCIÓN

La celebración de elecciones libres está en la base de la democracia representativa. Su carácter competitivo introduce la relación en el espacio de la comunicación electoral de partidos políticos, ciudadanía y medios de comunicación. En este contexto, los medios de comunicación se convierten en el espacio para la transmisión de los mensajes de las diferentes opciones políticas erigiéndose en la fuente de información primaria sobre las diferentes candidaturas (Council of Europe, 2005). Ahora bien, para que esta contribución sea positiva, resulta imprescindible salvaguardar el pluralismo político en los medios, tanto interno como externo. En el primer caso, referido a la medida en que los medios reflejan puntos de vista de todo el espectro político de las sociedades. Y, en el segundo, referido a la independencia de la propiedad y gestión de los medios de cualquier tipo de interferencia política.

La importancia de contar con medios plurales se ve reflejada en la diversidad de trabajos de investigación en este campo. Así, el estudio del pluralismo mediático cuenta con proyectos de referencia como el *Media Pluralism Monitor* (MPM) desarrollado desde 2011 por el *Centre for Media Pluralism and Media Freedom* (CMPF), o los trabajos del Observatorio de Calidad de la Información en Televisión de la Universidad Complutense de Madrid sobre la calidad de la información en televisión, entre otros.

Sin embargo, a pesar de los avances metodológicos en la monitorización de medios, los indicadores que miden en España la *autonomía editorial* y la *independencia política de los medios* se encuentran en un nivel de riesgo medio. Entre las principales amenazas se encuentran la excesiva editorialización en la cobertura de determinadas opciones políticas e ideológicas, o la falta de representación en los medios de otras posiciones u opiniones políticas (European Commission, 2009). De hecho, persisten las quejas por el sesgo político y la manipulación progubernamental de los medios de comunicación públicos (European University Institute, 2021). Además, estas situaciones se incrementan durante los periodos electorales.

A esta situación, hay que sumar que el espacio de la política ha sido tradicionalmente un espacio dominado por el género masculino y marcado por los estereotipos de género más perjudiciales para la mujer (Gómez-Escalonilla et al., 2008). Una cuestión que ha llevado a la implantación de medidas como

las cuotas 40/60 o las listas cremallera². Hasta la fecha, estas iniciativas han servido para aumentar la participación de mujeres en los distintos ámbitos del poder político (INE, 2021) y, como consecuencia, su presencia en los medios de comunicación. Sin embargo, esta realidad lejos de ser reproducida por los medios con un tratamiento mediático similar a los hombres y a las mujeres está marcada, como apunta Asunción Bernárdez (2010), por la persistencia de las diferencias que alejan la igualdad en la representación. A lo que podemos sumar una cobertura sesgada de las mujeres políticas, con una menor cantidad de cobertura, mayor énfasis en asuntos personales que en su posicionamiento político, o la asociación con rasgos de personalidad negativos (Fernández-García, 2012). En este contexto, el presente trabajo contribuye, desde la perspectiva de género, al análisis del pluralismo político de los medios españoles en las coberturas electorales incorporando la dimensión audiovisual y el estudio de efectos.

2. PERSONALIZACIÓN DE LA POLÍTICA Y *FRAMING* AUDIOVISUAL

El estudio propuesto se desarrolla en un momento en el que la comunicación política ha visto cómo las campañas electorales están marcadas por la modernización constante de las técnicas de comunicación. Así, los partidos han pasado de una lógica de partido centrada en ellos mismos a una lógica de los medios centrada en la televisión (Cushion y Thomas, 2018; Paniagua, 2004).

Esta evolución y actualización de las prácticas comunicativas en nuestro país está en línea con la tendencia de «americanización» seguida por los países de nuestro entorno, y se caracteriza por la profesionalización de los partidos políticos, el empleo de las técnicas y herramientas del marketing comercial y la personalización (Sánchez, 2009). Este último aspecto sitúa a las y los líderes políticos en el centro del proceso político y condiciona la elección de las personas que ocupan las candidaturas. Así, se prima por aquellos perfiles con mejores habilidades para comunicar a través de los medios de

2. Las cuotas 40/60 están recogidas en la Ley Orgánica del Régimen Electoral General (LOREG) y tienen como objetivo evitar candidaturas donde alguno de los sexos represente menos del 40 por ciento de las listas electorales. Las listas cremallera solo han sido adoptadas por algunos partidos y sirven para alternar la posición entre los sexos en estas listas.

comunicación de masas. De hecho, la televisión se presenta habitualmente como un motor de la personalización de la política. Podría decirse que las características de este medio visual acentúan la personalidad a expensas de objetivos programáticos sustantivos, minimizando los vínculos partidistas y la ideología como determinantes del voto a favor de las evaluaciones de quienes representan a los partidos (Garzia et al., 2020). Así, las y los candidatos no solo deben presentar planes de gobierno creíbles en diferentes áreas, además deben proyectar rasgos de personalidad atractivos para el electorado.

De esta manera, siguiendo los indicadores recogidos en el *Media Pluralism Monitor* de la UE, resulta pertinente examinar el sesgo político de los medios de comunicación en la representación (positiva o negativa) de las y los candidatos de las formaciones políticas. Y, a tenor de las diferencias en la representación de hombres y mujeres comentadas, consideramos necesario añadir el análisis de los sesgos de género. Esta es una propuesta en línea con la investigación dentro de los estudios de género sobre la imagen de las mujeres políticas en los medios (entre otros, Carrascosa, 2020; Fernández-García, 2016; Fernández García, 2018; Fernández-Rovira y Giraldo-Luque, 2022; Haraldsson y Wängnerud, 2019; Instituto Oficial de Radio y Televisión de RTVE, 2005; Matud et al., 2019).

Centrados en el entorno audiovisual, la llegada de la hipertelevisión ha supuesto la fusión del género informativo con la ficción, el espectáculo y la publicidad (Domínguez-Quintas y Arévalo-Iglesias, 2020; Gordillo, 2009; Gordillo et al., 2012). Concretamente, la espectacularización de la información política se caracteriza por acentuar la imagen, personalidad y carisma de las y los candidatos (personalización) junto a constantes apelaciones a la emoción (dramatización) (Miguel-Sáez de Urabain et al., 2017). En este contexto, la representación que realizan los medios se traduce en la utilización de códigos mediáticos propios de la narrativa audiovisual (Castillo, 2016; Soengas, 2003) con el objetivo de construir o sugerir un significado determinado en los productos mediáticos (Knite, 2022). Así, Jeffres (1997) o Perse (2001) (como se citó en Igartúa, 2006) indican la utilización de rasgos formales (códigos mediáticos) para provocar efectos independientes de los estipulados por los contenidos. Entre los códigos mediáticos utilizados por los medios se incluyen códigos simbólicos como la actuación, el escenario, el color o la puesta en escena; técnicos, como el uso de la cámara, la edición,

la iluminación, el sonido o los efectos especiales; y escritos, como los textos o los diálogos (Block, 2008; Fernández y Martínez, 2007; Sánchez, 2006; Young, 2017).

Desde el punto de vista teórico, este proceso de representación se puede estudiar desde el enmarcado o *framing* audiovisual (Glück, 2018; Grabe y Bucy, 2010; Rodríguez y Dimitrova, 2011). Siguiendo la definición de Robert Entman (1993), este proceso hace referencia al énfasis de algunos aspectos de un candidato o candidata sobre otros de tal forma que promueven una evaluación determinada mediante estímulos audiovisuales. Por tanto, la teoría del *framing* o enmarcado resulta particularmente útil para entender el papel de los medios en la vida política y los efectos en nuestra forma de comprender esta realidad (Rees, 2001). Concretamente, situamos el proceso de *framing* audiovisual en el segundo nivel de la teoría de establecimiento de la agenda (*agenda-setting*) donde se examina la importancia de los atributos (*attribute salience*), cualidades y características que describen a las y los candidatos en las noticias (Wu y Coleman, 2009). En particular, dentro de la dimensión sustantiva relativa a cuestiones relacionadas con la ideología y posicionamiento sobre problemas específicos, experiencia y rasgos de personalidad (McCombs et al., 1997).

De especial interés son los resultados de las investigaciones sobre los efectos del segundo nivel de la *agenda-setting* que establecen que los atributos de las y los candidatos, como los estereotipos masculinos y femeninos (Bauer y Carpinella, 2018), son transmitidos desde los medios hacia las audiencias. A su vez, la teoría del *priming*, considerada como una consecuencia política de la *agenda-setting* (Price y Tewksbury, 1997; Scheufele, 2000; Weaver, 2007), permite explicar el proceso por el cual la cobertura de los medios influye en los criterios que la audiencia utiliza para evaluar a las y los candidatos (Iyengar, 1994). Por lo tanto, la forma en que se enmarcan audiovisualmente articula diferentes niveles de conexión entre estos y el electorado (efectos actitudinales), afecta a la percepción de los rasgos de personalidad (efectos cognitivos) y crea impresiones que afectan al apoyo electoral (efectos conductuales) (Grabe y Bucy, 2010)³.

3. La clasificación como efectos actitudinales, cognitivos y conductuales ha sido introducida por los autores de este artículo. No pertenecen a Grabe y Bucy (2010).

El reconocimiento de la influencia de los medios de comunicación en los procesos electorales tiene su reflejo en la gran cantidad de estudios e investigaciones en el campo de la comunicación. La mayor parte de los estudios aplicados sobre la teoría del *framing* se limitan a la descripción tanto de aspectos verbales (entre otros, Aaldering y Van Der Pas, 2020; Fenoll y Rodríguez-Ballesteros, 2017; Valera-Ordaz et al., 2022) como visuales (*framing visual*) (entre otros, Chihu, 2021; Chihu y González, 2022; o Stewart et al., 2019). En el primer caso, se centran en el tipo de enfoque aplicado en las coberturas (estratégico-problemas o temático-episódico) (Boukes, 2022; Lavery, 2013). A su vez, en el segundo caso, el foco recae generalmente en el análisis de códigos mediáticos de tipo simbólico, como el lenguaje no verbal de las y los candidatas (Boxel, 2021) de tipo técnico, como el ángulo de la cámara o el plano (Haim y Jungblut, 2021; Maier et al., 2021) y de tipo escrito para determinar el enfoque. Sin embargo, las investigaciones dirigidas a identificar la relación entre los elementos que conforman el enmarcado audiovisual de candidatas y candidatas con los efectos cognitivos y actitudinales sobre el electorado en España son, hasta donde nosotros sabemos, prácticamente inexistentes. A su vez, el estudio realizado por Gloria Gómez-Escalonilla (2021) sobre los métodos y técnicas de investigación utilizados en los estudios sobre comunicación en España en los últimos 10 años, demuestra que los métodos experimentales se utilizan más bien poco en las prácticas investigadoras, en comunicación (2% de los proyectos analizados).

3. OBJETIVOS

En el presente estudio enfocamos nuestro interés en la cobertura electoral y el papel de los medios de comunicación como intermediadores de las propuestas electorales. Específicamente, en la concreción audiovisual del pluralismo político con el fin de extender los parámetros clásicos que definen el pluralismo mediático para incluir el pluralismo audiovisual en televisión. Según el último estudio sobre la percepción de la televisión en abierto en España (UTECA, 2021), esta forma de consumo televisivo es considerado el medio más utilizado para informarse (74.6% personas encuestadas). A su vez, se sitúa entre los medios convencionales preferidos para informarse frente a las redes sociales (80.2% personas encuestadas).

En este sentido, el primer objetivo se centró en describir el enmarcado audiovisual que las cadenas de televisión generalistas realizan de las y los candidatas en las elecciones regionales. Así, en línea con los riesgos apuntados al pluralismo mediático en España, se partió de la idea que las cadenas analizadas usan de forma diferenciada los códigos mediáticos en la composición de las piezas informativas de la cobertura electoral.

Por otro lado, nuestro interés se centró en identificar posibles sesgos de género en el *framing* audiovisual en las coberturas electorales. Y, de esta forma, comprobar si persisten las diferencias en el tratamiento que los medios conceden a los políticos en función del género (Gómez-Escalonilla et al., 2008). Al fin y al cabo, el *framing* audiovisual puede transmitir significados que, transmitidos de manera verbal, podrían resultar inapropiados (Messaris y Abraham, 2001). Sin embargo, proponemos ampliar los estudios sobre los estereotipos sexistas en la representación de las mujeres políticas (por ejemplo, Marañón et al., 2021), y centrar el análisis en las diferencias de género que pudieran darse en los códigos mediáticos empleados en las coberturas electorales.

Con el fin de trascender la investigación de carácter descriptivo, incluimos como segundo objetivo el estudio de los efectos cognitivos que el tratamiento audiovisual tuvo sobre las audiencias. En concreto, identificar las asociaciones entre los códigos mediáticos del *framing* audiovisual y la valoración de los rasgos de personalidad que la audiencia asociaba con las y los candidatas de los partidos incluidos en la cobertura electoral, con especial atención a las diferencias entre géneros, tanto de las personas evaluadas como evaluadoras. Y, de esta forma, aportar evidencias empíricas que permitan estudiar los efectos de los códigos mediáticos.

4. DISEÑO METODOLÓGICO

4.1. Análisis de contenido

4.1.1. Muestra y unidad de análisis

Para determinar las diferencias del enmarcado audiovisual se seleccionaron cadenas de ámbito nacional que partieran de valores noticiosos similares en la selección, priorización, tratamiento y valoración de las coberturas electorales. A partir de ahí, se realizó un análisis de contenido de los informativos

de mediodía de las cadenas La 1, Antena 3, Telecinco y La Sexta emitidos durante la campaña electoral a las elecciones de la Comunidad de Madrid entre el 18 de abril de 2021 y el 3 de mayo de 2021. En total se analizaron 16 informativos de cada una de las cadenas. Así, la muestra estuvo conformada por 64 informativos.

Se realizó una primera fase de análisis para extraer de cada informativo la sección correspondiente a la cobertura electoral. Este proceso de selección dio como resultado 64 piezas informativas con una duración total aproximada de 248 minutos. En una segunda fase, se revisaron cada una de las piezas seleccionadas con el objetivo de localizar los bloques informativos correspondientes a cada uno de los partidos en contienda (PSOE, Partido Popular, Más Madrid⁴, Unidas Podemos⁵, Ciudadanos, y VOX). Este proceso dio lugar a que se localizaran 382 bloques en los que se hablaba de un partido en concreto o de varios de forma simultánea. Finalmente, se llevó a cabo la identificación y selección de las apariciones en pantalla de las y los candidatos reconocibles visualmente: Ángel Gabilondo (PSOE), Isabel Díaz Ayuso (Partido Popular), Mónica García (Más Madrid), Pablo Iglesias (Unidas Podemos), Edmundo Bal (Ciudadanos) y Rocío Monasterio (VOX). Este proceso dio lugar a que se identificaran un total de 1840 unidades de análisis.

4.1.2. Libro de códigos

La operacionalización del *framing* audiovisual se concretó en la identificación de los códigos mediáticos empleados por las diferentes cadenas para representar a las y los candidatas en pantalla. Para ello, se realizó una inmersión cualitativa (Igartúa y Humanes, 2004) en una muestra conformada por las tres primeras coberturas electorales de cada cadena con el fin de determinar la utilización de códigos mediáticos y las variaciones entre las coberturas de las diferentes candidaturas. A partir de ahí, en línea con el marco teórico descrito, y en línea con las investigaciones en este campo, se identificaron cinco códigos mediáticos: tres de tipo simbólico (actuación, localización y puesta en escena), uno de tipo técnico (tipo de plano) y uno de tipo escrito

4. Candidatura conjunta de la coalición formada por Más Madrid y Verdes-Equo.

5. Candidatura conjunta de la coalición formada por Unidas Podemos e Izquierda Unida.

(enfoque de la cobertura). A su vez, debido al contexto extraordinario de la campaña electoral marcada por el COVID-19, se incluyó un código específico de tipo simbólico, no presente en otras investigaciones, para la representación de las y los candidatas utilizando mascarilla. A través de ellos se pretendió capturar la representación que las cadenas de televisión realizaron de las y los candidatas según las siguientes variables:

- a. Candidato o candidata. Se identificó el nombre del candidato o candidata que aparecía en la unidad de análisis (1=Ángel Gabilondo; 2=Isabel Díaz Ayuso, 3=Mónica García; 4=Pablo Iglesias; 5=Edmundo Bal; 6=Rocío Monasterio).
- b. Tipo de plano. Se examinó el número de personas que aparecían de forma clara en la unidad de análisis. Se valuó si solo aparecía el candidato o candidata, o si aparecía con más personas (0=Plano individual; 1=Plano grupal).
- c. Personas aplaudiendo. Se analizó si en la unidad de análisis se veían personas aplaudiendo, incluyendo al candidato o candidata. Se valuó basándose en esta circunstancia (0=Sin personas aplaudiendo; 1=Con personas aplaudiendo).
- d. Uso de mascarilla. El uso de la mascarilla en lugares públicos era obligatorio únicamente si no podía mantenerse la distancia de seguridad. Se analizó si el candidato o candidata aparecía utilizando mascarilla o no (0=Sin mascarilla; 1=Con mascarilla).
- e. Candidato o candidata hablando. Se analizó si el candidato o candidata aparecía hablando y sus palabras eran transmitidas a las y los espectadores, sin ningún tipo de locución por parte del medio⁶ (0=Sin hablar; 1=Hablando).
- f. Localización. Se analizó el espacio donde transcurría la unidad de análisis. Se valuó si se trataba de un espacio donde el acceso era controlado de alguna forma o si se trataba de un espacio al que la ciudadanía podía acceder libremente (0=Espacio restringido; 1=Espacio público).

6. Similar al «tiempo de palabra» empleado por el Consejo del Audiovisual de Cataluña para la observancia del pluralismo en los informativos.

- g. Enfoque. Se analizó el enfoque empleado en la unidad de análisis. Se determinó si en el conjunto de la pieza en la que se incluía la unidad de análisis se enfatizaban estrategias y tácticas para ganar la contienda electoral o se abordaban propuestas a los problemas de la ciudadanía (0=Enfoque estratégico; 1=Enfoque políticas públicas).

4.1.3. Codificación

La codificación fue realizada por uno de los miembros del equipo utilizando el programa ATLAS.ti 9.1. Posteriormente, con el objetivo de determinar la fiabilidad del proceso de codificación (*intercoder reliability*), otro miembro del equipo realizó un segundo análisis sobre aproximadamente un 22.5% de las unidades de análisis seleccionadas aleatoriamente de dos piezas informativas de cada cadena (415 apariciones en pantalla). La fiabilidad intercodificadores se calculó utilizando el α de Krippendorff mediante el procedimiento *Inter-Coder Agreement* (ICA) del software ATLAS.ti, arrojando una media (en las 7 variables consideradas) de 0.94 y un rango de [0.82-0.99].

A partir de la codificación realizada se obtuvieron datos complementarios utilizando la herramienta de consulta disponible en ATLAS.ti. Así, se analizó si la aparición del candidato o candidata se realizaba dentro del bloque informativo de su partido político. Igualmente, se obtuvieron las duraciones de cada una de las unidades de análisis y bloques informativos dedicados a los partidos políticos.

4.2. Diseño experimental

Para abordar el estudio de los efectos asociados al *framing* audiovisual se realizó una investigación experimental con un diseño factorial, con tres variables independientes de dos niveles cada una (2^3) y medidas independientes. Basándose en los resultados obtenidos en el análisis de contenidos, se decidió comprobar el efecto de la forma de mostrar en pantalla a las y los candidatas sobre la percepción de sus rasgos de personalidad. Para ello, se seleccionaron los códigos mediáticos analizados con mayor frecuencia en proyectos de investigación sobre los efectos del *framing*, considerando, a su vez, las diferencias por género. En este sentido, se manipularon tres variables independientes para determinar el efecto principal y de interacción

entre el tipo de plano empleado (plano individual o plano grupal), el enfoque de la pieza (estratégico o políticas públicas), y el género del candidato evaluado (masculino o femenino). A su vez, con el fin de garantizar la validez interna se estableció como medida de control la reducción del impacto de valoraciones previas por parte de los sujetos que pudieran «introducir un sesgo en los resultados finales» (Igartúa, 2006, p.337). De esta forma, se seleccionaron dos candidaturas para representar ambos géneros, *a priori* poco conocidas fuera de la Comunidad de Madrid: Mónica García (Más Madrid) y Edmundo Bal (Ciudadanos). Esta circunstancia se validó mediante el formulario diseñado para la recogida de datos de las personas participantes en el estudio.

Como variable dependiente, siguiendo el estudio realizado por Mandell y Shaw (1973), se utilizó la percepción del candidato o candidata medida a través de un diferencial semántico⁷ estructurado en las dimensiones Evaluación-Potencia-Actividad (EPA). Cada una de las dimensiones estuvo conformada por tres pares de adjetivos antónimos evaluados con escalas de 7 puntos, siendo 1 la puntuación en el extremo más desfavorable y 7 el más favorable. Así, en la dimensión «evaluación» se incluyeron «antipático/a-simpático/a», «ingenuo/a-astuto/a», e «insincero/a-sincero/a»; en la dimensión «potencia» se incluyeron «débil-fuerte», «cobarde-valiente» e «intransigente-transigente»; y, por último, en la dimensión «actividad» se incluyeron «ineficiente-eficiente», «imprudente-prudente» y «distante-cercano/a». A partir de las respuestas recibidas se creó un indicador compuesto para cada dimensión, promediando los 3 ítems correspondientes. Una mayor puntuación reflejaba una evaluación más positiva del candidato o candidata en las diferentes dimensiones.

A partir de la cobertura electoral analizada, se confeccionaron ocho piezas informativas con una duración aproximada de 2 minutos, manipulando la persona candidata, el tipo de plano y el enfoque empleado⁸. Con el

7. El diferencial semántico es un instrumento de evaluación psicológica creado por Osgood et al. (1957) para medir el significado de las actitudes y las creencias sobre un concepto, fenómeno u objeto.

8. Para alcanzar una duración similar en todas ellas, y debido a la ausencia de planos con las características indicadas, los videos de las condiciones 1A, 3A, 1B y 3B tuvieron

fin de minimizar el efecto de variables «extrañas» (Igartúa, 2006) en cada una de las condiciones se mantuvieron las proporciones de tiempo en que Edmundo Bal y Mónica García hablaban o eran aplaudidos. Así, se generaron las siguientes condiciones:

- Condición 1A: Masculino, plano individual, enfoque de políticas públicas.
- Condición 2A: Masculino, plano individual, enfoque estratégico.
- Condición 3A: Masculino, plano grupal, enfoque de políticas públicas.
- Condición 4A: Masculino, plano grupal, enfoque estratégico.
- Condición 1B: Femenino, plano individual, enfoque de políticas públicas.
- Condición 2B: Femenino, plano individual, enfoque estratégico.
- Condición 3B: Femenino, plano grupal, enfoque de políticas públicas.
- Condición 4B: Femenino, plano grupal, enfoque estratégico.

En la investigación participaron 261 sujetos, estudiantes de la Universitat Politècnica de València. A todos los sujetos se les informó de que iban a exponerse a una pieza informativa sobre una de las candidaturas a las elecciones regionales de la Comunidad de Madrid celebradas en mayo de 2021.

Los sujetos fueron asignados aleatoriamente a cada una de las condiciones. Se pidió a cada sujeto que accediera a un formulario *online* con cuatro secciones. En la primera, se les solicitó su edad y género. En la segunda, para comprobar el grado de conocimiento previo, se incluyó una fotografía de Mónica García o Edmundo Bal, y se les pidió que indicaran la frecuencia de escucha de declaraciones en televisión o redes sociales de ambos políticos. La tercera sección incluía el vídeo correspondiente a cada una de las condiciones. Y, por último, la cuarta sección presentaba las nueve preguntas con los ítems contenidos en el diferencial semántico.

A partir de los resultados obtenidos en las dos primeras secciones, se estableció un grupo para cada condición. Con el fin de garantizar su homogeneidad, cada uno de los grupos estuvo formado por 10 hombres y 10

que ser complementados con secuencias de vídeos grabados durante la campaña por los partidos u otros medios de comunicación.

mujeres que habían completado el formulario correspondiente, tenían entre 18 y 23 años y habían declarado no haber escuchado declaraciones «todos o casi todos los días», «una o dos veces por semana», o «una vez al mes». A su vez, se crearon dos grupos de control con las mismas características para cada uno de los candidatos evaluados. En estos grupos no se incluía ningún vídeo.

5. RESULTADOS

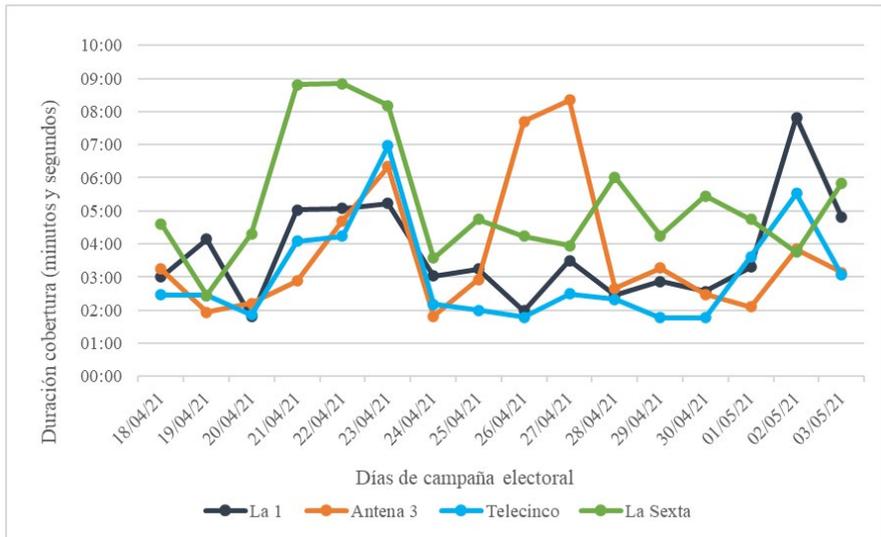
5.1. Cobertura electoral, partidos políticos y candidaturas

En la cobertura electoral de las elecciones del 4 de mayo de 2021, la cadena que más minutos dedicó fue La Sexta con 83' 47", y una duración media (\bar{x}) de cada sección dedicada a las elecciones de 5' 14" y una desviación típica (DT) de 1' 53". Le siguieron La 1 con 59' 50" ($\bar{x}=3' 44"$, DT=1' 32"), junto a Antena 3 con 59' 36" ($\bar{x}=3' 43"$, DT=2' 1"). La cadena con menos tiempo de cobertura fue Telecinco⁹ con 48' 39" ($\bar{x}=3' 2"$, DT=1' 30"). La ilustración 1 muestra la evolución de la cobertura que las cadenas ofrecieron a lo largo de las dos semanas de campaña electoral. En ella se pueden ver las diferencias en el seguimiento de la campaña que realizaron las cadenas. La prueba no paramétrica de Kruskal-Wallis¹⁰ ($H=14.853$, $p<.002$) mostró que al menos una de las cadenas se diferenciaba del resto en tiempo de cobertura. Para determinar cómo se concretaban estas diferencias se recurrió a la prueba *post hoc* de Games-Howell que indicó que la cobertura en Telecinco tenía una duración significativamente menor (2'11", $p<.006$) a la realizada por La Sexta.

9. Los días 20 y 21 de abril la información de la cadena Telecinco estuvo dedicada a la polémica relacionada con el cartel sobre los menores no acompañados publicado por VOX. La información no versó sobre temas relacionados con la campaña de ninguna de las formaciones.

10. La prueba de normalidad de Sahpiro-Wilk indicó que la variable tiempo de cobertura no se ajustaba a una distribución normal.

Ilustración 1. Evolución de las duraciones de las coberturas electorales de las cadenas analizadas

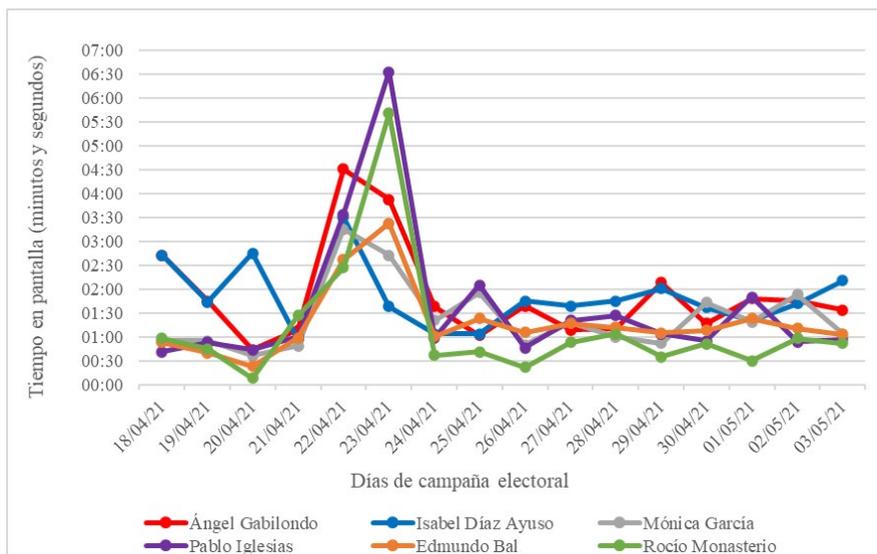


Por otro lado, en relación con el tiempo dedicado por las cadenas a cada uno de los partidos, los datos mostraron que en La 1 dedicó más tiempo al PSOE (11' 27", 26.3%) que al resto de partidos (Partido Popular, 9' 27", 21.8%; Ciudadanos, 8' 5", 18.6%; Más Madrid, 6' 48", 15.7; VOX, 4' 36", 10.6%; y, Unidas Podemos, 3' 2", 7.0%). La cobertura de Antena 3 mostró una cobertura similar para PSOE (9' 44", 24.6%), PP (9' 16", 23.4%), seguidos por VOX (6' 28", 16.4%), Unidas Podemos (5' 24", 13.6%), Más Madrid (4' 25", 11.2%), y Ciudadanos (4' 16", 10.8%). Por su parte, Telecinco dedicó más tiempo a VOX (8' 11", 22.0%), seguido del PSOE (6' 32", 17.6%), Unidas Podemos (6' 14", 16.7%), Partido Popular (5' 39", 15.2%), Ciudadanos (5' 38", 15.2%), y Más Madrid (4' 58", 13.3%). A su vez, La Sexta con mayor cobertura como hemos comentado, dedicó más tiempo a Partido Popular (14' 54", 21.3%), seguido del PSOE (13' 28", 19.2%), Más Madrid (11' 41", 16.7%), Unidas Podemos (10' 48", 15.4%), Ciudadanos (9' 39", 13.8%), y en último lugar, VOX (9' 34", 13.7%). Los resultados obtenidos en la prueba no paramétrica de Kruskal-Wallis mostraron que La 1 fue la única cadena que mostró diferencias significativas

($H=21.260$, $p<.001$). Así, se encontró que Unidas Podemos había recibido menos cobertura de la esperada en comparación con PSOE ($p<.002$), PP ($p<.004$), Más Madrid ($p<.046$), y Ciudadanos ($p<.014$). A su vez, VOX recibió menos en relación con el PSOE ($p<.02$).

Las diferencias en el tiempo de cobertura de los partidos también se trasladan a la atención prestada a las y los candidatas. La ilustración 2 muestra la evolución del total de minutos de pantalla a lo largo de los días de campaña. Como puede apreciarse hubo un aumento del tiempo de pantalla de las y los candidatos que participaron en el frustrado debate electoral que tuvo lugar en la Cadena SER el 23 de abril de 2022. La ausencia de la candidata del Partido Popular se refleja en su baja presencia ese día.

Ilustración 2. Evolución del tiempo asignado en las coberturas electorales a las y los candidatos



Asimismo, más allá del tiempo dedicado a cada partido, resultó importante conocer el peso que cada uno de las y los candidatos tuvieron en estas coberturas. El seguimiento de las actuaciones de un partido político no implica

directamente que la atención se centre en las y los candidatos. Por lo general, las diferencias en este sentido se asocian con su falta de peso político.

De este modo, se analizó la relación entre las diferencias de tiempos dedicados a los partidos políticos frente al tiempo de aparición de sus candidatos (Kruskal-Wallis)¹¹. Observamos que, únicamente, en las coberturas de La 1 la media de estas diferencias presentó diferencias significativas entre candidatos ($H=11.554, p<.041$). A partir de la prueba *post hoc* de Games-Howell, se comprobó que Ángel Gabilondo y Pablo Iglesias tuvieron menos cobertura dentro de los bloques de sus partidos ($p<.041$) en comparación al resto.

Para determinar si existía sesgo de género en el peso otorgado a las y los candidatos se realizó la prueba no paramétrica U de Mann-Whitney para dos muestras independientes (ver Tabla 1). Los resultados mostraron la ausencia de diferencias estadísticamente significativas basándose en el género para el peso otorgado a las y los candidatos en ninguna de las cadenas.

Tabla 1. Comparación entre peso otorgado y género en cada cadena

	Masculino		Femenino		U	p
	N	Rango promedio	N	Rango promedio		
La 1	45	48.01	45	42.99	899.50	.362
Antena 3	48	48.69	48	48.31	1143.00	.947
Telecinco	27	29.70	27	25.30	305.00	.303
La Sexta	39	38.97	39	40.03	740.00	.838

5.2. *Framing* audiovisual

Junto a la disparidad en las asignaciones de tiempo a las formaciones políticas, el interés de este trabajo se centró en conocer si existían diferencias en el enmarcado audiovisual de las y los candidatos que se postularon a la presidencia de la Comunidad de Madrid.

En primer lugar, en relación con el número de apariciones en pantalla, los datos reflejaron diferencias entre las cadenas. Así, en el caso de La 1, las

11. La comparación se realizó en los bloques en los que solo se hablaba de cada uno de los partidos, con apariciones de las y los candidatos dentro de estos bloques.

y los espectadores vieron mayor número de veces a Ángel Gabilondo (N=84, 23.8%), seguido de Isabel Díaz Ayuso (N=66, 18.7%), Edmundo Bal (N=59, 16.7%), Mónica García (N=56, 15.9%), Pablo Iglesias (N=43, 12.2%) y, en último lugar, Rocío Monasterio (N=45, 12.7%). Antena 3 también mostró un mayor número de apariciones con Ángel Gabilondo (N=91, 21.4%), seguido de Isabel Díaz Ayuso (N=84, 19.8%), Pablo Iglesias (N=75, 17.6%), Rocío Monasterio (N=66, 15.5%), Mónica García (N=57, 13.4%) y Edmundo Bal (N=52, 12.2%). Por su parte, Telecinco recogió más secuencias con Pablo Iglesias (N=77, 20.9%), frente a Ángel Gabilondo (N=69, 18.7%), Isabel Díaz Ayuso (N=67, 18.2%), Rocío Monasterio (N=57, 15.4%), Edmundo Bal (N=52, 14.1%) y Mónica García (N=47, 12.7%). A su vez, La Sexta ocupó sus coberturas con Ángel Gabilondo (N=371, 20.2%) e Isabel Díaz Ayuso (N=370, 20.1%) en primer lugar, seguidos de Pablo Iglesias (N=327, 17.8%), Mónica García (N=275, 14.9%), Edmundo Bal (N=260, 14.1%) y Rocío Monasterio (N=237, 12.9%).

Los datos mostraron diferencias significativas [$\chi^2(15, N=1840) = 30.725, p < .01$] entre las apariciones y las cadenas analizadas. Para conocer el sentido y fuerza de la asociación se recurrió a un análisis de los residuos tipificados (*rt*) corregidos. Así, en el caso de La 1, hubo un menor número de veces de apariciones de Pablo Iglesias de las que cabía esperar ($rt = -3.1$). Y, Rocío Monasterio ($rt = -2.9$) apareció menos de lo esperado en La Sexta.

Por lo que respecta a la representación de los seis candidatas y candidatos, se analizaron los marcos audiovisuales empleados por las cadenas. A su vez, para comprobar hasta qué punto las diferencias observadas eran significativas, se hizo uso del estadístico de contraste *chi cuadrado* que dio un valor $< .001$ y puso de manifiesto que existía una asociación significativa para todas las cadenas. Por este motivo, se analizaron los residuos tipificados.

En primer lugar, hay que indicar que en todos los casos los marcos audiovisuales que se mencionan hacen referencia a apariciones con un enfoque estratégico. Así, en relación con La 1, los datos mostraron que las y los espectadores vieron coberturas electorales en las que el marco audiovisual de Ángel Gabilondo que se dio con más frecuencia estuvo definido por planos grupales, en los que no hablaba, iba con mascarilla, sin gente aplaudiendo y en espacios restringidos (19.2%); al igual que en el caso de Pablo Iglesias (29.0%) y Rocío Monasterio (23.7%). Si bien, en el caso de Pablo Iglesias el

marco se dio con más frecuencia de la esperada ($rt=2.0$). Por su parte, Mónica García se diferenció en que apareció con los mismos códigos mediáticos, pero en espacios públicos (25.0%). Sin embargo, los residuos tipificados mostraron que este marco se dio con más frecuencia de la que cabía esperar ($rt=2.9$). A su vez, Edmundo Bal lo hizo igual a Mónica García, pero con gente aplaudiendo (20.4%). Finalmente, con Isabel Díaz Ayuso el marco audiovisual que más se repitió tuvo planos individuales, con ella hablando, sin aplausos, sin mascarilla y en espacios públicos (19.7%). En este último caso, los residuos tipificados mostraron que este marco se dio con más frecuencia de la que cabía esperar ($rt=4.7$).

En el caso de Antena 3, el marco audiovisual más frecuente para Ángel Gabilondo estuvo definido por planos grupales, en los que hablaba, sin aplausos, sin mascarilla y en espacios públicos (11.9%). Asimismo, en los casos de Mónica García (17.0%) y Pablo Iglesias (13.0%), los marcos audiovisuales más frecuentes estuvieron definidos por planos grupales, en los que aparecieron sin hablar, sin aplausos y en espacios restringidos. La única diferencia fue que mientras en el primer caso era sin mascarilla, en el segundo fue al contrario. Sin embargo, en el caso de Pablo Iglesias el marco se dio con mayor frecuencia de la esperada ($rt=2.8$). A su vez, tanto Edmundo Bal (17.0%) como Rocío Monasterio (11.5%) tuvieron como marco audiovisual más frecuente el definido por aparecer en planos grupales, sin hablar, con aplausos, con mascarilla y en espacios públicos. Finalmente, el marco audiovisual que más se repitió con Isabel Díaz Ayuso estuvo definido por mostrarla en planos grupales, sin hablar, sin aplausos, con mascarilla y en espacios públicos (13.5%).

En el caso de Telecinco, los marcos audiovisuales más frecuentes para Ángel Gabilondo (20.9%), Isabel Díaz Ayuso (28.6%), Mónica García (29.5%), Edmundo Bal (21.6%) y Rocío Monasterio (27.3%) fueron coincidentes. En todos los casos estuvieron definidos por planos grupales, sin hablar, sin aplausos, con mascarilla y en espacios públicos. La diferencia la marcó el encuadre audiovisual más frecuente para Pablo Iglesias que estuvo definido por aparecer con gente aplaudiendo y en espacios restringidos. Ahora bien, este marco se dio con más frecuencia de la esperada ($rt=4.0$).

En el caso de La Sexta, el marco audiovisual más frecuente para todas las y los candidatas estuvo definido por mostrarles en planos grupales, sin hablar, sin aplausos, sin mascarilla y en espacios restringidos. Sin embargo,

en el caso de Isabel Díaz Ayuso (12.5%) esta representación se dio con menos frecuencia de la esperada ($rt=-2.0$).

Por último, se analizó la presencia de sesgo de género en la utilización de los códigos mediáticos que conformaban los marcos audiovisuales. Los datos obtenidos mediante tablas de contingencia mostraron que tanto las candidatas como los candidatos aparecieron mayoritariamente, en todas las cadenas, en planos grupales (♂ 85.5%; ♀ 70.7%), sin hablar (♂ 66.4%; ♀ 64.0%), sin gente aplaudiendo (♂ 75.2%; ♀ 84.5%), y con un enfoque estratégico (♂ 89.2%; ♀ 87.5%). Sin embargo, en relación con el uso de la mascarilla, Antena 3 (♂ 58.7%; ♀ 58.9%) y La Sexta (♂ 59.2%; ♀ 60.4%) mostraron más planos sin mascarilla en ambos géneros, al contrario que La 1 (♂ 42.5%; ♀ 49.1%) y Telecinco (♂ 46.5%; ♀ 44.4%). Por otro lado, la localización mostró mayor variedad. Así, La 1, Antena 3 y La Sexta sacaron a los candidatos mayoritariamente en espacios restringidos (51.6%, 56.9% y 55.7%, respectivamente), mientras que con las candidatas fue al contrario (35.3%, 39.6% y 42.1%, respectivamente). Por su parte, Telecinco mostró a las y los candidatos mayoritariamente en espacios públicos (♂ 58,7.2%; ♀ 58.9%).

Para identificar el grado de significación en las diferencias por género de los marcos audiovisuales empleados se calculó el estadístico *chi cuadrado* (ver Tablas 3 y 4). Los valores obtenidos indicaron asociaciones significativas de las variables género y tipo de plano en La 1, Antena 3 y Telecinco. En los tres casos, el análisis de los residuos tipificados indicó que las candidatas aparecieron en planos individuales con una frecuencia mayor a la que cabía esperar (La 1, $rt=3.4$; Antena 3, $rt=3.3$; Telecinco, $rt=2.7$). También resultó, en estas mismas cadenas, una asociación significativa entre las variables género y localización de las y los candidatos. En todas ellas las candidatas aparecieron en espacios públicos con mayor frecuencia de la que cabía esperar (La 1, $rt=3.1$; Antenta 3, $rt=3.6$; Telecinco, $rt=5.8$). A su vez, la relación entre género y la aparición con gente aplaudiendo tuvo una asociación significativa en La 1, Telecinco y La Sexta. En las tres cadenas, las candidatas aparecieron con menor frecuencia de la que cabría esperar con gente aplaudiendo (La 1, $rt=-2.4$; Telecinco, $rt=-3.0$; La Sexta, $rt=-2.6$).

Tabla 2. Análisis de las diferencias observadas por género en el *framing* audiovisual de La 1 y Antena 3

	La 1					Antena 3				
	%		N	χ^2	P	%		N	χ^2	p
	♂	♀				♂	♀			
Individual	14.5	29.3	353	11.448	<.001	17.0	30.4	425	10.695	<.001
Grupal	85.5	70.7				83.0	69.6			
Sin hablar	64.5	58.1	353	1.537	.215	66.1	62.3	425	.645	.422
Hablando	35.5	41.9				33.9	37.7			
Gente aplaudiendo	69.9	80.8	353	5.633	.018	76.6	83.6	425	3.223	.073
Sin gente aplaudiendo	30.1	19.2				23.4	16.4			
Con mascarilla	42.5	49.1	353	1.559	.212	58.7	58.9	425	.002	.963
Sin mascarilla	57.5	50.9				41.3	41.1			
Espacio Público	51.6	35.3	353	9.473	.002	56.9	39.6	425	12.675	<.001
Espacio Restringido	48.4	64.7				43.1	60.4			
Estratégico	93.9	91.4	314	.707	.400	86.5	87.8	388	.138	.710
Políticas Públicas	6.1	8.6				13.5	12.2			

Tabla 3. Análisis de las diferencias observadas por género en el *framing* audiovisual de Telecinco y La Sexta

	Telecinco					La Sexta				
	%		N	χ^2	p	%		N	χ^2	p
	♂	♀				♂	♀			
Individual	11.6	22.2	369	7.480	.006	17.5	23.1	693	3.386	.066
Grupal	88.4	77.8				82.5	76.9			
Sin hablar	65.2	67.3	369	.181	.671	68.2	66.3	693	.283	.595
Hablando	34.8	32.7				31.8	33.7			
Gente aplaudiendo	71.7	84.8	369	9.080	.003	79.2	86.7	693	6.905	.009
Sin gente aplaudiendo	28.3	15.2				20.8	13.3			
Con mascarilla	46.5	44.4	369	.151	.698	59.2	60.4	693	.104	.748
Sin mascarilla	53.5	55.6				40.8	39.6			
Espacio Público	48.0	26.3	369	18.289	<.001	61.4	55.0	693	2.898	.089
Espacio Restringido	52.0	73.7				38.6	45.0			
Estratégico	97.4	97.5	353	.008	.930	83.3	79.7	586	1.271	.260
Políticas Públicas	2.6	2.5				16.7	20.3			

5.3. Efectos del *framing* audiovisual sobre las audiencias

A partir del diseño experimental realizado, el primer paso consistió en evaluar la consistencia interna del diferencial semántico para las tres dimensiones. El coeficiente Alpha de Cronbach obtuvo un valor de 0.885 (simplicidad, $\alpha=0.865$; astucia, $\alpha=0.876$; sinceridad, $\alpha=0.871$; fortaleza, $\alpha=0.866$; valor, $\alpha=0.871$; transigencia, $\alpha=0.883$; eficiencia, $\alpha=0.863$; prudencia, $\alpha=0.877$; proximidad, $\alpha=0.874$).

La tabla 4 muestra el promedio de los ítems y la desviación típica de cada una de las dimensiones para las condiciones del estudio. Los resultados arrojaron una valoración más positiva en todas las dimensiones para la candidata femenina, tanto en hombres como en mujeres, independientemente del tipo de plano o enfoque empleado. Estos resultados son consistentes con los obtenidos en estudios previos sobre representación de género de candidaturas en Estados Unidos (Martínez, 2018) y España (40dB, 2022). La única excepción se encontró en la valoración de la actividad con plano individual y enfoque políticas públicas por parte de los hombres, 4.67 frente a 4.47.

Por otro lado, mediante una prueba ANOVA de un factor se comprobó la ausencia de diferencias significativas, para ninguna de las dimensiones, entre las valoraciones que los hombres realizaron al candidato masculino, en cada una de las condiciones y las valoraciones del grupo de control (evaluación, [$t(45)=.222, p=.825$]; potencia, [$t(45)=1.427, p=.161$]; actividad, [$t(45)=.745, p=.460$]). Situación similar a las diferencias con el grupo de control en la valoración de la candidata femenina (evaluación, [$t(45)=.215, p=.831$]; potencia, [$t(45)=.048, p=.962$]; actividad, [$t(45)=-.540, p=.592$]).

Tabla 4. Promedios y desviaciones típicas de las valoraciones de las dimensiones para todas las condiciones

	Evaluación				Potencia				Actividad			
	♂		♀		♂		♀		♂		♀	
	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT	\bar{x}	DT
Plano individual												
Enfoque estratégico												
Masculino	3.70	1.36	4.03	0.91	3.67	1.15	3.63	1.07	3.93	1.24	3.73	0.72
Femenino	4.73	1.26	4.53	0.80	4.60	1.46	4.67	0.90	4.13	1.45	4.67	0.89
Enfoque políticas públicas												
Masculino	4.27	0.75	4.30	0.71	4.30	0.58	4.37	0.85	4.67	0.77	4.50	1.12
Femenino	4.33	0.82	5.47	0.69	4.73	0.52	5.50	0.57	4.47	1.08	5.67	0.98
Plano grupal												
Enfoque estratégico												
Masculino	3.43	1.18	3.90	0.82	3.87	0.82	3.60	0.97	3.43	1.28	4.00	1.03
Femenino	4.37	0.85	4.37	1.40	4.40	0.83	4.77	1.02	4.13	0.95	4.37	1.05
Enfoque políticas públicas												
Masculino	4.00	0.92	4.63	0.85	3.70	1.26	4.67	1.02	4.20	1.22	4.83	0.98
Femenino	4.47	1.25	5.17	1.21	4.33	1.11	5.20	0.95	4.63	1.49	5.37	1.14
Grupo control												
Masculino	3.77	0.99	3.33	0.98	3.40	0.81	3.27	1.00	3.77	0.94	3.20	1.18
Femenino	4.40	0.56	4.60	0.60	4.50	0.71	4.90	0.85	4.57	0.75	4.47	0.72

Sin embargo, en las valoraciones realizadas por mujeres al candidato masculino, se encontraron diferencias estadísticamente significativas con el grupo de control para las tres dimensiones (evaluación, $[t(45)=2.909, p=.006]$; potencia $[t(45)=2.297, p=.026]$; actividad, $[t(45)=2.959, p=.005]$). Concretamente, la prueba *post hoc* de Tukey permitió detectar que la diferencia con el grupo de control en las dimensiones evaluación ($p=.012$) y potencia ($p=.021$) se dieron

únicamente cuando la valoración fue realizada en la condición con plano grupal y enfoque de políticas públicas. A su vez, en la dimensión «actividad» las diferencias con el grupo de control se dieron entre las valoraciones de la condición con plano individual y enfoque políticas públicas ($p=.049$), y también la condición con plano grupal y un enfoque de políticas públicas ($p=.007$). Por otro lado, no se encontraron diferencias significativas entre las valoraciones de las mujeres a la candidata femenina y las valoraciones del grupo de control en ninguna de las dimensiones (evaluación, $[t(45)=.809, p=.423]$; potencia, $[t(45)=.433, p=.667]$; actividad, $[t(45)=1.610, p=.114]$).

Con el objetivo de determinar la relación entre los códigos mediáticos y el impacto en la valoración de las dimensiones realizadas por mujeres al candidato masculino, se realizó un análisis univariante. Así, se obtuvieron diferencias estadísticamente significativas únicamente en función del enfoque de la pieza en todas las dimensiones: evaluación, $[F(1,72)=10.274, p=.002]$, potencia, $[F(1,72)=13.593, p<.001]$; y, actividad, $F(1,72)=16.291, p<.001]$. En ninguno de los casos se encontraron efectos de interacción en las variables analizadas.

6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Las elecciones a la Asamblea de Madrid de 2021 constituyeron un objeto de estudio único por cuanto las principales candidaturas estaban encabezadas por mujeres y hombres en la misma proporción. Además, estas candidaturas partían de un equilibrio mediático y electoral similar.

Consideramos que este hecho confiere mayor peso a los resultados obtenidos, en tanto que permite abordar un estudio comparativo y facilita el análisis con perspectiva de género. Sin embargo, es necesario apuntar las limitaciones que introduce la reducción de las coberturas electorales a un conjunto de datos cuantitativos.

En relación con las diferencias en las coberturas de la campaña electoral, los datos aportados permiten conocer hasta qué punto la cadena pública y las cadenas privadas respetaron los principios de pluralismo, igualdad y proporcionalidad (art. 66.2 LOREG). En este sentido, los datos obtenidos apuntan que la duración de la información dedicada por La 1 a cada formación política se aproximó de forma proporcional a los resultados obtenidos en las últimas

elecciones equivalentes. Ahora bien, el tiempo dedicado a Unidas Podemos fue ligeramente inferior en comparación al resto de formaciones. Por tanto, podemos afirmar que La 1 siguió parcialmente la Instrucción 4/2011, de la Junta Electoral Central.

Por su parte, las cadenas privadas mostraron perfiles informativos más acordes a las previsiones de voto, el interés periodístico o la línea editorial, que a la estricta proporcionalidad. Así, en sus coberturas encontramos una menor presencia de Ciudadanos, en línea con los resultados electorales augurados por las encuestas, frente a una mayor cobertura de Unidas Podemos y VOX, en especial esta última, en la cadena Telecinco. Estas diferencias editoriales resultan más relevantes entre Antena 3 y La Sexta, teniendo en cuenta que forman parte del mismo grupo mediático (Atresmedia).

A su vez, los datos referidos al peso político de las y los candidatas han permitido contrastar la idea que sobrevoló la campaña que apuntaba a un mayor peso de Isabel Díaz Ayuso frente a Ángel Gabilondo. En este segundo caso, fueron constantes las apelaciones a la inclusión en los actos de campaña del PSOE de ministras y ministros debido a su falta de carisma. Únicamente, en las coberturas de La 1 se ha comprobado que Ángel Gabilondo y Pablo Iglesias tuvieron menos peso en comparación con el resto de las candidatas y candidatos. Sin embargo, los datos relativos a las cadenas privadas no apuntan que se diera esa situación.

Por otro lado, como proponemos en este trabajo, es interesante estudiar hasta qué punto el pluralismo mediático se extiende para incluir el pluralismo audiovisual. Y, en esta línea, conocer las características de la información electoral que consumimos las y los espectadores. Ahora bien, debemos ser conscientes que su construcción es resultado de la interacción entre periodistas y asesores políticos. Mientras los primeros deciden qué imágenes y declaraciones utilizar, los segundos son los encargados de diseñar los eventos y apariciones que las nutren. A partir de ahí, los datos del estudio muestran que los públicos de las diferentes cadenas tuvieron experiencias desiguales. En concreto, el público de los informativos de La 1 vio de forma más frecuente a Ángel Gabilondo diluido en planos grupales y sin ser escuchado. Por el contrario, el público de Antena 3 pudo ver, con mayor frecuencia que al resto de candidatas y candidatos, a Isabel Díaz Ayuso como una candidata con voz propia. A su vez, el público de Telecinco tuvo

menos oportunidades de ver a las y los candidatos de forma individual o siendo escuchados. Una situación que, en menor medida, también enfrentó el público de los informativos de La Sexta. Ahora bien, resulta obligado destacar la ínfima utilización del enfoque de políticas públicas en las piezas informativas en todas las cadenas. Este fenómeno resulta de especial importancia puesto que, en línea con la *espiral de cinismo*, puede contribuir a la percepción de la política como un juego estratégico y a aumentar la distancia entre la ciudadanía y las y los candidatos.

Por otro lado, con relación al sesgo de género en el enmarcado audiovisual, podemos afirmar que, si bien se aprecian diferencias en el empleo de los códigos mediáticos analizados, no podemos apuntar en ellas intencionalidad editorial. Así, los datos indican diferencias por género en todos los códigos mediáticos analizados con variaciones entre las cadenas. En general, la utilización de planos individuales, sin gente aplaudiendo, y localizaciones en espacios públicos se ha asociado más a las candidatas que a los candidatos.

Por último, la importancia de las diferencias en los marcos audiovisuales cobra importancia por su capacidad para provocar efectos en las audiencias. Aún más si consideramos su influencia en personas que han adquirido el derecho al voto de forma reciente. A partir de ahí, los datos generados muestran una situación diferenciada para hombres y mujeres. Mientras los hombres que participaron en el estudio no se vieron influenciados por los códigos mediáticos analizados, las mujeres se vieron afectadas de forma desigual en la evaluación del candidato masculino. La falta de estudios similares no permite establecer hasta qué punto las diferencias observadas siguen un patrón que apunte a diferencias en los procesos de recepción mediática de hombres y mujeres o si se pueden atribuir al peso específico de los códigos mediáticos seleccionados. Por otro lado, el efecto en las valoraciones estuvo condicionado únicamente por el tipo de enfoque de las piezas informativas. A diferencia de lo esperado, los códigos mediáticos de tipo simbólico y técnico no tuvieron un efecto independiente del contenido audiovisual. Este resultado, lejos de cerrar la cuestión de la relación de los efectos del *framing* audiovisual en las audiencias televisivas, abre la puerta a nuevas preguntas de investigación que permitan profundizar en los efectos encontrados y su relación con los códigos mediáticos analizados. Igualmente, resultaría interesante analizar la vinculación de los códigos mediáticos con los estereotipos

de género y, de esta forma, conectar los resultados obtenidos con los estudios existentes en esta línea. Por último, sería positivo ahondar en el diseño de experimentos de mayor extensión que integren de forma más precisa la complejidad del lenguaje audiovisual.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aaldering, L. y Van Der Pas, D. (2020). Political leadership in the media: Gender bias in leader stereotypes during campaign and routine times. *British Journal of Political Science*, 50(3), 911-931. <https://doi.org/10.1017/S0007123417000795>
- Bauer, N. M., y Carpinella, C. (2018). Visual Information and Candidate Evaluations: The Influence of Feminine and Masculine Images on Support for Female Candidates. *Political Research Quarterly*, 71(2), 395-407. <https://doi.org/10.1177/1065912917738579>
- Bernárdez, A. (2010). Estrategias mediáticas de «despolitización» de las mujeres en la práctica política (o de cómo no acabar nunca con la división público/privado). *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 15, 197-218.
- Block, B. (2008). *Narrativa visual. Creación de estructuras visuales para cine, video y medios digitales*. Omega.
- Boukes, M. (2022). Episodic and thematic framing effects on the attribution of responsibility: The effects of personalized and contextualized news on perceptions of individual and political responsibility for causing the economic crisis. *The International Journal of Press/Politics*, 27(2), 374-395. <https://doi.org/10.1177/1940161220985241>
- Boxell, L. (2021). Slanted Images: Measuring Nonverbal Media Bias During the 2016 Election. *SSRN*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3837521>
- Carrascosa, L. (2020). El lenguaje sexista en la prensa española: un estudio de los cien primeros días de mandato de Manuela Carmena en el Ayuntamiento de Madrid. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(4), 1341-1352. <https://doi.org/10.5209/esmp.69257>
- Castillo, J. M. (2016). *Televisión, realización y lenguaje audiovisual*. Instituto RTVE.
- Chihu, A. (2021). *Frames de la comunicación política. Spots de las campañas presidenciales 2000-2018*. UAM-I/Gedisa.

- Chihu, A., y González, A. (2022). El framing de los spots de los candidatos presidenciales en Estados Unidos 2020. *Norteamérica, Revista Académica del CISAN-UNAM*, 18(1). <https://doi.org/10.22201/cisan.24487228e.2023.1.566>
- Council of Europe. (2005). *Guidelines on Media Analysis during Election Observation Missions*. [https://www.venice.coe.int/webforms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-AD\(2005\)032-e](https://www.venice.coe.int/webforms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-AD(2005)032-e)
- 40dB. (2022). *Barómetro mensual mayo 2022 para El País y Ser*. Barómetro Mensual. https://ep00.epimg.net/infografias/encuestas40db/mayo2022/2022_05_barometroAnalisis.pdf
- Cushion, S., y Thomas, R. (2018). *Reporting Elections: Rethinking the Logic of Campaign Coverage*. John Wiley y Sons. Polity Press.
- Domínguez-Quintas, S., y Arévalo-Iglesias, L. (2020). La evolución del reportaje en televisión: infoentretenimiento y espectacularización de la realidad. Un nuevo género en el cambio de milenio. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(2). <https://doi.org/10.5209/esmp.67793>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- European Commission. (2009). *Independent study on indicators for media pluralism in the member states – Towards a risk-based approach*. https://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/pfr_report.pdf
- European University Institute. (2021). *Monitoring media pluralism in the digital era: application of the Media Pluralism Monitor in the European Union, Albania, Montenegro, The Republic of North Macedonia, Serbia y Turkey in the year 2020: country report: Spain*. <https://data.europa.eu/doi/10.2870/74922>
- Fenoll, V., y Rodríguez-Ballesteros, P. (2017). Análisis automatizado de encuadres mediáticos. Cobertura en prensa del debate 7D 2015: el debate decisivo. *Profesional De La información*, 26(4), 630-640. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.jul.07>
- Fernández, F., y Martínez, J. (2007). *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Paidós.
- Fernández-García, N. (2012). Mujeres políticas y medios de comunicación: recomendaciones para una representación no sexista de las mujeres políticas en los medios de comunicación. En *Libro de Actas del I Congreso Internacional de Comunicación y Género*. Sevilla, 5, 6 y 7 de marzo de 2012. Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.

- Fernandez-García, N. (2016). Framing gender and women politicians representation: print media coverage of Spanish women ministries. En C. Cerqueira; R. Cabecinhas y S. I. Magalhães (Eds.), *Gender in focus: (new) trends in media* (pp. 141-160). CECS.
- Fernández-García, N. (2018). Género, medios y política. Representación de las mujeres políticas en los medios de comunicación. *Más poder local*, 36, 42-51.
- Fernández-Rovira, C., y Giraldo-Luque, S. (2022). La polaridad en la cobertura mediática de las mujeres políticas. Los casos de Ada Colau y de Inés Arrimadas en El País y en ABC. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(3), 639-648. <https://doi.org/10.5209/esmp.77368>
- Garzia, D., Ferrera da Silva, F., y De Angelis, A. (2020). Image that Matters: News Media Consumption and Party Leader Effects on Voting Behavior. *The International Journal of Press/Politics*, 25(2), 238-259. <https://doi.org/10.1177/1940161219894979>
- Glück, A. (2018). Do emotions fit the frame? A critical appraisal of visual framing research approaches. *JOMEC Journal*, 12, 101-127. <https://doi.org/10.18573/jomec.166>
- Gómez-Escalonilla, G. (2021). Métodos y técnicas de investigación utilizados en los estudios sobre comunicación en España. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(1), 115-127. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM000018>
- Gómez-Escalonilla, G., García, A., Santín, M., Rodríguez, R., y Torregrosa, J. F. (2008). La imagen de la mujer política en los medios de comunicación. *Feminismo/s*, 11, 59-71. <https://doi.org/10.14198/fem.2008.11.04>
- Gordillo, I. (2009). *La hipertelevisión: géneros y formatos*. Editorial Quipus.
- Gordillo, I., Guarinos, V., Checa, A., Ramírez, M. d. M., Jiménez-Varea, J., López, F. J., y Pérez-Gómez, M. Á. (2012). Hibridaciones de la hipertelevisión: información y entretenimiento en los modelos de infoentertainment. *Comunicación: revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 1(9), 93-106. <https://doi.org/10.12795/AdMIRA.2011.01.01>
- Grabe, M., y Bucy, E. P. (2010). *Image Bite Politics: News and the Visual Framing of Elections*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195372076.001.0001>
- Haim, M., y Jungblut, M. (2021). Politicians' Self-depiction and Their News Portrayal: Evidence from 28 Countries Using Visual Computational Analysis. *Political Communication*, 38(1-2), 55-74. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1753869>

- Haraldsson A., y Wängnerud, L. (2019). The effect of media sexism on women's political ambition: Evidence from a worldwide study. *Feminist Media Studies*, 19(4), 525-41. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1468797>
- Igartúa, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Bosch.
- Igartúa, J. J., y Humanes, M. (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Síntesis.
- Instituto Nacional de Estadística (2021). *Participación política, mujeres en cargos ejecutivos y en el Gobierno*. Recuperado el 16 de mayo de 2022 de <https://bit.ly/3sCiyua>
- Instituto Oficial de Radio y Televisión de RTVE. (2005). *Segundo Informe Representación de Género en los Informativos de Radio y Televisión*. https://www.mujeresenred.net/IMG/pdf/Segundo_Informe_1_-2.pdf
- Iyengar, S. (1994). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. University of Chicago Press.
- Knite, N. (2022). Codes y Conventions y Characteristics of Media. *Media*. <http://www.mediaknite.org/media-codes-media-conventions/>
- Lavery, L. (2013). Gender bias in the media? An examination of local television news coverage of male and female house candidates. *Politics y Policy*, 41(6), 877-910. <https://doi.org/10.1111/polp.12051>
- Maier, J., Glogger, I., Otto, L. P., y Bast, J. (2021). Is there a visual bias in televised debates? Evidence from Germany, 2002-2017. *Visual Communication*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/1470357220974068>
- Mandell, L. M., y Shaw, D. L. (1973). Judging people in the news. Unconsciously: Effect of camera angle and bodily activity. *Journal of Broadcasting*, 17, 353-362. <https://doi.org/10.1080/08838157309363698>
- Marañón, F., Muñoz, C., y Barrientos, R. (2021). Los estereotipos de género en las campañas electorales de 2018 en México. Análisis de la representación de la mujer en los spots electorales. *Revista de Comunicación*, 20(2), 207-222. <https://doi.org/10.26441/RC20.2-2021-A11>
- Martínez, C. A. (2018). Estereotipos de género y evaluación de candidatos en Estados Unidos: evidencia de una encuesta-experimento. *Psicología, Conocimiento y Sociedad*, 8(1), 30-61. <https://doi.org/10.26864/PCS.v8.n1.3>
- Matud, M. P., Espinosa, I., y Wangüemert, C. R. (2019). Women and men portrayal on television news: a study of Spanish television newscast. *Feminist Media Studies*, 21(2), 298-314. <https://doi.org/10.1080/14680777.2019.1681489>

- McCombs, M., Llamas, J. P., Lopez-Escobar, E., y Rey, F. (1997). Candidate images in Spanish elections: Second-level agenda-setting effects. *Journalism y Mass Communication Quarterly*, 74(4), 703-717. <https://doi.org/10.1177/107769909707400404>
- Messariss, P., y Abraham, L. (2001). The role of images in framing news stories. En S. D. Reese, O. H. Gandy, Jr., y A. E. Grant (Eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 215-226). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Miguel-Sáez de Urabain, A., Fernández de Arroyabe-Olaortua, A. F., y Lazkano-Arrillaga, I. (2017). La espectacularización de la información política. El caso de El País en las elecciones estadounidenses de 2016. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 1131-1147. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1211>
- Osgood, C.E, Suci, G., y Tannenbaum, P. (1957). *The Measurement of Meaning*. University of Illinois Press.
- Paniagua, F. J. (2004). *Comunicación política y elecciones: nuevas prácticas en el escenario español*. Asociación para la Investigación y el Desarrollo de la Comunicación.
- Price, V., y Tewksbury, D. (1997). News Values and Public Opinion: A Theoretical Account of Media Priming and Framing. En G. A. Barnett y F. J. Boster (Eds.), *Progress in the communication sciences*, 13, 173-212.
- Rodríguez, L., y Dimitrova, D. V. (2011). The levels of visual framing. *Journal of Visual Literacy*, 30(1), 48-65. <https://doi.org/10.1080/23796529.2011.11674684>
- Sánchez, J. (2006). *Narrativa audiovisual*. Editorial UOC.
- Sánchez, R. (2009). La comunicación política española, ¿un modelo propio o una adaptación del modelo estadounidense? *Revista de ciencias sociales*, 15(1), 9-23. <https://doi.org/10.31876/rcs.v15i1.25425>
- Scheufele, D. A. (2000). Agenda-Setting, Priming, and Framing Revisited: Another Look at Cognitive Effects of Political Communication. *Mass Communication y Society*, 3(2-3), 297-316. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0323_07
- Soengas, X. (2003). *El tratamiento informativo del lenguaje audiovisual*. Ediciones del Laberinto.
- Stewart, P., Eubanks, A., y Miller, J. (2019). Visual priming and framing of the 2016 GOP and Democratic Party presidential primary debates. *Politics and the Life Sciences*, 38(1), 14-31. <https://doi.org/10.1017/pls.2018.16>

- Unión de Televisiones Comerciales en Abierto. (2021). *Segunda Ola Barómetro 2021 sobre la percepción social de la Televisión en Abierto*. <https://uteca.tv/wp-content/uploads/2021/11/2OLA-21-INFORME-BAROMETRO-UTECA.pdf>
- Valera-Ordaz, L., Carratalá, A., y Doménech-Beltrán, J. (2022). ¿Framing estratégico o temático?: la cobertura de la prensa nacional de la campaña electoral española de abril de 2019. En C. Muñoz (Ed.), *Framing y política: aportaciones empíricas desde Iberoamérica* (pp. 261-299). Tirant lo Blanch.
- Weaver, D. H. (2007). Thoughts on Agenda Setting, Framing, and Priming. *Journal of Communication*, 57(1), 142-147. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00333.x>
- Wu, H. D., y Coleman, R. (2009). Advancing agenda-setting theory: The comparative strength and new contingent conditions of the two levels of agenda-setting effects. *Journalism y Mass Communication Quarterly*, 86(4), 775-789. <https://doi.org/10.1177/107769900908600404>
- Young, R. (2017). Media Codes and Conventions. *media.codes*. <https://media.codes/media-codes-and-conventions-c03423c06aa8>

ANÁLISIS DE LOS MENSAJES FEMINISTAS Y PSEUDOFEMINISTAS DE LOS ANUNCIOS LANZADOS PARA CONMEMORAR EL DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER¹

ANALYSIS OF THE FEMINIST AND PSEUDOFEMINIST MESSAGES OF THE ADS LAUNCHED TO COMMEMORATE THE INTERNATIONAL WOMEN'S DAY

SARAI MALNERO DEL LLANO

ANTONIA MORENO CANO

Authors / Autoras:

Sarai Malnero del Llano
Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona,
España
smalnero@uoc.edu
<https://orcid.org/0000-0002-5556-6437>

Antonia Moreno Cano
Universidad de Deusto, Bilbao, España
antonia.moreno@deusto.es
<https://orcid.org/0000-0001-5231-785X>

Submitted / Recibido: 06/06/2022
Accepted / Aceptado: 28/10/2022

To cite this article / Para citar este artículo:
Malnero del Llano, S. y Moreno Cano, A.
(2023). Análisis de los mensajes feministas
y pseudofeministas de los anuncios lanzados
para conmemorar el Día Internacional de la
Mujer. *Feminismo/s*, 42, 153-188. Women,
data and power. Insights into the platform
economy [Monographic dossier]. Miren
Gutiérrez (Coord.). <https://doi.org/10.14198/fem.2023.42.06>

Licence / Licencia:

This work is licensed under a Creative
Commons Attribution 4.0 International.



© Sarai Malnero del Llano y Antonia Moreno
Cano

Resumen

Se supone que la estrategia publicitaria *femvertising* promueve la igualdad y el empoderamiento de las mujeres. La *femvertising* surge fruto de la cuarta ola feminista y de las movilizaciones sin precedentes de 2017 a 2022. Pero no todo *femvertising* es empoderador; ocasionalmente, sus mensajes son tan contraproducentes que pueden considerarse antifeministas. Este artículo detecta la ambivalencia de los discursos publicitarios y cuándo la *femvertising* no hace honor a su nombre. Analiza 20 anuncios lanzados con motivo del 8M en 11 países entre 2017 y 2022. Combinamos los marcos conceptuales de *femvertising* y resistencia antifeminista para, a través de un análisis semiótico-crítico del discurso, develar

1. Este artículo ha sido generado como parte del programa de investigación ARES (Análisis de Resistencias Antifeministas), apoyado por la Agencia Estatal de Investigación de España (PID2020-114445RB-I00).

la naturaleza real de los anuncios. Para cada anuncio, preguntamos cómo cumple con los criterios de la *femvertising* y si recurre a alguna de las estrategias de la resistencia antifeminista. Agregamos una tercera capa analítica para medir su éxito o fracaso. Estas categorías se cuantifican a través de una escala Likert. La mayoría de estos anuncios evitan el sexismo y rompen con los estereotipos de género, aunque detectamos una presencia creciente de mensajes pseudofeministas y resistencias antifeministas. Además, destaca la conexión entre los mensajes y su contexto geográfico, social y político. Concluimos que el oportunismo de las marcas y los mensajes que responsabilizan a las mujeres de problemas que afectan a toda la sociedad continúan plagando la publicidad.

Palabras clave: feminismo; *femvertising*; resistencias antifeministas; publicidad; 8M

Abstract

The advertising strategy called *femvertising* is supposed to promote equality and empower women. *Femvertising* emerges in publicity resulting from the fourth feminist wave and the unprecedented feminist mobilizations from 2017 to 2022. However, not all *femvertising* is empowering; in some cases, its messages are so counterproductive that can be considered antifeminist. This article focuses on the ambivalence in advertising discourses to detect when *femvertising* does not live up to its name. It analyses 20 advertisements launched on the occasion of the International Women's Day in 11 countries from 2017 to 2022. Through a semiotic-critical discourse analysis, we combine the conceptual frameworks of *femvertising* and antifeminist resistance to unveil the real nature of the ads. For each commercial, we examine how it complies with *femvertising* criteria, and whether it resorts to any strategies of the antifeminist resistance. We add a third analytical layer to measure the commercials' success or failure. These categories are quantified through a Likert scale. The majority of these ads avoid sexism and break with gender stereotypes. However, we detect a growing presence of pseudo-feminist messages and anti-feminist resistance. Besides, there is a connection between the messages delivered by the ads and their geographical, social, and political context. We conclude that there is an opportunism in advertising and that the brands still continue to deliver messages in which women are presented as responsible for some problems that affect society as a whole.

Keywords: feminism; *femvertising*; anti-feminist resistances; advertising; 8M

1. INTRODUCCIÓN

Este artículo se plantea si las estrategias discursivas que la publicidad utiliza cuando usa la figura de la mujer para ofrecer mensajes supuestamente empoderadores lo son realmente. Concretamente, tiene su base teórica en dos conceptos: la *femvertising* y las *resistencias antifeministas*. La *femvertising* es entendida aquí como publicidad que emplea talento, mensajes e imágenes que empoderan a mujeres y niñas. Entretanto, resistencias antifeministas son aquellas reacciones contrarias que surgen ante los avances en igualdad para las mujeres y que pretenden preservar el orden establecido. Aunque no hay un consenso sobre qué sea el empoderamiento, lo entendemos como un proceso que implica volverse más fuerte y más confiada, especialmente en la reivindicación de los propios derechos. En este estudio analizamos 20 anuncios de 11 países emitidos entre 2017 y 2022 con ocasión del Día Internacional de la Mujer, el 8 de marzo. Usamos estas teorías para discernir en qué grado son o no empoderadores.

Las marcas se comprometen cada vez más con la igualdad de las mujeres y reconocen el poder de decisión femenino en las compras (*La Vanguardia*, 2020). La *femvertising* es una estrategia de comunicación persuasiva que pretende acabar con los estereotipos de género mientras busca el empoderamiento de las mujeres, cansadas de una publicidad tradicional sexista que las representa débiles, disponibles y sumisas.

En un mundo en el que prevalece el neoliberalismo, la retórica del postfeminismo cobra especial relevancia ya que se orienta a captar el consentimiento de las mujeres, especialmente de aquellas en situación de *privilegio relativo* y con poder adquisitivo, que son el objetivo de la *femvertising*. El postfeminismo, de la mano del neoliberalismo, ha sido normalizado por la cultura popular, mediática y de consumo en las democracias occidentales (Martínez-Jiménez, 2021). El neoliberalismo transforma cualquier aspecto en uno económico, incluidos los hábitos de la vida cotidiana, los valores, la cultura política y los imaginarios democráticos. En una lógica neoliberalista, tanto el Estado como los individuos se convierten en proyectos con fines económicos y dejan en segundo plano elementos como justicia, libertad o equidad (Brown, 2015). La razón neoliberal toma la definición de feminidad como un espacio para conquistar desde múltiples frentes

(Martínez-Jiménez, 2021). Todo ello permite hablar de un postfeminismo neoliberal, cuyos intereses se ven reflejados en una nueva narrativa de la ficción publicitaria.

La publicidad siempre ha hecho a las mujeres protagonistas de sus anuncios, bien como consumidoras bien como *objetos* utilizados para potenciar el consumo (masculino, mayoritariamente), contribuyendo a una construcción negativa de su identidad. La utilización del cuerpo de las mujeres como reclamo publicitario y los roles a los que se han visto constreñidas en la publicidad siempre un paso por detrás de la figura masculina, han favorecido una desigualdad histórica generada por el patriarcado. El patriarcado es entendido como un modelo de sociedad o gobierno en el que el padre o el varón mayor es el cabeza de familia, en el que la descendencia se cuenta a través de la línea masculina. Entendido de forma más amplia, se considera que todas las sociedades, en mayor o menor medida, son patriarcados al dominar los hombres en todos los ámbitos de poder. En ningún país del mundo se ha alcanzado la igualdad para las mujeres. Por ejemplo, según el Informe Global de Brecha de Género del Foro Económico Mundial (2021), «otra generación de mujeres tendrá que esperar a la paridad de género. A medida que el impacto de la pandemia de COVID-19 continúa sintiéndose, el cierre de la brecha global de género ha aumentado en una generación de 99,5 años a 135,6 años». Son las áreas de la política y la economía en las que esta brecha se manifiesta de forma más acusada en todos los países (Foro Económico Mundial, 2021).

Desde los inicios de la publicidad, la mujer ha sido simplificada a través de estereotipos de género, entendidos como el conjunto de creencias dentro de una cultura acerca de los atributos que poseen hombres y mujeres (Damiani, 2019; Pinel 1999; Spears Brown, 2019; UNESCO, 2019). El problema reside en que un trato sexista y cosificador dentro de la ficción publicitaria influye en la sociedad y ha dificultado la igualdad de género (Martín Casado, 2012). Este punto de partida nos permite un análisis sobre si las empresas que expresan su deseo de romper con estos estereotipos realmente lo consiguen o se trata de una forma de blanqueo de imagen.

1.1. La *femvertising*

Las representaciones visuales de la mujer, en general, han sido limitadas, principalmente porque se adopta la mirada masculina (Karsay et al., 2017). En la publicidad, se han creado ideales poco realistas que las muestran mayoritariamente jóvenes, delgadas y hermosas, en papeles, trabajos y actitudes estereotipadas. La *femvertising* trata de revertir esto, mostrando a las mujeres de forma más natural, realista y diversa. La incorporación de valores feministas a la publicidad hace que en los anuncios destaquen la capacidad de decisión y la libertad de las mujeres (Rogan y Budgeon, 2018).

En los últimos años, la *femvertising* empieza a usarse como concepto para examinar anuncios (por ejemplo, Abitbol y Sternadori, 2019; Feng et al., 2019; Menéndez– Menéndez, 2019; Pando et al., 2020; Rodríguez y Gutiérrez, 2017). Rodríguez y Gutiérrez (2017) se basaron en el estudio de Becker-Herby (2016) para proponer cinco características de la *femvertising* que sirven para eso: a) la utilización de la diversidad de las mujeres en relación a su edad, tamaño y origen étnico; b) la diseminación de mensajes a favor de las mujeres, que sean inspiradores e inclusivos; c) la ruptura con los estereotipos de género; d) la minimización de sexualización de las mujeres y niñas; y e) la representación auténtica de las mujeres.

En un momento en que existe una expectativa de progreso en igualdad en prácticamente todas las esferas, Abitol y Sternadori (2019) indican que también se espera del sector privado comportamientos ejemplares. Sin embargo, estos comportamientos deben ser auténticos, ya que, si no los son, se puede dar una respuesta contraproducente (Abitbol y Sternadori, 2019, p. 22).

Cuando la *femvertising* es solo una etiqueta al servicio de vender una marca o blanquear su imagen, se corre el riesgo de mostrar una ficción. A veces, los relatos publicitarios, por ejemplo, muestran una igualdad falsa, en la que

[Las mujeres] parecen haber conseguido la paridad económica, social y política, no mediante la acción colectiva o transformaciones políticas de calado, sino a través de la participación individual en el mercado libre y de la autoafirmación asociada a la imagen del cuerpo... y al aspecto físico. (Rogan y Budgeon, 2018, p. 6).

Esto ha llevado a autoras como Nancy Fraser (2013) y Rosalind Gill (2016), entre otras, a hablar de *postfeminismo* o feminismo neoliberal o corporativo. Los postfeminismos coexisten naturalmente con los postulados radicales de los movimientos feministas consagrados. Pero, a diferencia de estos últimos, el feminismo neoliberal se ha popularizado y globalizado gracias a lo que Banet-Weiser et al. (2019, p.10) denominan «la economía de la visibilidad». Es decir, el feminismo neoliberal está estrechamente ligado a la cultura popular y a una identidad joven, individualista y consumidora (Gill, 2016, pp. 618-619). Una de las formas en las que el feminismo neoliberal se manifiesta de forma más llamativa es la publicidad.

1.2. Las resistencias antifeministas

Las resistencias antifeministas se han teorizado como reacciones ante los avances feministas (Bonet-Martí, 2020; Gutiérrez et al., 2020). Flood et al. (2020) hablan así de ellas:

Los esfuerzos para avanzar frente la desigualdad de género y poner fin a la violencia de los hombres contra las mujeres suelen encontrar resistencias, tanto individual como colectiva, formal e informal. La reacción –la resistencia contra el cambio social progresista– es una característica común del mundo social. Cuando cambian los patrones de desigualdad e injusticia, los individuos y los grupos, en particular los que se benefician del *statu quo*, resisten. (p. 393)²

Flood et al. (2020) catalogan las formas que adoptan las reacciones violentas y la resistencia a la igualdad de género: negar el problema o la legitimidad del caso para el cambio; negarse a reconocer la responsabilidad de abordar el problema o el proceso de cambio para este problema; rehusarse a implementar una iniciativa de cambio; realizar esfuerzos para apaciguar a quienes abogan por el cambio con el fin de limitar su impacto; simulación del cambio mientras se socava de forma encubierta; cooptación o usar el lenguaje de

2. Efforts to make progress toward gender inequality and end men's violence against women typically meet resistance, both individual and collective, formal, and informal. Backlash–resistance against progressive social change–is a common feature of the social world. When patterns of inequality and injustice shift, individuals, and groups, particularly those advantaged by the status quo, resist.

propuestas y metas progresistas («igualdad», «derechos», «justicia», etc.) para mantener estructuras y prácticas desiguales; reversión o desmantelamiento de una iniciativa de cambio una vez que ha comenzado su implementación; y el uso de violencia, acoso y abuso contra grupos subordinados.

Consideramos que un anuncio empoderador cumplirá con la mayor parte de las características descritas por Becker-Herby (2016) y Rodríguez y Gutiérrez (2017); por el contrario, un anuncio que se muestre falsamente como *femvertising*, pero no lo sea, se convertirá en resistencia antifeminista, al menos como apaciguamiento o como cooptación. Pensamos que los anuncios diseminados durante el Día Internacional de la Mujer son especialmente significativos por su visibilidad e intencionalidad. Por eso, en esta investigación, nos preguntamos: ¿son realmente empoderadores los anuncios difundidos el Día Internacional de la Mujer o, por el contrario, forman parte de lo que llamamos resistencias antifeministas? La presente investigación se centra en los anuncios publicitarios generados a partir de las movilizaciones del 8M. Ese día, el feminismo se convierte en una movilización transversal y en uno de los temas clave de la agenda internacional. El objetivo de esta investigación consiste en analizar en profundidad el uso ambivalente que en ocasiones se le ha dado a la *femvertising* como estrategia generadora de feminismo en estos anuncios, y valorar el bloqueo al avance de los valores feministas que estos discursos pueden generar.

Respondiendo a la llamada Maclaran (2012) para aportar luz sobre la condición de género y los fenómenos del comportamiento consumidor desde estudios críticos del *marketing* y el feminismo, creemos que esta investigación contribuye a un diagnóstico de los avances y retrocesos de los discursos feministas en la publicidad.

2. METODOLOGÍA

Durante dos meses se ha realizado un rastreo para recopilar una muestra de anuncios publicitarios, a priori ambivalentes, que hayan sido publicados entre 2017 y 2022 con motivo del 8M a nivel mundial. Las limitaciones de la investigación *online* incluyen tanto la enorme cantidad de información en línea que existe como que puede haber campañas que cumplan con los criterios de selección que no hayan sido encontradas. Sin embargo, la muestra

cuenta con 20 anuncios audiovisuales (Tabla 1), que consideramos suficiente para encontrar respuestas a nuestra pregunta de investigación.

La selección de estos anuncios se ha realizado atendiendo a cuatro criterios:

- **Fecha:** los anuncios debían haber sido publicados entre el 2017 y el 2022 dado que constituye un periodo clave para el surgimiento de la cuarta ola feminista, las movilizaciones, el uso de la *femvertising* y la aparición de resistencias antifeministas.
- **Variedad:** se han buscado anuncios de diferentes sectores, variados también en temática y que recurran tanto a la venta de productos como servicios.
- **Carácter internacional:** el Día Internacional de la Mujer se reivindica a nivel mundial, por lo que se tienen en cuenta diferentes contextos geográficos aportando una representación del papel de la publicidad durante este día.
- **Ambivalencia:** todos los anuncios seleccionados presentan *a priori* un carácter ambivalente, cuyo enfoque puede ser un freno a los avances de la lucha feminista. Este enfoque se establece mediante la presencia de estrategias discursivas que pueden considerarse resistencias antifeministas y mensajes pseudofeministas que no solo distan de los principios de la *femvertising*, sino que provocan un freno a los avances del feminismo.

Tabla 1. Muestra de anuncios con motivo del 8M (2017-2022)

N.º	Año	Anuncio	Anunciante	País	URL
1	2017	Being a Women transcends the body	L'Oréal	Brasil	https://www.youtube.com/watch?v=f8j8FyQbY5c
2	2017	Could you be our burger queen?	Burger King	China	https://www.youtube.com/watch?v=D09fyt_W11Y
3	2018	Bruises can be good	Reebok	India	https://www.youtube.com/watch?v=-Qf2CdoElcc
4	2018	The Big Mac Percent	McDonalds	Puerto Rico	https://www.adsoftheworld.com/media/experiential/mcdonalds_the_big_mac_percent
5	2018	Flipped Arches	McDonalds	EE.UU.	https://www.youtube.com/watch?v=907Yo-US36o
6	2019	Vuelo tripulado por mujeres	Avianca	Colombia	https://www.youtube.com/watch?v=lBy9pcUxz10
7	2019	No significa No	HSBC Cajeros	Argentina	https://www.youtube.com/watch?v=x4B31psP3aE
8	2019	Balance for better	Bawabat Al Sharq Mall	Emiratos Árabes Unidos	https://www.adsoftheworld.com/media/film/bawabat_al_sharq_mall_international_womens_day?className=collection-lb&contentid=354714&inline=true#collection-lb-content
9	2019	Mujeres que crean	Yogur Ser	Argentina	https://www.youtube.com/watch?v=yXdcrL4tBVg
10	2019	Se dice de mí	Sprite	Argentina	https://www.youtube.com/watch?v=hfWt2-uwZXg
11	2019	My game, my name	Movistar	España	https://www.youtube.com/watch?v=x6xnt7CrAcY
12	2019	Mujer tenía que ser	The Walt Disney Company	España	https://www.youtube.com/watch?v=8_CZlJp2Ry8
13	2020	Día Internacional de la Mujer	HBO	España	https://www.youtube.com/watch?v=J3u5WiarCuk
14	2020	Behind the Mac	Apple	EE.UU.	https://www.youtube.com/watch?v=fuMQWf-Sgv4
15	2021	Mantén tu cámara encendida	Banco BHD	República Dominicana	https://www.youtube.com/watch?v=LZZAic3EEsY

16	2021	Semana de la equidad: Día de la Mujer	Walmart Chile	Chile	https://www.youtube.com/watch?v=aoLakfMr9gs
17	2021	En sus pedales	Combustibles NEXT	República Dominicana	https://www.instagram.com/p/CMLIK8_nxqC/
18	2022	One chocolate bar at a time	HP and Hershey's	EE.UU.	https://www.adsoftheworld.com/campaigns/one-chocolate-bar-at-a-time
19	2022	El símbolo femenino en hierba más grande del mundo	Xanceda	España	https://www.youtube.com/watch?v=VN7X4-eH_N4
20	2022	In Spain we call it igualdad	Ministerio de Igualdad	España	https://www.youtube.com/watch?v=-JITG4_4hHU

Fuente: elaboración propia

Para realizar esta investigación, se han tenido en cuenta las impresiones, perspectivas y sentimientos personales (Sampieri, 2018). Por tanto, el análisis cualitativo tiene un papel importante en este trabajo. Se exploran los datos y se les dota de una estructura, contexto y categorías. Concretamente, hablamos de un análisis-semiótico crítico del discurso.

Con la intención de aportar rigor y utilizar una metodología mixta, se aporta también una técnica propia del análisis cuantitativo, la escala de Likert. Su función consiste en evaluar el nivel de presencia de los criterios para el análisis de los anuncios: *femvertising*, indicador de mensajes desacertados sobre el 8M y resistencias antifeministas (Tabla 2). Usamos los criterios de la *femvertising* y de las resistencias antifeministas definidos anteriormente.

Sin embargo, los anuncios ofrecen más aspectos interesantes, por lo que usamos una tercera categoría que mide el acierto o desacierto de los mensajes. La basamos en la experiencia, ideas y elementos más repetidos en dichos anuncios (siguiendo a Sampieri, 2018) y otros elementos salientes señalados por autoras como Menéndez-Menéndez (2019), Windels et al. (2020) y Gutiérrez y Rodríguez (2021). En esta categoría medimos con los siguientes criterios: mostrar un solo tipo de mujer; romantizar el hecho de ser mujer; mensaje vacío; día de celebración; oportunismo; a la sombra de grandes mujeres; cosificación de la mujer; responsabilidad exclusiva del cambio a las mujeres; comparaciones desafortunadas; qué hay detrás; y otros

aspectos (ver definiciones en Tabla 2). La presencia de dichos elementos en estos anuncios creados para el 8M demostrarían una falta de perspectiva de género en su estrategia.

El valor otorgado a cada uno de los niveles (muy bajo, poco, neutral, alto y muy alto) se toma en función de la presencia de un mayor número de criterios en cada categoría (Figura 1).

Con el análisis crítico del discurso (van Dijk, 1999), hemos estudiado en estos anuncios la forma y el contexto en que el abuso de poder y la desigualdad se representan, reproducen, legitiman y resisten en el texto y el habla, tanto en contextos sociales como políticos. La industria publicitaria es un agente de poder social que influye en la cultura popular y el imaginario social. Para van Dijk (1999) los grupos de poder tienen la capacidad de influir en la forma de comprender la realidad mediante el control ilegítimo de la mente. Las interacciones sociales se articulan y constituyen discursivamente, y es en los discursos donde se producen, reproducen y estabilizan los saberes sociales en los que se expresan ideas, creencias, normas y valores, los cuales sirven al proceso de orientar la acción humana. El discurso sirve al control social (Abril, 2012). Por ello, se tiene en cuenta el contexto como un asunto clave para interpretar el anuncio y las circunstancias en las que se desarrolló (Tabla 2). Se destacan únicamente datos relevantes respecto al país y al año en materia de feminismo y resistencias antifeministas. Cada categoría se construye a partir de variables o criterios, dotados de significado, que se juntan por compartir un mismo código.

Se entiende por *empoderamiento* el proceso que implica volverse más fuerte y más confiada, especialmente en el control de la propia vida, la consecución de la igualdad y la reivindicación de los propios derechos (Certomà et al., 2017; Gonzales y Maher, 2021; Sinha et al., 2017). Se llama *empoderador* a los anuncios que cumplan diez criterios de la *femvertising*, frente a *resistente* a aquellos que estén más cerca de ser resistencias antifeministas. El objetivo aquí es determinar cuán empoderadores son realmente los anuncios.

Tabla 2. Indicadores de *femvertising*, mensajes desacertados y resistencias antifeministas

Contexto	Definición	
Cuándo	Nos ayuda a situarlo en un contexto determinado durante el período 2017-2022.	
Contexto geográfico	Los discursos sobre el 8M pueden variar e identificar un patrón o estilo de vida según el lugar de donde proviene la campaña publicitaria.	
Narrativa	Descripción breve y clara de los sucesos del anuncio con el objetivo de reconocerlo e identificarlo fácilmente.	
Cuestiones generales	¿Ha sido el anuncio retirado? ¿Habla de la marca? ¿Hay una oferta? ¿Donación? ¿Se lanza un producto? ¿Se promueven acciones más allá del anuncio?	Se analizan cuestiones más generales de todos los anuncios para poder establecer mejor el comportamiento de las marcas y las diferencias entre los años de publicación.
Categorías	Criterios	
Indicadores de <i>femvertising</i>	Utilización de la diversidad	El feminismo actual es interseccional. Por ello, la publicidad ha de construir representaciones desde la diversidad (edad, tamaño, origen étnico, orientación sexual).
	Elaboración de mensajes a favor de la mujer	Inspiradores e inclusivos, buscando sentimientos de confianza y autoafirmación.
	Ruptura de los estereotipos de género	Muestra un desafío frente a lo que el patriarcado considera que las mujeres o las niñas «deben ser».
	Minimización de la sexualidad	Si se exhibe el cuerpo, se realiza de forma natural. Se descartan todas las imágenes que presentan el cuerpo de manera ridícula o afectada.
	Representación auténtica de las mujeres	Se refiere a todos los aspectos publicitarios, desde el talento, el producto, la ambientación o el estilo. Compromiso con la igualdad y estrategias de apoyo a políticas que trabajan en la materia.
	Información valiosa y efectiva	Manejo de datos que sean considerados interesantes y reales, lejos de eufemismos.
	Propuesta de un discurso propio	Las mujeres deben construir el mensaje por sí mismas. Debe descartarse la voz de autoridad que prescribe con tono autoritario y aleccionadora.
	Fomento de la capacidad crítica	La palabra clave es empoderamiento. En dos planos: individual y colectivo.

Análisis de los mensajes feministas y pseudofeministas de los anuncios lanzados para conmemorar el Día Internacional de la Mujer

	Impulso de la conciencia política	Creación de un «nosotras», una cultura común imprescindible para construir un mensaje feminista.
	Impulso de la participación colectiva	No es imprescindible, pero permite incorporar el concepto de «prosumidor» intrínseco a la publicidad digital y fomentadora del activismo <i>online</i> que aporte valor añadido a la propuesta.
Indicadores de mensajes desacertados	Mostrar un solo tipo de mujer	Continuar exponiendo la imagen prototípica y normativa mientras se promueve la igualdad.
	Romantizar el hecho de ser mujer	Ignorar las condiciones y desafíos reales a los que se enfrenta la mujer.
	Mensaje vacío	Si no tienes nada que decir, mejor no digas nada. Propuestas que presentan resistencias por no transmitir valor real y comunicar de manera desafortunada su propuesta.
	Día de celebración	Se refuerzan los estereotipos de género mediante la felicitación del día de la mujer o mostrar un trato especial con ellas.
	Oportunismo	Las campañas deben alejarse del objetivo de vender. Es decir, plantear descuentos, beneficios o promociones exclusivas, así como apropiarse del día o promocionar sus productos.
	A la sombra de grandes mujeres	Utilización de mujeres reconocidas históricamente o en la actualidad, así como realzar la labor de mujeres exclusivamente durante este día.
	Cosificación de la mujer	Asociando y perpetuando su imagen a comportamientos estereotipados o cosificados establecidos tradicionalmente para su género.
	Responsabilidad exclusiva del cambio a las mujeres	Anuncios que promueven un empoderamiento donde el cambio depende de las mujeres, pero no de la sociedad en su conjunto.
	Comparaciones desafortunadas	Campañas que no llegan a transmitir el mensaje deseado debido a comparaciones desafortunadas relacionadas con las desigualdades/violencia de las mujeres y su marca/empresa.
	Qué hay detrás (acciones coherentes de RSC)	Indica si los anuncios actúan en coherencia con la RSC de las empresas que lo han lanzado o si no lo tienen como norma.
Otros	Cualquier indicador relevante que surja del visionado.	
Indicadores de resistencias antifeministas	Negación	Negación representada como desinterés, falta de responsabilidad obviando la desigualdad sexista o asegurando ser parte «de los buenos».
	Inacción	Pasa por el boicoteo del movimiento o la culpabilización al feminismo con fin de detener sus posibles avances.

	Aplacamiento	Entendido como un intento de las resistencias antifeministas para hacerse con las luchas feministas.
	Apropiación	Utilización del movimiento con el único interés de apropiarse y hacer suyo un día con un objetivo detrás; en el caso de la publicidad, comercial.
	Represión	Obstaculización del movimiento feminista mediante campañas, discursos en plataformas digitales o la prohibición de expresarse.

Fuente: elaboración propia a partir de Gutiérrez y Rodríguez (2021), Menéndez-Menéndez (2019) y Windels et al. (2020).

Por último, el análisis semiótico sirve como apoyo a las variables analizadas. Los *spots* publicitarios se erigen a partir de todos los supuestos y significados dados por sentido y compartidos por cualquier grupo. Esto da claridad sobre aquello que usualmente queda escondido durante una investigación tradicional: los significados, motivaciones y naturaleza semiótica de la marca como productora de significados (Campbell, 2008). En este caso la posición de la publicidad frente a un movimiento sin precedentes como ha sido la cuarta ola feminista, para cuyo análisis semiótico determinamos las variables que exponemos a continuación en la Tabla 3:

Tabla 3. Variables de análisis semiótico

Análisis semiótico	Definición	
Registro verbal	Tiempo verbal	Se hace alusión al pasado, presente o futuro.
	Género	Nos permiten reconocer si la posición de la marca respecto al público es más o menos cercana y más o menos empoderadora.
	Número	
	Tipo de oraciones	Activa o pasiva. Directa o indirecta. Frases cortas simples o compuestas. Interrogaciones o exclamaciones que cambien la entonación y el foco de interés.
	Palabras clave	Palabras que se utilizan de manera recurrente dentro del anuncio o tienen un papel importante.
	Connotaciones	Mensajes indirectos del texto. Aquello que no se comunica textualmente, pero se pretende transmitir.
Otros	Cualquier anotación relevante que surja en el visionado.	

Registro visual	Personajes	Número de personas	Si se busca una imagen de colectivo o individual.
		Sexo	Hacia quién va dirigido el mensaje.
		Edades	Nos permite reconocer la posible diversidad existente.
		Actitud	Qué transmiten los personajes.
		Roles	Nos permiten identificar qué funciones desempeñan las personas.
	Acciones	Acción relevante para el análisis que destaque entre las demás.	
	Objetos	Cualquier objeto o icono destacable dentro del anuncio.	
	Colores	Cálidos o fríos	Tono e iluminación influyen en la interpretación del mensaje.
		¿Está relacionado con el 8M?	Uso del color morado, rosa, etc. Mensaje y posicionamiento de la marca respecto al movimiento del 8M.
	Lugar	Abierto/ cerrado	El lugar en el que se desarrolla el anuncio puede estar ligado a desafiar o perpetuar ciertos estereotipos de género (hogar, laboral...)
		Espacio relevante para romper con los estereotipos	
	Ritmo	Lento/ Rápido	Velocidad de la sucesión de imágenes y planos.
		Poco relevante	
Connotaciones	Ídem con las connotaciones textuales.		
Otros	Ídem con las anotaciones del código textual.		
Registro sonoro	Voces	Narrador/a	Identificar si no hay narrador, hay un protagonista o bien es omnisciente (en 3. ^a persona)
		Sexo	Observar si la voz es femenina o masculina es clave en este análisis.
		Tono	Neutro, grave o agudo.
		Intención	En función del tono y mensaje, ver si se busca informar, empoderar, reivindicar...
	Música	Estilo	Ídem con el código visual.
		Ritmo	Ídem con el código visual.
		Intención	Ídem con la intención de voces, centrado en la música.
	Sonidos ambientales	Sonido u onomatopeya que acompañe el audiovisual.	
	Otros	Ídem con las anotaciones del código textual.	

Fuente: elaboración propia a partir de Lahuerta et al. (2021)

3. ANÁLISIS Y RESULTADOS

Para realizar el análisis se procede a describir el contexto, mensaje y semiótica de cada anuncio teniendo en cuenta no solo aquello que parece oculto a primera vista, sino también valorando, a través de los indicadores, el discurso empleado por la publicidad cuando usa la figura de la mujer. A continuación pasamos a detallar cada uno de los 20 anuncios seleccionados para la muestra en orden cronológico:

N.º 1. En marzo de 2017, la marca de maquillaje L'Oréal lanzaba en Brasil el *spot* «Being a Women transcends the body». Cuenta la historia de Valentina Sampaio, recurriendo a una mujer reconocida internacionalmente por ser una modelo trans. Se prepara para la foto de su nuevo DNI mientras celebra su primer Día de la Mujer acorde con su identidad femenina. Esta campaña ganó el premio «#Femvertising» otorgado por SheKnowsMedia. Brasil encabeza la lista de países con más asesinatos de personas trans. En 2020 se incrementó un 41% frente a 2019, a pesar del confinamiento por la COVID-19 (*Deutsche Welle*, 2021). Sin embargo, la marca continúa recreando la *feminidad ideal*. Se destaca el uso excesivo del color rosa, una modelo que cumple con el canon de belleza impuesto para las mujeres (piel clara, alta, delgada, ojos claros y pelo largo) acompañado de acciones por parte de Valentina recogidas semióticamente (maquillarse, peinarse, imagen exquisita) que perpetúan los estereotipos de género asociados a la mujer.

N.º 2. En ese mismo año y situándonos en China, Burger King y Y&R Shanghai lanzan una campaña viral titulada «Could you be our burger queen?» donde preguntan a diferentes mujeres si les gustaría ser su reina. El discurso se llena de palabras clave como «comer» o «reina». Ser la reina de Burger King se convierte en una aspiración frívola que romantiza a la mujer y contrasta con los valores reales del feminismo. Pretenden empoderar a la mujer a través de un *packaging* exclusivo de la Whopper que las insta a «ser ellas mismas». Se trata de una acción oportunista que se apropia del Día de la Mujer sin verdadera reivindicación, instándonos a consumir en su cadena.

Figura 1. «Could you be our burger queen?» Burger King



Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=D09fYt_WI1Y

N.º 3. En 2018 de la mano de Reebok India y el anuncio «Bruises can be good», ideado y ejecutado por Isobar India, visualizamos un experimento social que pretende impactar al mostrar que no todas las mujeres con hematomas son víctimas de violencia de género, pues las mujeres también saben pelear, proceso en el que ganan dichas condecoraciones. El contexto del anuncio aparece reflejado en las estadísticas recientes del National Crime Records Bureau, 2018. Muestra que se trata de uno de los países más peligrosos para la mujer en violencia de género y esclavitud laboral (Martínez, 2018). Su intención es elaborar un mensaje a favor de la mujer sin encasillarla en un perfil determinado, pero para ello utiliza los hematomas y crea un imaginario donde se compara a la mujer víctima de violencia de género con una luchadora profesional. Para reforzar el mensaje se centran en el uso de tonos fríos y de una música que va de lenta a rápida para incrementar la tensión. La resistencia antifeminista presente sería la inacción debido al protagonismo de los hematomas y la referencia a mujeres víctimas de violencia de género con boxeadoras.

N.º 4. «The Big Mac Porcent», realizado por la agencia TPWA en Puerto Rico, muestra a diferentes consumidores masculinos pidiendo una hamburguesa que, para su sorpresa, únicamente contiene una porción. Esta porción representa el 15% de mujeres en Puerto Rico que consiguen un puesto de liderazgo en su trabajo. Resulta necesario detenerse en McDonald's con dos

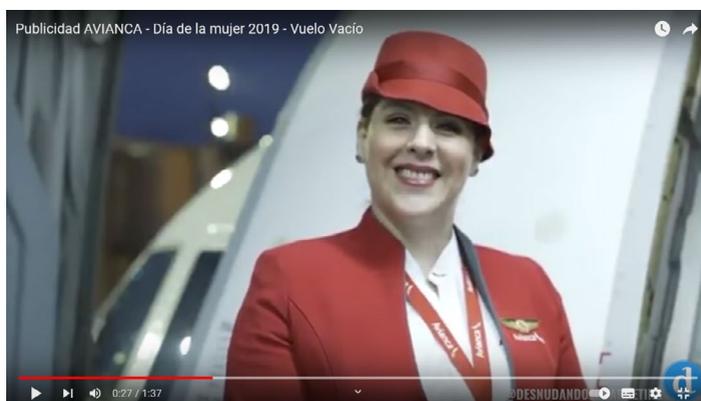
de sus anuncios publicados durante 2018 para el 8M: «The Bic Mac Porcent» y «Flipped Arches». Se populariza el término denominado *McFeminism* para referirse al falso feminismo adoptado por las corporaciones para atraer a una audiencia más amplia y al mismo tiempo ser considerado «no problemático» (Sangster, 2021). La campaña podría haber impactado y mejorado su mensaje al incluir no solo a hombres, sino también a mujeres. Sería interesante ver la opinión de ellas, principales interesadas, y mostrar que a ellos también les necesitamos en la lucha como aliados. Resalta la apropiación del movimiento feminista, recurrente como reacción antifeminista en esta cadena, al cambiar su *packaging* y tratar de asociar sus productos al 8M. Además, el mensaje tan siquiera es transmitido por una mujer que ocupe un alto cargo dentro de la cadena ni sabemos qué acciones está tomando McDonald's para terminar con la desigualdad evidente que transmiten en su anuncio. Aportan datos valiosos, respaldados en un estudio, pero no se centran en la compañía ni plantean propuestas para luchar contra la desigualdad laboral.

N.º 5. «Flipped Arches» se presenta en Estados Unidos con la historia de una mujer que evidencia sus dificultades para salir adelante sola con sus hijas e hijos. Su empoderamiento es clave para lograr ser dueña de varios restaurantes. Este *spot* forma parte de la acción mediante la cual cambian su logo girando el arco de neón dorado para convertir su famosa M en una W (de *woman*). Acción criticada por dos razones: los contratos precarios de McDonald's perjudican sobre todo a las mujeres, que representan una fuerza laboral importante, y por las acusaciones de abusos sexuales a las trabajadoras de esta cadena (BBC, 2021). El mensaje del anuncio apela a las emociones: conseguir el éxito laboral es difícil, pero la mujer puede lograrlo con su esfuerzo. Al final, los antecedentes de McDonald's han terminado por causar el efecto contrario al que pretendían, generando polémica. Las resistencias antifeministas percibidas en este spot son la de negación y apropiación, no solo por evadir los problemas reales de la brecha de género o la dificultad para conciliar, sino por la falta de responsabilidad real de McDonald's al asegurar «ser parte de los buenos» cuando en la realidad hacen contratos precarios para sus trabajadores y trabajadoras.

N.º 6. En 2019, se lanza un anuncio que se enfoca en la desigualdad de la mujer en el trabajo: Avianca, una Línea Aérea Nacional de Colombia, y su

polémico «Vuelo vacío». El spot «Vuelo tripulado por mujeres» surgió para demostrar que las mujeres son capaces de pilotar un avión y combatir la creencia de que un viaje tripulado por hombres es más seguro. Se trata de un giro desconcertante de *marketing* que terminó con el anuncio eliminado de las redes. Lejos de combatir los estereotipos de género, este anuncio los refuerza e impulsa con una conciencia colectiva machista. Avianca vio la oportunidad de lanzar un mensaje innovador y viral que terminó por reforzar resistencias antifeministas como la negación, inacción y apropiación, revestido en un discurso que carece de perspectiva de género.

Figura 2. «Vuelo vacío», Avianca



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=x4B31psP3aE>

N.º 7. En 2019, el anuncio «No significa No» lanzado en Argentina por el Banco HSBC también generó polémica. El vídeo nos muestra a diferentes clientes tratando de operar en el cajero automático que al pulsar «no» les trata de concienciar con frases acerca de la violencia de género o el acoso. Cada una de las variables seleccionadas para este análisis demuestra que una tarjeta retenida en el cajero difícilmente puede asumir el papel de una mujer agredida por machismo. A pesar de que la entidad propone acciones con valor como añadir en el resguardo la línea gratuita de asistencia a las víctimas de violencia de género, y aunque sus intenciones fueran buenas, emplear el cajero como medio para transmitir el mensaje termina generando

una comparación no válida. Se considera posible el oportunismo por parte de la compañía, pues cuando lanzan este video eran conscientes del debate que la cuarta ola feminista estaba generando. Además se considera que la apropiación de frases de la lucha feminista («No es no») por parte de las marcas es algo peligroso que requiere de una gran coherencia con las acciones de la empresa.

Figura 3. «No es no», HSBC



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=x4B31psP3aE>

N.º 8. Cambiamos de continente para analizar el audiovisual «Balance for better» del centro comercial Bawabat Al Sharq Mall en Emiratos Árabes Unidos. Este cambio geográfico y cultural nos permite ver lo marcado que está el contexto por la política, estilo de vida y creencias. En este país existe una legislación que convalida el maltrato de las mujeres y las hijas e hijos menores por parte del marido o padre, siempre que la agresión no exceda los límites admitidos por la ley islámica. El anuncio presenta a diferentes mujeres y una niña en primeros planos para reforzar la importancia de su figura junto al hombre. Un *hashtag* las nombra como «mujer de...», «hija de...» o «madre de...». Se limita a poner a la mujer en un papel en el que su mayor aspiración es de complemento en un mundo de hombres.

N.º 9. En Argentina encontramos la acción #Mujeresquecrean, por parte de Yogur Ser de la marca Danone, acompañado de un anuncio. En este *spot* de

corta duración podemos observar a la artista que diseñó los nuevos envases con motivo del 8M animando a participar y promocionando el concurso donde se busca nuevo talento femenino. Se elabora un mensaje a favor de la mujer inspirándola y fomentando su desarrollo artístico y laboral del mismo modo que se impulsa la conciencia colectiva al apoyar el talento femenino. Otro dato positivo es que sus acciones de RSC sí son coherentes con el *spot*.

N.º 10. Sprite presenta en Argentina «Se dice de mí», un anuncio donde la música, las mujeres conocidas y el mensaje cobran gran importancia al acallar a los *haters* que critican y tratan de acabar con la autoestima de las mujeres. En principio, este *spot* de carácter alegre e irónico cumple con ciertos pilares, especialmente la minimización del sexismo, la apuesta por la diversidad y la ruptura de estereotipos de género. El indicador de mensajes desacertados aporta coherencia con los resultados positivos de la *femvertising*. Únicamente presenta ambivalencia la falta de ruptura con el *slogan* de la marca, «mantenete fresco», que aparece incluido de manera forzosa demostrando por qué la publicidad que apuesta por el feminismo debe estar analizada con gran cautela debido a su ambivalencia y carácter comercial.

N.º 11. Los siguientes tres anuncios recogidos pertenecen al 2019 y sitúan el contexto español de la publicidad durante el 8M. Comenzamos por el anuncio de Movistar, #MyGameMyName. El anuncio denuncia el machismo presente en el mundo del *gaming* a través de la reacción de diferentes *gamers* profesionales que, con nombres de usuario femeninos y acompañados de chicas *gamers*, viven en su propia carne el ataque de usuarios por el hecho de ser mujeres que juegan. Este es uno de los anuncios que más ha cumplido con los valores asociados al empoderamiento de la mujer en la publicidad; además, en él no se percibe ninguna resistencia antifeminista. El anuncio es coherente con las acciones desarrolladas en la campaña, critica y rechaza el acoso sufrido por parte de las mujeres y anima a denunciarlo. A su vez, el mensaje es elaborado por mujeres que se dedican al *gaming*. Fomenta la capacidad crítica, la conciencia política y se rompen estereotipos de un *hobby* asociado aún a la figura masculina.

N.º 12. El siguiente anuncio pertenece a The Walt Disney Company bajo el título «Mujer tenía que ser». Título que, de hecho, no tiene demasiada relación con las imágenes del *spot* y que refuerzan la sensación de que el

anuncio fue hecho sin intención de generar verdadero feminismo y con objetivos comerciales. El vídeo muestra a tres deportistas españolas de La Liga demostrando sus habilidades físicas. Este anuncio se ha lanzado y unido al estreno de la película *Capitana Marvel*, que se empezó a proyectar el 8 de marzo con la intención de animar al público femenino a celebrar su día, lo que no hace más que reafirmar la apropiación del movimiento feminista de manera oportunista para promocionar la película.

N.º 13. HBO trata de empoderar a las mujeres con un vídeo en su canal de YouTube cuyo nombre es «Día Internacional de la Mujer». De manera inteligente, dado que sus públicos van a saber apreciarlo, se basa en escenas de la serie *Juego de tronos*, en la que los personajes femeninos muestran su independencia frente a las dificultades. Dado que se trata de ficción, podemos decir que es un anuncio efectista que cumple con su objetivo: subir un contenido relacionado con el Día de la Mujer.

N.º 14. En 2020, Apple lanza su anuncio «Behind the Mac» para Estados Unidos. En este, vemos imágenes de diferentes mujeres reconocidas por sus logros y talento al lado de su portátil. Una forma un tanto frívola de mostrar que toda mujer que alcanza el éxito lo hace al lado de Apple. Este mensaje se refuerza con la música seleccionada: *Flawless* de Beyoncé, artista referente del postfeminismo. El estereotipo de *superwoman* y la intencionada unión de la marca con el discurso pseudofeminista nos deja como único aprendizaje qué tipo de ordenador utilizan las mujeres exitosas.

N.º 15. En 2021, Banco BHD de República Dominicana emite el anuncio «Mantén tu cámara encendida». Durante el rastreo se ha podido comprobar que los anuncios con motivo del 8M realizados en 2021 sitúan a la mujer en un contexto de pandemia. En este *spot*, mostrando un solo prototipo de mujer, se enumeran los aprendizajes de la mujer durante estos tiempos difíciles responsabilizando exclusivamente a la mujer de su condición sin nombrar la mayor desigualdad a la que se enfrenta durante y después del confinamiento. También se refuerzan estereotipos de género como la necesidad de las mujeres de verse bien para otros o la facilidad de las mujeres para delegar.

N.º 16. El mismo año, Walmart Chile lanza un anuncio con motivo de la «Semana de la equidad: Día de la Mujer». Une de nuevo el coronavirus con la lucha por la igualdad laboral entre hombres y mujeres. El spot considera la brecha de género, pero el mensaje será transmitido por un hombre, el cual ocupa verdaderamente el alto cargo dentro de la empresa sin romper con la desigualdad que propone elaborar mensajes por y para ella.

N.º 17. El protagonismo masculino gana mayor presencia en el *spot* «En sus pedales» por Combustibles NEXT de República Dominicana para su perfil de Instagram. Distintos hombres dicen ponerse en el lugar de la mujer por el hecho de conducir con tacones mientras cantan o cargan muchas bolsas adoptando la etiqueta feminista con un mensaje que ridiculiza la figura femenina, romantiza el hecho de ser mujer y obvia los desafíos reales.

N.º 18. En 2022, se lanza en Brasil el anuncio «One chocolate bar at a time» por HP y Hershey's. Una chica adolescente entra en una tienda para comprar una chocolatina y se encuentra en los envoltorios la representación de referentes femeninos. Se crea un «nosotras», un mensaje elaborado por mujeres y para mujeres en el que se apuesta por un perfil diverso de profesiones.

Figura 4. «One chocolate bar at a time», HP y Hershey's



Fuente: <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/one-chocolate-bar-at-a-time>

N.º 19. En España, Xanceda, granja ecológica, decide dibujar el símbolo femenino más grande del mundo arando un campo de hierba. Se trata de un mensaje vacío que carece de información valiosa y efectiva, pues la representación de la mujer no se verá mejorada ni supone un gran cambio por el hecho de visualizar este anuncio. El anuncio hace uso del símbolo femenino creyendo que, de esta forma, son más feministas.

N.º 20. Por último, resulta interesante detenernos en el único anuncio de carácter político presente en la muestra. Se trata del *spot* lanzado por el Instituto de las Mujeres y el Ministerio de Igualdad de la mano de Ogilvy. Hay varios problemas en este anuncio. El principal es que nos muestran 47 millones de maneras de llamar al feminismo, incluyendo toda la población española y también a los asesinos que mataron a más de 40 mujeres en el 2022 (Feminicidio.net, 2022). Además, feminismo es una teoría política y una perspectiva filosófica que centra su análisis en el patriarcado y no una palabra que cualquiera puede aplicar a cualquier cosa. A pesar de que el anuncio muestra diversidad (mujeres de diversas edades, ocupaciones, formas y razas), exclamaciones como «Mari, que guapa» o «estás buenorra» podrán considerarse resistentes.

4. EVOLUCIÓN DEL MENSAJE PUBLICITARIO Y SEMIOSIS

Resulta arriesgado interpretar a través de 20 anuncios la evolución de la publicidad respecto al empoderamiento de la mujer y las intenciones que pueda haber detrás de los mensajes propuestos. Sin embargo, dada la evolución de la *femvertising* y los resultados obtenidos a través del análisis, se ratifica la presencia de *spots* que se presentan como feministas pero carecen de perspectiva de género a través de un enfoque equivocado y comparaciones desafortunadas.

En peor lugar quedan aquellos *spots* que no conmemoran el 8M ni atienden a las principales consignas de las marchas. Aunque en descenso, continúa existiendo publicidad que toma este día como una celebración, en lugar de una reivindicación. Hablamos de casos como «En sus pedales» (17), de Combustibles NEXT; «Balance for better» (8), del centro comercial Bawabat Al Sharq Mall o el polémico desenlace del «Vuelo vacío» (6), de Avianca.

Dedicamos un espacio para reflejar las muestras de desapropiación percibidas por las consumidoras, entre las cadenas de comida rápida como Burger King (2) y McDonald's (4 y 5) (*The Guardian*, 2018 y BBC, 2018). Tratar de mostrar más la marca y sus productos que la problemática que viven las mujeres termina por generar polémicas debido a la incongruencia entre los *spots* que se apropian de los símbolos del feminismo y del 8M frente a los salarios precarios y el maltrato a sus trabajadoras. En los anuncios seleccionados hemos podido observar el uso de lemas feministas, mención constante a sus productos y cambio del *packaging* y al color morado con motivo del 8M, factor analizado semióticamente que suele repetirse.

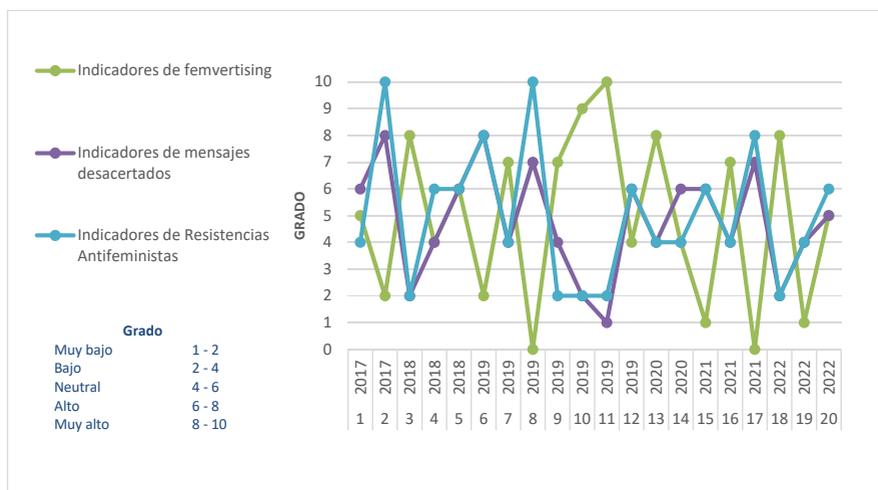
A pesar de que la intención durante la investigación fue crear una muestra de audiovisuales que mostrara ambivalencias, debe apreciarse también el hallazgo de varios anuncios que han obtenido un resultado positivo en el análisis. Se ve reflejado en «Se dice de mí» (10) de Sprite y principalmente en #MygameMyName (11) de Movistar (Figura 1). Movistar lanza un mensaje feminista que, no solo está ligado a su marca otorgándole sentido a su anuncio, sino que denuncia el machismo instando a su público a rechazar este tipo de actos y promoviendo acciones paralelas para acabar con el acoso.

Siendo conscientes de la existencia de mensajes progresistas dentro de los anuncios, el discurso publicitario responde a una estrategia del neoliberalismo con una economización poco ética que contribuye a una desigualdad intensificada (Brown, 2015). Esto es lo que sucede cuando los valores feministas se despolitizan y se convierten en puro *marketing*.

En la evolución de los indicadores analizados desde 2017 hasta 2022, los mensajes publicitarios de los anuncios resultan inconsistentes respecto al empoderamiento de la mujer. El año 2017 comienza con un resultado desfavorable para la *femvertising* y se perciben grandes resistencias antifeministas, mientras que 2019 constituye el año donde los anuncios contienen un mayor empoderamiento de la mujer, ya que las resistencias antifeministas se mantienen en un nivel bajo. Resulta destacable el contraste producido durante 2018 y 2019 donde coexisten *spots* que lo hacen muy bien con otros cuyo mensaje es antifeminista. Tenemos por un lado «Se dice de mí» (10) de Sprite y, en contraste, el anuncio de Avianca (6). En ocasiones estos anuncios despiertan la sensación de oportunismo por parte de las marcas recurriendo a mujeres reconocidas o al talento femenino como «Mujeres que crean» (9) de

Yogur Ser. Sería interesante comprobar si estas artistas continúan trabajando para la marca más allá del 8M.

Figura 5. Indicadores de *femvertising*, mensajes desacertados y resistencias antifeministas



Fuente: elaboración propia

Tabla 4. Presencia de los indicadores en los anuncios

Anuncio	Indicadores de <i>Femvertising</i>	Mensajes desacertados	Resistencias antifeministas
1	Propuesta de un discurso propio Fomento de la capacidad crítica Impulso de la conciencia política	<ul style="list-style-type: none"> Muestra de un solo prototipo de mujer Romantiza el hecho de ser mujer A la sombra de grandes mujeres Cosificación 	Aplacamiento Apropiación
2	No cumple ningún principio de la <i>femvertising</i>	<ul style="list-style-type: none"> Mensaje vacío, día de celebración Oportunismo, cosifica a las mujeres y realiza comparaciones desafortunadas 	Negación Inacción Aplacamiento Apropiación Represión

Análisis de los mensajes feministas y pseudofeministas de los anuncios lanzados para conmemorar el Día Internacional de la Mujer

3	Minimización de la sexualidad Impulso de la conciencia política Impulso de la conciencia colectiva	<ul style="list-style-type: none"> • Comparaciones desafortunadas • Oportunismo 	Inacción
4	Ruptura de los estereotipos de género, minimización de la sexualidad, impulso de la participación colectiva e información valiosa	<ul style="list-style-type: none"> • Comparaciones desafortunadas • Oportunismo 	Negación Apropiación
5	Utilización de la diversidad, minimización de la sexualidad, ruptura de estereotipos de género	<ul style="list-style-type: none"> • Día de celebración • Oportunismo • Mensaje vacío: romantiza el hecho de ser mujer 	Negación Apropiación
6	Minimización de la sexualidad	<ul style="list-style-type: none"> • Mensaje vacío • Día de celebración • Oportunismo • Comparaciones desafortunadas 	Negación Inacción Apropiación
7	Información valiosa y efectiva, elaboración de mensajes a favor de la mujer e impulso de la participación colectiva	<ul style="list-style-type: none"> • Comparaciones desafortunadas • Oportunismo • Mensaje vacío 	Aplacamiento Apropiación
8	No cumple ninguno de los indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Cumple con todos los indicadores • Mensaje vacío • Día de celebración • Oportunismo • Comparaciones desafortunadas 	Negación Inacción Aplacamiento Apropiación Represión
9	Minimización de la sexualidad, impulso de la participación colectiva, elaboración de mensajes a favor de la mujer	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunismo • A la sombra de grandes mujeres 	Apropiación
10	Utilización de la diversidad, ruptura de estereotipos de género, minimización de la sexualidad, fomento de la capacidad crítica	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunismo • A la sombra de grandes mujeres 	Apropiación
11	Utilización de la diversidad, elaboración de mensajes a favor de la mujer, información valiosa, representación auténtica de las mujeres, impulso de la conciencia política y colectiva	<ul style="list-style-type: none"> • No presenta mensajes desacertados, aunque siempre es dudoso el posible oportunismo de las marcas 	No presenta resistencias
12	Ruptura de los estereotipos de género; minimización de la sexualidad	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunismo • Mensaje vacío • A la sombra de grandes mujeres 	Negación Inacción Apropiación

13	Impulso de la participación colectiva	<ul style="list-style-type: none"> • Mensaje vacío • Día de celebración • Responsabilidad exclusiva sobre la mujer 	Negación
14	Ruptura de los estereotipos de género, minimización de la sexualidad, participación colectiva	<ul style="list-style-type: none"> • Mensaje vacío • Oportunismo • A la sombra de grandes mujeres 	Negación Apropiación
15	Minimización de la sexualidad	<ul style="list-style-type: none"> • Muestra de un solo prototipo de la mujer • Romantización de la mujer • Oportunismo 	Negación Inacción Apropiación
16	Minimización de la sexualidad y ruptura con los estereotipos de género	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunismo 	Apropiación
17	No cumple ningún indicador de la <i>femvertising</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Romantiza el hecho de ser mujer • Mensaje vacío • Día de celebración • Oportunismo 	Negación Inacción Aplacamiento Apropiación
18	Fomento de la capacidad crítica, impulso de la conciencia política, impulso de la participación colectiva	<ul style="list-style-type: none"> • No se perciben grandes mensajes desacertados, excepto la falta de un mensaje con mayor valor 	Aplacamiento
19	No cumple con grandes indicadores de la <i>femvertising</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mensaje vacío • Oportunismo • Día de celebración 	Negación Apropiación
20	Utilización de la diversidad, ruptura de estereotipos de género, minimización de la sexualidad	<ul style="list-style-type: none"> • Comparaciones desafortunadas • Celebración • Mensaje vacío 	Negación Aplacamiento Apropiación

Fuente: elaboración propia

La mayoría de los anuncios no cumplen con gran parte de los principios de la *femvertising*, siendo además evidente que tanto el oportunismo como las comparaciones desafortunadas donde se romantiza el hecho de ser mujer o no se le da el lugar que corresponde a través de un *storytelling* cuyo mensaje vacío le aparta de cualquier valor feminista se repite. Todos los anuncios analizados, a excepción del N.º 11, poseen al menos una de las cinco resistencias antifeministas, siendo la apropiación el más repetido, seguido de la negación y la inacción. Incluso los anuncios con un tinte más progresista no empoderan realmente a la mujer, pues se mantienen ciertas carencias. La publicidad se llena de contradicción mientras lanza un mensaje progresista que no se separa de las exigencias del capitalismo.

El anuncio de L'Oréal, «Being a Women transcends the body» (1) pretendía apostar por un feminismo contemporáneo interseccional al representar a las mujeres trans. El enfoque, sin embargo, se realiza de manera incorrecta. El análisis semiótico demuestra que el foco está en su aspecto físico, el uso del color rosa y el empleo de palabras como «belleza». Un anuncio que termina cargado de estereotipos de género, similar al anuncio de Burger King (2), en el que se les pregunta a las mujeres si quieren ser «reinas» de pega. Relacionado con el uso de colores empleado en los *spots*, destacan los tonos cálidos en aquellos anuncios alegres que tratan de empoderar a la mujer a través de la inspiración y la ruptura de prejuicios, acompañados de música que pretende animar. Esto contrasta con aquellos anuncios en los que la denuncia es más evidente, como cuando se referencia la violencia de género. En ese caso destacan los tonos fríos y la música cuyo objetivo es impactar.

En general, en gran medida los anuncios analizados evitan el sexismo y tratan de romper con los estereotipos de género, pero la mayoría de veces el mensaje no se transmite de manera adecuada. El empoderamiento de la mujer no se lleva a cabo muchas veces por la falta de pilares como el fomento de la capacidad crítica, la conciencia política y la denuncia de las desigualdades. Es necesario no responsabilizar únicamente a las mujeres de su situación y mostrar los desafíos reales a los que se enfrentan.

El anuncio peor parado es «Balance for better» (8), ya que la reacción antifeminista es mayor: se niega la verdadera razón de ser del 8M, se apropia del movimiento al emplear la temática escogida para el Día Internacional de la Mujer en 2019, *Balance for better*, y redirige el protagonismo a los hombres, pues «su mundo no sería igual sin ellas». Además, se identifica la variable de represión al obstaculizar la igualdad de la mujer cuando se recrea un imaginario social donde el hombre es la figura de autoridad privilegiada. Otros anuncios antifeministas son «Could you be our Burger queen?» (2) donde se niegan los desafíos reales y desigualdades de la mujer, se obstaculiza el movimiento feminista ridiculizando a la mujer con un discurso que carece de crítica y se refuerzan estereotipos como que la mujer es insegura y su mayor aspiración es obtener una pegatina con la etiqueta de «reina» o «princesa»; o «Mantén tu cámara encendida» (15) con la negación e inacción, al culpabilizar a las mujeres de su situación familiar y laboral o incluso de

los estereotipos que la persiguen y la apropiación, pues si no se propone un discurso feminista en el anuncio, el mensaje no genera valor para el 8M.

Algunas de las palabras clave más repetidas que concuerdan en diferentes anuncios son: «mujeres», «liderazgo», «cambio», «violencia», «oportunidad» y «desafío». En la mayoría de ellos se emplea un tono emocional que pretende calar acompañado del uso del presente y la primera persona tanto en singular como en plural. La intención es generar un sentimiento común de empoderamiento y unión. Sin embargo, si esto no es acompañado de datos y de una representación auténtica de las mujeres, el mensaje resulta vacío.

A partir de 2020, y tras un periodo de unión de las marcas a la publicidad generadora de feminismo, los anuncios con motivo del 8M también reflejan el cambio vivido por la COVID-19. Se reflejan las desigualdades laborales de la mujer, pero obviando la problemática real a la que se enfrentan. Esto se constata en una mayor presencia de mensajes pseudofeministas que continúan en 2021 y durante 2022 con anuncios que, además, presentan un alto grado de resistencias antifeministas como se refleja en la gráfica 1 y se ha podido observar en los anuncios.

Existe una diferencia en el uso de la *femvertising* y la presencia de resistencias antifeministas según el contexto geográfico. En este caso, contamos con cierta variedad de anuncios procedentes de Latinoamérica, que apostaban por el feminismo sin romper con esa desigualdad. Eso se puede apreciar en Walmart Chile (16), en el que es el hombre de alto cargo quien transmite el mensaje por la equidad laboral, y en Combustibles NEXT (17), donde las mujeres aparecen en segundo plano y se romantiza, e incluso ridiculiza, el hecho de ser mujer. La peor parte se la lleva Asia, contando que China desfavorece los avances del feminismo y Emiratos Árabes Unidos cuenta con leyes que van en contra de la igualdad.

Resulta curioso que también se perciban estas resistencias en un mensaje institucional. Se ilustra en el caso del anuncio «In Spain we call it igualdad» (20). Dada la responsabilidad que esperamos tanto del Ministerio de Igualdad como del Instituto de las Mujeres en un día de conmemoración, este anuncio contiene mensajes desacertados y resistencias antifeministas. Debería haberse distanciando más de los audiovisuales comerciales, de los cuales se puede esperar un tono más frívolo y carente de profundidad.

Es interesante también el importante papel de la música en algunos *spots* no solamente para reforzar los mensajes sino para transmitir ideas. Son los casos de «Se dice de mí» (10) de Sprite, que recurre a una canción conocida que critica los prejuicios sociales; «Behind the Mac», que emplea una canción de Beyoncé para asociar el anuncio al empoderamiento postfeminista, el éxito y las jóvenes; e «In Spain we call it igualdad» (20), con una canción de Rigoberta Bandini, conocida por temas como «Ay, mamá» y grupo que conecta con una generación joven.

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Con el auge de la cuarta ola feminista y el surgimiento de la *femvertising* como estrategia que pretende el empoderamiento de la mujer a través de la publicidad, algunas marcas lanzan anuncios con ocasión del 8M que no aportan verdadero valor al Día de la Mujer. Este artículo evalúa su posible ambivalencia y oportunismo. Resultaba interesante, por tanto, comprobar la existencia de mensajes publicitarios cargados de contradicciones o incluso antifeministas, lo que demostraría la apropiación de los lemas y símbolos del movimiento feminista por parte de la publicidad. La industria publicitaria tiene un papel fundamental como transmisor de mensajes y persuasión, con capacidad para influir en la cultura popular. Como sostiene Abril (2012), el discurso sirve al control social.

El periodo escogido es clave para presenciar la evolución del empoderamiento de la mujer en la publicidad. Durante 2019, con el éxito global de las movilizaciones feministas, hay una mayor intención de empoderar a las mujeres por parte de los anuncios. Se observa un mayor desajuste en la presencia de mensajes desacertados con anuncios que aportan y otros que contienen mensajes vacíos. Esto indicaría un mayor oportunismo por parte de las marcas que se unen al 8M sin responsabilidad. A partir de 2020, se percibe un mayor número de resistencias antifeministas y una menor intención por hacerlo bien. Durante este periodo también se encuentran resistencias antifeministas tanto en las plataformas como en el sector político.

Se ha podido observar que se tiende a minimizar y evitar el uso del sexismo, aunque persisten estereotipos de género tradicionales que perjudican a la mujer. De hecho, se percibe el uso del color rosa en alguno de los

anuncios, así como la insistencia de acciones excesivamente estéticas o el deseo de lucir bien, mostrando una imagen idealizada de las mujeres.

También se ha identificado la intención de los anuncios de conectar emocionalmente con las mujeres a través de la unión y el empoderamiento, no solo a través de un discurso que promueve la inspiración, el talento femenino y la autoestima o que denuncia el machismo, el acoso callejero y la violencia de género. Ambos discursos se asocian con lenguajes visuales diferentes, tanto en el uso de tonos cálidos/fríos, como en el tipo de música empleada y las connotaciones percibidas (por ejemplo, lucha, fuerza, éxito, autoconocimiento).

A pesar de la intención de algunos de los anuncios, la ambivalencia está presente en cada uno de ellos. Los mensajes desacertados se manifestaban a través de la responsabilidad exclusiva de la mujer en temas que conciernen a toda la sociedad como es la desigualdad laboral o la conciliación familiar, así como la obviedad a los desafíos reales a los que se enfrentan las mujeres frente al género masculino, mucho más privilegiado.

Ha sido relevante observar la presencia de anuncios que, bajo una supuesta posición a favor de la mujer, terminan por generar mensajes antifeministas. La presencia de estas resistencias se volvía más patente en aquellos países cuyos avances en feminismo son menores, como es el caso de Emiratos Árabes Unidos y China.

Como expone Martínez-Jiménez (2021), las mujeres se ven rodeadas de una feminidad economizada ambiciosa e individualista a la lógica del mercado. El influjo del feminismo en nuestras vidas e imaginarios es resurgitada en una versión más suave, más comercial y más inofensiva del feminismo. De esta manera, el capitalismo se apoya en la creación de nuevas identidades femeninas y el marketing del *Girl Power* para luchar por la hegemonía del capitalismo neoliberal.

El futuro de la *femvertising* y de los propios anuncios pasa por una educación en perspectiva de género y apostar por elaborar discursos por y para las mujeres. Una solución incluiría comportamientos laborales y sociales coherentes con la igualdad por parte de las empresas y consultar con expertas en género que permitan a las marcas manifestarse con propiedad. Este factor se ha podido comprobar en *spots* como «Bruises can be good» (3) de Reebok India o «No es No» (7) de HSBC Cajeros.

Las conclusiones obtenidas nos permiten confirmar que los anuncios ambivalentes seleccionados con motivo del 8M contienen resistencias anti-feministas que frenan el avance del feminismo y se apropian de un día de conmemoración, así como la certeza de que, a pesar del posible sentimiento de empoderamiento que algunos anuncios pueden transmitir, resulta difícil negar que la *femvertising* puede generar una falsa sensación de libertad e igualdad, mucho más cómoda que la lucha y activismo feminista.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abitbol, A., y Sternadori, M. (2019). Championing Women's Empowerment as a Catalyst for Purchase Intentions: Testing the Mediating Roles of OPRs and Brand Loyalty in the Context of *Femvertising*. *International Journal of Strategic Communication*, 13(1), 22-41. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2018.1552963>
- Abril, N. G. P. (2012). Análisis crítico del discurso: Conceptualización y desarrollo. *Cuadernos de lingüística hispánica*, 19, 41-62.
- Banet-Weiser, S., Gill, R., y Rottenberg, C. (2019). Postfeminism, popular feminism and neoliberal feminism? Sarah Banet-Weiser, Rosalind Gill and Catherine Rottenberg in conversation. *Feminist Theory*, 21(1), 3-24. <https://doi.org/10.1177/1464700119842555>
- BBC. (2021, 26 de octubre). McDonald's workers in US strike again over sexual harassment. <https://www.bbc.com/news/business-59055359>
- Becker-Herby, E. (2016). *The Rise of Femvertising: Authentically Reaching Female Consumers* [Tesis]. University of Minnesota Digital Conservancy. <http://hdl.handle.net/11299/181494>
- Bonet-Martí, J. (2020). Análisis de las estrategias discursivas empleadas en la construcción de discurso antifeminista en redes sociales. *Psicoperspectivas. Individuo y Sociedad*, 19(3), 1-12. <https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-Vol19-Issue3-fulltext-2040>
- Brown, W. (2015). *Undoing the demos: Neoliberalism's Stealth Revolution*. Zone Books. <https://doi.org/10.2307/j.ctt17kk9p8>
- Campbell, B. (2008). Importancia del análisis semiótico de los anuncios publicitarios. *Revista Cultura*, 22, 247-258.
- Certomà, C., Dyer, M., Pocatilu, L., y Rizzi, F. (Eds.). (2017). *Citizen Empowerment and Innovation in the Data-Rich City*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-47904-0>

- Damiani, J. (2019, 30 de agosto). Massive Machine Learning Study Demonstrates Gender Stereotyping And Sexist Language In Literature. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/jessedamiani/2019/08/30/massive-machine-learning-study-demonstrates-gender-stereotyping-and-sexist-language-in-literature/?sh=57c39a6f1c1b>
- Deutsche Welle. (2021, 30 de enero). Brasil: una persona trans fue asesinada cada dos días en 2020, *Deutsche Welle*. <https://p.dw.com/p/3obPP>
- Femicidio.net (2022, 31 de diciembre). Listado de feminicidios y otros asesinatos de mujeres cometidos por hombres en España en 2022, *Femicidio.net*. <https://femicidio.net/listado-de-femicidios-y-otros-asesinatos-de-mujeres-cometidos-por-hombres-en-espana-en-2022/>
- Feng, Y., Chen, H., y He, L. (2019). Consumer Responses to Femvertising: A Data-Mining Case of Dove's «Campaign for Real Beauty» on YouTube. *Journal of Advertising*, 48(3), 292-301. <https://doi.org/10.1080/00913367.2019.1602858>
- Flood, M., Andolina, M., y Pease, B. (2020). Resistance and backlash to gender equality. *Australian Journal of Social Issues*, 56(3), 393-408. <https://doi.org/10.1002/ajs4.137>
- Fraser, N. (2013). *Fortunes of Feminism: From Women's Liberation to Identity Politics to Anti-Capitalism*. Verso.
- Gerken, T. (2018, 8 de mayo). McDonald's Women's Day tribute labelled 'McFeminism'. *BBC*. <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-43330398>
- Gonzales, E., y Maher, N. (2022, 17 de marzo). Women Write the Most Empowering Music—and These Songs Prove It. *Bazaar*. <https://www.harpersbazaar.com/culture/art-books-music/a18832473/best-feminist-women-empowerment-songs/>
- Gutiérrez, M., y Rodríguez, M. (2021). Resistencias al movimiento MeToo: Respuestas en la prensa española de opinión y la resistencia machista en plataformas. En I. Blanco, E. Giménez, S. Pando, N. López, R. Murillo, M. Fernández-Jarrón, B. Triguero, y A. Vinagre (Eds.), *Hilos Violeta. Investigando para la acción* (pp. 123-136). Instituto de Investigaciones Feministas, Universidad Complutense de Madrid.
- Gutiérrez, M., Pando, M. J., y Congosto, M. (2020). New approaches into the propagation of the antifeminist backlash on Twitter. *Investigaciones Feministas*, 11(2), 221-237. <https://doi.org/10.5209/infe.66089>
- Karsay, K., Matthes, J., Platzer, P., y Plinke, M. (2017). Adopting the Objectifying Gaze: Exposure to Sexually Objectifying Music Videos and Subsequent

- Gazing Behavior. *Media Psychology*, 21(1), 27-49. <https://doi.org/10.1080/15213269.2017.1378110>
- Lahuerta Pujol, C., Moreno Cano, A., y Miguel, J. C. (2021). Multimodal analysis of advertising discourse during the lockdown due to COVID19: Comparison of the communication strategies of financial services and automotive products in Spain. *Communication & Society*, 35(1), 215-232. <https://doi.org/10.15581/003.35.1.215-232>
- La Vanguardia (2020, 5 de septiembre). 'Femvertising', empoderamiento es nombre de mujer. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/economia/20200905/483287660356/empoderamiento-nombre-mujer-femvertising-brl.html>
- Maclaran, P. (2012). Marketing and feminism in historic perspective. *Journal of Historical Research in Marketing*, 4(3), 462-469. <https://doi.org/10.1108/17557501211252998>
- Martín Casado, T.G. (2012). La mujer en la ficción publicitaria: «la cárcel de cristal». En Congènere Congrés Internacional. *La construcción de género en la ficción televisiva*. Universidad de Gerona, Servei de Publicacions.
- Martínez, A. (2018, 26 de junio). India, el país del mundo más peligroso para la mujer. *El País*. https://elpais.com/internacional/2018/06/26/actualidad/1530028225_836118.html. Revisado 28/05/22.
- Martínez-Jiménez, L. (2021). Postfeminismo neoliberal: una propuesta de (re) conceptualización desde los estudios culturales feministas. *Revista de Investigaciones Feministas*, 12(2), 371-381. <https://doi.org/10.5209/infe.73049>
- Menéndez Menéndez, M. I. (2019). ¿Puede la publicidad ser feminista? Ambivalencia e intereses de género en la *femvertising* a partir de un estudio de caso: Deliciosa Calma de Campofrío. *Revista de Estudios Sociales*, 68, 88-100. <https://doi.org/10.7440/res68.2019.08>
- National Crime Records Bureau. (2018). Crime in India. Volume I. Recuperado de <https://ncrb.gov.in/sites/default/files/Crime%20in%20India%202018%20-%20Volume%20I.pdf>
- Pando, M. J., Gutiérrez, M., y Rodríguez, P. (2020). ¿Identidades feministas?: *Femvertising* y las nuevas estrategias en la publicidad. En E. Pérez, y L. Arrieta (Coords.), *Comunicar Identidad(es)* (pp.155-170). Dykinson. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1s7ccjq.11>
- Pinel, E. C. (1999). Stigma consciousness: The psychological legacy of social stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, 114-128. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.76.1.114>

- Porroche-Escudero, A. (2017). Análisis crítico de las campañas de prevención del cáncer de mama. En A. Porroche-Escudero, G. Coll-Planas y C. Riba (Eds.), *Cicatrices (in)visibles. Perspectivas feministas sobre el cáncer de mama* (pp. 57-69). Bellaterra.
- Rodríguez, M. P., y Gutiérrez, M. (2017). «Femvertising»: Female empowering strategies in recent Spanish commercials. *Investigaciones Feministas*, 8(2), 337-351. <https://doi.org/10.5209/infe.54867>
- Rogan, F., y Budgeon, S. (2018). The Personal is Political: Assessing Feminist Fundamentals in the Digital Age. *Social Science*, 7(132), 1-19. <https://doi.org/10.3390/socsci7080132>
- Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación* (5.ª Ed.). McGraw-Hill.
- Sangster, J. (2021, 8 de marzo). Beyond McFeminism: The Socialist Origins of IWD in Canada. *The Bullet*. <https://socialistproject.ca/2021/03/beyond-mcfeminism-socialist-origins-of-iwd-in-canada/>
- Sinha, P., Gupta, U., Singh, J., y Srivastava, A. (2017). Structural Violence on Women: An Impediment to Women Empowerment. *Indian J Community Med.*, 42(3), 134-137. https://doi.org/10.4103/ijcm.IJCM_276_15
- Spears Brown, C. (2019). Sexualized gender stereotypes predict girls' academic self-efficacy and motivation across middle school. *International Journal of Behavioral Development*, 43(6), 523-529. <https://doi.org/10.1177/0165025419862361>
- The Guardian (2018, 8 de marzo). 'Try again': McDonald's women's day stunt criticized as hollow gesture. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/business/2018/mar/08/mcdonalds-sign-international-womens-day>
- UNESCO. (2019). *Gender and Media: Stereotyping in Advertising*. <https://en.unesco.org/news/gender-and-media-stereotyping-advertising>
- Van Dijk, T. (1999). El análisis crítico del discurso. *Anthropos*, 186, 23-36.
- Williams, P. (1995). Female Role Portrayals in Print Advertising: Talking with Women About Their Perceptions and Their Preferences. *Advances in Consumer Research*, 22, 753-760.
- Windels, K., Champlin, S., Shelton, S., Sterbenk, Y., y Poteet, M. (2020). Selling Feminism: How Female Empowerment Campaigns Employ Postfeminist Discourses. *Journal of Advertising*, 49(1), 18-33. <https://doi.org/10.1080/00913367.2019.1681035>
- World Economic Forum (2021). *Global Gender Gap Report*. <https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2021/>

FACTORES Y RUTINAS PROFESIONALES QUE INFLUYEN EN LA VISIBILIDAD DE LAS MUJERES CIENTÍFICAS EN LOS MEDIOS DIGITALES¹

FACTORS AND PROFESSIONAL ROUTINES THAT INFLUENCE THE VISIBILITY OF WOMEN SCIENTISTS IN DIGITAL MEDIA

MAIDER EIZMENDI IRAOLA

Author / Autora:

Maidier Eizmendi Iraola
UPV-EHU, Bilbao, España
maidier.eizmendi@ehu.es
<https://orcid.org/0000-0002-5894-8238>

Submitted / Recibido: 07/02/2022

Accepted / Aceptado: 01/02/2023

To cite this article / Para citar este artículo:

Eizmendi Iraola, M. (2023). Factores y rutinas profesionales que influyen en la visibilidad de las mujeres científicas en los medios digitales. *Feminismo/s*, 42, 189-220. Women, data and power. Insights into the platform economy [Monographic dossier]. Miren Gutiérrez (Coord.). <https://doi.org/10.14198/fem.2023.42.07>

Licence / Licencia:

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International.



© Maidier Eizmendi Iraola

Resumen

Los estudios sobre la imagen mediática de las mujeres científicas han puesto el foco en el contenido. Este artículo examina las rutinas de trabajo de los y las periodistas que escriben sobre ciencia, así como la perspectiva de la ciencia que prima en las redacciones. El objetivo es conocer qué factores repercuten y de qué manera en la elaboración del mensaje que los medios digitales transmiten sobre las científicas. Basado en una metodología cualitativa, este trabajo ofrece los resultados de nueve entrevistas semiestructuradas a responsables de páginas web y expertos y expertas del ámbito de la comunicación, la ciencia y el género, además de una entrevista de grupo con siete periodistas que abordan temas científicos. Los resultados indican que la rapidez que impera en las redacciones no contribuye a una búsqueda pausada de las fuentes, un proceso que se ve influenciado, asimismo, por la

1. Gracias a las entrevistadas y a los entrevistados que han cedido su tiempo, saberes y experiencias y que han permitido sumar sus palabras a este texto.

mediación de los gabinetes de prensa y por la preponderancia de las áreas STEM. El estudio identifica tres pautas para impulsar un tratamiento adecuado de las científicas: el conocimiento y la transmisión de la situación de las mujeres en la ciencia a través de contenidos específicos; la promoción de su visibilidad tanto cuantitativamente como en lo referente a su estatus; y el tratamiento basado en la *normalidad*. El objetivo de estas directrices es afrontar las dificultades que los y las periodistas refieren a la hora de hallar fuentes femeninas y contribuir a disminuir los estereotipos y mejorar la imagen profesional de las mujeres científicas.

Palabras clave: Mujeres; científicas; medios digitales; ciencia; estereotipos; rutinas periodísticas.

Abstract

Studies on the image of women scientists in the media have focused on content analysis. This article examines the work routines of science journalists, as well as the perspective of science that prevails in the newsrooms, because it is an effective approach for a better understanding of the mechanisms that contribute to the media treatment of these professionals. The objective of our research is to find out what factors affect in the elaboration of the message that the digital media transmits about women scientists, and how they affect this. Based on a qualitative methodology, the study was carried out through nine semi-structured interviews with website managers and experts in the field of communication, science, and gender. The methodological design also included a group interview with seven journalists who deal with scientific issues. The results indicate that the current working speed in newsrooms does not contribute to a slow and thoughtful search for sources of information, and that this process is also influenced by the mediation of the press offices and by the preponderance of STEM areas. The study also identifies three specific aspects to encourage an adequate treatment of women scientists: promoting their knowledge and transmitting the situation of women in science through specific contents; promoting their visibility both quantitatively and in terms of their status as scientists; and promoting a treatment based on normality. The aim of these guidelines is to overcome the difficulties journalists report when trying to find female sources, as well as contributing to reduce stereotypes and focus on the professional role of women scientists.

Keywords: Women; scientist; digital media; science; stereotypes; journalistic routines.

1. INTRODUCCIÓN

Este estudio parte de una investigación más amplia cuyo objetivo es analizar la presencia de las mujeres científicas y el estatus que se les otorga en los contenidos que se publican en las páginas web de los medios de comunicación. Si cuantitativamente el número de mujeres profesionales de la ciencia que participan en los medios es cada vez mayor, los estereotipos de género siguen estando presentes en los mensajes que se transmiten sobre ellas y adquieren una relevancia creciente aquellos contenidos que subrayan la desigualdad que sufren las mujeres en el ámbito científico, sobre todo, en las áreas STEM (acrónimo en inglés de *science, technology, engineering* y *mathematics*) (Eizmendi-Iraola y Peña-Fernández, 2023). Según este estudio, basado en el análisis de contenido de publicaciones sobre mujeres científicas en medios digitales, este hecho interfiere en el estatus que se les confiere como sujetos de ciencia, ya que se enfatiza el rol de mujer más que el rol profesional o científico.

En la investigación sobre el tratamiento de las mujeres científicas en los medios se ha prestado una escasa atención a las percepciones y limitaciones que puedan tener los propios medios y profesionales a la hora de elaborar los contenidos. Sin embargo, es un enfoque eficaz para comprender mejor los mecanismos que contribuyen a la presencia y la construcción de la imagen que se transmite e, igualmente, para diseñar pautas de actuación más efectivas y más ligadas a la realidad actual de los medios de comunicación. Por lo tanto, el objetivo de este estudio es analizar las rutinas de trabajo de los medios de comunicación y evaluar, a través del análisis de expertos y expertas en comunicación, género y ciencia, en qué medida estos procedimientos y la actual percepción y estructura de la ciencia influyen en el tratamiento mediático, dado que son aspectos que, según diversos estudios, repercuten directamente en los contenidos científicos que se publican (Cassidy, 2021; Dunwoody, 2008). Además, la investigación también presenta una dimensión propositiva, ya que busca identificar pautas eficaces que faciliten la visibilidad de las mujeres científicas en los medios de comunicación.

1.1. Las mujeres, la ciencia y la imagen mediática

Reducir la brecha de género y la desigualdad en la ciencia es actualmente una prioridad política y académica. Así, la igualdad entre hombres y mujeres es uno de los ejes del programa Horizon 2030 de la Comisión Europea y una de las líneas maestras del Espacio Europeo de Investigación. Hoy en día, ellas representan el 29.3% del personal investigador a nivel mundial (Unesco, 2019), a pesar de que esos índices varían según el país, el área de conocimiento al que se dedican o el sector en el que se emplean. Las mujeres, en general, participan en menor proporción en la empresa privada y están infrarrepresentadas en áreas tecnológicas (She figures, 2018). Al margen de estas diferencias, en el ámbito científico las mujeres experimentan dificultades para ascender y abandonan la carrera académica en mayor porcentaje que los hombres (Hunt, 2016). Además, tienden a publicar menos y reciben menos citas que ellos (Duch et al., 2012; Mueller et al., 2017), también en aquellas plataformas audiovisuales empleadas para la divulgación de la ciencia (Eizmendi-Iraola y Peña-Fernández, 2021).

En el análisis de las causas de esta desigualdad, las razones planteadas son variadas. Algunos estudios han puesto el foco en las dificultades asociadas con la conciliación de la vida familiar y laboral (Deryugina et al., 2021; Myers et al., 2020). De hecho, los trabajos acerca de la maternidad y la ciencia han evidenciado que las lógicas internas que rigen el mundo académico hacen que la labor científica se presente como algo opuesto al hecho de ser madre (Palomar Vereá, 2009), mientras que, a nivel práctico, las políticas de conciliación siguen siendo una asignatura pendiente (Clavijo, 2021). Siguiendo otra línea de investigación, diversos estudios han abordado los estereotipos sociales que, a pesar del avance experimentado por las mujeres en el ámbito académico, perduran sobre hombres y mujeres que se dedican a la ciencia (Carli et al., 2016). Al respecto, cobra especial relevancia la imagen que se transmite desde los medios de comunicación, ya que la exposición a estas representaciones cala más en la ciudadanía que el propio contacto directo con estas profesionales (Chambers y Thompson, 2020).

La presencia de las mujeres científicas es significativamente menor a la de los hombres en los medios de comunicación (Francescutti, 2018; García-Nieto, 2015). Además, el tratamiento que se les ofrece es distinto al de sus

colegas hombres y está marcado por los roles tradicionales de género, que hacen hincapié en las ideas asociadas a la imagen (Chimba y Kitzinger, 2010; Mitchell y McKinnon, 2019) y al rol de cuidadoras (Husu y Tainio, 2016; Shachar, 2000) de las mujeres dedicadas a la ciencia. Asimismo, los contenidos mediáticos tienden a atribuir a la actividad científica aquellos rasgos de carácter y cualidades que tradicionalmente se han adjudicado a los hombres. Por ejemplo, el liderazgo y la capacidad de análisis se asocian a los roles masculinos (Carli et al., 2016), cualidades más valoradas en la actividad científica que las atribuidas a las mujeres, más relacionadas con el aspecto emocional (Husu y Tainio, 2016). Esta división también se hace visible en lo que se denomina ciencia y lo que no:

La marca de género se visualiza hoy nítidamente en la división sexual del trabajo científico y en la dicotomización entre lo que es ciencia y lo que no: «ciencias exactas, fuertes o duras», asociadas a la razón, al desarrollo del pensamiento lógico, a las metodologías cuantitativas, predominantemente masculinas en las cuales están mucho más representados los hombres y «ciencias sociales o blandas» más bien asociadas al cuidado, al servicio, a lo humano, al contacto con los demás, [...] las cuales se abren al espacio de la ciencia con la timidez que genera una aproximación cualitativa en la construcción del conocimiento, aproximación muchas veces vista como el «agujero negro» de las ciencias con predominio de mujeres para una segregación horizontal. (Fernández-Rius, 2008, p. 339)

A este respecto, la mayoría de los estudios que han abordado la imagen de las mujeres científicas han puesto su foco en las áreas STEM, a pesar de que cada vez más voces inciden en la necesidad de incluir las ciencias sociales y las humanidades en el análisis del periodismo científico (Cassidy, 2021). En consecuencia, es lógico aplicar esta visión en la exploración del mensaje que se transmite de las mujeres científicas, tal y como propone esta investigación.

A pesar de la existencia de los citados estereotipos tradicionales, varios estudios sí han señalado un cambio de planteamiento en torno a los mensajes mediáticos sobre las mujeres científicas, y aprecian una mayor tendencia a subrayar la situación de desigualdad (Eizmendi-Iraola y Peña Fernández, 2023; Niemi y Pitkanen, 2017). En cualquier caso, tanto la presencia cuantitativa como el estatus otorgado a estas científicas son desiguales, también en los que se han venido llamando «nuevos medios» (Francescutti, 2018). Por lo tanto, se podría decir que no se han cumplido las expectativas en cuanto

a la posibilidad de que los medios digitales, dadas sus características económicas, técnicas y estéticas, propiciasen la introducción de nuevas fuentes informativas y temáticas (Franquet et al., 2007), al menos en este ámbito.

1.2. Internet, el periodismo científico y la credibilidad de las fuentes

Lo que sí ha permitido la red es intensificar la transmisión del conocimiento científico, tanto a través de las páginas personales e institucionales (Diviu y Cortiñas, 2021), como por medio de las redes sociales (Brossard, 2013). Precisamente, fueron los y las periodistas de ciencia quienes en primer lugar se percataron de las ventajas que les brindaban las nuevas tecnologías (Trumbo et al, 2001), ya que Internet les daba la oportunidad de acceder y contactar fuentes, disponer de más información y acceder a documentos hasta entonces difíciles de obtener, de una forma rápida y económica (Granado, 2001).

En cambio, la transformación registrada en la esfera de la comunicación también ha tenido evidentes consecuencias negativas en el periodismo científico. Si bien es cierto que la ciencia en general nunca ha sido una prioridad para los medios de comunicación (Dunwoody, 2008), la crisis financiera y la que específicamente acusan los medios de comunicación han provocado la desaparición de suplementos y secciones específicas sobre este ámbito y han reducido la plantilla de los que han conseguido mantenerse (Schafër, 2017; Semir, 2010). Por ello, a pesar de que se investiga más que nunca, la cobertura que los medios han venido ofreciendo es menor (Cortiñas y Alonso, 2014), por lo que los y las periodistas tienen un reto mayúsculo para transmitir los avances, contextualizándolos y explicando su magnitud (López-Cantos et al., 2020). Ciertos estudios, sin embargo, apuntan a que esta tendencia se está invirtiendo y que el número de noticias científicas se ha incrementado, debido a que Internet ha posibilitado consolidar las secciones específicas de ciencia en los medios digitales (López-Pérez y Olvera-Lobo, 2015). Además, la pandemia de la Covid-19 ha tenido un efecto «disruptivo» sobre el periodismo (Casero-Ripollés, 2020, p. 22) y, también, en cuanto al papel de la comunidad científica como fuente autorizada (Eisenegger et al, 2020); en consecuencia, el periodismo científico podría haber tomado fuerza nuevamente (Orbe, 2021; Plaza-Ramos et al., 2020).

En el periodismo científico, la credibilidad que se atribuye a las fuentes juega un papel crucial (Elías, 2008). Dunwoody y Ryant (1987) destacaron tres factores relacionados con la fiabilidad de las fuentes: el nombre o prestigio del centro de investigación; el estatus dominante, ligado a ser una persona experta en la materia; y las relaciones previas con los medios de comunicación. En la investigación que realizaron advirtieron que el investigador principal no es más creíble porque los medios lo representan de esa manera, sino que la credibilidad se la ofrece el entorno burocrático y legitimado de su ámbito de trabajo; y los y las periodistas asumen precisamente los marcos de referencia de sus fuentes (Dunwoody y Ryan, 1987). Así, la credibilidad está relacionada con el prestigio de la institución y del científico o la científica, ya sea como voz experta o por su reiterada aparición en los medios de comunicación (Rivera-Rosi, 2017), y este factor juega en contra de las mujeres.

En esta coyuntura, el objetivo de este estudio es analizar las rutinas laborales de los medios de comunicación y evaluar la percepción de la ciencia que predomina entre los y las profesionales que trabajan estos temas, para observar en qué medida influyen en el tratamiento mediático de las mujeres científicas. Además, busca identificar pautas eficaces que faciliten su visibilidad en cuanto a sujetos de la ciencia. Las preguntas de investigación son las siguientes:

- Q1. ¿Cuáles son, según los y las profesionales del ámbito periodístico, los principales condicionantes que los medios de comunicación tienen a la hora de abordar contenidos relacionados con las mujeres científicas y de recurrir a ellas para la elaboración de informaciones sobre ciencia?
- Q2. ¿Cuál es la visión de la ciencia y la percepción en torno a las mujeres científicas que se impone en los medios, según los y las periodistas y expertos y expertas en el tema?
- Q3. ¿Cuáles son, en opinión de los y las profesionales y los expertos y expertas, las medidas adecuadas para visibilizar a las mujeres científicas? ¿Cuáles son los procedimientos adecuados para aumentar cuantitativamente su presencia? Y ¿qué características cualitativas debe tener el mensaje que se transmite sobre las mujeres científicas?

2. METODOLOGÍA

El estudio se centra en el análisis de las rutinas de trabajo de los medios de comunicación, así como en la valoración de las posibles pautas de actuación para impulsar la visibilidad de las mujeres científicas e investigadoras en los medios de comunicación. Para ello, se ha diseñado una metodología bifásica basada en técnicas cualitativas. En una primera fase, se han analizado las rutinas de trabajo de los medios de comunicación, mediante entrevistas semiestructuradas a responsables de páginas web de *Berria*, *Diario de Navarra*, *El Correo* y *Gara*, así como a través de una entrevista de grupo focal con siete periodistas que escriben sobre temas de ciencia en estos medios. El objetivo de esta fase es analizar aquellas circunstancias que repercuten en la actividad de los y las profesionales de los medios y, específicamente, en la elección del tema y la búsqueda de fuentes. La principal ventaja de la entrevista semiestructurada es la riqueza de especificaciones que proporciona (Vallés, 1997) y la capacidad de recopilar información sobre los valores, motivaciones, experiencias y sentimientos de las personas que responden las preguntas (Wimmer y Dominick, 1996). Además, se trata de uno de los métodos más útiles para recoger datos sobre los cambios en los roles y las rutinas periodísticas en la era digital (Fahy y Nisbet, 2011).

La entrevista de grupo focal, por su parte, es un diálogo con un pequeño grupo de personas sobre un tema concreto (Patton, 2002). Se trata, pues, de una técnica de recogida de datos en torno a una temática planteada por la persona investigadora a través de la interacción del grupo (Morgan, 1997). La utilidad de la citada interrelación es precisamente la razón por la que en este caso se prescinde de las entrevistas individuales y se incorpora la entrevista de grupo a la metodología. Además, a pesar de desarrollarse en grupo, permite conocer la experiencia y la opinión de los participantes sobre el objeto de investigación (Powell y Single, 1996).

La muestra en ambos casos es intencional. Para la entrevista semiestructurada (E), se optó por entrevistar a las personas responsables de las páginas web de los medios analizados (Tabla 1), ya que uno de los objetivos de la investigación es analizar en qué medida las nuevas herramientas y pautas de comunicación influyen en el tratamiento de los temas de ciencia.

Tabla 1. Relación de personas responsables web entrevistadas

	Medio	Responsabilidad
E1	<i>Berria</i>	Editor/a
E2	<i>Diario de Navarra</i>	Jefe/a de la sección de Internet
E3	<i>El Correo</i>	Responsable de la página web
E4	<i>Gara</i>	Director/a de naiz.eus

Fuente: Elaboración propia

En el caso de los y las periodistas que tratan temas de ciencia, fueron los propios medios los que realizaron la selección, una vez que los responsables fueron informados del objetivo de la investigación y advertidos del enfoque de la ciencia que el estudio quiere abordar. Un total de siete personas (Tabla 2) participaron en la entrevista de grupo (EG), dos mujeres y cinco hombres.

Tabla 2. Relación de participantes en la entrevista de grupo focal

	Medio	Responsabilidad
EG1	<i>Berria</i>	Periodista de la sección de Sociedad, referente a la hora de tratar temas de ciencia.
EG2	<i>Berria</i>	Periodista de la sección de Sociedad. Responsable de las páginas de ciencia que se publican una vez por semana.
EG3	<i>Diario de Navarra</i>	Coordinador/a de la sección Diario 2, referente a la hora de tratar temas de ciencia
EG4	<i>El Correo</i>	Periodista de la sección de Sociedad, especializado en temas de salud.
EG5	<i>El Correo</i>	Periodista de la sección de Cultura, referente a la hora de tratar temas de ciencia.
EG6	<i>Gara</i>	Periodista de la sección de Actualidad, referente a la hora de tratar temas de ciencia.
EG7	<i>Gara</i>	Periodista de la sección de Actualidad, referente a la hora de tratar temas de ciencia.

Fuente: Elaboración propia

Posteriormente, en una segunda fase del trabajo de campo se han analizado los resultados de la primera fase y evaluado las pautas a seguir identificadas

con cinco personas expertas en temas de género, ciencia y medios de comunicación. Para ello, se han realizado cinco entrevistas semiestructuradas, concretamente, la modalidad que Flick (2011) denomina entrevistas a expertos (EE). Según el autor, a diferencia de las sesiones que ponen el foco en las personas o en sus experiencias, en este caso la entrevista se centra en su condición de persona experta en el campo de conocimiento que se quiere analizar. Por lo tanto, a pesar de que la cantidad de información recabada es menor, los datos obtenidos posibilitan un análisis más exhaustivo y enfocado. En este caso, también se ha empleado una muestra intencional, basada en la experiencia y en los trabajos previos realizados sobre la temática abordada. Las personas entrevistadas son las siguientes:

Tabla 3. Relación de personas entrevistadas en calidad de expertas

	Nombre	Responsabilidad
EE1	Eulalia Pérez Sedeño	Profesora de Investigación en el Departamento de Ciencia, Tecnología y Sociedad del Instituto de Filosofía del CSIC
EE2	Marta Macho Stadler	Licenciada y doctora en Matemáticas, editora del blog: «Mujeres con ciencia»
EE3	María Teresa García Nieto	Profesora de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid
EE4	Capitolina Díaz Martínez	Catedrática del departamento de Sociología y Antropología de la Universidad de Valencia.
EE5	Pablo Francescutti Pérez	Profesor de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos

Fuente: Elaboración propia.

Las entrevistas han sido transcritas en su totalidad y codificadas según los temas abordados empleando el software NVivo, en su versión 12, lo que ha facilitado el propio análisis y organización de forma lógica y relacional de los resultados de la investigación. Se cuenta con el permiso de las personas entrevistadas para utilizar el resultado de las entrevistas.

3. RESULTADOS

Del análisis de las entrevistas realizadas a los y a las profesionales de los medios, así como a los expertos y expertas en la temática abordada en esta investigación, se obtienen evidencias acerca de los factores que influyen en la cobertura de las informaciones sobre ciencia y en la visibilidad que se les otorga a las mujeres científicas, entre los que destacan: la monetización de los contenidos, el concepto de ciencia que prevalece en la sociedad y en los medios, el grado de especialización de los y las profesionales y el propio proceso de búsqueda de mujeres científicas como fuentes de información. Por otro lado, se concretan las pautas a seguir para contribuir a una mayor visibilidad, entendida no solo como una mayor presencia de estas profesionales, sino también como el fortalecimiento de su papel como sujetos de la ciencia.

3.1. Monetización de los contenidos

Los resultados de las dinámicas llevadas a cabo con los responsables de las páginas web y los y las periodistas que escriben sobre ciencia muestran que la labor periodística está fuertemente condicionada por la actual situación económica de los medios, que libran una «doble batalla» (E2) por alcanzar el mayor número de suscriptores y, a la vez, obtener un número de lectores considerable que garantice su posicionamiento en el mercado publicitario. La monetización de los contenidos es, por lo tanto, uno de los mayores retos de las empresas periodísticas y esto condiciona su labor en el día a día:

El número de visitas puede ser una presión y creo, además, que debe serlo. Nosotros trabajamos con esta tensión continua cada día. Intentamos que el tráfico aumente mes a mes, año a año. Las estadísticas y los gráficos son una herramienta de trabajo más. (E2)

Esta circunstancia, además, incide en la elección de los temas a tratar, ya que se priman aquellos contenidos capaces de captar la atención de los usuarios y las usuarias: «Los datos nos sirven para saber qué noticias acaparan más atención y decidir, en base a eso, qué hacer» (E3). En esta coyuntura, ¿qué lugar ocupan las noticias sobre ciencia? Los y las periodistas admiten que los contenidos científicos no son una prioridad, a pesar de que consideran que la Covid-19 ha tenido un efecto indudable en la percepción que la ciudadanía tiene sobre la ciencia y, por consiguiente, en las noticias que abordan esta

temática: «Ahora, de repente, se aprecia un gran interés por las noticias científicas». Se preguntan, sin embargo, «cuánto durará ese entusiasmo» (EG5) una vez que se dé por superada la pandemia y temen que sean precisamente estos temas los que vuelvan nuevamente «a un segundo plano» (EG4).

En general, los temas sanitarios son los que mayor interés suscitan y, por lo tanto, «tienen una repuesta más amplia por parte de los lectores y también de los medios», que ofrecen a estas materias «un tratamiento especial». Consecuentemente, estos razonamientos podrían argumentar el hecho de que las noticias científicas se hayan «medicalizado» (Dunwoody, 2008). En cuanto al resto de temáticas, citan aquellas relacionadas con los orígenes de la humanidad, entre las que sitúan «la astrofísica, la paleontología o la genética».

La coyuntura económica también es el argumento principal que emplean los responsables de los medios para justificar el cambio en las rutinas periodísticas, donde imperan la rapidez y simultaneidad de distintas tareas.

Creo que cada vez tenemos menos tiempo para elaborar las informaciones y eso juega en contra del producto final (...) A las 12:30 sale la información de la Covid-19 que tienes que prepararla para la web enseguida; tienes que escribir para el papel no sé qué; además, mañana sale el suplemento de no sé qué con el que tienes un compromiso... Y es así como funcionamos. Hacemos lo posible, pero no es tan fácil. (EG4)

Consideran, además, que este patrón, que cada vez los aleja más de las normas deontológicas del periodismo, será cada vez más habitual (E2). En esta línea, se expresan también los y las expertas consultadas, que creen que los nuevos medios «reproducen lo que se está haciendo en la prensa tradicional», ya que no hay «muchas diferencias en materia de cultura periodística respecto a la pre-digital» (EE5); es más, consideran que trabajan «más rápido» e influenciados «por una necesidad desesperada de atraer lectores» lo que hace que se «privilegien los temas con más tirón». En ese sentido, observan que este contexto puede «influir en el tratamiento de los temas sobre ciencia, salvo que se presenten de una manera muy sensacionalista» (EE5).

3.2. Concepto de ciencia que prevalece en la sociedad y en los medios

En cuanto a la definición de los propios contenidos científicos, los profesionales de los medios realizan una clara división entre las ciencias sociales y humanas y el resto de las áreas científicas, también en lo que se refiere a su tratamiento y ubicación en la página. Las noticias sobre ciencias sociales quedan excluidas de las secciones o apartados de ciencia ya que, por norma general, los medios analizados no las califican como científicas. Siguiendo este mismo argumento, en el caso de las STEM tienden a subrayar los aspectos metodológicos, ya que entienden que es más necesario «explicar el proceso para poder entender el resultado, no así en las ciencias sociales» (EG2). Argumentan, además, que estas referencias actúan «como una manera de prevenirse ante la falta de una especialización clara del periodista» (EG7).

Los expertos y expertas consultadas, por su parte, consideran vital analizar el concepto de ciencia que prevalece tanto socialmente como en los medios de comunicación. A su entender, emplear como punto de partida las disciplinas STEM desfavorece a las mujeres científicas, «porque no se ajusta a la realidad» de nuestro entorno geográfico (EE5) y ponen el foco, tan solo, en aquellas disciplinas tecnológicas en las que las mujeres están infrarrepresentadas. De esta forma, se obvia que hay disciplinas de ciencias naturales en las que son mayoría o que, en ciertas áreas como la filosofía, el porcentaje de mujeres es significativamente menor. Por supuesto, esta visión también se ha trasladado a los medios de comunicación, tal y como se aprecia en las entrevistas con los y las profesionales de los medios, que focalizan las noticias científicas en «las ciencias duras» (EE5), diferenciando su ubicación e, incluso, su tratamiento.

3.3. Grado de especialización de los profesionales

El abordaje de las noticias sobre ciencia está influenciado, tal y como comentan en la entrevista de grupo focal, por el grado de especialización de los y las profesionales que trabajan estos contenidos. A este respecto, más que como periodistas especializados, se definen como profesionales con «la mirada entrenada» (EG1) que han adquirido conocimientos científicos en el desarrollo de su actividad laboral y a través del abordaje recurrente de este tipo de temas. De este modo, se han convertido en las personas de referencia a

la hora de abordar los temas científicos en sus respectivos medios. Afirman que la coyuntura económica ha repercutido en las condiciones laborales de los y las profesionales y, principalmente, en el lugar que ocupa el periodismo especializado en los equipos de trabajo:

El periodismo avanza hacia dos tipos de noticias: la noticia click y la noticia cheap. Toda noticia que genere pasta es lo que interesa. Lo que interesa son los periodistas que salgan baratos, que no somos los que estamos aquí, porque ya llevamos muchos años en la profesión. Todo esto va en contra del periodismo especializado. (EG4)

De ahí que se muestren pesimistas en cuanto al futuro del papel del periodismo especializado en ciencia. Precisamente es aquí, en el rol de la especialización, donde más choca la visión de los responsables de la web y la de los y las profesionales que abordan las publicaciones de ciencia. Los primeros ven «teóricamente ideal» tener en la plantilla profesionales con gran conocimiento en un tema, pero reconocen que, a la hora de cubrir la última hora, priorizan que los y las periodistas «tengan un conocimiento básico sobre muchos temas» (E2) y, asimismo, asuman distintas tareas (E1). En oposición, los redactores y las redactoras creen que la especialización también es importante en un contexto de rapidez, «porque hay que discernir mucho y decidir en poco tiempo qué es importante y qué no es importante» (EG1).

3.4. Búsqueda de mujeres científicas como fuentes de información

La totalidad de las personas entrevistadas corrobora la importancia del mensaje de los medios de comunicación en la visibilidad de las mujeres científicas y en el imaginario social que existe sobre ellas. En la entrevista de grupo realizada con periodistas que trabajan noticias sobre ciencia, queda patente que el mensaje sobre la importancia de visibilizar a las mujeres científicas ha calado. Además, reconocen la responsabilidad de los medios a la hora de transmitir modelos a seguir.

Afirman que ha habido avances en cuanto al esfuerzo para visibilizar a estas profesionales. Así, reconocen que su mirada ha cambiado y que «hoy en día es impensable publicar un reportaje en el que todas las fuentes sean masculinas» (EG1). Por ello, afirman hacer un esfuerzo extra para hallar fuentes femeninas que, en muchas ocasiones, no se ve recompensado. Sobre

este aspecto, emplean dos tipos de argumentos. Por un lado, afirman que, pese a haber muchas mujeres «en la base de los grupos científicos (...), los responsables de los proyectos o los directores de los centros de investigación son principalmente hombres» (EG2); por otro lado, se refieren a una búsqueda de fuentes mediada, en el que el papel de los gabinetes de prensa de las agencias científicas e instituciones es determinante. Según sus testimonios, estos dificultan el contacto directo con profesionales de la ciencia: «Es paradójica la capacidad que tenemos para publicar artículos de expertos internacionales y, sin embargo, qué difícil resulta acceder a personas que están trabajando muy cerca de nosotros» (EG7). Por lo tanto, se refieren a «un intenso control por parte de las instituciones» (EG4) que, en su opinión, dificulta la paridad, ya que también estas dan preferencia a los cargos de responsabilidad, en los que los hombres son mayoría, a pesar de que señalan que «en la base de muchos grupos de investigación hay muchas mujeres» (EG2). Al hilo de esto, reconocen que el empleo que hacen de las redes sociales se limita a la difusión de los contenidos y a identificar temas de interés. Por lo tanto, siguen a personas de referencia y analizan qué tipo de temas o artículos retuitean para identificar estudios o hallazgos con un cierto grado de credibilidad.

Tal y como se ha podido apreciar en su discurso, la búsqueda de fuentes expertas femeninas se aborda, principalmente, desde un punto de vista cuantitativo; tratan, principalmente, de equiparar el número de fuentes masculinas y femeninas, pero, tanto directa como indirectamente, priorizan en la búsqueda a los y las responsables de proyectos de investigación o a los puestos directivos de los centros científicos. En cuanto al mensaje que se transmite sobre ellas, el discurso que exponen estos profesionales es más difuso. Consideran, por un lado, que a la hora de dar visibilidad a estas mujeres es preciso poner el foco en las aportaciones que realizan en sus áreas de conocimiento. No obstante, se refieren una y otra vez a la necesidad de crear referentes y denunciar la situación de las mujeres en la ciencia, lo que les lleva a incluir en sus textos alusiones a las dificultades que han tenido que sortear.

3.5. Pautas para visibilizar a las mujeres científicas

A la hora de diseñar pautas que fomenten la participación de las mujeres científicas y el mensaje centrado en su estatus profesional, se detectan tres principales ideas: el conocimiento y la transmisión de la situación de las mujeres en la ciencia; la promoción de la visibilidad; y el tratamiento basado en la normalidad.

En cuanto a la primera pauta, subrayan que es fundamental que los y las periodistas tengan un conocimiento profundo de la situación de las mujeres científicas que tenga en cuenta las distintas áreas del conocimiento y categorías de la carrera académica. Y es que las personas expertas entrevistadas perciben una tendencia a la simplificación en torno a las mujeres científicas, también en la estereotipia. Este conocimiento más amplio resulta útil para situar los contenidos periodísticos en un contexto más aproximado a la realidad.

Las personas expertas entrevistadas también inciden en la conveniencia de dar visibilidad a las mujeres científicas. En este ámbito discriminan dos vías o procedimientos: el primero, relacionado con la búsqueda de fuentes; y el segundo, con la redacción de textos. Los y las profesionales de los medios deben cuestionar los criterios que emplean para localizar voces autorizadas. Además, según exponen, es básico detectar los obstáculos que puede haber en el propio sistema científico y poner en marcha estrategias para superarlos. Una de ellas está relacionada con las características o nivel académico que se exige a los portavoces:

El investigador principal (IP) no tiene por qué ser la persona que más sabe de la investigación. En muchas ocasiones es el portavoz y no tiene mucha idea de lo que se ha hecho. Es capaz de responder a las cuestiones planteadas por el periodista, porque tiene más experiencia, pero, quizá, no más conocimiento. (EE3)

Una buena medida sería, en su opinión, que no se consulte sistemáticamente al IP, sino a alguna persona del equipo y que, por supuesto, aparezcan también mujeres. Además, es conveniente tener en consideración las mayores reticencias que las mujeres presentan a la hora de exponerse públicamente. También proponen mantener una actitud proactiva para visibilizar a los grupos que lideran las mujeres y dar a conocer a las mujeres investigadoras

que están en investigación puntera. Conocer las bases de datos de las científicas y utilizarlas en el día a día sería, por lo tanto, útil para ello.

En cuanto a la redacción, se propone como medio la personalización de las científicas (EE3), es decir, el esfuerzo por visibilizar tanto el nombre y apellidos como los datos académicos para que las investigadoras no queden ocultas en los grupos de investigación. Al mismo tiempo, se plantea que los adjetivos que se utilizan para calificar a mujeres y hombres se seleccionen con criterios de igualdad. Al fin y al cabo, se trata de sopesar si los términos empleados serían los mismos en el caso de que el protagonista fuese un hombre.

El tercer criterio establecido es que el mensaje tenga como eje la normalidad, aplicada a dos ámbitos: a la actividad científica y a las mujeres que la ejercen. El primer paso es dar a conocer y normalizar la propia actividad científica:

Lo que hay que hacer es transmitir que la ciencia es una actividad humana que necesita de profesionales normales y corrientes. Los genios existen, pero es un porcentaje muy pequeño de la población y pueden estar en el ámbito científico o en otra área (...). El resto de la población somos normales y la actividad científica, en particular, es una actividad humana en la que no se necesitan capacidades especiales. Se requiere esfuerzo, como en cualquier otro ámbito, pero queda tiempo para distraerse, para dormir... Para mí es el modelo que hay que transmitir hasta la saciedad, normalizar la profesión científica convencional. (EE2)

Aseguran que solo mediante la estandarización de la actividad se garantiza el análisis desde una perspectiva de normalidad del trabajo de los y las profesionales que trabajan en este campo, y por consiguiente, del de las mujeres científicas. A este respecto, las expertas entrevistadas proponen obviar los mensajes de excepcionalidad asociados a las mujeres, ya que la alabanza a la singularidad de las mujeres, tanto en el plano personal como en el profesional, no fomenta la transmisión de un modelo atrayente. Sin embargo, advierten de que los medios tampoco deben obviar los obstáculos que las mujeres tienen a la hora de ascender en su carrera o las desigualdades en el reconocimiento de sus trabajos, pero ha de hacerse de manera independiente, sin que ello ensombrezca sus hallazgos y su opinión en calidad de expertas.

En definitiva, es necesario crear modelos adecuados. Al fin y al cabo, los expertos y las expertas consultadas consideran que la labor que realizan los medios es de gran trascendencia, «porque repercuten directa e indirectamente en las vocaciones científicas» (EE2) y porque el imaginario social acerca de estas profesionales está basado en una imagen estereotipada que se fundamenta en pocas y concretas cualidades (EE3).

4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

A la vista de los resultados obtenidos mediante la entrevista a profesionales de la comunicación y expertos y expertas en el tema, se constata que las distintas iniciativas llevadas a cabo para impulsar la igualdad en el área científica han tenido su efecto entre los y las profesionales de los medios de comunicación, que son conscientes de la importancia del mensaje que transmiten sobre las mujeres científicas; una trascendencia que las personas expertas entrevistadas avalan. Hoy en día la igualdad de género en la ciencia es una de las prioridades de las instituciones y los agentes científicos (Husu y Tainio, 2016), un objetivo que ha conseguido una relevancia mayor a raíz de que en diciembre de 2015 la organización de las Naciones Unidas declara el 11 de febrero Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia.

De hecho, los y las profesionales de los medios digitales destacan los avances que se han producido a este respecto; en la actualidad, el género de las personas investigadoras es un criterio en la selección de las fuentes y se esfuerzan para que la totalidad de las voces expertas que emplean para tratar un tema no sean hombres. En consecuencia, abordan la cuestión de la igualdad principalmente empleando parámetros cuantitativos. En cualquier caso, reconocen que, a menudo, tienen dificultades y alegan, fundamentalmente, dos razones: por un lado, el control que ejercen los gabinetes de comunicación, que priorizan a los responsables y cargos de dirección, y dificultan el diálogo directo con ellos y ellas fuera de esta red; y por otro, la menor proporción de mujeres al frente de equipos de investigación y centros científicos. Por lo tanto, los y las periodistas se escudan en la tradicional argumentación y ponen el foco en la situación del sistema científico y en las dificultades y las reticencias a la participación de las mujeres (Campos-Rueda y Herrera-Damas, 2021). A este respecto, tampoco resultan eficaces

los beneficios que se les han atribuido a las redes sociales como vías de transmisión del conocimiento, ya que, por un lado, las mujeres tienden a exponerse menos públicamente (Amarasekara y Grant, 2019) y, además, los y las profesionales de los medios emplean estas herramientas para localizar temas a través de personas de referencia.

Al tratarse de un procedimiento mediado, en la búsqueda de fuentes, además de los criterios periodísticos, cobran peso el interés, el juicio y la estructura de las propias instituciones y centros de investigación. Por ello, en la búsqueda de fuentes femeninas se deben alinear la reflexión de los y las periodistas, el criterio de las personas mediadoras y la disposición de las mujeres científicas. Así, en un contexto en el que todavía hoy existe una evidente brecha de género, que dificulta el acceso de las mujeres a las élites científicas, el proceso de búsqueda exige una aproximación pausada y reflexiva. Esto choca con las exigencias que la actual coyuntura económica y estructural de los medios, que en esa batalla por atraer suscriptores y, al mismo tiempo, el mayor número de lectores y lectoras a su web, han impuesto a sus profesionales la necesidad de trabajar con rapidez y simultaneidad varias labores, también en el ámbito del periodismo especializado en ciencia. Por consiguiente, se impone la necesidad de *rutinizar* el proceso de búsqueda de fuentes.

El abordaje cualitativo de las fuentes resulta aún más complejo. La reflexión que las personas que trabajan en los medios realizan sobre la legitimidad que otorgan a las mujeres científicas es más vaga y se concreta según el tema o los criterios personales del periodista o la periodista. Reconocen que la mayor contribución que pueden realizar a la igualdad de género en la ciencia es, precisamente, informar sobre las aportaciones que estas mujeres efectúan al conocimiento; no obstante, se percibe una tendencia a destacar su carácter extraordinario y su singularidad, a pesar de que, según sus propias palabras, este tipo de alusiones han de reservarse a situaciones en las que está justificado.

Es importante, pues, examinar este extremo y comprender en qué factores basan este argumento. En la entrevista semiestructurada y en el debate grupal con los y las profesionales de los medios se han identificado dos factores: el propio estado de las mujeres en la ciencia y su percepción. En este ámbito es válido el concepto de histéresis de género (Díaz-Martínez y

Dema-Moreno, 2013). Según este concepto, la imagen actual de las mujeres científicas está arraigada en las dificultades previamente existentes y, por lo tanto, a pesar de los avances, el mensaje sobre la dificultad tiene aún hoy mucha fuerza. No obstante, es una idea que se entiende y se transmite de forma simplificada y con poca concreción y, además, quizás se haya visto favorecida por el creciente interés que la igualdad ha adquirido en las políticas científicas.

Por lo tanto, y respondiendo a las dos primeras preguntas de investigación, la rapidez que exigen actualmente los medios condiciona la búsqueda de fuentes y, por lo tanto, dificulta la presencia de mujeres científicas en los medios. Además, los y las periodistas se alinean con la perspectiva científica que prioriza las STEM y eso genera que, en general, los investigadores y las investigadoras de las ramas sociales y humanas no sean percibidos como sujetos de la ciencia.

Tanto la inmediatez como la preponderancia de las STEM repercuten directamente en la imagen que se transmite sobre ellas, que aún hoy es estereotipada. Según las personas expertas interpeladas, las ideas que se transmiten guardan relación con el conflicto y las dificultades que han de superar, lo que conlleva que se priorice su rol como mujer al rol de científica. Su imagen, por lo tanto, sigue fundamentada en la idea de que la ciencia es un ámbito principalmente masculino (Husu y Tainio, 2016), en el que las mujeres son una excepción. De ahí que ellas sean presentadas como casos particulares y excepcionales y los rasgos de carácter que se subrayan sobre ellas tengan que ver con la tenacidad y la singularidad. Estas ideas repercuten en el modelo que se trasmite a las jóvenes. La amenaza del estereotipo (Lorenzo-Rial et al, 2016) provoca que se alejen de la ciencia, al considerar que no son lo suficientemente brillantes.

Por lo tanto, en repuesta a la tercera pregunta de investigación, las personas expertas han puesto de relieve la importancia de trabajar los criterios para un tratamiento adecuado de las mujeres científicas a nivel cuantitativo. Para ello, además de conocer las bases de datos de las científicas y emplearlas en el día a día, proponen un cambio en los criterios de búsqueda que prioricen las contribuciones a la ciencia y no los puestos de responsabilidad. No obstante, es necesario abordar el mensaje cualitativamente y poner el énfasis en el rol científico de estas personas.

A tal efecto, se han concretado tres pautas principales que se formulan a modo de recomendaciones: 1) a la hora de buscar las fuentes, se tendrá en cuenta el conocimiento profundo de la situación de las mujeres científicas: la desigualdad en el acceso a los estudios, los obstáculos que encuentran en el ejercicio de la actividad científica y las dificultades para llegar a ocupar los cargos de responsabilidad en la trayectoria. Esta coyuntura se transmitirá al público a través de contenidos específicos; 2) más allá de los datos de aparición de estas profesionales, cualitativamente se hará hincapié en la valoración de estas mujeres como fuentes de información sobre ciencia y 3) el tratamiento de las noticias sobre científicas se basará en parámetros de normalidad, dando prioridad a las contribuciones realizadas por estas personas.

En definitiva, el estudio aporta luz acerca de las rutinas periodísticas en lo que respecta a las noticias científicas y, más concretamente, en lo referente a la visibilidad de las mujeres científicas, un ámbito que no ha sido ampliamente analizado en el contexto de la imagen que los medios ofrecen sobre estas profesionales, más centrado en el análisis de los contenidos. La inmediatez y la combinación de distintas tareas no facilitan una búsqueda pausada y meditada de fuentes, necesaria en un entorno en el que, aún hoy, existe una evidente desigualdad. Los profesionales han integrado el mensaje acerca de la necesidad de dar visibilidad a las mujeres científicas; no obstante, se observa un déficit en cuanto a la reflexión del rol que se les otorga, una dimensión que, según los expertos, es necesario abordar para contribuir a la desaparición de los estereotipos de género que existen en torno a su figura.

Los resultados inciden en la necesidad de seguir investigando en esta área, dada la importancia que ha adquirido la igualdad en el ámbito científico y el papel que juegan los medios de comunicación en la transmisión de modelos. En esta línea, también sería interesante poner el foco en las reticencias y barreras que perciben las propias investigadoras a la hora de acceder a los medios.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Amarasekara, I., y Grant, W. (2019). Exploring the YouTube science communication gender gap: A sentiment analysis. *Public Understanding of Science*, 28(1), 68-84. <https://doi.org/10.1177/0963662518786654>

- Brossard, D. (2013). New media landscapes and the science information consumer. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 110, 14096-14101. <https://doi.org/10.1073/pnas.1212744110>
- Campos-Rueda, M., y Herrera-Damas, S. (2021). Bases de datos de mujeres expertas: escenario global y situación en España. *Profesional de la Información*, 30(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.07>
- Carli, L., Alawa, L., Lee, Y., Zhao, B., y Kim, E. (2016). Stereotypes about gender and science: Women≠scientists. *Psychology of Women Quarterly*, 40(2), 244-260. <https://doi.org/10.1177/0361684315622645>
- Casero-Ripollés, A. (2020). Impacto del Covid-19 en el sistema de medios. Consecuencias comunicativas y democráticas del consumo de noticias durante el brote. *Profesional de la Información*, 29(2), e290223. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>
- Cassidy, A. (2021). Communicating the social sciences and humanities: Challenges and insights for research communication. En M. Buchi y B. Trench (Eds.), *Handbook of Public Communication of Science and Technology* (pp. 198-213). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003039242-12-12>
- Chambers, A., y Thompson, S. (2020). Women, Science and the Media. En K. Ross (Eds.), *The International Encyclopedia of Gender, Media, and Communication* (pp. 1562-1569). Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781119429128.iegmc304>
- Chimba, M., y Kitzinger, J. (2010). Bimbo or boffin? Women in science: An analysis of media representations and how female scientists negotiate cultural contradictions. *Public Understanding of Science*, 19, 609-624. <https://doi.org/10.1177/0963662508098580>
- Clavijo, A. (2021). Trayectorias de producción científica y conciliación familiar de mujeres investigadoras en Quito. *Brazilian Journal of Education, Technology and Society*, 14, 45-60. <https://doi.org/10.14571/brajets.v14.se1.2021>
- Cortiñas, S., y Alonso-Marcos, F. (2014). The decline of the science section in traditional media. Analysis of its causes from the dominant paradigms of the contemporary thought. *Prisma Social*, 12, 402-435.
- De Semir, V. (2010). El mutatis mutandis de la comunicación científica en la era de internet. *ArtefaCToS*, 3(1), 49-79.
- Deryugina, T., Shurchkov, O., y Stearns, J. (2021, enero). *COVID-19 Disruptions Disproportionately Affect Female Academics* (NBER, Working Paper No. 28360). <https://www.nber.org/papers/w28360>

- Díaz-Martínez, C., y Dema-Moreno, S. (2013). Las mujeres y la ciencia. La escasez de mujeres en la academia. Un caso de histéresis social. *100cias@uned*, 6, 149-156.
- Diviu, C., y Cortiñas S. (2021). Lost opportunities for science communication in Spanish universities. *Communication papers: media literacy & gender studies*, 10(20), 21-34. https://doi.org/10.33115/udg_bib/cp.v10i20.22610
- Duch, J., Zeng, X., Sales-Pardo, M., Radicchi, F., Otis, S., Woodruff, T., y Nunes-Amaral, L. (2012). The possible role of resource requirements and academic career-choice risk on gender differences in publication rate and impact. *PloS one*, 7(12), e51332. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0051332>
- Dunwoody, S. (2008). Science journalism. En M. Bucchi y B. Trench (Eds.), *Handbook of Public Communication of Science and Technology* (pp. 15-26). Routledge.
- Dunwoody, S., y Ryan, M. (1987). The credible scientific source. *Journalism Quarterly*, 64(1), 21-27. <https://doi.org/10.1177/107769908706400103>
- Eisenegger M., Oehmer F., Udriș L., y Vogler D. (2020). Die Qualität der Medienberichterstattung zur Corona-Pandemie. Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög). https://www.media.uzh.ch/dam/jcr:000340ac-3993-4854-a5e9-38aa03f6e14b/200731_Studie%20Leitmedien%20Corona.pdf
- Eizmendi M., y Peña, S. (2021). Fewer and Later: Women as Experts in TED Talks about COVID-19. *Journalism and Media*, 2(4), 808-818. <https://doi.org/10.3390/journalmedia2040046>
- Eizmendi M., y Peña, S. (2023). Gender Stereotypes Make Women Invisible: The Presence of Female Scientists in the Media. *Social Sciences*, 12(30), 30. <https://doi.org/10.3390/socsci12010030>
- Elías, C. (2008). *Fundamentos de periodismo científico y divulgación mediática*. Alianza Editorial.
- European Commission. (2019). *She Figures 2018*. European Commission.
- Fahy, D., y Nisbet, M.C. (2011). The science journalist online: Shifting roles and emerging practices. *Journalism*, 12(7), 778-793. <https://doi.org/10.1177/1464884911412697>
- Fernández-Rius, L. (2008). Género, ciencia, ¿paridad es equidad? *Arbor*, 184 (733), 817-826. <https://doi.org/10.3989/arbor.2008.i733.226>
- Flick, U. (2011). *Introducing research methodology: A beginners' guide to doing a research project*. Sage.

- Francescutti, P. (2018). *La visibilidad de las científicas españolas*. Cuadernos Fundación Antoni Esteve.
- Franquet-Calvet, R., Luzón-Fernández, V., y Ramajo, N. (2007). La información en los principales medios de comunicación on line. Estudiar la representación de género. *ZER: Revista De Estudios De Comunicación=Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 12(22), 267-282. [https://doi.org/10.35742/rcci.2007.12\(0\).12-22](https://doi.org/10.35742/rcci.2007.12(0).12-22)
- García-Nieto, M.T. (2015). Mujeres y hombres en la ciencia española. Un desequilibrio preocupante. En M.T. García Nieto (Eds.), *Mujeres, ciencia e información* (pp. 31-50). Editorial Fundamentos.
- Granado, A. (2011). Slaves to journals, serfs to the web: The use of the internet in newsgathering among European science journalists. *Journalism*, 12(7), 794-813. <https://doi.org/10.1177/1464884911412702>
- Hunt, J. (2016). Why do women leave science and engineering? *ILR Review*, 69(1), 199-226. <https://doi.org/10.1177/0019793915594597>
- Husu, L., y Tainio, L. (2016). Representations of Women Researchers in Finnish Print Media: Top Researchers, Multi-Talents and Experts. *Investigaciones Feministas*, 7(2), 203-224. <https://doi.org/10.5209/INFE.53796>
- López-Cantos, F., Cortiñas-Rovira, S., y Rodríguez, M. I. (2020). Comunicación del Conocimiento Científico en la Era de la Postverdad. Retos y Oportunidades. *Revista Prisma Social*, 31, 1-5.
- López-Pérez, L., y Olvera-Lobo, M.D. (2015). Tratamiento de la información científica en las ediciones digitales de los periódicos españoles. *Profesional de la información*, 24(6), 766-777. <https://doi.org/10.3145/epi.2015.nov.08>
- Lorenzo-Rial, M. A., Álvarez-Lires, F.J., Álvarez-Lires, M., y Serrallé-Marzoa, J.F. (2016). La amenaza del estereotipo: elección de estudios de ingeniería y educación tecnocientífica. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 9, 54-76.
- Mitchell, M., y McKinnon, M. (2019). «Human» or «objective» faces of science? Gender stereotypes and the representation of scientists in the media. *Public understanding of science*, 28(2), 177-190. <https://doi.org/10.1177/0963662518801257>
- Morgan, D. (1997). *Focus groups as qualitative research*. Sage. <https://doi.org/10.4135/9781412984287.n4>
- Mueller, C., Gaudilliere, D., Kin, C., Menorca, R., y Girod, S. (2016). Gender disparities in scholarly productivity of US academic surgeons. *Journal of Surgical Research*, 203(1), 28-33. <https://doi.org/10.1016/j.jss.2016.03.060>

- Myers, K., Tham, W., Yin, Y., Cohodes, N., Thursby, J., Thursby, M., y Wang, D. (2020). Unequal effects of the COVID-19 pandemic on scientists. *Nature human behaviour*, 4(9), 880-883. <https://doi.org/10.1038/s41562-020-0921-y>
- Niemi, M., y Pitkänen, V. (2017). Gendered use of experts in the media: Analysis of the gender gap in Finnish news journalism. *Public Understanding of Science*, 26(3), 355-368. <https://doi.org/10.1177/0963662515621470>
- Orbe, T. (2021). El rol del periodismo científico en la nueva normalidad Pandémica. En A.P. Escobat (Coord.), *Pandemia y nuevas realidades para la comunicación en Ecuador* (pp. 123-150). Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina.
- Palomar-Verea, C. (2009). Maternidad y mundo académico. *Alteridades*, 19(38), 55-73.
- Patton, M. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. Sage.
- Plaza-Ramos, J.A., Primo-Peña, E., Bojo Canales, C., y Molina, P. (2020). *Difusión y comunicación de la ciencia*. Instituto de Salud Carlos III. Ministerio de Ciencia e Innovación. <https://www.conprueba.es/difusion-y-comunicacion-de-la-ciencia>
- Powell, R., y Single, H. (1996). Focus groups. *International Journal of Quality in Health Care*, 8(5), 499-504. <https://doi.org/10.1093/intqhc/8.5.499>
- Rivera-Rossi, J. (2017). *Cultura científica y fuentes periodísticas: estudio de caso en España y México desde la perspectiva de género* [Tesis doctoral]. Universidad de Salamanca.
- Schafer, M. (2017). How changing media structures are affecting science news coverage. En K. Jamieson, D. Kahan y D. Scheufele (Eds.), *The Oxford handbook of the science of science communication* (pp. 51-58). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190497620.013.5>
- Shachar, O. (2000). Spotlighting women scientists in the press: tokenism in science journalism. *Public Understanding of Science*, 9(4), 347-358. <https://doi.org/10.1088/0963-6625/9/4/301>
- Trumbo, C., Sprecker, K., Dumlao, R., Yun, G., y Duke, S. (2001). Use of e-mail and the web by science writers. *Science Communication*, 22(4), 347-378. <https://doi.org/10.1177/1075547001022004001>
- UNESCO Institute for Statistics. (2018). *Women in Science (FS/2018/SCI/51)*. <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/fs51-women-in-science-2018-en.pdf>

Vallés, M. (1997). *Técnicas de investigación social: Reflexión metodológica y práctica profesional*. Síntesis.

Wimmer, R., y Dominick, J. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Bosch Comunicación.

ANEXO I

CUESTIONARIO DE LA ENTREVISTA A RESPONSABLES DE LAS EDICIONES WEB

1. DATOS SOBRE EDICIÓN WEB

Inicio de la edición web y su recorrido.

- ¿Cuál era en sus inicios el objetivo de la web?
- ¿De qué manera se organizó la redacción para elaborar contenidos para la web?
- ¿Qué fases diferenciaría durante este tiempo? (Desarrollo de temas propios, cambios en la distribución del equipo, la utilización de contenidos multimedia...)

Organización actual

- ¿Cómo se organiza el equipo de trabajo de la web? ¿es específico?
- ¿La edición digital tiene agenda propia? ¿de qué manera se coordina con la edición de papel?
- ¿Qué proporción de contenidos son propios de la web?

2. DISTRIBUCIÓN DE LAS SECCIONES

- ¿Cómo definiría las secciones principales de la web? ¿cuáles son sus límites?
- ¿Considera que las secciones son más flexibles en la web?
- ¿Qué criterios utilizan a la hora de distribuir las noticias en la web?

3. RUTINAS DE TRABAJO. ELECCIÓN DE TEMAS Y REPARTO DE TAREAS

- ¿Cuáles son los principales criterios a la hora de decidir qué contenidos incluir en la web?
- ¿Cuáles son las características que hacen que una información se convierta en noticia?
- ¿Cómo se distribuyen los temas entre los redactores y las redactoras? ¿con qué criterios?
- ¿Si no existen criterios concretos, se tiende a encargar temas concretos a personas específicas?
- ¿Se tiende a la especialización? ¿cada vez más o cada vez menos?

4. CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS ONLINE

4.1. Elementos multimedia

- ¿En qué medida utilizan elementos multimedia (vídeos, audios, galerías fotográficas...) en la web?
- ¿Qué porcentaje de elementos multimedia es de elaboración propia?
- ¿En qué tipo de temas se prioriza el empleo de elementos multimedia? ¿cuál es el criterio?

4.2. Interacción

- ¿Cuáles son las principales vías de interacción con los lectores y las lectoras?
- ¿Qué temas suscitan más comentarios?
- ¿Existe algún criterio para el empleo de las redes sociales?
- ¿En qué medida marca la elección de los temas la respuesta de los usuarios?

4.3. Hipertextualidad

- ¿Quién y en base a qué criterio decide el empleo de elementos hipertextualidad en el texto? ¿existe algún criterio o norma a este respecto?
- ¿Qué tipo de elementos hipertextualidad priorizan?

- ¿Tienen restricciones para el empleo de utilizar link-s exteriores?

5. TEMAS SOBRE CIENCIA

- ¿Cuáles son las características que se le exigen a un tema para incluirlo en la sección de ciencia?
- ¿Cuáles son las fuentes principales que emplean en la elaboración de contenidos sobre ciencia?
- ¿En qué tipo de temas se prima la búsqueda de fuentes expertas?
- ¿Percibe interés por los temas de ciencia por parte de los lectores y las lectoras?
- ¿En qué medida considera que es necesaria la especialización en temas de ciencia?

6. PERSPECTIVA DE GÉNERO

- ¿Tienen criterios concretos para impulsar la visibilidad de las mujeres?
- ¿De qué manera influye el género de la persona protagonista a la hora de decidir si una información es noticia o no?
- ¿Priman los temas en los que las fuentes o protagonistas sean mujeres?
- ¿Cree, por su propia experiencia, que es más difícil encontrar fuentes femeninas? En su opinión, ¿a qué se debe?
- ¿Considera que los medios online ofrecen una oportunidad mayor para incluir nuevos temas y nuevas fuentes en la agenda mediática?

ANEXO II

CUESTIONARIO DE LA ENTREVISTA DE GRUPO CON PERIODISTAS

1. PERIODISMO SOBRE TEMAS CIENTÍFICOS

- ¿Qué tipo de temas son, en vuestra opinión, los que más se abordan en los medios de comunicación? ¿hay algunos temas que sobresalen al resto?

- ¿Qué características debe tener una información sobre ciencia para que despierte el interés del público?
- ¿Se prima la cercanía o el nombre de los autores de una investigación o el área de trabajo?
- ¿Qué opinión tienen sobre la división de las llamadas ciencias duras y ciencias blandas? ¿La división es cada vez menor o mayor?

2. ESPECIALIZACIÓN

- Desde la academia se subraya la necesidad de que frente a la rapidez que exigen los medios online, los medios opten por temas tratados en profundidad y en cierta medida por la especialización de los profesionales. ¿Conociendo la realidad que tenéis en cada medio, cómo ven esta posibilidad?
- ¿Es necesaria la especialización de las personas que abordan temas sobre ciencia?

3. BÚSQUEDA DE FUENTES DE INFORMACIÓN

- ¿Cuáles son las principales fuentes de información para las noticias sobre ciencia? (agencias, revistas científica, notas de las universidades, eventos sobre ciencia...)
- ¿En qué medida las redes sociales se han convertido en fuentes informativas?
- ¿Cada vez hay más fuentes, es cada vez más difícil la elección de fuentes fidedignas?

4. ESCRITURA ONLINE Y ADECUACIÓN DE LOS TEXTOS PARA LA VERSIÓN DIGITAL

- ¿En qué medida diferencian el texto que escriben según el canal en el que se va a publicar?
- ¿En qué medida creen que los recursos multimedia e hipertextuales enriquecer una información?
- En su opinión, ¿son recursos efectivos para utilizarlos en las noticias sobre ciencia?

5. NOTICIAS SOBRE MUJERES EN GENERAL

- En los últimos años se habla cada vez más de la necesidad de visibilizar a las mujeres en los medios de comunicación. ¿Creen que se ha avanzado en este sentido?
- A la hora de buscar protagonistas para vuestras informaciones, reportajes, entrevistas para temáticas concretas ¿en qué ámbitos tienen más dificultades?
- En general, creen que a las mujeres les cuesta más salir en los medios de comunicación. Si es así, ¿a qué se debe?

6. MUJERES EN LA CIENCIA

- A pesar de que cada vez más mujeres acceden a la carrera científica, los datos indican que la participación de las mujeres en la ciencia es escasa sobre todo en ciertas áreas y en los puestos de toma de decisiones. ¿Tienen en cuenta este hecho a la hora de trabajar los temas? ¿Es necesaria la inclusión de este hecho en los temas que trabajan? ¿Creen que es necesario subrayarlo? ¿suelen preguntárselo a las científicas que entrevistan?
- ¿Qué tipo de afirmaciones y/o datos creen que se deben evitar a la hora de tratar una información sobre mujeres científicas?
- ¿Consideran que se deben trabajar informaciones sobre las aportaciones que las mujeres han hecho a la ciencia y han quedado silenciadas? ¿por qué?

7. ESTRATEGIAS PARA AUMENTAR SU VISIBILIDAD

- ¿Qué tipo de estrategias serían, en su opinión, válidas para aumentar su visibilidad en los medios de comunicación?

ANEXO III

CUESTIONARIO DE LA ENTREVISTA A EXPERTOS Y EXPERTAS

NOTA: Para la elaboración del cuestionario de las entrevistas a expertos, se ha tomado como eje, el estudio previo sobre la visibilidad y el estatus otorgado a las científicas llevado a cabo sobre los contenidos de mujeres científicas e investigadoras, así como las entrevistas previas a los y a las responsables de la edición digital y la entrevista de grupo con los y las periodistas que escriben sobre ciencia. De esta forma, se han concretado las principales conclusiones y puntos de interés que se pretenden abordar en las entrevistas. Así mismo, el guion ha sido adaptado según el área de conocimiento de la persona experta entrevistada.

1. SITUACIÓN ACTUAL DE LAS MUJERES EN LA CIENCIA

- ¿Cuáles son las principales dificultades y los obstáculos que experimentan las mujeres en la ciencia?
- ¿De qué manera inciden en la vocación científica?
- ¿Y en el desarrollo de la carrera científica?

2. DIVISIÓN DE LAS ÁREAS CIENTÍFICAS

- ¿De qué manera se concreta actualmente la tradicional división de ciencias «blandas» y ciencias «duras» a nivel social?
- ¿Cómo se traduce esta división al mensaje periodístico?

3. EL MENSAJE MEDIÁTICO Y EL IMAGINARIO SOBRE LAS MUJERES CIENTÍFICAS

- ¿Cómo repercute el mensaje mediático en la imagen pública de las mujeres científicas?
- ¿Cuáles son los principales estereotipos asociados a las mujeres científicas?
- ¿Cómo han evolucionado estos estereotipos con la participación cada vez mayor de las mujeres en la ciencia?

4. PAUTAS PARA UN ADECUADO TRATAMIENTO DE LAS MUJERES CIENTÍFICAS

- ¿Qué tipo de pautas considera que son adecuadas para aumentar la visibilidad de las mujeres científicas a nivel cuantitativo?
- ¿Qué tipo de características debe tener el mensaje que se transmite sobre las mujeres científicas?
- ¿Cómo se podría incidir en el mensaje mediático de las mujeres científicas en cuanto a su perfil profesional y científico?

STEREOTYPES ABOUT MATHEMATICS AND WOMEN: SEX DIFFERENCES IN MATHEMATICS ANXIETY OF COMMUNICATION STUDENTS¹

ESTEREOTIPOS SOBRE MATEMÁTICAS Y MUJERES: DIFERENCIAS POR SEXO EN LA ANSIEDAD MATEMÁTICA DE ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN

MIREN BERASATEGI ZEBERIO

Author / Autora:

Miren Berasategi Zeberio
Universidad de Deusto, Bilbao, España
miren.berasategi@deusto.es
<https://orcid.org/0000-0003-4528-9138>

Submitted / Recibido: 06/06/2022
Accepted / Aceptado: 10/01/2023

To cite this article / Para citar este artículo:
Berasategi Zeberio, M. (2023). Stereotypes about mathematics and women: sex differences in mathematics anxiety of communication students. *Feminismo/s*, 42, 221-245. Women, data and power. Insights into the platform economy [Monographic dossier]. Miren Gutiérrez (Coord.). <https://doi.org/10.14198/fem.2023.42.08>

Licence / Licencia:

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International.



© Miren Berasategi Zeberio

Abstract

Citizens are required to understand an increasingly datafied reality to perform sensible decision making and be active participants in society. However, our ability to grasp that complexity, especially when it involves data in the form of numbers, is affected by limiting factors such as mathematics anxiety. In the case of women, how they face the reading of content based on data or numbers affects their daily lives, including career choice. Playing a central mediating role in transmitting increasingly datafied information, journalism is an interesting research object. This study examines the notion that journalism students –especially female students– are «bad with numbers» through the measurement of math anxiety of 185 Communication students, looking for correlations with their math competency. Results show that students manifest a low competency in math, paired with high

1. This article has been generated as part of the ARES research program (Analyzing Antifeminist Resistances), supported by the Spanish State Agency of Research (PID2020-114445RB-I00).

math anxiety, which is the factor that best serves as an explanation for competency results. Specifically, only students with medium-low values of math anxiety pass the competency test. However, no sex differences were found in competency, while small differences in math anxiety (with women displaying slightly higher anxiety values than men) were identified. Even if the minor sex differences in math anxiety found in this study are not statistically significant, investigating whether this is also the case in other fields or in a random sample remains relevant, as these results defy previous misunderstandings of women's capacities that are significant to understand the interactions of women with data.

Keywords: data journalism; open data; educommunication; mathematics education; anxiety; digital literacy.

Resumen

La ciudadanía se ve obligada a comprender una realidad cada vez más informatizada para poder tomar decisiones. Sin embargo, nuestra capacidad para captar esa complejidad, especialmente cuando se trata de datos en forma de números, se ve afectada por factores limitantes como la ansiedad matemática. En el caso de las mujeres, la forma en que se enfrentan a la lectura de contenidos basados en datos o números afecta su vida cotidiana, incluida la elección de carrera. Al desempeñar un papel central de mediación en la transmisión de una información cada vez más datificada, el periodismo es un interesante objeto de investigación. Este estudio examina la noción de que al alumnado de periodismo –especialmente a las estudiantes– «se les dan mal los números» a través de la medición de la ansiedad matemática de 185 estudiantes de Comunicación y la detección de correlaciones con su competencia matemática. Los resultados muestran que el alumnado manifiesta una baja competencia matemática, emparejada con una ansiedad matemática alta. En concreto, solo estudiantes con valores medios-bajos de ansiedad matemática superan la prueba de competencia. Sin embargo, no se encontraron diferencias en desempeño entre hombres y mujeres, aunque estas enfrentan un nivel de ansiedad ligeramente más alto. Aunque las diferencias en ansiedad matemática encontradas en este estudio no son estadísticamente significativas, investigar si esto también ocurre en otros campos sigue siendo relevante, ya que estos resultados desafían los malentendidos y estereotipos sobre las capacidades de las mujeres.

Palabras clave: periodismo de datos; datos abiertos; educomunicación; educación matemática; ansiedad; alfabetización digital.

1. INTRODUCTION

Unlike men, women are exposed to stereotype threat when performing any kind of mathematical operations, either in everyday life or in academic contexts (Ganley et al., 2013; Maloney et al., 2013): the feeling that failure is expected makes them more anxious and more prone to performing poorly. Thus, they are considered here forms of antifeminist resistance or «reaction(s) against [gender equality] that seeks to prevent further change from happening and reverse those changes already achieved» (Flood et al., 2021, pp. 394-395). For this reason, it is crucial to examine how these happen and explore strategies to overcome them. This article precisely measures mathematics anxiety and its interaction with mathematics performance of Communication students.

Reality is becoming increasingly complex in what is mistakenly and interchangeably referred to as «knowledge» or «information» society, where ICTs are becoming more and more relevant. Despite their differences, this frequent pairing of information and knowledge can be explained through what is known in the areas of information management systems or information technology as the *hierarchy of knowledge* or *knowledge pyramid*. The knowledge pyramid identifies and describes «the processes involved in the transformation of an entity at a lower level in the hierarchy (e.g., data) to an entity at a higher level in the hierarchy», such as information or knowledge (Rowley, 2007, p. 164).

In this paradigm, participating citizens, who generate social change through their actions, need to reach an understanding of a reality that is increasingly complex; they construct knowledge through complex interactions with their environment, whether by assimilating information transmitted by others or by resorting directly to the source, to data.

Furthermore, with the development of ICT, the connected and always available digital environment has given rise to a «data revolution», defined by two factors: first, «[a]n explosion in the volume of data, the speed with which data are produced, the number of producers of data, the dissemination of data, and the range of things on which there is data»; and, second, «[a] growing demand for data from all parts of society» (UN Secretary-General's

Independent Expert Advisory Group on the Data Revolution for Sustainable Development, 2014, p. 6).

Data availability is constantly increasing and their use for decision-making in all areas is the norm in *data society*. In our digitised era, where all kinds of content, including data, are stored in computer-readable formats composed of bits (or binary digits), transforming data into information generally means data analysis, which refers to the statistical analysis of number-based data sets.

Numbers are, thus, unavoidable: and along with the increase in the existence and availability of these large volumes of data, the need to develop abilities to manage and understand numbers and learn from them grows accordingly (Wurman, 1989, p. 32). This training should be extended to the general public, but is particularly relevant for journalists, given their role as intermediaries and interpreters of reality.

The intermediary role of journalism in this transformative process is at the foundation of the very definition of journalism as a discipline: it must become a «*Sense Maker*, [...] put events in context in a way that turns information into knowledge» (Kovach & Rosenstiel, 2014, p. 27). At the same time, journalism retains the task of «verify[ing] what information is reliable» (Kovach & Rosenstiel, 2014, p. 27), and its capacity to perform and verify transformations of data into information is essential. For journalism, «[n]umbers have become as essential as words [...] to explain what is happening in our world» (Maier, 2002, p. 507).

Data Journalism (DJ) is presented as part of the response to this requirement, reformulating «precision journalism» (Meyer, 1973); data journalism deals with the access and analysis of datasets, offering them to its audience. It has popularised some of the processes and performance habits that bring some traditional data analysis, computer science and programming roles closer to the newsroom and the area of journalism. In other words, DJ refers to the combination of «the traditional ‘nose for news’ and [an] ability to tell a compelling story with the sheer scale and range of digital information now available [...] at any stage of the journalist’s process» (Bradshaw, in Gray et al., 2012, p. 2).

Even though there is a widespread notion that at least a basic numerical ability is required for journalism, the relationship between journalists and

numbers has never been easy. What is more, «[m]athematical incompetence among journalists is legendary» (Maier, 2002, p. 507), and the perspective towards the closest future is not propitious if we look at the preferences of upcoming professionals: «[t]eachers of data journalism will be familiar with the complaint from students that ‘I’m not good at maths’ or, perhaps more worryingly, ‘I’m not good with technology’» (Bradshaw, 2018, p. 56).

Given this reputation and negative inclination from journalistic profiles towards numbers and technology, training Journalism and Communication students in these tasks seems complicated. When considering the incorporation of DJ into journalism curricula, the need for the required contents and tools for the exercise of DJ are typically considered. Still, the widespread initial reluctance among students—a symptom of their mathematics anxiety—has not been addressed directly so far.

The construct of mathematics anxiety (MA) offers a reference framework that contributes to the understanding of the reluctance of journalists towards data and everything related to numbers. Appearing for the first time in the academic literature under the term «matemaphobia» (Gough, 1954), MA is generally defined as involving «feelings of tension and anxiety that interfere with the manipulation of numbers and the solving of mathematical problems in a wide variety of ordinary life and academic situations» (Richardson & Suinn, 1972, p. 551).

People suffering from this kind of anxiety directly avoid exposure to numbers (Ashcraft, 2002; Betz, 1978); in addition, MA is attributed with a strong negative effect on mathematics performance (Dreger & Aiken, 1957; Hembree, 1990). Consequently, insisting on teaching mathematical abilities to journalism students might not have the effect of improving their performance, in the cases where MA interferes.

Specialised literature also indicates that anxiety—along with avoidance behaviours in situations with potential exposure to numbers— and the negative effect of anxiety on mathematics performance, increase in the case of women (Baus & Welch, 2008; Betz, 1978; Dowker et al., 2016; Harriss Dew et al., 1983). Women manifest higher levels of MA in almost every case (Ma, 1999, p. 523), especially among university students (Hembree, 1990, p. 40).

Even though recent studies have largely dismissed the myth that men get higher marks in mathematics, at least in countries where education is equal

for both sexes (Devine et al., 2012, p. 5; Spelke, cited in Dowker et al., 2016, p. 7), women continue regarding themselves as inferior to men and expressing higher levels of MA (Devine et al., 2012; Dowker et al., 2016; Hembree, 1990). This higher MA, however, does not seem to result in a proportional effect on performance or mathematics avoidance, which could be explained, according to Hembree (1990), by two hypotheses: it could be that women can manage their own anxiety better than men; or it could also be that women are more likely to manifest their anxiety than men (Ashcraft, 2002, p.45). The stereotype threat theory suggests that it is more common for women to report higher anxiety levels overall (Steele, cited in Baus & Welch, 2008, p. 291); and that they do so even in areas where they are traditionally regarded as more capable than men, such as language learning (Park & French, cited in Dowker et al., 2016, p. 7).

Sex differences in MA could be explained through the stereotyped belief about how women should feel about mathematics, more than through their actual ability or real experimented anxiety. This notion is reinforced by studies showing that, even though women display higher MA as a trait² than men, this is not the case (values for both sexes match) when asked about their MA as a state, in real-time, directly before and after a mathematics examination (Goetz et al., 2013). A possible explanation for this is that «girls do not in fact experience so much more mathematics anxiety than boys, but [...] due to gender stereotypes they *expect* to experience more mathematics anxiety» (Dowker et al., 2016, p. 8), and thus report higher MA levels.

Women tend to express higher levels of MA than men, but the reasons behind this difference and the potential consequences in performance for both sexes are complex. It is especially problematic in a field like journalism, in which university enrolment has been predominantly female since academic journalism training first emerged (Franks, 2013). Although this sex distribution is not extended to the professional context, the yearly report

2. In psychology, and particularly in studies about anxiety, anxiety as a trait and anxiety as a state are distinguished. Anxiety as a trait is understood as a personality characteristic, has long term effects, and is manifested through behaviour, actions, and emotions. Anxiety as a state, on the other hand, refers to a temporary circumstance in which anxiety is manifested in response to a stimulus; once the stimulus disappears, anxiety disappears accordingly.

of the journalistic profession in Spain for 2017 stated that a more significant presence of women was found in almost all modalities identified as «new professional profiles», including «data journalists», «data and traffic analysts», and «data visualizer» (Asociación de la Prensa de Madrid, 2017, p. 57). MA and its potential relationship with gender are thus of particular interest, more so when there is evidence that MA, especially in the case of women, is not indicative of actual mathematics ability, but has the potential to impair its application, hurt performance, and trigger avoidance behaviours, with the loss of capacities this would imply for Journalism studies and, subsequently, newsrooms.

At the same time, and despite the efforts carried out in the last decades to incorporate women to STEM studies and professional careers, figures do not seem to follow and women are still under-represented (Smith, 2011) both in the academic and professional fields (Moss-Racusin et al., 2021). This has obvious detrimental effects in terms of intellectual inclusivity and global competitiveness in fields of increasing relevance today. To attract and retain women in STEM and have them play active roles in areas such as AI or algorithmic design, MA research might serve as a significant factor in understanding causes for dropout, lower enrolment and in policymaking and curriculum design (Beilock & Maloney, 2015).

Through a case study, this investigation analyses the construct of MA in the context of Journalism studies and the effect of its prevalence in the acquisition and application of the required knowledge and abilities for the exercise of DJ. The case study has gained popularity among the Social Sciences in general and in education research (Álvarez Álvarez & San Fabián Maroto, 2012). It is a technique to «inform about complex education realities, kept hidden by everyday patterns, to understand internal processes and discover dilemmas and contradictions, promoting reflection on practices» and helps «orient decision making around educational problems» (Álvarez Álvarez & San Fabián Maroto, 2012, p. 4).

This case study uses a convenience sample: students of the Communication Degree from the University of Deusto, Spain. The impossibility to generalize research results is one of the most common critiques of case studies, even though in approaches like this one, «it is not so convenient to talk about ‘generalization,’ but instead of ‘transfer’» (Álvarez Álvarez & San Fabián

Maroto, 2012, p. 5). To promote this transferability, both the instruments employed, including the full questionnaires, and the anonymized data and analysis are available through an Open Science Framework data repository (Berasategi Zeberio, 2023).

Through this case study, we identify the interference of MA levels on student performance, a key element to design educational proposals to develop and improve the knowledge and abilities required to perform DJ projects. Some guidelines for this design are also offered so they are transferable to a context like the one studied here. It seeks to respond to the following research questions: Does students' MA interfere in their math performance? Is there any sex difference in either MA or math performance?

The structure of the article is as follows: first, materials and methods used for data collection are specified. Second, collected data are analysed to establish levels of math anxiety and maths performance, as well as the interaction between them, with the aim of identifying potential sex differences. And third, some suggestions for alleviating the harmful effect of math anxiety in mathematics performance are given, relevant to Communication studies, before finishing with concluding remarks. All the tables and figures are designed by the author.

2. MATERIAL AND METHODS

To respond to the research questions, both student MA and mathematics performance were measured. Thus, the effect of MA on the specific aspects of mathematics performance that are most relevant for the exercise of DJ could be established.

MA has traditionally been measured using questionnaires that inquire about situations related to mathematics that could potentially trigger anxiety (Dowker et al., 2016, p.4). The panorama for MA measurement instruments is complex, with multiple questionnaires applied in different studies. However, there is a consensus that «the reliability of mathematics anxiety questionnaires has generally been found to be good» (Dowker et al., 2016, p. 5), and «researchers' decisions on what instruments to use do not seem to affect analytic results found» either regarding MA or its effect on performance (Ma, 1999, p. 534).

This investigation employed the Alexander and Martray's questionnaire (1989), generally referred to as RMARS (or «Reduced Math Anxiety Rating Scale»), for various reasons. First, because it contains a reasonable number of 25 items, which allows for not-too-extended response times; second, because it is the most widespread version in literature for the measurement of MA; and third, given the importance of offering students instruments in their most familiar language, to avoid the need for mental translations and thus overloading their working memory (Dehaene et al., 1999). Because there is a validated translation into Spanish, the language most students chose to answer the questionnaire, it is used directly in this study (Núñez Peña et al., 2013). However, the linguistic reality of our context requires questionnaires to be offered not only in Spanish, but also in Basque. Therefore, along with the Spanish translation by Núñez Peña et al. (2013), a Basque version specifically designed for this study was also used³.

RMARS is a reduced 25-item version of the «Math Anxiety Rating Scale», or MARS (Richardson & Suinn, 1972), that measures MA by presenting 25 situations that could trigger anxiety. It is generally recognized that it divides into three different factors: «Mathematics examination anxiety», «Mathematics task anxiety» and «Mathematics course anxiety». To complete this questionnaire, the respondents need to use a 1 («not anxious at all») to 5 («very anxious») Likert scale. Students were given 10 minutes to respond to this questionnaire.

The detrimental effect of MA on mathematics performance is established from the very first initial conceptualization in the pioneering works of Gough's (1954) and Dreger & Aiken (1957). However, the measurements methods of mathematics performance employed to establish this effect have been diverse over time (Ma, 1999, p. 526).

Given that this research is focused on journalism, the specific requirements of journalistic dealing with numbers are to be evaluated. Thus, it is necessary to identify an *ad hoc* tool to measure this aspect of mathematics. With that in mind, the *Math Competency Test for Journalists* (Meyer & Poynter Institute, 1998) has been the instrument of choice to measure mathematics performance.

3. All translations by the author.

Developed by CAR pioneer and creator of precision journalism Philip Meyer, the Math Competency Test for Journalists, or MCTJ, is a 25-item test, with four possible answers each, that values the ability to apply basic mathematics (e.g., calculating percent changes) to everyday problems faced by journalists (e.g., communicating the percent change of a salary). It has been used by many universities to evaluate undergraduate and postgraduate students (Maier & Curtin, 2004) and in professional fields as a requirement to hire journalists in newsrooms (Maier, 2003, p. 925).

Compared to a general mathematics performance measure, MCTJ allows measuring MA's interference in areas that are of specific interest to journalism more precisely, specifically when carrying out DJ projects. As with the RMARS questionnaire, the MCTJ questionnaire was offered in Spanish and Basque translations to allow respondents to pick their preferred language. Students were given 20 minutes to respond to this questionnaire.

Participants were offered the options «female», «male», and «other» to verify whether there are any sex differences in either students' MA, or mathematics performance, or the effect that MA might have on mathematics performance.

To explore other variables that could explain MA (and mathematics performance as well), demographic data were also collected through the questionnaire, including bacalaureate itinerary, centre, or centre type where the bacalaureate was studied; town or size of the town where bacalaureate was studied; and degree, year, and language in which they are studying.

To sum up, the specific instruments chosen to collect the data for this study, either in Spanish or Basque (depending on participants' choice), were RMARS by Alexander and Martray (1989) to measure MA, and MCTJ by Meyer and Poynter Institute (1998) to measure mathematics performance, alongside the demographic data.

They were collected over the total census of Communication students at the University of Deusto (274 students), during the 2017/2018 academic year. After signing the informed consent form to participate in the study, the responses were processed for analysis using the statistical computing software R (R Core Team, 2018). The total number of valid responses were 185, representing a response rate of 67.5%.

The age of participants was between 18 and 27, with most of them (75%) between 18 and 21. Regarding gender, 115 responses were by women, 66 by men, and 2 declared other genders (62.2%, 35.5%, and 1.1%, respectively). About languages, 56.8% (105 students) decided to respond to the questionnaire in Spanish and 43.2% (80 students) did so in Basque.

The validity of instruments and their translations was checked by analysing their factor structure (Lê et al., 2008). Translated versions displayed the same factor structure in both languages: therefore, they are considered equivalent instruments, and this allows a joint reading of results, without having to separate the analysis by language.

3. ANALYSIS AND RESULTS

In this section MA and math performance results are shown and analysed.

3.1. Math Anxiety

A MA value for each participant was calculated by the sum of all the values given in each response of RMARS (Alexander & Martray, 1989), with possible values ranging between 25 and 125 points. To facilitate reading these results, they were transformed into a scale between 0 and 100. The statistical summary of the global results of RMARS is shown in Table 1. Responding students displayed an average of almost 45 points out of 100 of MA, with 19.43 points of standard deviation.

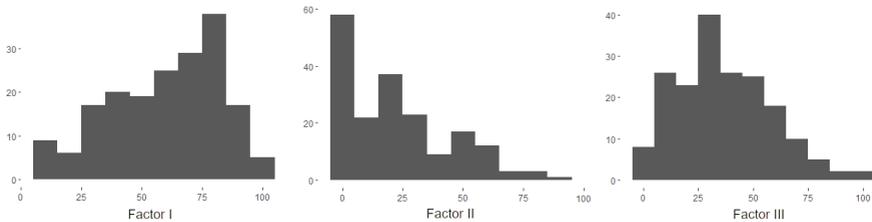
Table 1. RMARS results summary

Min.	Q1	Median	Average	Q3	Max.
4.0	30.0	45.0	44.4	57.0	94.0

Looking at factor analysis allows for greater nuance in these global results for MA, which seem to indicate that students did not display very high levels of MA (with both the average and the median below 50 points over 100). Figure 1 shows the value distribution for the three factors, obtained through factor analysis (Lê et al., 2008) and hierarchical grouping or clustering of variables (Chavent et al., 2011): Factor I, or «Mathematics examination anxiety»;

Factor II, or «Mathematical task anxiety»; and Factor III, or «Mathematics course anxiety».

Figure 1. Value distribution of MA factors

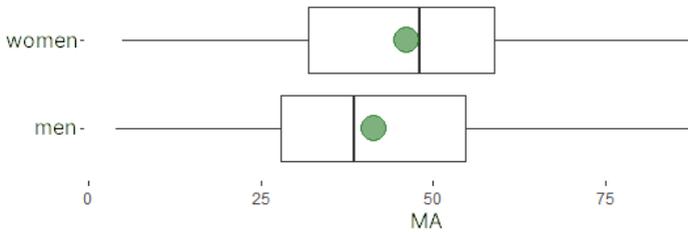


This analysis allows seeing that the global figures shown in Table 1 hide students' anxiety regarding FI «Mathematics examination anxiety», which presents very high values. However, these high values are compensated by the lower values in the other two factors, which considerably moderate the global MA result. Even though global MA gets medium results (with both the average and median at around 45/100 points), this closer reading shows that mathematics examinations trigger high to very high anxiety results.

Thus, mathematics examinations (Factor I) constitute the most significant anxiety-inducing factor for students, with a large difference, with no individuals displaying 0% anxiety and a median placed at around 65 points over 100.

When looking at MA results by sex, average values display minor differences in overall values and in values divided by factors, with women always obtaining slightly higher average values than men. Figure 2 shows a boxplot of the statistical summary of these results. The green dot represents the average, the left-hand end of the horizontal line is the minimum value, and the right-hand end is the maximum value (excluding outliers). The box is drawn from Q1 to Q3, divided by a vertical line representing the median value. These sex differences, as the graphic displays, are not however very significant, with the exception, perhaps, of average values for FI «Mathematics examination anxiety», where women get an average of 7.36 points above that of men.

Figure 2. Boxplot with overall MA results, by sex



Student T-Value calculations for sex and the overall and factor values of MA also corroborate that sex differences in MA results are not statistically significant, except for FI «Mathematics examination anxiety», with a p-value below 0.05 of 0.03848. The main difference is in the median value, with a difference larger than 10 points: women display not only higher average values for FI of MA, but more women present high values than men in this factor as well.

From the analysis of the data displayed in this section, it can be concluded that Communication students display moderate levels of MA, although slightly higher than students from other related disciplines analysed in other studies. The main contributor to their MA is mathematics examination anxiety (or FI). At the same time, slight sex differences can be found only in FI, with women displaying slightly higher values of mathematics examination anxiety, which are barely statistically significant.

3.2. Math Performance

Once the results of MA have been analysed, the second central element of this study is performance in mathematics, measured in this case through the Mathematics Competency Test for Journalists or MCTJ (Meyer & Poynter Institute, 1998). In order to eliminate the effect of randomness on obtained scores, correct answers were scored 1 point; blank answers, 0 points, and incorrect or null answers -0.33 points. 14 students (7.54%) left one-third (9) or more of the answers blank, and 5 questions had 20% or more blank answers. A value for mathematics performance was obtained by the sum of scores in each answer, with possible results ranging between 0 and 25 points.

As in the calculation of the values for MA, to facilitate their reading, MCTJ values were normalised to a scale between 0 and 100.

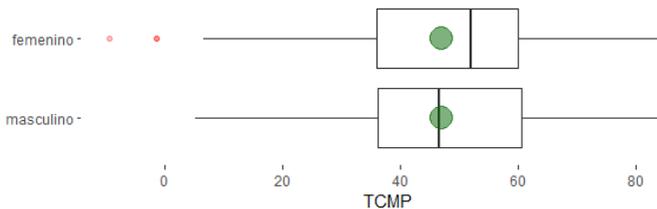
The statistical summary of the global values for mathematics performance measured through the MCTJ is shown in 1. Both the average and the median are below 50 points out of 100, which allows the statement that participants in the study display, overall, a low mathematics performance. Additionally, the minimum value below 0 and the relative position of the average and median values, with the first below the second (with a negative asymmetry) indicate the existence of individuals with extremely low scores. In any case, 50% of obtained results is between 63.00 and 60.00 points, with a standard deviation of 14.7 points.

Table 2. Summary of MCTJ results

Min.	Q1	Median	Average	Q3	Max.
-9.5	36.0	48.0	47.1	60.0	85.3

Results divided by gender are almost identical for both men and women. However, both the median and the minimum value are different, as shown in Figure 3, where the small red dots represent outliers: the minimum score for women students in the MCTJ is determined by outlier values and, in fact, if these outliers are disregarded, results for both genders are even more similar. Both Q1 and Q3 figures are almost identical, and maximum, average, and even minimum values (once outliers are excluded) are very similar.

Figure 3. Boxplot with MCTJ results, by sex



The main difference between genders in MCTJ stands in that, on the one hand, for the group of men, the average and median are very close values

while, on the other hand, the average and the median values are more distanced in the case of women. This implies that the results for women display a negative asymmetry, probably caused by the outlier values mentioned before. If these outlier values are excluded, performance results for the group of women are slightly above, overall, those of men, even though women do display a few (although outlier) extremely low scores. The Student T-Value seems to corroborate the fact that gender differences in MCTJ results are not statistically significant.

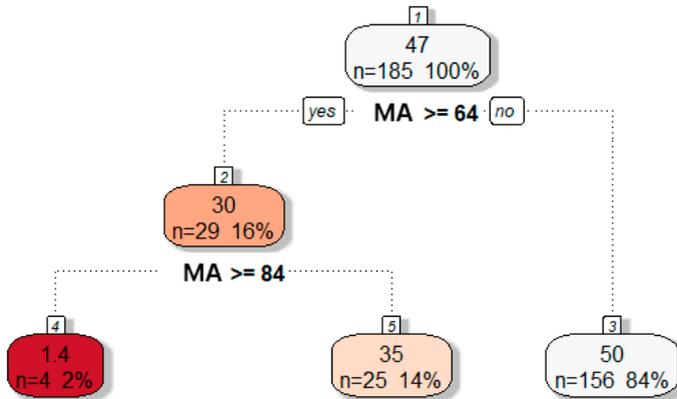
Ultimately, mathematics competency of Communication students who participated in this study is low. It is possible, however, as shown in the literature review, that these low marks in the MCTJ can be explained in large by the MA displayed by students. This aspect is analysed in the following section.

3.3. Explanatory value of Math Anxiety

The hypothesis that MA affects the mathematics performance of Communication students has been explored in this study through regression and classification trees, or CART (Breiman et al., 1984), using the Rpart package for R (Therneau & Atkinson, 2019).

Figure 4 shows the regression tree explaining the mathematical performance score considering all collected variables (including sex and demographic data) and using the overall value as a proxy for MA. When the MA is high (greater than or equal to 63.5 points), performance on average is lower than when the MA is not so high: the average MCTJ score is a failure grade with 30 points for the first group (with high MA), while it is a fair pass with 50 points for the second group (with a not-so-high MA). When the MA is exceptionally high (greater than or equal to 84 points), it has a devastating effect on performance (averaging 1.4 points out of 100 for MCTJ).

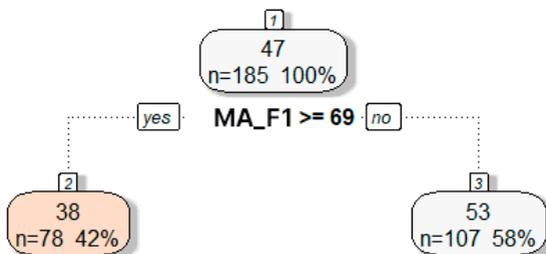
Figure 4. Regression tree for global values of MA



The same regression tree was created, considering all variables collected during the analysis, but using the values divided by factors as a representation of MA instead of its overall value. The objective constructing this second tree was to observe whether MA factors influence the performance outcome differently.

The resulting regression tree contains a single split, using the value of Factor I «Mathematics examination anxiety» as its criterion, as shown in Figure 5: when FI value is high (equal to or higher than 68.75 points), the mean for mathematical performance is a fail result with 38 points, and it is a pass grade otherwise, with 53 points.

Figure 5. Regression tree with factor values of MA



This regression analysis has consistently returned that the explanatory significance of sex, both for MA and MCTJ, is practically inexistent. In other words, as per the data gathered for this study, student sex is an irrelevant factor with a null predictive value of the mathematics performance and MA they display.

In summary, MA showed a predictive value or, in other words, a strong influence on mathematical performance outcomes above any other factor collected through demographic data such as sex, age or language. The data collected confirm that their levels of MA significantly impair mathematical performance of UD Communication students. More specifically, it appears to be mathematics examination anxiety (Factor I) that most clearly divides students who score on average poorly on the MCTJ from those who achieve a pass on average.

4. DISCUSSION

Although this analysis displays no significant sex differences in mathematics performance or MA of Communication students, other studies show that expectations of women's failure may affect their performance. MA and stereotypes might impact women's choices about what to study at university. Scholarship has shown that STEM fields are predominantly male, with lower participation among women (Makarova et al., 2019).

Whereas evidence has long dismissed the myth that men achieve higher results in mathematics, as mentioned earlier in this chapter, this has not diminished the stereotype at the same levels, and women continue regarding themselves as inferior to men in mathematics and other STEM fields, as well as expressing higher levels of MA (Devine et al., 2012; Dowker et al., 2016; Hembree, 1990). These sex differences in MA, then, could be explained through the stereotyped belief about how women should feel about mathematics, more than through their actual ability or real experimented anxiety. Given that avoidance is one of the first and strongest responses to MA (Ashcraft, 2002; Betz, 1978), its effect on the numbers of women enrolling in STEM university studies is clear.

Regarding Journalism and Communication studies, there is no discrepancy: female students of Communication present higher MA levels both

than the general population and than students in other similar areas, such as Business studies (Baus & Welch, 2008, p. 298). It is also agreed that high levels of MA result in reduced math ability (Hembree, 1990, p. 34) not by diminishing their real capacity, but by impairing the mental resources necessary to put it to practice efficiently.

Meanwhile, data are omnipresent: incorporation of data journalism into Communication and Journalism curricula is urgent, and MA needs to be considered. To incorporate contents and skills necessary to carry out DJ (e.g., basic mathematics and statistics operation, use of spreadsheets, markup languages such as HTML, basic notions of programming for the web, data visualization, and basic statistical programming), some elements for curriculum design are suggested.

To reduce the impact of FI «Mathematics Examination Anxiety», which has been the main contributor to overall MA value in the case of Communication students, the number of objective tests should be reduced, and assessment should be made through continuous and qualitative tasks (Baus & Welch, 2008; Deieso & Fraser, 2018; Maier & Curtin, 2004). On the other hand, and with the aim of tackling the second predominant factor of students' MA (FIII «Mathematics Course Anxiety»), treatment proposals based on course structuring (Poindexter, 1997), increased exposure to mathematics –specifically through support tasks– (Dowker et al., 2016; Ramirez et al., 2018), and revaluation (Maier & Curtin, 2004; Ramirez et al., 2018) are worth considering.

These suggested techniques for dealing with MA can be shaped in a series of learning strategies that convey the required contents and serve as a method for reducing MA in students at the same time. These would be focusing on tasks rather than tools, so that students understand the underlying concepts and can switch tools with ease (Berret & Phillips, 2016, p. 30); organising content in incremental iterations in which the basic tasks of DJ –retrieval, treatment, analysis and communication of data– are performed repeatedly using techniques and tools of increasing complexity, from spreadsheets to basic visualization tools to statistical programming (Stewart et al., 2009); project-based work in cooperative groups (Bradshaw, 2018); and a flipped classroom approach (Peterson, 2015; Quint, 2015; Wilson, 2013),

where conceptualisation occurs outside the classroom and face-to-face time is used to carry out numerical tasks.

Working in cooperative groups and flipped classroom, specifically, offer innumerable occasions to reevaluate failure in executing tasks as a normal and necessary part of the learning process, instead of as a sign of incapacity (Ramirez et al., 2018, p. 157). In that sense, watching the efforts and even occasional failures of teachers in carrying out these tasks in the classroom might be of especial value: if the reference figure struggles and needs to put an effort in tasks, and even thus it might be that the result is not the one that is expected, students will probably value their own struggles and failures kindlier in a natural way. This has a clear reductive effect in MA, and thus can directly improve mathematics performance.

5. CONCLUSIONS

To conclude, this study attests that there are no significant sex differences in either mathematics performance or MA of Communication students. The only slight difference was observed in FI of MA, «Mathematics examination anxiety», which is not a very large difference. This mathematics examination anxiety, then, is the only aspect in which a slight sex difference is found, which agrees with findings from academic literature. Careful curriculum design and choice of methodology can help alleviate this specific aspect of MA.

However, it is worth considering that the group analysed in this study is not a representative sample of the general population; they are students of a degree (Communication) which traditionally and demonstrably has been picked by individuals conscious of a certain degree of MA. In other words, students choosing Communication studies at university often do so precisely as an avoidance strategy of exposure to numbers. What is more likely happening in this case is that students of both sexes are self-elected according to specific similar characteristics regarding MA. This does not imply that there are no actual sex differences; it is simply that the group analysed in this study is more homogeneous than the overall population, due precisely to their shared selection of a university degree.

In short, the construct of mathematics anxiety materialises and allows for analysing the widespread but not very precise notion that journalists (and journalism students) are not good with numbers, which constitutes a determining factor in explaining this inability, becoming a sort of self-fulfilling prophecy. The data analysed in this study attest that MA is a reality among Communication students and, therefore, while the incorporation of quantitative content into curricula is urgent, it is imperative to do so considering this trait.

In this way, future journalists will be able to retain their autonomy when transforming data into information to communicate to their audiences without depending on potentially biased third parties or self-interested interpretations. In an increasingly data-driven reality, journalists who are inquisitive with numbers are required; professionals who will not slacken the journalistic rigour they demonstrate in other aspects of their job.

Although the strategies outlined here to alleviate MA have been proposed in the context of Journalism and Communication studies, the under-representation of women in STEM fields seems to suggest that MA can constitute a significant topic for research in those fields as well. With avoidance as one of the most direct consequences of MA, STEM education might be explicitly avoided by women with only moderate levels of MA, thus reducing enrolment in higher education STEM degrees. Once that first hurdle has been overcome, identifying MA in students, and employing alleviation and coping strategies as the ones collected here could help reduce the effect of stereotype threat and dropout, and thus improve the mathematics performance of women in their STEM careers and in the professional field.

Academics and professionals should remain vigilant that mathematics anxiety, and its concurrent avoidance behaviours, do not diminish the presence of women in STEM and the specific areas of journalism requiring advanced management of data. Data literacy is increasingly relevant for understanding reality and, as such, for journalism to fulfil its goal of sense-maker.

6. REFERENCES

- Alexander, L., & Martray, C. (1989). The development of an abbreviated version of the Mathematics Anxiety Rating Scale. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 22, 143-150. <https://doi.org/10.1177/001316448204200218>
- Álvarez Álvarez, C., & San Fabián Maroto, J. L. (2012). La elección del estudio de caso en investigación educativa. *Gazeta de Antropología*, 28(1). <https://doi.org/10.30827/Digibug.20644>
- Ashcraft, M. H. (2002). Math anxiety: Personal, educational, and cognitive consequences. *Current Directions in Psychological Science*, 11(5), 181-185. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.00196>
- Asociación de la Prensa de Madrid. (2017). *Informe Anual de la Profesión Periodística*. Asociación de la Prensa de Madrid. https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2018/10/APM-Informe-2017_baja.pdf
- Baus, R. D., & Welch, S. A. (2008). Communication Students' Mathematics Anxiety: Implications for Research Methods Instruction. *Communication Research Reports*, 25(4), 289-299. <https://doi.org/10.1080/08824090802440196>
- Beilock, S. L., & Maloney, E. A. (2015). Math Anxiety: A Factor in Math Achievement Not to Be Ignored. *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences*, 2(1), 4-12. <https://doi.org/10.1177/2372732215601438>
- Berasategi Zeberio, M. (2023, January 10). *Mathematics anxiety and its effect on mathematics performance in Communication students*. <https://doi.org/10.17605/osf.io/hv96d>
- Berret, C., & Phillips, C. (2016). *Teaching Data and Computational Journalism*. Columbia Journalism School; Knight Foundation. <https://www.gitbook.com/book/columbiajournalism/teaching-data-computational-journalism/details>
- Betz, N. E. (1978). Prevalence, distribution, and correlates of math anxiety in college students. *Journal of Counseling Psychology*, 25(5), 441-448. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.25.5.441>
- Bradshaw, P. (2018, June 21). Designing data journalism courses: Reflections on a decade of teaching. *Online Journalism Blog*. <https://onlinejournalismblog.com/2018/06/21/designing-data-journalism-courses-reflections-on-a-decade-of-teaching/>

- Breiman, L., Friedman, J. H., Stone, C. J., & Olshen, R. A. (1984). *Classification and Regression Trees*. Chapman and Hall/CRC. http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-44048-4_3
- Chavent, M., Simonet, V. K., Liquet, B., Saracco, J., Kuentz, V., Liquet, B., & Saracco, L. (2011). ClustOfVar: An R Package for the Clustering of Variables. *Journal of Statistical Software*, 50(13), 1-16. <https://doi.org/10.18637/jss.v050.i13>
- Dehaene, S., Spelke, E., Pinel, P., Stanescu, R., & Tsivkin, S. (1999). Sources of mathematical thinking: Behavioral and brain-imaging evidence. *Science (New York, N.Y.)*, 284(5416), 970-974. <https://doi.org/10.1126/science.284.5416.970>
- Deieso, D., & Fraser, B. J. (2018). Mathematics Anxiety: Its Assessment, Determinants and Remedies. In R. V. Nata (Ed.), *Progress in Education* (Vol. 52, pp. 113-137). Nova Science Publishers.
- Devine, A., Fawcett, K., Szűcs, D., & Dowker, A. (2012). Gender differences in mathematics anxiety and the relation to mathematics performance while controlling for test anxiety. *Behavioral and Brain Functions*, 8(33). <https://doi.org/10.1186/1744-9081-8-33>
- Dowker, A., Sarkar, A., & Looi, C. Y. (2016). Mathematics anxiety: What have we learned in 60 years? *Frontiers in Psychology*, 7. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00508>
- Dreger, R. M., & Aiken, L. R. (1957). The identification of number anxiety in a college population. *Journal of Educational Psychology*, 48(6), 344-351. <https://doi.org/10.1037/h0045894>
- Fennema, E., & Sherman, J. A. (1976). Fennema-Sherman Mathematics Attitudes Scales: Instruments Designed to Measure Attitudes Toward the Learning of Mathematics by Females and Males. *Journal for Research in Mathematics Education*, 7(5), 324-326. <https://doi.org/10.5951/jresmetheduc.7.5.0324>
- Flood, M., Dragiewicz, M., & Pease, B. (2021). Resistance and backlash to gender equality. *Australian Journal of Social Issues*, 56(3), 393-408. <https://doi.org/10.1002/ajs4.137>
- Franks, S. (2013). *Women and journalism*. Tauris. <https://doi.org/10.5040/9780755694501>
- Ganley, C. M., Mingle, L. A., Ryan, A. M., Ryan, K., Vasilyeva, M., & Perry, M. (2013). An examination of stereotype threat effects on girls' mathematics performance. *Developmental Psychology*, 49(10). <https://doi.org/10.1037/a0031412>

- Goetz, T., Bieg, M., Lüdtke, O., Pekrun, R., & Hall, N. C. (2013). Do Girls Really Experience More Anxiety in Mathematics? *Psychological Science*, 24(10), 2079-2087. <https://doi.org/10.1177/0956797613486989>
- Gough, O. P. S. M. F. (1954). Why Failures in Mathematics? Mathemaphobia: Causes and Treatments. *The Clearing House: A Journal of Educational Strategies, Issues and Ideas*, 28(5), 290-294. <https://doi.org/10.1080/00098655.1954.11476830>
- Gray, J., Chambers, L., & Bounegru, L. (2012). *The Data Journalism Handbook*. O'Reilly. <https://datajournalismhandbook.org/1.0/en/>
- Harriss Dew, K. M., Galassi, J. P., & Galassi, M. D. (1983). Mathematics Anxiety: Some Basic Issues. *Journal of Counseling Psychology*, 30(3), 443-446. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.30.3.443>
- Hembree, R. (1990). The Nature, Effects, and Relief of Mathematics Anxiety. *Journal for Research in Mathematics Education*, 21(1), 33-46. <https://doi.org/10.2307/749455>
- Howard, A. B. (2014). *The Art and Science of Data-Driven Journalism*. Tow Center for Digital Journalism, Columbia University. <https://doi.org/10.7916/D8Q531V1>
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The Elements of Journalism* (3). Three Rivers Press.
- Lê, S., Josse, J., & Husson, F. (2008). FactoMineR: A package for multivariate analysis. *Journal of Statistical Software*, 25(1), 1-18. <https://doi.org/10.18637/jss.v025.i01>
- LeFevre, J. A., Kulak, A. G., & Heymans, S. L. (1992). Factors influencing the selection of university majors varying in mathematical content. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 24(3), 276-289. <https://doi.org/10.1037/h0078742>
- Ma, X. (1999). A Meta-Analysis of the Relationship between Anxiety toward Mathematics and Achievement in Mathematics. *Journal for Research in Mathematics Education*, 30(5), 520. <https://doi.org/10.2307/749772>
- Maier, S. R. (2002). Numbers in the News: A mathematics audit of a daily newspaper. *Journalism Studies*, 3(4), 507-519. <https://doi.org/10.1080/1461670022000019191>
- Maier, S. R. (2003). Numeracy in the newsroom: A case study of mathematical competence and confidence. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80(4), 921-936. <https://doi.org/10.1177/107769900308000411>

- Maier, S. R., & Curtin, P. A. (2004). Self-efficacy theory: A prescriptive model for teaching research methods. *Journalism & Mass Communication Educator*, 59(4), 351-364. <https://doi.org/10.1177/107769580405900405>
- Makarova, E., Aeschlimann, B., & Herzog, W. (2019). The Gender Gap in STEM Fields: The Impact of the Gender Stereotype of Math and Science on Secondary Students' Career Aspirations. *Frontiers in Education*, 4. <https://doi.org/10.3389/feduc.2019.00060>
- Maloney, E. A., Schaeffer, M. W., & Beilock, S. L. (2013). Mathematics anxiety and stereotype threat: Shared mechanisms, negative consequences and promising interventions. *Research in Mathematics Education*, 15(2), 115-128. <https://doi.org/10.1080/14794802.2013.797744>
- Meyer, P. (1973). *Precision Journalism: A Reporter's Introduction to Social Science Methods*. Indiana University Press.
- Meyer, P., & Poynter Institute. (1998). *Mathematics Competency Test for Journalists*. Poynter Institute. <http://web.archive.org/web/20180912210231/http://www.unc.edu/~pmeyer/carstat/resources.html>
- Moss-Racusin, C. A., Pietri, E. S., van der Toorn, J., & Ashburn-Nardo, L. (2021). Boosting the Sustainable Representation of Women in STEM With Evidence-Based Policy Initiatives. *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences*, 8(1), 50-58. <https://doi.org/10.1177/2372732220980092>
- Núñez Peña, M. I., Suárez Pellicioni, M., Guilera, G., & Mercadé Carranza, C. (2013). A Spanish version of the short Mathematics Anxiety Rating Scale (sMARS). *Learning and Individual Differences*, 24, 204-210. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2012.12.009>
- Peterson, D. J. (2015). The Flipped Classroom Improves Student Achievement and Course Satisfaction in a Statistics Course: A Quasi-Experimental Study. *Teaching of Psychology*, 43(1), 10-15. <https://doi.org/10.1177/0098628315620063>
- Poindexter, P. M. (1997). A Model for Effective Teaching and Learning in Research Methods. *Journalism & Mass Communication Educator*, 52(4), 24-36. <https://doi.org/10.1177/107769589705200403>
- Quint, C. L. (2015). *A study of the efficacy of the flipped classroom model in a university Mathematic class*. Columbia University.
- Ramirez, G., Shaw, S. T., & Maloney, E. A. (2018). Math Anxiety: Past Research, Promising Interventions, and a New Interpretation Framework. *Educational Psychologist*, 53(3), 145-164. <https://doi.org/10.1080/00461520.2018.1447384>

- Richardson, F. C., & Suinn, R. M. (1972). The Mathematics Anxiety Rating Scale: Psychometric data. *Journal of Counseling Psychology*, 19(6), 551-554. <https://doi.org/10.1037/h0033456>
- Rowley, J. (2007). The wisdom hierarchy: Representations of the DIKW hierarchy. *Journal of Information Science*, 33(2), 63-180. <https://doi.org/10.1177/0165551506070706>
- Smith, E. (2011). Women into science and engineering? Gendered participation in higher education STEM subjects. *British Educational Research Journal*, 37(6), 993-1014. <https://doi.org/10.1080/01411926.2010.515019>
- Stewart, J. C., DeCusatis, C. S., Kidder, K., Massi, J. R., & Anne, K. M. (2009, May 8). *Evaluating Agile Principles in Active and Cooperative Learning*. Proceedings of Student-Faculty Research Day, Pace University.
- Therneau, T., & Atkinson, B. (2019). *Rpart: Recursive partitioning and regression trees*. <https://CRAN.R-project.org/package=rpart>
- UN Secretary-General's Independent Expert Advisory Group on the Data Revolution for Sustainable Development. (2014). *A World that Counts: Mobilising the Data Revolution for Sustainable Development*. <http://www.undatarevolution.org/>
- Wilson, S. G. (2013). The Flipped Class: A Method to Address the Challenges of an Undergraduate Statistics Course. *Teaching of Psychology*, 40(3), 193-199. <https://doi.org/10.1177/0098628313487461>
- Wurman, R. S. (1989). *Information Anxiety: What to do when information doesn't tell you what you need to know*. Bantam Books; The Internet Archive.

FEMINISMOS DE DATOS EN LOS LABS: BRECHAS Y TENSIONES EN LAS AGENDAS DE INNOVACIÓN IBEROAMERICANAS¹

DATA FEMINISMS IN THE LABS: GAPS AND TENSIONS IN THE IBEROAMERICAN INNOVATION AGENDAS

VIRGINIA BRUSSA

Author / Autora:

Virginia Brussa
Universidad Nacional de Rosario, Santa Fe,
Argentina
virginia.brussa@unr.edu.ar
<https://orcid.org/0000-0002-8367-4611>

Submitted / Recibido: 06/06/2022

Accepted / Aceptado: 10/01/2023

To cite this article / Para citar este artículo:
Brussa, V. (2023). Feminismos de datos en los labs: brechas y tensiones en las agendas de innovación iberoamericanas. *Feminismo/s*, 42, 247-273. Women, data and power. Insights into the platform economy [Monographic dossier]. Miren Gutiérrez (Coord.). <https://doi.org/10.14198/fem.2023.42.09>

Licence / Licencia:

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International.



© Virginia Brussa

Resumen

El artículo recorre dos grandes agendas situadas en Iberoamérica. Una desarrollada desde los laboratorios de innovación pública –espacios de encuentro, experimentación, intercambio y colaboración en el ámbito de las políticas públicas– y la otra desde el feminismo en vinculación con la ciencia de datos. El objetivo es dar cuenta de la necesidad de profundizar la interrelación entre políticas de innovación pública, procesos de ciencia de datos y activismos de datos feministas para disminuir sesgos en los procesos de políticas públicas. Para ello, se analizan los mensajes de Twitter de ocho laboratorios de innovación pública entre diciembre de 2021 y mayo de

1. Gracias en primer lugar a las entrevistadas que han cedido su tiempo, saberes, experiencias y que han permitido sumar sus palabras a este texto en construcción. Sus saberes han sido integrados como reconocimiento de sus aportes para la propuesta. Este artículo ha sido generado como parte del programa de investigación ARES (Análisis de Resistencias Antifeministas), apoyado por la Agencia Estatal de Investigación de España (PID2020-114445RB-I00).

2022 y se investigan las agendas de innovación ampliada a partir de los aportes de siete entrevistas en profundidad realizadas a referentes iberoamericanas en laboratorios, ciencia de datos, feminismos y activismos. Este análisis muestra desacoples y desconexiones entre la «agenda de innovación» pública y la «agenda de innovación ampliada». Esta última provista de acciones y miradas del activismo y ciencia de datos feminista. Esa conformación actual de las agendas, permeadas por una coyuntura que fomenta la automatización, inteligencia artificial y uso de técnicas de ciencia de datos, pone de manifiesto la relevancia de ajustes desde el campo de la *justicia de datos* y los principios feministas. Por último, el artículo propone una hoja de ruta de conversaciones abiertas para potenciar las conexiones y acoples necesarios entre dichas agendas de interés público. Allí las connotaciones tecnológicas y técnicas, pero también territoriales, tienen un rol importante como punto de partida e inflexión para promover procesos de cocreación inclusivos en las agendas de los laboratorios de innovación pública.

Palabras clave: activismo de datos; ciencia de datos; laboratorios; innovación pública; feminismos.

Abstract

This article covers two large agendas located in Ibero-America. One developed from the public innovation laboratories – experimentation and collaboration spaces in the field of public policies– and another one, the feminist agenda in connection with data science. The goal is to introduce the need to deepen into the interrelation between public innovation policies, data science processes and feminist data activism to reduce biases and basic inequities in public policy processes. For this purpose, the article analyzes the Twitter messages from the accounts of eight public laboratories between December 2021 and May 2022 and researches the innovation agenda through seven in-depth interviews carried out to relevant Ibero-American experts on innovation labs, data science, feminism, and activism. The analysis shows decoupling and disconnections between the public «innovation agenda» and the «extended innovation agenda». The current conformation of the two agendas is permeated by automation, artificial intelligence, and the use of data science techniques, a situation that reveals the relevance of *adjustments* from the field of data justice and feminist principles. Finally, the article proposes a roadmap for open conversations to strengthen the connections between these public agendas. Technological and technical connotations, together with territorial ones, play an important role as a starting point as well as a turning point to promote a new landscape of innovation labs.

Keywords: data activism; science data; laboratories; public innovation; feminisms.

1. INTRODUCCIÓN

Esta investigación examina la intersección entre los laboratorios de innovación pública que han surgido recientemente, la ciencia de datos y el activismo de datos feminista en Iberoamérica. El objetivo es proponer una hoja de ruta que aúne agendas en pos de políticas públicas inclusivas basadas en evidencia. Para ello, primero se analizan 2.280 tuits referidos a las *agendas de innovación* de ocho laboratorios de innovación pública entre diciembre de 2021 y mayo de 2022. Segundo, se investigan las *agendas de innovación ampliada* en siete entrevistas en profundidad realizadas a referentes iberoamericanas en laboratorios, ciencia de datos, feminismos y activismos. Y tercero, se exploran desacoples entre las agendas de innovación desde la perspectiva del activismo de datos feminista, como lo definen D'Ignazio y Klein (2020). Al final de este trabajo, se plantea una propuesta abierta, inclusiva y ética para potenciar una agenda prospectiva basada en la reflexión derivada de las capas de análisis ofrecidas.

Se parte de las agendas de los laboratorios de innovación para explorar si estos laboratorios (labs) pueden ser considerados espacios propicios para desarrollar procesos de cocreación de políticas públicas inclusivas junto con la ciudadanía (Ramírez-Alujas, 2013). Los labs de innovación pública se presentan como espacios de experimentación donde tienen lugar debates, temas y agendas emergentes en conjunto con distintos actores como las universidades, las organizaciones de la sociedad civil y entes privados. Dada la presencia discursiva y normativa de la ciencia de datos en la arena pública actual es clave identificar el papel de estos temas en los labs de innovación pública y visibilizar posibles desconexiones con demandas originadas desde el activismo de datos feminista.

En esta introducción, se define el activismo de datos feminista o feminismo de datos y los laboratorios de innovación pública y sus principales elementos. A continuación, se ofrece la metodología, seguida del doble análisis de los tuits y de las entrevistas en profundidad, articulado por los dos asuntos aquí examinados (la ciencia de datos y el género, y sus intersecciones), para terminar con la propuesta de hoja de ruta para la integración de propuestas en pro de la igualdad en los laboratorios de innovación pública.

1.1. Feminismo de datos

Para entender el activismo de datos feminista, este trabajo se basa en publicaciones de Milan y Gutiérrez (2015) y D'Ignacio y Klein (2020). Por un lado, el activismo de datos investiga las prácticas políticas y de movilización que hacen de los datos herramientas y centro de debate. Las autoras los describen como:

El activismo de datos emerge en la periferia de la sociedad, en el ámbito típicamente asociado con el activismo de base y el compromiso cívico. Sin embargo, está rápidamente evolucionando desde una forma de activismo periférico, elitista y basado en habilidades técnicas hacia una forma de activismo más difuso, de forma que usuarios con menos habilidades participan también. Incluye una serie de prácticas en la intersección de las dimensiones tecnológicas y sociales de la acción humana, con dos objetivos: o bien resistir la recolección masiva de datos o bien utilizar la explotación de los datos disponibles para el cambio social. (Milan y Gutiérrez, 2015, p.14)

El activismo de datos feminista ofrece una mirada interseccional tanto para usar el análisis de datos como para explorar los desequilibrios y asimetrías de poder de la infraestructura de datos, o las herramientas, los datos y los procesos necesarios para transformar los datos en valor. En una era de datificación, la visualización de datos está desempeñando un papel cada vez más importante en los procesos de creación de significado. Sin embargo, las convenciones de visualización de datos han sido criticadas por su retórica de neutralidad y ha habido esfuerzos recientes para desarrollar principios feministas (D'Ignazio y Klein, 2020) para diseñar aplicaciones de datos que sean compatibles con epistemologías feministas.

Hoy en día, la ciencia de datos es una forma de poder. Se ha utilizado para exponer la injusticia, mejorar la salud y derrocar dictaduras, pero también se ha utilizado para discriminar, controlar y vigilar. Las narrativas sobre la ciencia de datos y la inteligencia artificial son principalmente blancas, masculinas y tecno-entusiastas. D'Ignazio y Klein (2020) presentan una forma de pensar sobre la ciencia de datos que se basa en el pensamiento feminista interseccional. El feminismo de datos, más allá del género, habla de las asimetrías de poder de la infraestructura de datos, de quién lo tiene y quién no, y de cómo se pueden desafiar y cambiar esas diferencias de poder. Proponen siete principios, incluido, por ejemplo, que el feminismo de datos

empieza por analizar cómo opera el poder en el mundo. Una mirada relevante es aquella propuesta por Yang (2021), que pone de relieve la ausencia de un marco común para un tratamiento ético de los datos geoespaciales con una perspectiva feminista, a pesar de los avances en esa dirección en la práctica geoactivista y en los debates.

Pero no es fácil adoptar perspectivas más inclusivas e igualitarias incluso en espacios en los que se practican los principios de los datos abiertos. Gutiérrez y Landa (2021) identifican en el sistema de gobierno abierto vasco varios retos, entre ellos las condiciones no siempre ideales en las que trabajan aquellas personas partidarias de los datos abiertos dentro de las propias administraciones; por un lado, las expectativas generadas en la ciudadanía y, por otro, la percepción de que existe una falta de curiosidad o necesidad por parte de esta; y la falta de alfabetización en datos, es decir, la falta de acceso a las herramientas, los datos, las habilidades y las oportunidades para transformarlos en valor.

Sin embargo, la escasez de perspectivas de género y diversidad en la ciencia de datos puede generar sesgos. Los sesgos algorítmicos no ocurren espontáneamente, independientemente de las personas, de la misma manera que los datos no son naturales. Tanto los conjuntos de datos como las decisiones algorítmicas ofrecen una representación imperfecta del mundo; constituyen juicios humanos que reflejan una visión sobre cómo es el mundo (Gutiérrez, 2021, p. 442).

1.2. Laboratorios de innovación

Los laboratorios de innovación pública son parte de una genealogía de espacios de colaboración que han tenido su auge actualmente en consonancia con los paradigmas de gobierno abierto, datos abiertos y transformación de las administraciones públicas. Estos tienen variedad de definiciones y categorizaciones dependiendo de su finalidad, uso de metodologías y anclaje en el organigrama del Estado. Una forma de definirlos es la propuesta por Ramírez-Alujas:

Otra aproximación alude a que este tipo de iniciativas suponen desde la generación de un espacio abierto de desintermediación entre actores que se agrupan y/o articulan para poder resolver determinados problemas de carácter público –catalizando esfuerzos dentro de un cierto «ecosistema»

de actores bajo la lógica de pensar en una plataforma híbrida de colaboración entre funcionarios y ciudadanía u otros, agregando valor por medio de nuevas respuestas o enfoques—, hasta la idea de configurar nodos de carácter más institucional que sirvan para apalancar procesos y nuevas rutinas de innovación hacia el interior de los servicios públicos y, de ese modo, impactar en el diseño e implementación de políticas públicas hacia el exterior. (Ramírez-Alujas, 2016, como se citó en Arros Valdivia y Ramírez-Alujas, 2017, p. 172)

Desde España, el LAAAB de Aragón se piensa como un espacio para experimentar democracia. En su sitio web se enuncia:

Un laboratorio de gobierno es mucho más que la aplicación de tecnología a la política. Las posibilidades que ofrecen la inteligencia artificial, la realidad aumentada, la visualización de datos o los algoritmos que perfeccionan la deliberación digital, no agotan las infinitas posibilidades de innovación que admite la democracia. Puede ser igual o más revolucionario, por ejemplo, diseñar un espacio pensado arquitectónicamente para propiciar el consenso. (LAAAB, 2018)

Central para todos ellos es cómo entienden la innovación pública. El Laboratorio de Gobierno de Chile expresa en su web entender la innovación pública como:

La generación e implementación de cambios significativos en el quehacer de los servicios del Estado, con el objetivo de resolver problemas relevantes de la sociedad, que respondan a las necesidades y expectativas de la ciudadanía, aprovechando las capacidades y potencial de cada institución. (LabGobChile, 2022)

En ese contexto de concepciones híbridas de innovación —pública, abierta o democrática— cada ente público diseña el espacio sobre la base de diferentes marcos teóricos, presupuestos, equipos y objetivos. Sin embargo, tienen en común centrarse en la experimentación para el diseño y mejora de políticas públicas novedosas.

Respecto a la innovación, existen enfoques de triple o cuádruple hélice —que se refieren a una serie de interacciones entre la academia, la industria y los gobiernos, para fomentar el desarrollo (Etzkowitz, 2008)—, aproximaciones neoinstitucionales (Leydesdorff, 2012) o neoevolucionistas (Novoa, 2015; Ranga y Etzkowitz, 2013). Dichas perspectivas se enfocan sobre todo en los agentes del cambio y la gestión del conocimiento. Chesbrough (2003),

desde un enfoque empresarial, enfatiza la necesidad de acelerar la innovación, tradicionalmente pensada en el interior de los departamentos de I+D, con flujos externos de conocimiento.

Sin embargo, estos modelos de innovación ofrecen esquemas de diseño, gestión y difusión en silos, con agentes y fines particulares, y con estrategias *bottom-up*, es decir de abajo a arriba. Pero, han sido criticadas por quedar las transformaciones sociales relegadas a instrumentos de medición (Chaminade et al., 2018; Johnson y Lundval, 2013), invisibilizando las prácticas y transformaciones institucionales.

Más recientemente, la innovación se considera como un resultado de la cocreación, la colaboración y la transformación (Fagerberg y Andersen, 2013). Aquí, la innovación abierta se considera como un resultado del trabajo conjunto de diversos agentes sociales y con un objetivo institucional. Entonces, la cocreación se puede definir como un proceso de gobernanza que fomenta una interrelación entre agendas; como meta-valor de la democratización del conocimiento, distribución horizontal de la toma de decisiones y transparencia de los procesos internos.

La co-creación implica la generación de contenidos por parte del público en general, centrándose en las personas, es, por lo tanto, un proceso en el que los organismos públicos involucran a los ciudadanos en la investigación, creación de prototipos, pruebas y puesta en práctica de los mismos. (Bason 2010, como se citó en Ramírez-Alujas, 2016)

La cocreación es el proceso de invención, difusión y adopción de nuevos servicios o modelos organizacionales, ya sea en el sector sin fines de lucro, el público o privado (European Union, 2010). No obstante, sigue la pugna entre enfoques de innovación.

Mientras los *policy makers* no dispongan de estos y otros instrumentos tecnocientíficos, la sustitución de un paradigma por otro no se llevará a cabo. Podemos concluir que la innovación social conforma un paradigma alternativo, pero no llega a ser un tecnoparadigma, porque carece de unas herramientas operativas que sirvan de ayuda para orientar las políticas científicas. (Echeverría Esponda y Merino Malillos, 2011, p. 9)

A partir del 2010, se da un trasvase de conceptos que serán reutilizados para definir nuevas modalidades de toma de decisiones, de diseño de políticas públicas, de democratización tecnocultural implementadas en las esferas

de la innovación pública (Cañares, 2017). Entre esas pugnas históricas y discursivas se encuentra el devenir de los procesos propios de los labs y en especial de aquellos de innovación pública.

Los temas de agenda de los laboratorios son muy variados, iterativos y cambiantes. Con el correr del tiempo y sobre la base de los avances tecnológicos, demandas de gestión y agendas externas de organismos internacionales, se han integrado la inteligencia artificial, la ciencia de datos, el lenguaje natural, el *machine learning* y el género. Como política pública, los laboratorios no podrían quedar ajenos a las transformaciones generadas desde los movimientos feministas o los cambios impulsados desde el interior mismo de las administraciones públicas. Políticas de paridad o cupo, presupuestos sensibles al género, programas transversales a los gobiernos nacionales, leyes de gran diversidad en alcance y temáticas han potenciado la aparición en las agendas de los laboratorios de una perspectiva feminista. El avance de estas políticas de innovación como proceso alternativo, exploratorio o experimental ha hecho que las agendas incluyan tanto técnicas de ciencia de datos e inteligencia artificial (EIP, 2019) como asuntos referidos al género e igualdad.

El análisis de las narrativas de las agendas de innovación de los labs seleccionados parte de un mito de gobierno innovador, inclusivo y abierto (Delle Donne, 2011). En definitiva, explorar la existencia de desacoples entre dichas agendas públicas, el activismo feminista y la investigación aplicada en ciencia de datos permite reflexionar sobre la gobernanza de datos y la naturaleza de las políticas públicas de género, diversidad e inclusión. También permite evaluar las repercusiones de la demanda de datos abiertos en temáticas clave para el activismo feminista, las características existentes en la alfabetización en datos y los debates ausentes sobre asimetrías.

2. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN Y MÉTODO

Este estudio se pregunta qué narrativas existen en las agendas de innovación públicas de los ocho labs seleccionados en relación con género y ciencia de datos.

Las preguntas específicas son:

- ¿Cuál es la naturaleza de las actividades con perspectiva de género habilitadas por los labs?

- ¿Cuáles son las políticas públicas promovidas a partir de dichas actividades?
- ¿Cuáles son los aportes del activismo feminista hacia la ciencia de datos (práctica) y viceversa?
- ¿Por qué es auspicioso de forma prospectiva el enlace entre labs, ciencia de datos y perspectiva feminista?

Aquí el estudio se centra en las agendas existentes en el marco de la *justicia de datos* y los principios feministas de datos, así como de la gobernanza.

Para responder estas preguntas, el estudio tiene dos capas analíticas principales basadas en el análisis de tuits, así como otros documentos, de los ocho labs y las entrevistas en profundidad a siete expertas.

2.1. Análisis de contenido: selección de los labs y estudio de tuits

La selección de labs para este estudio se realizó teniendo en cuenta, por un lado, una revisión bibliográfica, que ofreció un mapeo actualizado incluyendo laboratorios propuestos por Novagob (España), Latinno² y un proyecto originado en el Departamento de *Administração e Contabilidade de Programa de Pós-Graduação em Administração de Brasil*³. Por otro lado, criterios relacionados con la plataforma de Twitter, incluidos a) si la organización ha mantenido activas sus cuentas durante el período estudiado, b) una frecuencia de publicación estable y c) la presencia de contenido pertinente a los temas clave del estudio. Se ha optado por analizar el contenido de tuits para identificar aquello que denominamos agendas de innovación, ya que la mayoría de los laboratorios recurren a Twitter como su plataforma de comunicación, documentación y registro de su quehacer diario al momento de realizar el estudio⁴. La Tabla 1 muestra los laboratorios elegidos.

2. Proyecto coordinado por Thamy Pogrebinski en el Departamento de Democracia y Democratización del WZB Berlin Social Science Center. Es financiado por la Open Society Foundations

3. Ver <https://www.latinno.net/>, <https://zenodo.org/record/5661992#.YoLWR-jMLIV>, <https://novagob.org/mapa-espacios-de-innovacion-publica>

4. La elección de Twitter también ha sido impulsada por la ausencia de sitios webs de los laboratorios, la falta de acceso abierto de publicaciones (caso LabGobChile) o la diferencia en la frecuencia en actualización de sus actividades entre la red social y sitio web.

Tabla 1. Lista de los laboratorios seleccionados

Laboratorio	País	Nivel Territorial
LAAAB	España	Subnacional
Las Naves	España	Subnacional
LabHacker	Brasil	Nacional
Laboratorio de Gobierno	Chile	Nacional
NQNLab	Argentina	Subnacional
GNova (ENAP)	Brasil	Nacional
AgesicLab (AGESIC)	Uruguay	Nacional
CISNA	Colombia	Nacional

Fuente: Elaboración propia

Para la exploración de las agendas de los laboratorios de innovación pública se ha utilizado una técnica mixta de recopilación y análisis de contenido de tuits con la herramienta RStudio. RStudio es un entorno de desarrollo integrado para el lenguaje de programación R para la computación estadística y generación de gráficos. Para obtener los tuits se ha realizado un trabajo de modelado de tópicos para detectar, agrupar y priorizar aquellos tuits donde las palabras clave estuvieran presentes. Las palabras clave seleccionadas son «género», «diversidad», «feminismo», «feminista», «LGBTQ+», por un lado, y «ciencia de datos» e «IA», por otro. A partir de las cuentas oficiales de los ocho laboratorios seleccionados que tienen presencia en Twitter⁵, se seleccionaron 2.280 tuits relevantes. En caso de necesitarlo, se ha recurrido a estudiar el contenido del tuit original para ahondar en documentos y enlaces externos para ampliar la información a través del análisis documental pertinente. El marco temporal cubre seis meses que van de diciembre de 2021 a mayo de 2022.

5. Algunos de ellos se integran a la cuenta de Twitter de la institución «madre» como Agesic, ENAP.

Si bien se reconoce una limitación en la representatividad tanto de la selección de laboratorios, y por ende del corpus de tuits para la identificación de las agendas, como de la elección de Twitter como fuente de esos mensajes, esta exploración permite examinar los puntos de encuentro y divergencias con las agendas del activismo de datos feminista.

Con esos insumos de los tuits de los laboratorios, se identifican los dos grandes temas de interés: género y ciencia de datos. Dicho ejercicio de identificación se concreta a partir del uso de la herramienta Voyant Tools –una aplicación web de código abierto para realizar análisis de texto– para ilustrar el peso relativo de ambas temáticas en la agenda general de los laboratorios. Se indica de forma visual y cuantitativa la cantidad de actividades relativas a los términos y temas de indagación propuestos.

2.2. Entrevistas en profundidad

Se completa el análisis con siete entrevistas en profundidad. La entrevista en profundidad es una técnica de investigación cualitativa que consiste en realizar entrevistas individuales intensivas con un pequeño número de encuestadas para explorar sus perspectivas sobre una idea, programa o situación en particular. Los criterios de selección de las personas entrevistadas se realizan a partir de los siguientes criterios: a) se trata de referentes del ámbito académico, activista y científicos de datos; b) trabajan en la intersección de las prácticas de la ciencia de datos, los feminismos y la innovación; y c) muestran una distribución geográfica diversa. La Tabla 2 muestra la lista de expertas.

Tabla 2. Lista de las entrevistadas

Entrevistada	Org/ Institución	Área de referencia para el estudio	Fecha de la entrevista
Thais Ruiz de Alda (TRA)	DigitalFems	Activismo de datos/ Labs	17 de febrero de 2022
María Paz Hermosilla (MPH)	GobLabUAI	Ciencia de Datos/ Innovación	10 de febrero de 2022
Verónica Xhardez (VX)	Ciecti	Ciencia de Datos/ Innovación	25 de marzo de 2022
Ivana Feldfeber (IF)	DataGénero	Activismo de datos/ Labs	23 de marzo de 2022
Selene Yang (SY)	GeoChicas	Activismo de datos/ Labs	10 de febrero de 2022
Marianna Martínez (MM)	LAAAB	Innovación/Labs	21 de marzo de 2022
Paola Ricaurte (PR)	A+Alliance	Activismo de datos//IA/Labs	1 de febrero de 2022

Fuente: Elaboración propia

Esos criterios permiten obtener insumos para un análisis cualitativo para, por un lado, profundizar en la capa de agendas de innovación de los labs y, por otro lado, identificar las *agendas de innovación ampliada* de la segunda capa de análisis. Las participantes en las entrevistas autorizaron la publicación de sus nombres y el contenido de las entrevistas.

Las entrevistas se realizaron virtualmente haciendo uso de herramientas como Google Meet y Zoom, lo cual ha permitido la grabación previo consentimiento del uso del contenido para los fines académicos comentados oportunamente para este estudio. Estas entrevistas han sido de una extensión de 60 minutos en promedio. Una de ellas se ha llevado a cabo de forma escrita mediante la misma guía de preguntas utilizada en la modalidad virtual.

Las preguntas guía parten de una primera indagación sobre el quehacer de la entrevistada, su relación con la ciencia de datos, los laboratorios o la innovación. Se hace luego hincapié en su visión acerca de las agendas de innovación iberoamericana, el rol que tiene la ciencia de datos y la vinculación existente entre innovación, ciencia de datos y género. Finalmente, se indaga sobre el cruce entre ciencia de datos y género, los aportes que registra

entre una y otra cuestión y su percepción acerca del lugar que ocupan dichos temas en las agendas de innovación y labs.

Finalmente, se usa un análisis comparativo para detectar los desacoples entre las agendas desde la perspectiva del activismo de datos feminista.

3. ANÁLISIS Y RESULTADOS

3.1. Elementos identificados en los tuits

A continuación, se muestran los elementos analizados a partir del estudio de tuits recolectados de las cuentas de los laboratorios de innovación. En principio, se hace alusión al peso que dentro de las actividades generales tienen dos temas clave: la ciencia de datos (IA) y el género. Luego se recorta el contenido de tuits para analizar solo aquellos que obedecen a las temáticas seleccionadas de forma que se puedan identificar y visualizar los tópicos centrales y relacionados que aparecen en dichas narrativas.

Las actividades que conforman las narrativas comprenden eventos, formación, diseño de políticas públicas. Se han descartado tuits con el mismo contenido o en el uso de las palabras clave como «género», «diversidad», «feminismo», «mujer» y «LGBTQ+» en efemérides alusivas. Del total de tuits que conforman el corpus general, solo el 3.77% se ha relacionado directamente con la ciencia de datos y con el género (y de este 3.77%, solo el 35% hace alusión a la ciencia de datos).

A continuación, se profundiza en ambas temáticas.

3.1.1. Desde la perspectiva de género

La tipología de actividades en el área de género es diversa. Si bien estas se centran en sensibilización, visibilización y promoción de la igualdad o cuestiones de liderazgo e igualdad, existen también otras ligadas a la experimentación, la participación en fases de diseño de políticas, la generación de normativas colectivas y, en un solo caso, el proceso de prototipado. Es interesante resaltar las actividades relacionadas con las mujeres en el ámbito rural tanto en Latinoamérica como en España y la alusión a temas sobre migraciones (España).

La Figura 1 muestra las palabras asociadas a dichas actividades recuperadas de los tuits.

Figura 1. Coocurrencia de términos en tuits asociados con actividades de género



Fuente: Elaboración propia

En este grupo de tuits, las primeras cinco palabras con mayor peso son «participación», «mujeres rurales», «igualdad», «violencia» y «arte». Es interesante el trabajo planteado fuera del plano de lo urbano; tema que queda visibilizado en segundo lugar. Ausentes o con escasa alusión están temas críticos como la movilidad, la justicia, la economía, la salud, la tierra, el ambiente, las emergencias y los derechos digitales, entre otros. También se nota la ausencia de la IA en relación con el género, con cuestiones éticas o con la ciencia de datos para el diseño de políticas inclusivas. Sin embargo, es destacable la importancia relativa de términos como «liderazgo», «gobierno abierto» y «resiliencia», en relación con el género.

3.1.2. Desde la perspectiva de la ciencia de datos e IA

Como se ha visto, el peso relativo de la agenda de género, en cuanto a volumen de términos relacionados encontrados, es más importante que el de la de ciencia de datos o la IA. Si bien la finalidad de dichos laboratorios no es ser un laboratorio de datos, son espacios que darán lugar a través de la experimentación a políticas públicas basadas en la evidencia o en la

reutilización de datos o en la integración de nuevas técnicas o modelos. Por eso, es relevante fijarse en qué presencia tienen estos temas en los mensajes de Twitter de estos labs.

Las actividades relativas a la ciencia de datos o la IA detectadas en los tuits son en su mayoría charlas, talleres y, en ciertos labs, ligados a estructuras de capacitación de funcionarios, se menciona la formación en algunas herramientas (por ejemplo, en RStudio). Las alianzas con el sector académico o aquel del activismo en datos son casi nulas.

Se destaca en esta segunda perspectiva la hegemonía narrativa del término «inteligencia artificial», muy por delante de «ciencia de datos». No se perciben debates, consultas o normativas ligadas a la gobernanza de datos, la ética o la transparencia algorítmica, a pesar de ser preocupaciones que están siendo parte de otras agendas. Por ejemplo, el mismo término «inteligencia artificial» está siendo cuestionado como metáfora que puede inducir al tecno entusiasmo o a generar expectativas falsas, y se proponen otras palabras para hablar de la automatización (Scientific Foresight, 2021). Sin embargo, este debate no aparece en los tuits.

Asimismo, se percibe en este análisis que la innovación no está, como supone el imaginario colectivo, asociada con temas de alto impacto comunicacional o de gestión. Tampoco es un tema central la tecnología en sentido amplio, o en particular cuestiones referentes a infraestructuras digitales.

Finalmente, es menester señalar que apenas existen intersecciones entre género y ciencia de datos o IA. Solo aparecen en una actividad relacionada con las mujeres científicas.

3.2. Elementos identificados en las entrevistas

En esta capa de análisis, los aportes de las entrevistas en profundidad son el centro para el desarrollo del análisis y para la presentación de una agenda ampliada de innovación.

En general, las entrevistadas parten de una concepción crítica de la tecnología, los datos y la IA que no aparece en los tuits de los labs. Algunas de ellas cuestionan el uso de las tecnologías digitales en los labs. Por ejemplo, Hermosilla afirma *que no todo proyecto necesita de la tecnología (digitales) o no todo proyecto debe pasar por la ciencia de datos. Lo importante es la pregunta,*

el problema (MPH). Los procesos, las prácticas y la ampliación de derechos, así como los espacios de acción son temas comunes en estas entrevistas para referirse a la tecnología como herramienta u objeto.

3.2.1. Percepciones sobre la innovación

Las posturas sobre la centralidad de la tecnología digital en la investigación y el activismo en las entrevistas en profundidad pasan por considerar la innovación desde una forma de *statu quo* a un recurso transformador. Las entrevistas también abren el debate acerca de lo público, de la producción de conocimiento y de las nociones de activismo. Detrás de los aportes y saberes compartidos por las entrevistadas, se percibe la importancia de la hibridez y la convergencia entre estudios sobre plataformas e infraestructuras (Brussa, 2021) y sobre el activismo de datos (Beraldo y Milán, 2019; Treré, 2020). Lo digital es territorio, las tecnologías son medios, los algoritmos son procesos más amplios que un mero entrenamiento de modelos o uso de técnicas. Feldfeber (IF) hace referencia a ello en la entrevista realizada para esta investigación al mencionar la perspectiva tecnosolucionista que actualmente domina a la hora de hablar de la IA y el olvido de visiones menos simplistas de la tecnología. Y Ruiz de Alda (TRA) refiere que:

La tecnología es básica como medio de producción y acceso a capacidad para tener tecnologías producidas por diversidad de miradas. Las feministas necesitamos datos y para decir que hay sesgos es que debemos acceder a la tecnología.

La centralidad de la tecnología en el trabajo diario de las organizaciones, centros de investigación o labs es sumamente importante, pero con diversidad de alcances y finalidades. Es una trama ineludible para promover el acceso de las mujeres, como medio para trabajar con los datos, crear entornos seguros y menos desiguales. A partir de ahí, la relación con la innovación en general y con la innovación pública en particular se torna en una discusión más diversa dependiendo de las localizaciones de las acciones y las relaciones de poder que se vislumbran respecto a las connotaciones sobre ciencia de datos o el dato en sí mismo.

La innovación aparece en las entrevistas ligada a un hacer similar a las *startups* (SY); cercana a los emergentes de la agenda latinoamericana de datos abiertos y la política pública basada en evidencia (MPH); al diseño

participativo (MM) o como puerta de entrada para la socialización (TRA). Ahora bien, bajo esas miradas diversas las entrevistadas observan una brecha entre la innovación pública o el diseño de políticas públicas y el uso de la ciencia de datos. Las entrevistadas aluden a varios motivos, entre ellos, el desconocimiento del impacto, la falta de equipos, la falta de transparencia, la escasez de comunicación entre agendas y las demandas de los movimientos sociales, de los dateros y las dateras o de investigación.

Se asevera que el trabajo basado en datos es fundamental para la mejora de las políticas públicas, la toma de decisiones, la optimización de la gestión y la evaluación de políticas públicas, tal como relatan Hermosilla (MPH) y Xhardez (VX). Sin embargo, también se señala que este trabajo basado en datos es incipiente. Concretamente, apenas se potencia la reutilización de los datos como proceso inherente a la innovación pública. Por supuesto, cada espacio lab tiene su alcance y finalidad, cuestión que dificulta la posibilidad de potenciar actividades o competencias de alfabetización de datos en sus experimentaciones.

Es en este punto que la problematización del dato se torna determinante como matriz de las relaciones de poder manifestadas en los siete principios del trabajo de D'Ignazio y Klein (2020) y como puntapié para requerir la localización de saberes respecto a estos temas. Como camino previo a las consideraciones sobre ciencia de datos feministas y los aportes bidireccionales, se cree importante recordar tales principios, ya que aportarán contexto para las consideraciones finales respecto al rol del feminismo de datos.

3.2.2. Percepciones sobre el feminismo de datos

Ricaurte, desde su trabajo en APlusAlliance, propone decolonizar los datos y la trama del conocimiento:

Los marcos conceptuales y éticos sobre el trabajo sobre los datos son útiles como orientación para la reflexión sobre este tema, pero creo que las decisiones sobre cómo trabajar con los datos son una respuesta que debe partir de las propias comunidades, sus necesidades, su reflexión sobre el mundo, sus prioridades. Me parece que en la región tenemos la tendencia a buscar las referencias fuera de nuestros contextos y geografías, cuando en nuestros territorios hay muchas comunidades dando respuestas a su manera sobre estos temas. Más bien, tenemos mucho trabajo para mapear y aprender sobre cómo las comunidades están

poniendo en práctica principios basados en formas alternativas de ver el mundo y relacionarse con los datos y las tecnologías. (PR)

Asimismo, propone trabajar con transparencia acerca de la posibilidad de acabar con los sesgos:

Hay mucho debate en torno a los sesgos asociados con los datos. Y es cierto, hay sesgos asociados con todo el proceso que tiene que ver con la recolección, el tratamiento y el procesamiento de los datos. Sin embargo, a mí me gustaría que la reflexión sobre los datos se insertara en una discusión más amplia, porque parece que se está asumiendo en muchos círculos, especialmente técnicos, que corrigiendo los datos vamos a terminar con los sesgos, y eso no es así. (PR)

Los avances evidentes de los laboratorios para impulsar el necesario cambio cultural en las administraciones, los proyectos e iniciativas respecto a la igualdad, la participación y la visibilidad interpelan también su naturaleza, sus elementos constitutivos y su finalidad. Existen desafíos en la ciencia de datos tales como la necesidad de desbinarizar las bases de datos, así como de revisar los perfiles y su impacto en la fase de problematización de un proyecto de políticas públicas (VX). Quién y cómo se recolectan, analizan, problematizan y comunican los datos son factores importantes que determinan los resultados de un proyecto basado en datos. Si no hay datos sobre comunidades concretas, no se pueden ver, analizar o desarrollar políticas para ellas. Xhardez resume la importancia de dicho proceso de escucha y visibilización:

Trabajar en un proyecto de datos es trabajar con un problema. Por tanto, tenemos que partir de entender que las problemáticas de género/feministas son otros problemas. Y si no están los datos, no podemos tener una respuesta para resolver esos problemas... Hay que empezar por la pregunta para un problema público. (VX)

Si bien Hermosilla plantea que los problemas deben justificar el uso de datos, también *debe haber un uso responsable de los datos ya que no hay que forzar los datos a cualquier problema* (PMH). Por su lado, Martínez se pregunta por su parte si *hay interés en recolectar ciertos datos*, mientras que otros no son tan interesantes (MM). Es decir, que los intereses guían la recolecta de datos y la visibilidad que se le otorga a los problemas. La causa son las asimetrías de origen que inhabilitan pensar en nuevas políticas públicas de innovación. Contamos con los mismos datos de siempre basados en desigualdades; por

ende, la innovación podría quedar sin la diversidad de voces que en su mito comunicacional promueve.

Esas interpelaciones se visibilizan en las tensiones o desacoples entre innovación y ciencia de datos, ciencia de datos y principios feministas, data activism e innovación pública. Sin embargo, una agenda ampliada de innovación donde exista convergencia de aportes entre el quehacer de nuevas aproximaciones a los datos y la agencia de miradas transformativas podrá ser un debate abierto para fortalecer consensos y diálogos constructivos que, de hecho, quedan manifestados en ciertas narrativas analizadas en los labs.

3.3. Cruces entre la ciencia de datos y el feminismo

Los cruces de aportes entre ciencia de datos como práctica, técnica, formulación de interrogantes y la perspectiva feminista para ampliar la agenda de innovación pública son resumidos en la Tabla 3. Aquí se habilitan e integran las voces de las entrevistadas para visualizar las intersecciones.

Tabla 3. Cruce entre las dos perspectivas

Aportes Cdd a la perspectiva feminista (en ocasiones a la innovación)	Aportes de la perspectiva feminista a la Cdd
<i>Permite a la innovación diversificar los análisis propuestos y competencias a partir de esas nuevas herramientas... y para que lo transversal no sea una metáfora. (MM)</i>	Parfraseando a Hermosilla (MPH), existen tres niveles de aportes del feminismo a los datos: el activismo incide en el pedido de otros datos alternativos, la conformación de equipos diversos y las temáticas.
<i>Desde el trabajo en el sector académico se puede incluir la práctica en relación con los planes de gestión de datos de investigación ya que se empieza por gestionar los datos crudos. La gobernanza de todos los datos creados o utilizados hasta donde se guardan... (VX)</i>	<i>Hay tanta asimetría en los datos. Las bases de datos representan esa desigualdad. Evidenciar ese sesgo mejora la potencial PP. Lo primero es reconocer la desigualdad, y eso lo hace la mirada con perspectiva de género. (VX)</i>

<p>Uso responsable de los datos (MPH y VX).</p>	<p><i>La mirada crítica sobre quién produce el dato, cómo se conforman los equipos de ciencia de datos. Eso hace que muchas de las soluciones o políticas públicas que se implementan no tengan en cuenta problemáticas que tienen diversidades que no se ven reflejadas. El feminismo aporta la diversidad de soluciones, diversidad en el pensar las problemáticas más amplias para la tecnología. Y pensar si estas herramientas son útiles para las luchas feministas, no tanto desde IA, sino desde el uso de los datos en general. (IF)</i></p>
<p><i>Creo que en la actualidad quienes no tienen una política de datos están corriendo muchos riesgos. Pienso que todos los actores de la sociedad: instituciones públicas, organizaciones, universidades, deben reflexionar sobre la centralidad de los datos para el avance de sus objetivos, pero también como un aspecto fundamental para entender el mundo contemporáneo y la centralidad de los datos en el ejercicio de los derechos humanos y en el modelo de país que se busca impulsar. (PR)</i></p>	<p><i>Hay que tener en cuenta los modelos de producción de conocimiento en Latinoamérica. Las mujeres que trabajamos en ciencia de datos o con datos en las ciencias sociales, somos las que organizamos eventos tecnológicos, pero nos siguen relegando (desde la academia) en centros de investigación porque se siguen manteniendo las esferas domésticas en esos espacios. Por tanto, somos las que organizamos eventos o, si participamos de uno de ellos, es por la problemática de género. Muy pocas veces las mujeres son las que hablan de sus proyectos tecnológicos o de datos. (SY)</i></p>
<p>Fomentar y ampliar el horizonte sobre las alfabetizaciones en datos necesarias.</p>	<p><i>Construir la noción de ciencia de datos y los problemas. (SY)</i></p>
<p>Sensibilizar a los tomadores y las tomadoras de decisiones en políticas públicas, políticas públicas en CTI sobre la pertinencia de la ciencia de datos en agendas de innovación inclusivas, abiertas, públicas.</p>	<p><i>Si te asocias con otras organizaciones que te ayuden a comunicar o a narrar lo que la ciencia de datos dice, entonces, se cierra el círculo. Tienes la info, los procesos con técnicas distintas de cómo lo hacen las agencias oficiales y además tienes otras narrativas más accesibles. Ese es el proceso del uso del Data Science y los feminismxs. (TRA)</i></p>

<p>Incidir y monitorear los planes de acción derivados de las políticas de gobierno abierto centradas en el uso de IA, ciencia de datos para evaluar los procesos de diseño de políticas públicas, la participación y derechos.</p>	<p><i>Pienso que, así como hay muchos feminismos, también hay muchas aproximaciones para aplicar principios feministas asociados con los datos. Creo que no hay recetas, porque desde una perspectiva feminista, las respuestas deben ser impulsadas por las propias comunidades y que deben tomar las decisiones sobre la gobernanza, los principios, las infraestructuras, las licencias, las prioridades, el desarrollo de los procesos para el trabajo con sus datos.</i> (PR)</p>
---	--

Fuente: Elaboración propia

Los saberes y charlas abiertas a partir de las entrevistas han conformado un listado de temáticas en distintos órdenes como la producción del conocimiento, la descolonización epistemológica y metodológica, repensar el perfil de cientista de datos, promover políticas de gobernanza de datos y de gestión de datos al interior de la academia entre otras tantas. Esas relaciones hasta ahora consideradas desde un punto de vista prospectivo visibilizan las tensiones iberoamericanas entre ambas agendas propuestas como capas instrumentales de análisis.

3.4. Las desconexiones identificadas entre los tuits y las entrevistas

Se retoman las inquietudes de partida de la investigación para sintetizar el análisis. ¿Qué narrativas existen en las agendas de innovación públicas de los ocho labs seleccionados en relación con género y ciencia de datos?

Dencik et al. (2022) proponen como premisa que todo aquel desarrollo que tenga en consideración los datos no puede separarse de las inquietudes o demandas de justicia social. Por ende, cuando hablamos de agendas de innovación y datos no podemos soslayar la perspectiva feminista como mirada, práctica o acción política. Las preocupaciones de otros grupos, agentes o de la ciudadanía en su conjunto deben reflejarse en la experimentación pública de forma que se limiten posibles desigualdades de origen en el diseño de políticas públicas. El campo de la justicia de datos enfatizaría la inclusión de temáticas como el extractivismo de datos, pero también la discusión sobre

la gobernanza de estos. Aquí se encuentra el primer desacople en la interrelación entre innovación pública y perspectiva feminista de datos.

Esa desconexión está acompañada por otra, segunda, entre ciencia de datos y la agenda de intereses diversos del territorio que, al ingresar por separado a la agenda de la innovación, generan la primera desconexión entre las agendas analizadas.

Un tercer desacople es inherente al trabajo interdisciplinar y de saberes necesarios en la conformación de equipos de ciencia de datos a la hora de integrar la diversidad en la formulación de preguntas en proyectos de tales características. El activismo de datos feminista tiene mucho que aportar para paliar la desconexión entre saberes y perspectivas.

Un cuarto y último desacople se encuentra en el seno mismo de la temática en cuestión. La (in)existencia de bases de datos que permitan dar respuesta a las preguntas como en áreas del acceso a la justicia, el empleo y las plataformas, la movilidad, las migraciones, la economía digital, la educación, el acceso a la vivienda, las emergencias climáticas, el impacto del cambio climático o la justicia ambiental. De dichas brechas en la recolección, madurez del dato o el acceso a los mismos hay mucha evidencia, por ejemplo, la demostrada por la iniciativa Data2X⁶ (en Estados Unidos) hasta la global Alianza para el Gobierno Abierto⁷. Existe una desconexión entre la oferta activa y pasiva de datos abiertos y las preocupaciones desde el activismo feminista de datos o las agencias públicas en el tema.

Según lo expresado por la entrevistada Ricaurte, quedarían otras desconexiones por cubrir en este entramado de activismo de datos como propuesta para acoplar agendas.

Es importante pensar en aquellas personas que utilizan los datos como un ámbito para la acción tecnopolítica, pero en nuestro contexto son una minoría privilegiada, que ya se encuentra sensibilizada sobre las problemáticas asociadas con los datos y las tecnologías digitales... Me parece que por la ausencia de políticas públicas, hay un área de oportunidad y de incidencia que es urgente cubrir, pero que no se encuentra en la agenda de los activismos de datos y de la comunidad de derechos digitales en general. (PR)

6. Ver <https://data2x.org/>

7. Ver <https://www.opengovpartnership.org/es/>

Beraldo y Milán (2019) sostienen que el activismo puede dar forma a los datos tanto como los datos dan forma, y condicionan, el activismo. En otras palabras, los datos relacionados con el activismo pueden ser vistos como el principal interés en una agenda de reclamaciones sociales o como parte del repertorio de acción del activismo (Beraldo y Milan, 2019, p. 6). De la misma forma, el feminismo puede incidir sobre la ciencia de datos y, por ende, sobre las agendas de innovación, para hacerla más diversa e igualitaria, pero no hay que olvidar que la ciencia de datos influye sobre las agendas, y, por tanto, sobre las políticas sociales.

Los ejemplos de acción de las iniciativas y proyectos de las entrevistadas son un ejemplo sobre el carácter híbrido, multinivel y diverso en sus saberes respecto a la conexión inevitable de las premisas enunciadas por D'Ignacio y Klein bajo la mirada local. Desde la creación de un repositorio de datos abiertos por DigitalFems, el prototipado de IA feminista en la APlusAlliance, el algoritmo para transparentar los datos de Justicia de DataGénero, el trabajo académico en el Proyecto Arphai en torno a políticas públicas de salud o la generación de competencias en ciencias de datos desde el GoblabUAI hasta la generación de espacios inclusivos y seguros por parte de Geochicas_OSM o las inquietudes planteadas sobre la participación efectiva al experimentar la democracia en el LAAAB, son demostraciones colectivas de cómo entender la innovación pública, el desandar el diálogo entre organizaciones, gobiernos y academia y la inclusión del activismo en el ecosistema de datos iberoamericano.

4. PROPUESTA DE HOJA DE RUTA

Se finaliza el análisis con una propuesta de hoja de ruta futura, como conversación abierta. Se presentan aportes y acciones para pensar en acoples o conexiones para una agenda diversa entre innovación pública, ciencia de datos y activismo feminista de datos. Se identifica a cada autora de la idea como reconocimiento de su aporte a la ruta colectiva. Aquellos párrafos sin identificar son de elaboración propia a partir del recorrido llevado a cabo para el artículo.

4.1. Ruta para el acople

- La reflexión sobre los datos debe enmarcarse en una reflexión política sobre el tipo de sociedades y de futuro que queremos (PR).
- La confianza como antesala y herramienta para la participación se potencia cuando se consigue legitimidad en la comunicación gubernamental de la innovación.
- La diversidad de miradas de la agenda ampliada de la innovación es clave para el diseño de políticas públicas basadas en evidencia. Para ello hay que limitar los impactos de las asimetrías que existen en la infraestructura de datos, incluidas asimetrías territoriales, etarias, étnicas, económicas, digitales o de acceso.
- Contar con el registro del dato no es suficiente para evitar, minimizar o cambiar las inequidades presentes en las políticas públicas. Quién, cómo y para qué se registra un dato es parte esencial del proceso de un diseño justo de política pública centrada en la ciencia de datos.

4.2. Ruta para la conexión

- Faltan referentes y falta visibilizarlas y sacarlas del entorno académico para llevarlas al entorno de la acción política de la ciencia de datos (TRA).
- Armonizar y estandarizar problemáticas, trabajar desde una epistemología del Sur y politizar los datos y participación es fundamental (SY).
- Sería interesante la integración del activismo feminista en la ciencia de datos, que los datos reflejen la diversidad existente y que existan más organizaciones y proyectos que lideren ese interés (VX).
- Potenciar alianzas entre activismo, gobiernos y academia es fundamental para que no quede fuera ninguno de los sectores relevantes. El activismo no es uno solo, existen diversidad de voces (IF).
- Cuando no hay datos, una buena definición del problema ayuda a justificar la captura futura de esos datos (MPH).
- Se necesita generar alianzas con el sector educativo para aumentar las competencias en ciencias de datos (MPH).

- La política es un punto de inflexión en el contexto de la visibilización de algunos datos que no existen y que generan invisibilidad de personas y problemas (MM).
- Los principios del activismo de datos feministas o la perspectiva de género y feminista se proponen como praxis en el marco de los estudios críticos de datos para encauzar la reflexión acerca de la necesidad de ampliar las voces en la gobernanza de datos y diseños de políticas públicas de innovación.
- Otros movimientos y nociones promovidas desde los derechos digitales, cooperativismo tecnológico y procesos sociotécnicos críticos para el debate de la emergencia climática o datos abiertos pueden sumarse al planteamiento realizado desde la justicia de datos para motivar los diálogos entre las agendas públicas detalladas.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arros Valdivia, V., y Ramírez-Alujas, A.V. (2017). Innovación en el sector público chileno: la experiencia y aprendizajes del laboratorio de gobierno. *Revista de gestión pública*, 6(1), 43-80. <https://doi.org/10.22370/rgp.2017.6.1.2215>
- Beraldo, D., y Milan, S. (2019). From data politics to the contentious politics of data. *Big Data & Society*, 6(2). <https://doi.org/10.1177/2053951719885967>
- Brussa, V. (2021). Entrevista a Emiliano Treré. Agendas datificadas. Controversias bajo la lupa de la justicia de datos. *In Mediaciones de la Comunicación*, 16(2), 225-233. <https://doi.org/10.18861/ic.2021.16.2.3159>
- Cañares, M. P. (2017, 12 de septiembre). *La palabra de moda «cocreación»: reflexiones del taller de gobierno abierto para los servicios públicos de Manila*. <https://www.opengovpartnership.org/stories/la-palabra-de-moda-cocreacion-reflexiones-del-taller-de-gobierno-abierto-para-los-servicios-publicos-de-manila/>
- Chaminade, C., Lundvall, B. Å., y Haneef, S. (2018). *Advanced Introduction to National Innovation Systems*. Edward Elgar Publishing.
- Chesbrough, H.G. (2003). *Open Innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business School Press.
- Delle Donne, F. (2011). La comunicación gubernamental y el apoyo social hacia las medidas del gobierno. En L. Elizalde, D. Fernández Pedemonte y M.

- Riorda (Eds.), *La Gestión del Disenso. La comunicación gubernamental en problemas* (pp. 229-256). Ediciones La Crujía.
- Dencik, L., y Sánchez-Monedero, J. (2022). *Data justice*. *Internet Policy Review*, 11(1). <https://doi.org/10.14763/2022.1.1615>
- D'Ignazio, C., y Klein, L. (2020). *Data Feminism*. MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/11805.001.0001>
- Echeverría Esponda, J., y Merino Malillos, L. (2011). Cambio de paradigma en los estudios de innovación: el giro social de las políticas europeas de innovación. *Arbor*, 187(752), 1031-1043. <https://doi.org/10.3989/arbor.2011.752n6002>
- EiP – Equipo de Innovación Pública. (2019, 2 de diciembre). Innovación pública con ciencia de datos. *Medium*. <https://eidnp.medium.com/innovaci%C3%B3n-p%C3%BAblica-con-ciencia-de-datos-673cbbdc39d6>
- Etzkowit, H. (2008). *The Triple Helix: University–Industry–Government Innovation in Action*. Routledge.
- European Union/ The Young Foundation. (2010). *Study on Social Innovation*. <https://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/Study-on-Social-Innovation-for-the-Bureau-of-European-Policy-Advisors-March-2010.pdf>
- Fagerberg, B., y Andersen, B. (2013). *Innovation Studies: Evolution and Future Challenges*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199686346.001.0001>
- Gutierrez, M. (2021). Algorithmic Gender Bias and Audiovisual Data: A Research Agenda. *International Journal of Communication*, 15, 439-461.
- Gutierrez, M., y Landa, M. (2021). From available to actionable open data. *Journal of Urban Technology*, 9(3), 117-144. <https://doi.org/10.1080/10630732.2021.1939626>
- Johnson, B., y Lundvall, B.Å. (2013). National Innovation Systems (NIS). In E.G. Carayannis (Ed.), *Encyclopedia of Creativity, Invention, Innovation and Entrepreneurship* (pp. 1341-1347). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4614-3858-8_458
- LAAAB. (2018). *Nace #LAAAB, un laboratorio para la innovación democrática y el diseño colaborativo de políticas públicas*. Backtothesocial. <http://backtothesocial.com/laaab-laboratorio-la-innovacion-democratica-diseno-colaborativo-politicas-publicas/>
- LabGobChile. (2022). ¿Qué es la Innovación Pública? <https://www.lab.gob.cl/innovacion-publica>

- Leydesdorff, L. (2012). The triple helix, quadruple helix, and an n-tuple of helices: explanatory models for analyzing the knowledge-based economy? *Journal of the Knowledge Economy*, 3(1), 25-35. <https://doi.org/10.1007/s13132-011-0049-4>
- Milan, S., y Gutiérrez, M. (2015). Medios ciudadanos y big data: La emergencia del activismo de datos. *Mediaciones*, 11(14), 10-26. <https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.11.14.2015.10-26>
- Novoa, D. F. (2015). Innovación abierta: Una estrategia para el desarrollo de nuevos productos. *Revista ReCiTeIA*, 14(2).
- Ramírez-Alujas, A. V. (2013). Los nuevos desafíos de la Dirección Pública en el contexto del Gobierno Abierto: Gobernanza colaborativa, innovación abierta, co-creación y pensamiento de diseño en la gestión pública. *Buen Gobierno*, 14, 8-37. https://doi.org/10.35247/buengob_14_01
- Ramírez-Alujas, A.V. (2016). Laboratorios de gobierno como plataformas para la innovación pública. En G. Cejudo, M. Dussauge, C. Michel (Coords.), *La Innovación en el Sector Público: Tendencias Internacionales y Experiencias Mexicanas* (pp.163-203). INAP-CIDE.
- Ranga, M., y Etzkowitz, H. (2013). Triple helix systems: an analytical framework for innovation policy and practice in the knowledge society. *Industry & Higher Education*, 27(4), 237-262. <https://doi.org/10.5367/ithe.2013.0165>
- Scientific Foresight. (2021, 2 de julio). *What if we chose new metaphors for artificial intelligence?* <https://epthinktank.eu/2021/07/02/what-if-we-chose-new-metaphors-for-artificial-intelligence-science-and-technology-podcast/>
- Treré, E. (2020). *Activismo mediático híbrido. Ecologías, imaginarios y algoritmos*. Friedrich Ebert Stiftung. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/la-comunicacion/17279.pdf>
- Yang, S. (2021). Feminismo, ética y datos geoespaciales. Una breve reflexión hacia su análisis conjunto. In J. Atenas y S. Fumega (Eds.), *Documento de Trabajo*. ILDA <https://doi.org/10.5281/zenodo.4681033>

II. Miscellaneous section / Sección miscelánea

LA CRIATURA EN MÍ: GÉNERO Y SALUD MENTAL EN *WHY BE HAPPY WHEN YOU COULD BE NORMAL?* Y FÁRMACO

THE CREATURE INSIDE ME: GENDER AND MENTAL HEALTH IN *WHY BE HAPPY WHEN YOU COULD BE NORMAL?* AND FÁRMACO

LUIS LEÓN PRIETO

Author / Autor:

Luis León Prieto
Universidad de Oviedo, Oviedo, España
luisleonprieto@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-6635-6112>

Submitted / Recibido: 04/09/2022
Accepted / Aceptado: 07/12/2022

To cite this article / Para citar este artículo:

León Prieto, L. (2023). La criatura en mí: género y salud mental en *Why be happy when you could be normal?* y *Fármaco*. *Feminismo/s*, 42, 277-301. Women, data and power. Insights into the platform economy [Monographic dossier]. Miren Gutiérrez (Coord.). <https://doi.org/10.14198/fem.2023.42.10>

Licence / Licencia:

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International.



© Luis León Prieto

Resumen

El objetivo de este texto es establecer un análisis comparativo entre dos obras contemporáneas: *Why Be Happy When You Could Be Normal?* (Jeanette Winterson, 2011) y *Fármaco* (Almudena Sánchez, 2021). Partiendo de diferentes contextos, ambas incluyen un relato autobiográfico atípico, no lineal y que comparte el trasfondo de la enfermedad mental, de forma especial en cuanto a la depresión y el suicidio. A partir de estos dos motivos temáticos, se expondrá el modo en el que ambas historias los reflejan, además de otros relacionados, como el empleo de medicamentos como estrategia de curación o las diferencias en las condiciones sociales y económicas de las autoras, que también influyen en cómo afrontan sus procesos. La lectura crítica de estas obras se apoyará en una serie de fuentes secundarias, siendo de especial relieve aquellas que estudian el estamento médico según una perspectiva de género, para llegar a la conclusión de que, si bien Winterson y Sánchez comparten una sensibilidad creativa común al narrar su propia experiencia, es esta última quien valora de forma más positiva la metodología farmacológica que ha mejorado su salud,

pero no olvida otras cuestiones sociales necesarias también para su bienestar; en el caso de Winterson, su enfermedad se muestra como un episodio dentro de la búsqueda de la figura materna, pero asimismo como una parte interna de su personalidad con la que debe convivir. Este es un aspecto en común con Sánchez, aprender a compartir la existencia con su «monstruo» particular y, además, utilizar el poder curativo de la escritura como parte de su terapia.

Palabras clave: literatura comparada; estudios de género; salud mental; literatura española; literatura británica; literatura contemporánea.

Abstract

The aim of this text is to establish a comparative analysis between two contemporary works: *Why Be Happy When You Could Be Normal?* (Jeanette Winterson, 2011) and *Fármaco* (Almudena Sánchez, 2021). From their different contexts, both of them include an atypical autobiographical story, non-linear, that shares the background of mental illness, especially in terms of depression and suicide. From these two thematic motifs, this text will expose the way in which both stories reflect them, in addition to other related ones such as the use of drugs as a healing strategy or the differences in the social and economic conditions of the authors, which also influence how they face their processes. The critical reading of these works will be based on a series of secondary sources, being of special importance those that analyse the medical establishment according to a gender perspective, to reach the conclusion that, although Winterson and Sánchez share a common creative sensibility when they narrate their own experience, is the latter who values more positively the pharmacological methodology that has improved her health, but she does not forget other social issues that are also necessary for her wellness; in the case of Winterson, her illness is shown as an episode within the search for a maternal figure, but also as an inner part of her personality, with which she must coexist. This topic is something in common with Sánchez, learning to share their existences with their particular «monster» and, in addition, using the healing power of writing as a part of their therapy.

Keywords: compared literature; gender studies; mental health; Spanish literature; British literature; contemporary literature.

1. INTRODUCCIÓN

Dentro del ámbito de la salud mental, existe una serie de realidades habitualmente asociadas con el tabú y el estigma, como son la depresión y el suicidio; este último, además, se ha visto silenciado en la mayor parte de los medios

informativos y de comunicación. A partir del año 2020, sin embargo, en el contexto de una pandemia que aún no se ha declarado oficialmente finalizada, y que ha conllevado consecuencias en terrenos más allá del sanitario, como son el social o el económico, se ha comenzado a crear una tendencia de visibilización de esta problemática, hasta el punto de que, por primera vez en el contexto español, desde el Ministerio de Sanidad se ha promovido la Línea 024 de atención a la conducta suicida, con el objeto de otorgar, como se especifica en la página web de esta institución, «ayuda a las personas con pensamientos, ideaciones o riesgo de conducta suicida, y a sus familiares y allegados, básicamente a través de la contención emocional por medio de la escucha activa por los profesionales» (Ministerio de Sanidad, 2022, para. 1).

En cuanto a la creación artística, las transformaciones experimentadas durante este período todavía no han alcanzado la suficiente perspectiva como para poder hablar de una corriente de «literatura pandémica», pero sí de una mayor sensibilidad editorial y lectora, en consonancia con la de la sociedad en conjunto hacia esa temática. En 2021 aparece *Fármaco*, de Almudena Sánchez (1985), en la que la autora realiza un testimonio íntimo, sin constituir una autobiografía al uso, sobre el modo en el que se ha enfrentado a la enfermedad mental a lo largo de su vida, incluyendo sus intentos de acabar con esta. Con una década de anterioridad, una escritora británica ya consagrada y de una generación distinta, Jeanette Winterson (1959), había realizado otra aproximación no canónica al ámbito biográfico en *Why Be Happy When You Could Be Normal?* (2011). No cabría esperar que lo fuera, debido al estilo posmoderno y no lineal que caracteriza a Winterson, pero, dentro de este relato de su existencia, ella recurre a una serie de motivos míticos, poéticos y oníricos para explicar cómo tuvo lugar su proceso de caída y renacimiento frente al ataque de la depresión.

El objetivo de esta investigación es el de, partiendo de obras que reflejen escenarios y épocas diversas, establecer de qué manera comparten una sensibilidad similar no solo respecto al tratamiento de una misma temática, sino también en cuanto al modo de expresarla: comprobar que Winterson y Sánchez, además de estructurar sus textos como una experiencia catártica en su condición de supervivientes, lo han hecho a través de recursos creativos y simbólicos que confieren una cierta atemporalidad a sus obras, capaces de conectar con un presente incierto y más concienciado.

2. WINTERSON Y SÁNCHEZ: POSMODERNISMO Y AUTOBIOGRAFÍA

La trayectoria creadora de Winterson comenzó en 1985 con un texto estrechamente relacionado con el que será objeto de estudio aquí, la novela *Oranges Are Not the Only Fruit*¹. Como se ha indicado en el apartado anterior, *Why Be Happy* no es una autobiografía al uso, pero sí comparte, al menos en algún segmento del relato, un marco espaciotemporal y unos hechos similares a los que la autora utilizó en su debut editorial: su infancia como hija adoptada dentro de un entorno de religiosidad integrista e intolerante, y el modo en el que su adolescencia y despertar erótico-afectivo chocaron contra ese mundo, representado por su madre no biológica, personaje central en ambas obras y que se encarga de expulsarla del hogar. Si *Oranges*, constituida como *bildungsroman* de juventud, se centra en este arco argumental, *Why Be Happy* es escrita desde la madurez de una autora que revisita el pasado para reconciliarlo con su presente, a través de la búsqueda de su madre biológica. En consonancia con la ya mencionada tendencia de Winterson hacia los motivos míticos, su objetivo se convierte en una gesta que repite signos como el Grial, una obsesión que, al igual que a los héroes de las epopeyas, amenaza con llevarla hacia la locura.

Y es, precisamente, este concepto de locura, despojado de sus características románticas e idealizadas, uno de los principales puentes tendidos entre la obra de la británica y la de Sánchez: «Te sientes loca, y creo que es hora de sacar la fragilidad al escenario» (Sánchez en Sigüenza, 2021, p. 3). Además, comparten la estructura del regreso al pasado, de un modo no cronológico: «La niñez es inmemorial» (Sánchez, 2021, p. 13), sostiene la autora, para añadir poco después que su texto está «escrito hacia delante y hacia atrás, hacia atrás y hacia adelante» (p. 13). Entendiendo la autobiografía canónica como el relato cronológico de una serie de hechos, de entrada hay que señalar cómo tanto Winterson como Sánchez subvierten ese orden, en un continuo diálogo entre el pasado y el presente, cuyos contornos se muestran, en ocasiones, tan difuminados que podría resultar confuso trazar una línea de separación entre los mismos. Esto concuerda con una de las características de la literatura posmoderna, de la cual Winterson ha sido considerada

1. A lo largo de este texto se abreviarán los títulos tanto de la novela debut de Winterson como de la obra objeto de estudio, que serán llamadas *Oranges* y *Why Be Happy*.

como representante, si bien la autora procura rechazar ese tipo de etiquetas, así como las de «escritora lesbiana»; se considera, simplemente, «a writer» (Onega, 2006, p. 3). No obstante, existe cierto consenso en la crítica académica sobre su adscripción a una corriente británica posmoderna que incluiría a otros nombres, como Martin Amis o Salman Rushdie (Andermhar, 2007, p.5), aunque se ha subrayado la influencia que ejerce el modernismo de, en primer término, Virginia Woolf en sus escritos (Makinen, 2005, pp. 3-4). La propia Winterson, en su colección de ensayos *Art Objects* (1996), elogia la renovación experimental ejercida por Woolf y Joyce, de quienes sí reconoce un reflejo en su obra, además de otra autora que practicó un autobiografismo no convencional, como Gertrude Stein (Winterson, 1996, p. 53). En todo caso, la confusión creada en torno a las conexiones de su propia existencia con sus relatos de ficción ha sido una constante a lo largo de su trayectoria, según indica De la Concha Muñoz (2008, p. 134).

Virginia Woolf también planea como referente en *Fármaco*, incluso otorgando su nombre a uno de los capítulos (Sánchez, 2021, pp. 62-64), además de numerosas alusiones, tanto a su figura como a sus escritos sobre la enfermedad, a lo largo de la obra. No es, así podrá comprobarse durante el análisis, el único motivo común entre los textos de Winterson y Sánchez, ambos fragmentarios a su manera y caracterizados por esa renuncia al modelo lineal narrativo, que la británica expresa de esta manera en una de las citas de *Why Be Happy*: «Creative work bridges time because the energy of art is not time-bound» (Winterson, 2011, p. 153). Por otro lado, además de como testimonio personal y relato biográfico atípico, *Fármaco* se muestra en conexión con una época en que, como se apuntaba en la introducción a este trabajo, se ha experimentado una creciente sensibilización hacia trastornos mentales como la depresión o la ansiedad (Sigüenza, 2021, p. 3). En esta reseña de su obra a cargo de Sigüenza, Sánchez afirma que su enfermedad no respondía a ningún motivo en concreto, a diferencia del enérgico proceso motivacional que atraviesa Winterson en la suya, pero, desde una perspectiva muy distinta a la de los numerosos manuales de autoayuda que han proliferado también en el contexto pandémico, la autora narra el modo en el que consiguió superar ese episodio, haciendo mayor hincapié que aquella (desde el propio título) en la ayuda de la psiquiatría y de sus recursos humanos y farmacológicos.

3. MUJERES Y SALUD MENTAL: CONTEXTUALIZACIÓN

Observando la relevancia que adquiere el discurso médico, psiquiátrico y químico en la concepción y desarrollo de una obra como *Fármaco*, cabría elucubrar sobre la forma en que influye la perspectiva de género en las cuestiones de salud mental asociadas a la dualidad binaria «hombre/mujer», tradicionalmente relacionada con otras series de dicotomías, entre las que destaca la de «racionalidad/naturaleza» (Hines y Taylor, 2019, pp. 34-35) o, en una línea similar, la de «mente/cuerpo». Hines y Taylor (2019) argumentan la manera en la que, desde la época de la Ilustración, «los roles sociales de hombres y mujeres llegaron a diferenciarse dentro del pensamiento científico, como antes había sucedido dentro del marco social y religioso» (p. 35). Partiendo de esa base, se desarrollan estos conceptos binarios que derivan en una equivalencia de la mujer con una naturaleza en estado salvaje y emocional; un cuerpo despojado de mente, como apunta Hustvedt (2021) analizando también la tradición occidental y sus cánones femeninos, en especial aquellos basados en la belleza (p. 252), que también aparecerán en el trasfondo de la obra de Sánchez. Esta concepción dualista y esencialista, por su parte, se bifurca en otras oposiciones, entre las que encontramos aquellas que confrontan a una especie de Madre Naturaleza nutricia, creadora, frente a la misma visión como fuerza destructora y caótica, que tanta influencia ha ejercido en diferentes arquetipos y motivos folclóricos de diversas culturas; sería, en definitiva, tomar las figuras contrapuestas de la madre y la bruja (Peterson, 2020, p. 405). En *Why Be Happy*, la permanencia de su autora en un entorno de naturaleza salvaje y aislada podrá ser puesta en consideración respecto a estas nociones de creación frente a destrucción.

Si bien se ha llevado a cabo una evidente transformación desde la época ilustrada, la medicina moderna aún alberga un substrato que mantiene a las mujeres en un nivel secundario a través de su invisibilización por el hecho de tomar el cuerpo masculino como norma, tal y como indica Criado Perez (2020): «cuando se menciona a las mujeres, se las presenta como una variación del ser humano estándar. Los alumnos aprenden fisiología y fisiología femenina. Anatomía y anatomía femenina» (p. 271). Se trata de una concepción que la autora remonta hasta la Antigua Grecia, y que constituiría el germen de la invisibilidad para la ciencia que también denuncia Valls-Llobet

(2020): «La ciencia médica ha nacido sesgada debido a su androcentrismo» (p. 167). Y, por esta razón, se ha priorizado la investigación de aquellas enfermedades que afectan primordialmente a los varones, creando un sesgo de género que no atiende a la «morbilidad diferencial» (Valls-Llobet, 2020, p. 171). Esta autora se refiere del mismo modo a cómo «la superioridad del alma sobre el cuerpo» (p. 28), una de las bases sobre las que se cimentó el cristianismo, terminó convirtiéndose en esa superioridad de la mente sobre el cuerpo, como si se tratara de compartimentos estancos que no se influyen mutuamente en cuanto a los problemas de salud.

Y, sin embargo, como sostiene Valls-Llobet (2020), la salud mental sí resulta influenciada, frente a las dicotomías, tanto por las enfermedades corporales como por otra serie de circunstancias de diversa índole, que conllevan una subjetividad construida sobre un sentimiento de culpa y de baja autoestima (p. 29), motivo este último recurrente en los análisis de otras autoras; entre estas, Lips (2001) o Dio Bleichmar (1993) relacionan ese pobre concepto de su propio valor por parte de las mujeres con otra imagen cimentada a lo largo del tiempo, la de una figura sumisa, bajo la tutela y dependencia de un hombre, como base para el surgimiento de los problemas mentales. Dentro de ese proceso de subordinación, las mujeres se encontrarían con un problema de credibilidad a la hora de expresar aquellos: Criado Perez (2020) así lo expone al afirmar que, durante siglos, si lo hacían podían enfrentarse a ser encerradas en manicomios o incluso sufrir operaciones como histerectomías o clitoridectomías; en la actualidad, si bien se han superado esas prácticas, la autora incide en cómo «en lugar de creer a las mujeres cuando dicen que tienen dolor, tendemos a etiquetarlas de locas» (Criado Pérez, 2020, p. 309).

Al final, este panorama histórico desemboca en una mayor probabilidad de surgimiento de trastornos de salud mental en la mujer, especialmente los depresivos, como apunta Sáez Buenaventura (1993, p. 243), en mayor correlación a sus equivalentes masculinos. Y las diferencias se hacen extensivas al tratamiento, dentro de esa falta de confianza ante lo que expresan, como se indicó. Así, en cuanto a los recursos farmacológicos, la desproporción de su uso en el caso de las mujeres resulta notable: «El 85% de los psicofármacos se administran a mujeres, mientras que a los hombres solo el 15%» (Valls-Llobet, 2020, p. 40). Y, en el contexto de la pandemia y las diversas

crisis derivadas de esta, su prescripción no deja de aumentar; si, ya antes del surgimiento de esa problemática, España aparecía como «segundo país europeo de mayor consumo de ansiolíticos, cuarto en consumo de antidepresivos y sexto en hipnóticos y sedantes» (Brik y Jiménez, 2020), tras la aparición de la Covid-19 han sido, primordialmente, las mujeres de determinadas profesiones quienes más han incrementado el empleo de esta clase de medicamentos, con incidencia de un tercio entre «enfermeras, médicas, limpiadoras, gerocultoras y auxiliares de enfermería» (Brik y Jiménez, 2020).

Una de las obras objeto de estudio en este texto resulta paradigmática respecto a la preminencia de ese enfoque químico, que la propia autora admite: «Tomar fármacos regulados ha sido mi medicina, la única» (Sánchez, 2021, p. 169). Aunque no se trate, desde luego, del único tópicus que la autora utiliza en su relato, sí que se refleja no solo en su título, sino incluso empleando la marca comercial en el encabezamiento de alguno de los capítulos, como «Vandral Retard» (p. 33) o, de forma más genérica, «Cápsula» (p. 36). Si bien el análisis de la obra de Sánchez se va a abordar de manera comparativa, una de las metas planteadas en el presente trabajo consistirá en la observación del vínculo establecido entre la autora-narradora y el tratamiento farmacológico que va introduciendo de forma fragmentaria: ¿podría afirmarse, según la cita anterior del texto, que el proceso de curación del personaje se basa de forma exclusiva en las recetas médicas, o quizá haya influenciado, además, el abordaje global en el que insisten teóricas como Valls-Llobet (2020), que sea «biológico, psicológico y social» (p. 53) y ayude a superar esa posición secundaria a la que la mujer ha sido relegada en la serie histórica, más allá de la mera recepción acrítica de remedios farmacéuticos?

4. WHY BE HAPPY: LA BÚSQUEDA MÍTICA Y EL MONSTRUO INTERNO

Why Be Happy no solo es una obra que vuelve a narrar, desde otra perspectiva, hechos de infancia y adolescencia que ya habían sido reflejados por Winterson en su debut novelístico de 1985, sino que, además, completa este último continuando la historia hasta llegar a los años de madurez de la autora, desde los cuales escribe. Dentro de las numerosas interpelaciones que se crean entre ambos textos, una de las más consistentes es la recurrencia al mito del Grial, que, en la segunda parte de esta autobiografía, se convierte

en el motor de la acción, de la búsqueda del narrador-personaje hacia sus orígenes, hacia la madre biológica que nunca ha llegado a conocer. Tanto en estas obras como en toda su trayectoria como autora, Winterson ha ido jalonando sus historias con recursos folclóricos y míticos de esta índole, utilizados en diversas capas a modo de variaciones musicales, como sucede en la propia *Oranges* (Onega, 2006, p. 22); el del Santo Grial, por otro lado, le permite establecer una conexión con su propio estado mental: según las distintas versiones, perseguir el Grial suponía un importante riesgo de acabar en la locura. En *Why Be Happy*, ella misma admite: «I tend to work obsessively with texts, and I embed them in my work. The Grail legend is there: one glimpse and the most precious thing in the world is gone forever, and then the quest is to find it again» (Winterson, 2011, p.160). En todo caso, la búsqueda a la que se refiere la autora es de carácter metafórico, simbólico; el Grial no es valioso como objeto en sí, sino que su relevancia estriba en representar «una poderosa experiencia interior, que llena al afortunado, convirtiéndolo también a él en recipiente colmado de sabiduría» (González, 2006, p. 35). En *Oranges*, Winterson (1985) utiliza este recurso de forma más consistente, intercalándolo a modo de relato durante la trama principal, como antes se ha indicado: en el desenlace, la conclusión muestra cómo el caballero Perceval había partido a la búsqueda de ese símbolo porque el beneficio residía en el propio viaje en sí (p. 221).

En primer lugar, pues, hay que considerar el punto de partida del personaje de Winterson antes de que salga a completar su propia travesía: la protagonista ha sido, una vez más, abandonada, en este caso debido a un desengaño sentimental (Winterson, 2011, p. 157) y la situación remite directamente hacia su infancia, hacia la figura maternal que desapareció de su vida. Winterson sufre esa ruptura de pareja y, a su soledad existencial, se debe sumar el aislamiento físico, del mundo exterior. Hay que puntualizar que, en este último caso, se trata de un alejamiento voluntario de la gran ciudad, para refugiarse en la naturaleza, siendo ya una creadora reconocida, y residir en una casa de campo que le permite vivir en consonancia con el entorno natural que siempre ha disfrutado: «I love the natural world and I never ceased to see it» (Winterson, 2011, p.166). No se trata de una soledad no deseada, una problemática que, en la actualidad, se ha asociado con una mayor proporción de problemas de salud mental, como la depresión y el

suicidio (Martín Roncero y González-Rábago, 2021, p. 433) y de intentos de suicidio de «letalidad alta y extrema» (Londoño y Ríos, 2012, p. 147), sino de una elección en la que el contexto parece, en un primer instante, apropiado para compensar su pérdida personal y evitar el recuerdo y las estresantes condiciones de una capital como Londres, en el cual la autora tendrá que enfrentarse a sus propios demonios y abordar la lucha que le plantean por su propia supervivencia.

El contraste que se establece entre el área urbana y la rural puede enmarcarse en otra dicotomía al modo de las ya planteadas en el apartado anterior. Osborne califica estas series como «dicotomías absolutas», que «no surgen aisladamente sino que se encuentran insertas en un sistema más amplio de oposiciones y mandatos que las legitiman» (Osborne, 1993, p. 57). Gimeno (2018) añade, en esta línea: «No está de más recordar aquí que el tándem mujer-naturaleza/hombre-cultura está desde el principio, de múltiples formas, en el corazón del patriarcado y desde el origen de este» (p. 209). Sus consideraciones se relacionan con el epígrafe anterior, en cuanto a que el discurso científico, que se había construido según ese patrón androcéntrico ya citado, se ha regido por los mandatos de la ideología dominante, con la capacidad de volverse tan dogmático como el religioso (Gimeno, 2018, pp. 219-220). Siguiendo esta lógica binaria, el establecimiento de Winterson en un entorno de naturaleza no controlada, no acomodada a un núcleo urbano, la aleja de esa racionalidad masculina para acercarla hacia esa Madre primigenia de los mitos, inestable y peligrosa. También en *Oranges*, Winterson muestra a su protagonista en un estado de aislamiento en conexión con la naturaleza, desde lo alto de una colina, pero no en una soledad de connotación negativa, sino como un espacio de reflexión fuera de su asfixiante núcleo familiar, desde el que podía recuperar un balance emocional después de una ruptura con su primer amor (Winterson, 1985, p. 216). Ambas obras constituyen la experiencia de un viaje arquetípico, que, como recuerda Onega (2006, pp. 228-229), constituye un proceso de maduración en un nivel tanto físico como psíquico, como representa el del propio Perceval.

En *Why Be Happy*, además de su propia decisión de aislarse en un espacio así, el hecho de que lo haga en soledad también puede entenderse como una ruptura del orden establecido. Winterson no tiene, ni ha tenido, una figura masculina de referencia en su vida, no está sola de forma involuntaria por un

proceso de viudez; su independencia la ha conseguido a través de su propio trabajo, un privilegio de su acomodada situación económica. Aunque la lectura del texto no permita afirmar que su aislamiento constituya el detonante de un intento de suicidio, siguiendo el razonamiento de los estudios antes citados, sí que aparece como uno de los condicionantes dentro de una causa mayor, que sería la de la búsqueda de su madre, con toda la incertidumbre y la ansiedad que experimenta durante la misma. Y, si bien la posibilidad del reencuentro con esa figura materna parezca que ha otorgado un nuevo sentido a su existencia, Winterson decide dejar de vivir, aunque dice amar la vida; simplemente, no cree que pueda seguir soportándola dentro de ese estado (Winterson, 2011, p. 167). En febrero de 2008 reconoce que cometió un acto de suicidio, pero sobrevivió a este, tras el cual la autora recurre a utilizar palabras textuales de la Biblia, algo que, por otro lado, también llevó a cabo en *Oranges*. El personaje parece sufrir una especie de «clariaudiencia» o voz interior, que se presenta a modo de revelación divina, con el «Ye must be born again» evangélico resonando varias veces en su interior. El carácter espiritual de este momento es el mismo que podemos encontrar en otras obras de Winterson, aparte de las ya citadas, como *The Passion* o *Gut Symmetries* (Denby, 2007, p. 110), en las que, frente al dogma inflexible, se incide en el poder curativo de la Palabra divina (Denby, 2007, p. 111), un factor conectado con la vuelta a la vida del personaje en *Why Be Happy*.

No en vano, la propia autora se reconoce como fruto de un doble nacimiento, tanto por parte de su madre adoptiva, Mrs. Winterson, como por la de su, por el momento, innominada madre biológica, lo que considera «itself a kind of schizophrenia, my sense of myself as being a girl who's a boy who's a boy who's a girl» (Winterson, 2011, p. 168). Esta aseveración anticipa los descubrimientos posteriores que Winterson realizará acerca de las circunstancias sobre su adopción y que tienen que ver con cómo su madre adoptiva no había esperado que le trajeran una niña, sino un niño. Esta ruptura con las expectativas de género del personaje, que se verá incrementada de manera gradual a medida que Jeanette llegue a la adolescencia, provocará la reacción violenta de Mrs. Winterson y la expulsión final del hogar de su hija. En cierto modo, este hecho podría relacionarse con las incongruencias de género de las y los menores transexuales, que resultan en situaciones coercitivas similares, ejercidas por parte de sus progenitores (Faye, 2022, p. 67).

La «esquizofrenia» a la que alude Winterson no está citada de modo casual, sino en tanto que, para que su renacer a la vida pueda resultar satisfactorio, sin vuelta atrás, resulta necesario reconocer a esos demonios internos, a esa porción de locura, como interlocutores válidos, algo que Winterson asume sin la menor vergüenza, y dialogar con ellos para lograr un equilibrio que permita la vida. Frente al estigma de la esquizofrenia, ella afirma escuchar voces, lo que no le parece asociado a una connotación negativa, sino que la coloca en la senda de la Antigüedad que siguieron profetas, visionarios, chamanes, mujeres sabias y, desde luego, poetas (Winterson, 2011, p. 170). De este modo, Winterson (2011) se desdobra en una «criatura», que no es creación suya, pero sí una parte, no deseada, de su personalidad: «I am talking like this because what became clear to me in my madness was that I had to start talking— to the creature» (p. 172). Esta, habitante de su interior, es deudora de las que pueblan los cuentos de hadas y la protagonista, heroína de su propia historia, no tiene otra opción que la de llegar a un acuerdo con aquella. Winterson se siente bendecida por el don de la creatividad, y usará este para alejar la locura, a través de personificarla en esa criatura a la que se refiere.

El hecho de que la autora se desdoble de esa manera, proyectándose en su creación, no solo puede asociarse a los personajes de esas narraciones fantásticas, sino también al empleo de la figura del monstruo, que aparece de forma recurrente en su obra, al igual que el Grial y otros arquetipos. Lanzillota sugiere que, en *Why Be Happy*, la noción de lo monstruoso viene en primer lugar vinculada al lesbianismo de la protagonista y a cómo este es considerado una aberración por Mrs. Winterson, llegando al extremo de querer extirparlo a través de un exorcismo (Lanzillota, 2016, pp. 26-27); y, pese a ello, aunque repudiada por esta y embarcada más adelante en la búsqueda de su madre biológica, cuando finalmente conoce a esta llegará a defender a la adoptiva, utilizando la expresión «she was my monster» (p. 27). De esta manera, el proceso por el que un personaje de Winterson se convierte en monstruo, o aparece representado como tal, resulta ambivalente en cuanto a sus características, pero suele dotarse de propiedades maternas, como la Dog Woman de *Sexing the Cherry* (2014), una figura de proporciones tan grotescas que no es capaz de engendrar descendencia (Langland, 1997, p. 102), pero no por ello es menor el amor que siente por su hijo adoptivo, Jordan.

Su monstruoso aspecto, en cuanto al exterior, sirve además para desbordar todas las expectativas de la femineidad canónica, como expone Haslett (2007): «Uncontrollable, flowing, enormous, ugly, violent, tender, loving, energetic, smelly, noisy, rough, dirty, Dog Woman's body is everything the female body is *not* supposed to be» (p. 42). Este personaje participa, además, del carácter «liminal» que encontramos en otros de la trayectoria creativa de Winterson, que se mueven en las fronteras del género, como sucede en la última novela de la autora, *Frankissstein* (Estrella, 2021, p. 153), introduciendo una criatura deudora de la de Shelley y que entronca con el carácter polimorfo de la presentada en *Why Be Happy*:

Volviendo a esta última, su inserción se enmarca dentro de una lógica propia de los cuentos de hadas y existe una frase en *Oranges* que resulta premonitoria: «If the demons lie within they travel with you» (Winterson, 1985, p.206). Así, Winterson debe tomar conciencia de que esa parte de su ser la acompañará y tendrá que aprender a aceptarlo. El balance que se ofrece al final del episodio resulta esperanzador, con una última frase que resume las necesidades de la autora: «We will learn how to love» (Winterson, 2011, p.177). De forma global, en esta autobiografía de carácter libre Winterson está buscando su propia identidad, y, para encontrarla, la fragmenta y desdobra, como en el episodio de creación de esa criatura. Wronka (2017), analizando las distintas caras que puede poseer este proceso identitario, observa en *Why Be Happy* una evolución de reminiscencias freudianas, desde la infancia como hija dada en adopción, lo cual constituiría el primer rechazo, hasta su adolescencia, con el segundo y mucho más dramático, que conlleva la expulsión del hogar adoptivo (pp. 199-200). Para Wronka (2017), esta obra constituye la manera en la que Winterson finalmente se acepta a sí misma y concluye esta búsqueda de la identidad propia para narrar su historia (p. 200). El desenlace de la misma queda abierto, como cabría corresponder al relato de una existencia que no ha llegado a su fin, pero la problemática de salud mental del personaje se muestra como una parte intrínseca de aquella, pero controlable, sin que se mencione la posibilidad de recurrir a una figura médica de autoridad o a algún tratamiento farmacológico, a diferencia de la obra que se analizará a continuación.

5. FÁRMACO: MÁS ALLÁ DE LA QUÍMICA COMO SALVACIÓN

Si, de forma anterior, se hizo hincapié en cómo, desde diversas voces teóricas, se ha puesto de relieve la excesiva medicación de las mujeres en el contexto de la salud mental, abogando por una estrategia más humanista e integral, este es, de hecho, uno de los ejes centrales que sobrevuelan la obra de Sánchez (2021), quien afirma: «Lo que me mantiene alejada de la ciencia es su carácter, digamos, deshumanizador, aunque a la vez me siento emparentada, porque lo admito: tengo una colección de cápsulas» (p. 36). En este extracto se expresa la relación ambivalente de *Fármaco* entre la autora-protagonista-paciente y el sistema al que ha confiado su curación. Partiendo de su posición de escritora todavía joven, Sánchez se remonta hacia una niñez que considera «inmemorial» (p. 13) y a través de una adolescencia que compara con una «montaña escarpada» (p. 18), reviviendo esas etapas de forma fragmentaria y no cronológica, a semejanza de Winterson; será en esta última época de pubertad cuando tenga su primer acercamiento a lo que Valls-Llobet (2020) define como «morbilidad femenina diferencial», es decir, aquellas «enfermedades, motivos de consulta o factores de riesgo que merecen una atención específica hacia las mujeres» (p. 247). En este sentido, pudiera tratarse de aquellas que aparecen con más frecuencia entre las mujeres, u otras específicas, como el cáncer que padece el personaje durante su adolescencia: «A los diecisiete años me operaron de un tumor en los ovarios que confundieron con apendicitis, endometriosis, esplenomegalia» (Sánchez, 2021, p. 43).

El hecho de esta vacilación en cuanto al diagnóstico se relaciona, siguiendo también el razonamiento de Valls-Llobet (2020), con los «sesgos de género en el diagnóstico clínico» derivados del sistema androcéntrico sanitario y la invisibilidad y falta de conocimiento provocado por este (pp. 373-374). Y el desconocimiento, de hecho, se hace extensible a las propias mujeres jóvenes como apunta Sánchez (2021): «Ninguna niña piensa en sus ovarios antes de los diecisiete» (p. 43). En *Fármaco*, el silencio no solo alude a esa manera en la que el personaje ignora cómo funciona su propio cuerpo, sino también a cómo es preferible silenciar ciertas enfermedades: «Del cáncer se habla en susurros» (p. 132). O, cuando este mal es mencionado en público, siguiendo el argumento de Sontag (2014), se suele utilizar

una gama de metáforas grandilocuentes y de «vocabulario de la guerra» (p. 78). La autora contrapone esta enfermedad con otras que, por pesar en ellas el estigma de la vergüenza, sí que suelen permanecer en secreto, como el sida (p. 141). A esto se debe añadir que el carácter tímido y vergonzoso de la paciente se enfrente a su primera prueba médica de importancia, en la que «cuatro cabezas de médicos analizaban lo que me había tapado tanto» (Sánchez, 2021, p. 131) y, al final, sus ovarios son retirados, pero todavía le queda un rasgo de género que le aporta su condición femenina: «El útero te hace mujer» (p. 132). Es decir, se está aludiendo a las características de su «sexo morfológico» (Stryker, 2017), que sería «la forma del cuerpo que tradicionalmente asociamos a un macho o a una hembra» (p. 61) y la cual «puede modificarse hasta cierto punto mediante cirugía, hormonas, ejercicio, vestimenta y otros métodos» (p. 61), como es el caso de la autora, a quien repiten «tienes lo que hay que tener» (Sánchez, 2021, p. 132), como una manera de consuelo ante su pérdida.

La intervención quirúrgica se presenta como la primera batalla, siguiendo el léxico militarista al que aludía Sontag, que padece su cuerpo, una reflexión que expresa desde su presente como creadora: «Mi cuerpo es una batalla perdida» (Sánchez, 2021, p. 32). Estas alegorías anatómicas, imbuidas de esa clase de lenguaje, asimismo conectan con la prosa de Winterson, aunque más con otra de sus obras, como *Written on the Body* (1993); la diferencia estriba en que, en esta novela, el cuerpo de la amada ya no debe ser conquistado, como solía ocurrir en la poesía medieval, sino que se adopta una imaginería menos agresiva, más ligada al concepto de la exploración (Winterson, 1993, p. 82). Esta visión del contorno de la mujer como campo de batalla también aparece en el texto de Sánchez en relación con otro de los tópicos predominantes del feminismo contemporáneo: la belleza. El cuerpo no solo se constituye de esta manera en el terreno de la enfermedad, sino también respecto a los cánones estéticos que menciona Piñeyro (2016) al relatar los debates de la tercera ola feminista, que «pone el énfasis en el cuerpo, postulándolo como campo de batalla y territorio de resistencia frente al patriarcado» (pp. 84-85). Durante su tratamiento, la autora se ve inmersa en la contraposición de una sociedad que le exige ciertos cánones estéticos, frente a unos fármacos que obstaculizan el hecho de alcanzarlos: «Este fármaco, Rexer,

es extraordinario pero engorda. Mi cuerpo no es el de antes. Nunca lo será. Me alimento con ansias» (Sánchez, 2021, p. 59).

En el caso de Sánchez, además, esta ruptura con la belleza normativa se entremezcla con el recuerdo de episodios de acoso escolar producidos, en gran medida, por razones de esa índole (p. 71), que han provocado una huella duradera en su memoria: «No se olvida: sentarte en una silla de colegio en la que te van a maltratar e insultar» (p. 59). Los trastornos derivados de su medicación desembocan en una metamorfosis del cuerpo, y más allá de este: «He adelgazado, he engordado y he vuelto a adelgazar. He llegado a pesar 65 y 45 kilos en un año y medio» (p. 16). Gilbert y Gubar (2000) ya habían indicado cómo las sociedades patriarcales enferman de forma literal, física y psíquicamente, a su población femenina (p. 53), un hecho que reflejan desde el siglo XIX, en el que descubren la fuente de enfermedades como la anorexia (pp. 53-54), la cual, en testimonio de quienes la padecen, se relaciona con «un suicidio prolongado y doloroso, quizá una especie de grito de socorro, un tiempo muerto durante el que se acumulan motivos falsos para seguir manteniendo la misma actitud» (Valère, 2002, p.126). Esta clase de trastornos alimentarios «son formas de enfermar específicamente femeninas: según la Federación Española de Asociaciones de Ayuda y Lucha contra la Anorexia y la Bulimia (FEACAB) entre un 90% y un 95% de las personas que sufren estas enfermedades son mujeres» (Piñeyro, 2016, pp. 73-74). En la actualidad, las redes sociales constituyen un factor que acentúa este tipo de trastornos, hasta crear fenómenos como el «efecto selfi» o el «síndrome de dismorfia de Snapchat» (Fonseca, 2019, p. 25), por los cuales las adolescentes y mujeres jóvenes, de forma predominante frente a los varones, distorsionan su propia imagen al compararla con aquellas que, manipuladas por diversos filtros, circulan por el espacio virtual. En *Fármaco*, Sánchez (2021) establece una conexión entre ese canon de belleza impuesto y su pulsión de muerte: «Entonces, todas mis depilaciones con cuchilla y aloe vera están dedicadas a la muerte» (p. 54). La autora logra, de esta manera, crear un efecto entre macabro e irónico que concuerda con el resto de reflexiones en el texto sobre su propio físico.

Por lo que respecta al suicidio, que en la obra de Winterson se presenta como un episodio de renacimiento de ecos bíblicos, en *Fármaco* no aparece a modo de instante concreto, sino como una constante que la autora va

retomando de forma discontinua. Ya desde el comienzo lo introduce a la manera de un acto de suspensión de lo racional: «El suicidio es un momento de no pensar» (Sánchez, 2021, p. 16). Más adelante en el relato, no obstante, parece matizar esta concepción: «Formas de matarte. Estrategias. Tu cabeza piensa y rumorea cómo acabar contigo. Intento no pensar» (p. 120). De este modo, se alude a dos clases de ausencia de pensamiento: aquella en la que el suicidio podría acontecer, frente a la otra que se usa como estrategia defensiva contra aquel. Dos polos opuestos, susceptibles de relacionarse con la noción de la esquizofrenia que ya había aparecido en Winterson y que Sánchez también expresa, como se indicará más adelante. Dentro de esa suspensión del raciocinio a la que la autora adscribe el acto suicida, a lo largo de su obra da la impresión de haberlo naturalizado, narrándolo como si se tratara de una actividad rutinaria más dentro de su existencia: «Un día tenía que cruzar la carretera y decidí lanzarme contra un coche» (p. 155). La naturalidad que utiliza en este episodio tiene su continuación cuando se lo relata a una amiga en un bar, y ambas bromean sobre el mismo: «Nos burlamos un poco de mi locura. Ni por asomo consideré que sería capaz de reírme de mi depresión. De mi intento de suicidio. Y ahí me vi, plantándole cara, con una cerveza que me gustaba, con una compañía que derrochaba esencias florales del verano, júbilo de vivir» (p. 173). Este momento resulta relevante no solo por el contraste mostrado entre ambas figuras femeninas, sino porque, además, refleja cómo construir redes sociales de apoyo mutuo se constituye en una alternativa complementaria al tratamiento farmacológico del personaje, sugiriendo un efecto terapéutico que ayude a su curación. Además, hablar de un tema sobre el que todavía pesan tabús permite hacer visible una realidad que, como afirma Giner (2021), comparándola con la toxicomanía y adicciones similares, prefiere ser encubierta: «El suicidio, como la adicción, como la enfermedad mental, se silencia, se esconde y se estigmatiza» (p. 58). Este estigma, por otro lado, según el autor afectaría al modo en el que se clasifican las enfermedades en general, y más en concreto las mentales: «enfermedades de primera y de segunda, enfermedades respetables y otras que no lo son tanto, enfermedades que se padecen y enfermedades que se buscan, enfermedades de las que se habla sin tapujos y otras que se esconden» (p. 17).

Sin embargo, tanto en la obra de Winterson como en la de Sánchez, el intento de suicidio se presenta como un acto en el que ha desembocado un proceso de depresión, que ha podido ser más o menos verbalizado previamente, puesto que su silenciamiento se relaciona también con el sentimiento de vergüenza que ya se había mencionado respecto a otras enfermedades, como el cáncer de ovarios. En el caso de *Fármaco*, la depresión y el suicidio son los dos tópicos capitales que se van alternando a través de los distintos fragmentos que la componen, siendo la primera definida de este modo: «Es la enfermedad más grande, invisible, inesperada, destructiva, egoísta, insana, paranoica, desaliñada, mugrienta y tendenciosa que he tenido» (Sánchez, 2021, p. 24). Esta abundante adjetivación continúa más adelante al calificarla de «inhóspita, sádica, repetitiva, pegajosa, tiránica, inmaterial y diabólica» (p. 34), siendo este último término la clave para comprender las diferentes metáforas que en el texto asocian la depresión con el demonio o figuras similares, hasta el punto de hacerle exclamar: «¡Sácamelos, por favor, sácame a este diablo del cuerpo!» (p. 34). El hecho de que recurra a imágenes bíblicas y al hipotético «exorcismo» que tal vez pudiera extraer el mal de sí misma acercan la visión de Sánchez a la de Winterson; por otro lado, dentro de las estrategias que la autora busca en contra de lo que considera una especie de posesión, también es relevante que utilice, de forma voluntaria, la terapia de electroshock: «Nada me funciona. He buscado por internet un aparato de esos que da calambres. Para espabilarme. Darme una descarga, un chispazo. Que los brazos muertos que ando arrastrando día tras día se reactiven» (p. 119). Klein (2007) señala que la electroterapia había tenido, en sus orígenes, una función en los exorcismos (p. 153), mientras que, en el contexto español reciente, de hecho, esa herramienta se ha utilizado, más que de la manera voluntaria que describe la autora, como elemento de control en las instituciones psiquiátricas, en especial ejercido sobre personas que no cumplían con las expectativas de género; feministas lesbianas, como Pineda (2008, p. 32) afirman, de hecho, haber sido sometidas a esta clase de terapia durante el franquismo, pero Sánchez no presenta su uso en un contexto negativo, sino como una estrategia a la que acudir cuando considera que se está quedando sin opciones.

Por otra parte, cabe destacar una diferencia notable entre la situación de ambas autoras, y es el contexto social o socioeconómico: en el caso de

Winterson, ya se ha indicado cómo su posición es la de una escritora ya célebre y reconocida, cuya independencia económica le lleva a tomar la decisión de vivir y trabajar fuera de la ciudad, puesto que su rol de creadora profesional así se lo permite; Sánchez, por otra parte, se encuentra en una situación distinta y así lo refleja en su primera visita al psiquiatra, incluyéndose en «la jodida situación de los jóvenes de ahora, la generación de mierda que somos, la precariedad de mierda, el no pagarnos de mierda, el alquiler altísimo que debo afrontar como si viviera en Silicon Valley» (Sánchez, 2021, p. 117). Si bien *Fármaco* no se desarrolla, de forma explícita, como una obra de denuncia social, sí que aparecen elementos que reflejan cómo la salud mental de la generación más joven en España ha empeorado a través de las sucesivas crisis, entre las que aún no aparece la pospandémica. El estudio de Balluerka Lasa et al. (2020) acerca de las consecuencias psicológicas de la Covid-19 y el confinamiento muestra cómo el grupo de menor edad entre las personas investigadas en su encuesta es el que presenta un empeoramiento del malestar psicológico global, además de un mayor aumento en los problemas de concentración y en los índices de irritación y enfado (p.138). Ramírez-Ortiz et al. (2021) también destacan cómo la ansiedad y la depresión han aumentado debido a la pandemia, dentro de un clima general de incertidumbre que no permite conocer con seguridad hacia dónde conduce el futuro cercano (p. 8). La autora forma parte de una generación cuyas condiciones no han dejado de empeorar tras sucesivos momentos de tensión, tras los que «prolifera las patologías mentales, que han convertido la depresión en el principal mal del siglo XXI; las jóvenes generaciones viven peor que sus padres» (Macías, 2017, pp. 138-139). Y, en el caso de Sánchez (2021), la autoestima acerca de su porvenir ya comenzó a quebrarse durante su adolescencia, a través de comentarios de esta clase: «Lo mejor es que hagas letras y que estudies un oficio inservible. Porque no sirves» (p. 176).

En el epílogo de su historia se puede comprobar cómo, al igual que Winterson se había desdoblado en una suerte de criatura con la que conversa, personificación de su miedo y de su ansiedad, de su depresión en forma global cabría apuntar, Sánchez también afirma haber establecido un diálogo, en este caso con la muerte: «Dos años hablando con la muerte, acariciando su mano pringosa y temeraria» (p. 180). Si la autora británica afirmaba escuchar voces en la tradición de las figuras visionarias de la Antigüedad, la española

alude a «las psicofonías de mi mente» (p. 181) como efecto secundario, pero, a la vez, positivo, de su proceso de medicación, la «poesía química» (p. 181) que ha impulsado su creatividad a la hora de escribir su obra. Así, estas voces internas aparecen como una parte del proceso de curación, frente a la posibilidad de la esquizofrenia a la que la paciente siempre ha temido (p. 101). Y, si bien admite que «los fármacos han sido imprescindibles en mi sanación» (p. 181), también reconoce que va a comenzar a prescindir de ellos de forma paulatina, reduciendo las dosis. En todo caso, podría afirmarse que los fármacos han funcionado en su caso como un «rescate», que es uno de los nombres con los que Giner (2021) alude a la medicación que toma de forma puntual: «Fármacos que se hacían con el control de la mente y el cuerpo, tomaban el mando, dirigían y se responsabilizaban, temporalmente, del miedo» (p. 103). En el caso de Sánchez, de todas maneras, el recurso médico se establece como central, pero no exclusivo, dentro de una nueva etapa de recuperación.

6. CONCLUSIONES

Los dos textos que se han constituido en objeto de estudio comparten, siguiendo el razonamiento expuesto en el apartado introductorio, una doble condición, tanto como creaciones artísticas con un valor estético y literario, así como experiencias en las que ambas autoras han podido experimentar una catarsis, una especie de «exorcismo» en el sentido figurado en que sobrevuela la escritura de Winterson y Sánchez. A diferencia de obras similares, que se limitan a narrar episodios autobiográficos con un orden definido y una clara intención didáctica o con afán ejemplificante para el público receptor, los recuerdos de las autoras, conectando con el presente desde el que son rememorados, no encajan en una categoría estándar, de fácil clasificación: en el caso de la británica, puesto que su estilo, reconocido como posmoderno, le lleva a renunciar a la narración cronológica y a lo que cabría esperar en las memorias de una autora reconocida; en el de la española, la estructura fragmentaria, en ocasiones semejante a breves ráfagas, se asemeja al funcionamiento de la propia mente de Sánchez durante su tratamiento, a la manera de efectos secundarios de los fármacos que aparecen de forma recurrente en su relato. No obstante, la propia Winterson reconoce, durante una entrevista,

que el género autobiográfico sí puede constituirse en un lazo de unión a la hora de conectar a las autoras con sus lectoras, mitigando la sensación de aislamiento que pueden padecer estas últimas, a través de una estrategia de empoderamiento e identificación (Díaz Obregón, 2018). Y, si bien Winterson alude con esta consideración, particularmente, a una experiencia compartida por mujeres lesbianas, del mismo modo podría hacerse extensivo a aquellas otras personas que estuvieran atravesando por una situación similar respecto a su salud psíquica y emocional.

La experiencia catártica de las autoras cabría hacerse extensiva, por otro lado, a un hipotético valor terapéutico presente en sus textos; con esta expresión no se pretende catalogarlos como una especie de manuales de autoayuda, sino aludir a la identificación que puedan crear en las personas que se acerquen a su lectura, en especial aquellas que compartan una problemática similar respecto a su salud mental. El proceso compartido de la enfermedad, en este supuesto, sería susceptible de provocar un efecto sanador similar al que autores como Giner (2021) encuentran en el acto de la escritura: «escribir mi diario me ayudó a entenderme, a tomar distancia, y me salvó la vida» (p. 126). El hecho de que el público lector pudiera conseguir un beneficio similar sería un factor determinante para explicar el surgimiento de obras como *Fármaco* durante el contexto de pandemia: novedades editoriales en las que una serie de personajes, públicos o anónimos, reflexionan sobre sus vivencias de enfermedad sin considerarlas un estigma o tabú. La perspectiva que suele encontrarse en textos de este carácter es la de aportar visibilidad a realidades a menudo silenciadas, a través de un ejercicio de sinceridad que empatice con el potencial destinatario de su mensaje. Estas características se muestran como más evidentes en *Fármaco*, una obra que su autora parece concebir, aparte de su condición literaria, como un mecanismo en el que, reflejando sus episodios de crisis, pueda llegar a alcanzar una mayor comprensión de estos. Es en este sentido en el que cabe considerar el valor terapéutico de una novela como *Fármaco*, lo cual en ninguna manera restaría relevancia a su entidad intrínseca como producto cultural.

Sin embargo, lo que une a este texto con otros como los de Giner o similares, es que no eluden el tratamiento más estrictamente médico y psiquiátrico. El viaje de Winterson hacia su sanación, y el descubrimiento de su Grial particular, es, ante todo, interior, espiritual, aunque no dejará de encontrar

aliadas en su empeño, como su nueva pareja, Susie Orbach (Winterson, 2011, p. 179); hasta entonces, justo después de su intento de suicidio, la autora ha permanecido en la soledad y el aislamiento: no existen en su historia profesionales de la medicina o la psicología, ni tratamientos, terapias o ingesta de medicamentos. Esa es la principal diferencia respecto al proceso de crisis que narra Sánchez: aunque en su obra pueda reflejar aspectos deshumanizadores de la ciencia, se encomienda a esta para su propia supervivencia: «De esta depresión me acaban de salvar los fármacos. Fármacos que son amores: en breve me reuniré con ellos» (Sánchez, 2021, p. 176). Al menos en este ejemplo, se comprueba cómo la autora califica de una forma afectiva y humanizadora una realidad tan impersonal como la farmacológica, frente a sentimientos anteriores de su relato. Además del valor terapéutico concebido en la propia escritura, que antes se mencionó, Sánchez (2021) rememora aquel que durante su infancia tuvieron las lecturas que la acompañaron en ese período: «¿Me salvaron la vida los libros? Pienso que sí: muchísimo» (p. 80). Según su testimonio, pues, el poder de las historias ha sido determinante en su camino hacia la recuperación, como elemento complementario de la vertiente médica. Y, si un elemento final es factible de ser mencionado como común entre ambas creadoras, ese es el de su amor por todo tipo de historias, a lo largo de su peripecia vital.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andermahr, S. (2007). Introduction: Winterson and her Critics. En S. Andermahr (Ed.), *Jeanette Winterson* (pp. 1-13). Continuum International Publishing Group. https://doi.org/10.1007/978-1-137-11352-8_2
- Balluerka Lasa, N., Gómez Benito, J., Hidalgo Montesinos, M. D., Gorostiaga Manterola, A., Espada Sánchez, J. P., Padilla García, J. L., y Santed Germán, M. A. (2020). *Las consecuencias psicológicas de la COVID-19 y el confinamiento*. Servicio de Publicaciones de la Universidad del País Vasco.
- Brik, E., y Jiménez, L. (2020, 20 octubre). *Incremento del consumo de psicofármacos en España debido al COVID-19*. ITAD. <https://itadsistemica.com/adicciones/incremento-consumo-psicofarmacos-en-espana-debido-al-covid19/>
- Criado Perez, C. (2020). *La mujer invisible. Descubre cómo los datos configuran un mundo hecho por y para los hombres*. Seix Barral.

- De la Concha Muñoz, Á. (2008). La escritura de Jeanette Winterson: un desafío a la categorización y a las convenciones. En R. García Rayego y M. S. Sánchez Gómez (Eds.), *Que sus faldas son ciclones: Representación literaria contemporánea del lesbianismo en lengua inglesa* (pp. 131-148). Editorial EGALES.
- Denby, M. (2007). Religion and Spirituality. En S. Andermahr (Ed.), *Jeanette Winterson* (pp. 100-113). Continuum International Publishing Group.
- Díaz Obregón, A. (2018, 7 noviembre). *Cosas del directo: una anti-entrevista a Jeanette Winterson*. Pikara Magazine.
<https://www.pikaramagazine.com/2018/11/cosas-del-directo-una-anti-entrevista-a-jeanette-winterson/>
- Dio Bleichmar, E. (1993). La depresión en la mujer. En M. A. González de Chávez (Ed.), *Cuerpo y subjetividad femenina. Salud y género* (pp. 263-278). Siglo Veintiuno.
- Estrella, M. (2021). Cuerpos monstruosos, biotecnología e identidad de género en *Frankissstein* (2019), de Jeanette Winterson. *452°F*, 24, 146-160. <https://doi.org/10.1344/452f.2021.24.10>
- Faye, S. (2022). *Trans. Un alegato por un mundo más justo y más libre*. Blackie Books.
- Fonseca, V. (2019). Selfie: tecnología del yo en el capitalismo tardío y el nuevo malestar de la cultura. *Revista Inclusiones*, 6, 17-38.
- Gilbert, S. M., y Gubar, S. (2000). *The Madwoman in the Attic*. Yale University Press.
- Gimeno, B. (2018). *La lactancia materna: Política e identidad*. Cátedra.
- Giner, J. (2021). *Yo, adicto*. Ediciones Paidós.
- González, J. G. (2006). *Enigmas del Cristianismo*. Ediciones Nowtilus.
- Haslett, J. (2007). Winterson's Fabulous Bodies. En S. Andermahr (Ed.), *Jeanette Winterson* (pp. 41-54). Continuum International Publishing Group.
- Hines, S., y Taylor, M. (2019). *¿Es fluido el género?* Blume.
- Hustvedt, S. (2021). *Los espejismos de la certeza. Reflexiones sobre la relación entre el cuerpo y la mente*. Seix Barral.
- Klein, N. (2007). *La doctrina del shock. El auge del capitalismo del desastre*. Ediciones Paidós.
- Langland, E. (1997). Sexing the Text. Narrative Drag as Feminist Poetics and Politics in Jeanette Winterson's *Sexing The Cherry*. *Narrative*, 1, 99-107.
- Lanzillotta, S. (2016). Identity and Disguise: The Grotesque Body in Jeanette Winterson's Novels. *Inquiry Journal*, 2, 18-29.

- Lips, H. M. (2001). *Sex & Gender. An Introduction*. Mayfield Publishing Company.
- Londoño, N.H., y Ríos, P.C. (2012). Percepción de soledad en la mujer. *El Ágora USB*, 12 (1), 143-164. <https://doi.org/10.21500/16578031.229>
- Macías, A. (2017). *El colapso del capitalismo tecnológico*. Escolar y Mayo Editores.
- Makinen, M. (2005). *The Novels of Jeanette Winterson*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-0-230-80259-9>
- Martín Roncero, U., y González-Rábago, Y. (2021). Soledad no deseada, salud y desigualdades sociales a lo largo del ciclo vital. *Gaceta Sanitaria*, 35(5), 432-437. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2020.07.010>
- Ministerio de Sanidad (2022). *024. Línea de atención a la conducta suicida*. <https://www.sanidad.gob.es/linea024/home.htm>
- Onega, S. (2006). *Jeanette Winterson*. Manchester University Press. <https://doi.org/10.7228/manchester/9780719068386.001.0001>
- Osborne, R. (1993). *La construcción sexual de la realidad*. Cátedra.
- Peterson, J. B. (2020). *12 reglas para vivir. Un antídoto al caos*. Planeta.
- Pineda, E. (2008). Mi pequeña historia sobre el lesbianismo organizado en el movimiento feminista de nuestro país. En R. Platero (Ed.), *Lesbianas. Discursos y representaciones* (pp. 31-59). Melusina.
- Piñeyro, M. (2016). *Stop Gordofofia y las panzas subversas*. Baladre y Zambra.
- Ramírez-Ortiz, J., Castro-Quintero, D., Lerma-Córdoba C., Yela-Ceballos F., y Escobar-Córdoba, F. (2020). Mental health consequences of the COVID-19 pandemic associated with social isolation. *Colombian Journal of Anesthesiology*, 48(4). <https://doi.org/10.5554/22562087.e930>
- Sáez Buenaventura, C. (1993). Socialización de género y psicopatología: una hipótesis para la reflexión. En M. A. González de Chávez (Ed.), *Cuerpo y subjetividad femenina. Salud y género* (pp. 241-257). Siglo Veintiuno.
- Sánchez, A. (2021). *Fármaco*. Penguin Random House.
- Sigüenza, C. (2021, 20 junio). Un libro para exorcizar la depresión. *Diario de León (Filandón)*, 3.
- Sontag, S. (2014). *El sida y sus metáforas*. Penguin Random House.
- Stryker, S. (2017). *Historia de lo trans*. Continta Me Tienes.
- Valère, V. (2002). *Diario de una anoréxica*. RBA.
- Valls-Llobet, C. (2020). *Mujeres invisibles para la medicina*. Capitán Swing.
- Winterson, J. (1985). *Oranges Are Not the Only Fruit*. Vintage.
- Winterson, J. (1993). *Written on the Body*. Vintage.
- Winterson, J. (1996). *Art Objects*. Vintage.

Winterson, J. (2011). *Why Be Happy When You Could Be Normal?* Vintage.

Winterson, J. (2014). *Sexing the Cherry*. Vintage.

Wronka, M. (2017). The problems of identity in Jeanette Winterson's *Why Be Happy When You Could Be Normal?*, *Oranges Are Not the Only Fruit* and *The Passion*. *The Grove. Working Papers on English Studies*, 24, 195-206. <https://doi.org/10.17561/grove.v24.a10>

PERCEIVED GENDER EQUALITY IN CAREGIVING AND MENTAL HEALTH: THE IMPACT OF THE COVID-19 HEALTH CRISIS IN A SAMPLE OF ANDALUSIAN WOMEN¹

IGUALDAD DE GÉNERO PERCIBIDA EN EL REPARTO DE CUIDADOS Y SALUD MENTAL: IMPACTO DE LA CRISIS SANITARIA POR COVID-19 EN UNA MUESTRA DE MUJERES ANDALUZAS

Authors / Autoras:

Ana I. Muñoz-González
 Universidad de Sevilla, Sevilla, España
correoana21@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0001-9090-8834>

María García-Jiménez
 Universidad de Sevilla, Sevilla, España
 Autora de correspondencia
mgarciaj@us.es
<https://orcid.org/0000-0002-4751-061X>

M.ª Jesús Cala-Carrillo
 Universidad de Sevilla, Sevilla, España
mjcala@us.es
<https://orcid.org/0000-0001-5800-3616>

Submitted / Recibido: 23/12/2022

Accepted / Aceptado: 07/03/2023

To cite this article / Para citar este artículo:

Muñoz-González, A. I., García-Jiménez, M. y Cala-Carrillo, M.ª J. (2023). Perceived gender equality in caregiving and mental health: the impact of the COVID-19 health crisis in a sample of Andalusian women. *Feminismo/s*, 42, 303-330. Women, data and power. Insights into the platform economy [Monographic dossier]. Miren Gutiérrez (Coord.). <https://doi.org/10.14198/fem.2023.42.11>

Licence / Licencia:

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International.



© Ana I. Muñoz-González, María García-Jiménez y M.ª Jesús Cala-Carrillo

ANA I. MUÑOZ-GONZÁLEZ

MARÍA GARCÍA-JIMÉNEZ

M.ª JESÚS CALA-CARRILLO

Abstract

The restrictions during COVID-19 seem to have had an unequal impact on the mental health and habits of the population in terms of gender. The literature states that crises such as this have a more negative impact on women. We explored perceived overload due to household chores and informal caregiving in a sample of Andalusian women, their perception of an increase in this overload after the pandemic, and its possible effect on mental health. To do this, we administered an online

1. This work has been funded by Fundación María Fulmen (Sevilla) within their Third Call for Grants for Projects Aimed at Women Promotion (2021) [III Convocatoria de ayudas 2021 a proyectos dirigidos a la promoción de mujeres]. The authors declare no potential conflicts of interests.

retrospective questionnaire to explore the perception of 166 women on care economy variables by estimating hours, effort, overload, and sharing of chores at three different times: before the onset of the pandemic, during lockdown, and at the time of data collection (one year after lockdown). We also measured depression, anxiety, stress, and life satisfaction at the time of data collection through validated scales. Results showed that women estimated significantly more time and effort on household chores and caregiving for the lockdown period. The retrospective estimation of the sharing of tasks was similar over the three moments but women perceived that they did more than their heterosexual partners. One in four women perceived an increase in caregiving overload after the pandemic. Women who felt mental overload due to caregiving scored higher in depression than those who felt physical overload. Considering these findings, and despite the limitations of this study, the pandemic may have led to an increase in informal caregiving overload for many women. Furthermore, the relation between depression and overload one year after lockdown was demonstrated. Measures are required to reduce the impact of gender in crises by designing prevention policies and programs that promote co-responsibility.

Keywords: gender; overload; housework; informal caregiving; COVID-19; mental health.

Resumen

Las restricciones vividas durante la COVID-19 parecen haber causado un impacto diferencial de género en la salud mental y en los hábitos de gran parte de la población. Asimismo, la literatura indica que las situaciones de crisis como la vivida tienen peor impacto en las mujeres. El objetivo de este trabajo es explorar la sobrecarga percibida por las tareas del hogar y cuidados informales en una muestra de mujeres andaluzas, su percepción de un incremento en la misma tras la pandemia, y su posible relación con variables de salud mental. Para ello se administró un cuestionario online para explorar la percepción de 166 mujeres en variables de economía de cuidados estimando retrospectivamente las horas, esfuerzo, sobrecarga y reparto de tareas del hogar para el momento de recogida de datos (un año tras el confinamiento), para el momento previo al inicio de la pandemia y durante el confinamiento. También se administraron instrumentos validados para medir depresión, ansiedad, estrés y satisfacción vital en el momento de recogida de datos. Los resultados mostraron una percepción de mayor dedicación y esfuerzo debido a los cuidados y tareas del hogar estimado para el momento de confinamiento. El reparto de tareas se estimó similar para los tres momentos sobre los que se preguntó, y percibieron que ellas hacían más estas tareas que sus parejas heterosexuales. Una de cada cuatro mujeres percibió un aumento de la sobrecarga debida a cuidados tras la pandemia y los niveles de depresión fueron mayores en mujeres que sentían una sobrecarga mental debida a los cuidados, por encima de quien identificó sobrecarga física. Aun considerando

las limitaciones de este trabajo, la pandemia ha podido suponer un incremento en la sobrecarga por los cuidados informales para muchas mujeres y, evidenciada la relación entre depresión y sobrecarga, podría entenderse que esta relación también se diera durante el confinamiento. Se requieren medidas que reduzcan el impacto de género en situaciones de crisis y políticas y programas de prevención que fomenten la corresponsabilidad.

Palabras clave: Género; Sobrecarga; Tareas del hogar; Cuidados; COVID-19; Salud mental.

1. INTRODUCTION

In March 2020, a global pandemic was declared as a result of COVID-19. To prevent the spread of the virus, most countries implemented lockdown and social distancing measures that seem to have affected the mental health of the population. This negative effect could already be seen in early studies with general population from different regions in China, where 53.8% of the sample rated the psychological impact as moderate or severe and 16.5%, 28.8% and 8.1% reported depressive, anxious and stress symptoms at moderate or severe levels (Wang et al., 2020). The extent of restrictions also correlated positively with levels of loneliness, psychosocial distress and lower life satisfaction in the German population (Benke et al., 2020).

In Portugal, three weeks after the first confirmed case, 42% of an online-survey sample of 10529 participants already showed moderate or severe psychological impact, with 11.7%, 16.9% and 5.6% reporting moderate to severe symptoms of depression, anxiety and stress, respectively (Paulino et al., 2020). These data, like those obtained in a study conducted in mid-March 2020 in the Basque Country both previously and at the beginning of lockdown (Ozamiz-Etxebarria et al., 2020), reflected less psychological impact than in China. This could have been due to cultural factors, lack of knowledge of the virus or the greater severity of restrictive measures and lockdown in China, since, as the period of restrictions increased, so did the symptomatology. Similar results to those obtained in China were obtained in another longitudinal study in Spain: in the first data collection during the first weeks of strict lockdown, 18.7% of the sample revealed a possible diagnosis of depression and 21.6% were likely to be diagnosed with anxiety

(González-Sanguino et al., 2020a). After six weeks of lockdown there was a significant increase in depressive symptoms, but no differences were found regarding anxiety (González-Sanguino et al., 2020b).

Some research has also shown varying impact depending on certain socio-demographic characteristics. For example, in another study conducted in Spain (Justo-Alonso et al., 2020), differences were found depending on age, with people over 60 having lower levels of stress and anxiety than those aged between 18 and 45. Furthermore, people between 18 and 25 years of age scored significantly higher in depression than those aged 45 and over. This could be due to several factors: this age group mainly consists of students where the absence of a routine was more common, the effect of limited social contact was greater at an age where social interaction is so important, and the effect of moving back to their parents' house in many cases. Other research (López-Núñez et al., 2021) found greater life satisfaction in people aged 18 to 30, and this was related to factors such as employment status and a greater number of people living together.

Although both studies show that age and living situation moderate the psychological impact of the pandemic, they are not the only relevant variables. Several studies point to other factors, such as being a woman or having a low level of education, which are associated with increased symptoms of depression, anxiety and stress. Meanwhile, an economic situation perceived as positive and older age would act as protective factors against the psychological consequences of the pandemic (European Commission, Directorate-General for Research and Innovation & Oertelt-Prigione, 2020; Paulino et al., 2020).

Some of the specific factors of vulnerability that have been related to a greater impact on women are working in the health sector (a predominantly female group) or being a victim of gender-based violence (Castellanos-Torres et al., 2020). Furthermore, on a general level, women in Spain were harder hit in terms of well-being, feelings of loneliness, and symptoms of anxiety and stress as the lockdown progressed (González-Sanguino et al., 2020a). Specifically, in research with adults residing in Spain carried out during strict lockdown (Jacques-Aviñó et al., 2020), one third of the women in the sample were found to be suffering from anxiety and depression, compared to 17% of men. This impact was greater in women with lower socio-economic

circumstances. However, these data are limited to the period of lockdown, and it is not known how they have evolved and what factors might be influencing gender differences.

Research by López-Núñez et al. (2021) found that people with poorer mental health also had more family and work conflicts. There were significantly higher values for this variable in women, reflecting difficulties in work-life balance which was particularly affected during strict lockdown by the closure of schools, education going online and the suspension of the service provided by formal carers, cleaners or day centres. This increased the need for informal care of dependants and children, as well as housework over a prolonged period of time due to the reduction of social contact.

Women perform the (vast) majority of these tasks (Addati et al., 2018) or care economy tasks in addition to their own working hours, generating gender inequalities in the sharing of leisure and free time, which has been easier for men (e.g., Kurowska, 2020). In almost half of EU countries, women spend at least twice as much time as men on housework and caregiving (Blaskó et al., 2020). On average and under general conditions, women spend 4 hours and 25 minutes on these tasks compared to 1 hour and 23 minutes for men (Pozzan & Cattaneo, 2020). An unequal distribution of these tasks between men and women brings physical, emotional, labour, monetary and time costs (Addati et al., 2018), especially for those women who have been forced to perform domestic and productive work simultaneously during the pandemic period resulting in endless workdays (Heggeness, 2020).

Specifically, research with 274 heterosexual couples in the United States, with both partners working full-time and at least one young child, found that, although couples with more egalitarian strategies showed better levels of well-being and work performance, up to 36.6% of women were responsible for all or most of the care during school closures (Shockley et al., 2020). However, although some studies point to this overburdening of women with household and care tasks as one of the possible causes of gender differences in the psychological impact of the pandemic, this is not taken into consideration as a variable of analysis (Ausín et al., 2021) and the impact it may have had on their health and physical and/or mental overload is unknown.

Despite the above mentioned, the pandemic can be seen as an opportunity for long-term change in care-related gender roles as a result of teleworking,

the increased physical presence of parents at home and the high feminisation of the professions bearing the brunt of the health crisis (Blaskó et al., 2020). This opportunity exists insofar as there is a tendency for people to maintain changes from their previous habits, providing an opportunity for systemic changes for the care economy to be considered and recognised at political, social and economic levels (Power, 2020).

However, while the pandemic may have meant that many fathers have become co-responsible for caregiving, this is by no means universal (Lewis, 2020). Other reasons for this include prevailing gender roles and differential gender socialisation that perpetuate the structure that undervalues what is associated with «femininity», such as caregiving (Cortés & Parra, 2009). The report by UN Women on the 2008 economic crisis and gender equality highlighted how services associated with unpaid work related to care suffered major cuts, with the burden of this work falling more heavily on women, even in developed countries where a certain level of balance had been achieved (e.g., UN Women, 2014). And specifically, in some of the past health crises that ignored gender differences, policy responses actually exacerbated conditions of inequality, persisting beyond the end of the emergency situation itself (Davies & Bennett, 2016). Thus, failure to incorporate a gender perspective in decision-making and in assessing the impact of health crises may leave health systems vulnerable in the face of future pandemics and reliant on the care economy at the expense of the health and overload of many women (Harman, 2016).

Even when the Lancet Gender and Covid-19 Working Group asked governments to consider the direct and indirect effect of sex and gender on the pandemic, only 26 out of 55 countries provided sex-disaggregated data (Castellanos-Torres et al., 2020) and they did not necessarily analyse the impact of gender, focusing instead on immunological differences in the virus or higher mortality in men (Wenham et al., 2020). Despite evidence of an association between manifestations of gender inequality and poorer levels of mental health in women (e.g., de Sousa & de Araújo, 2012), and how the unequal division of labour in the household shows that women fare worse in this regard (e.g., Bird, 1999), few studies have addressed the consequences of the pandemic from a gender perspective.

A recent study in the UK showed that, in couples with children, women spent more hours than men on unpaid care, and as the number of hours spent

on this work increased, so did the psychological distress (Xue & McMunn, 2021). With these previous findings, it appears that unequal caregiving during the pandemic may have had an effect on women's mental health. However, to our knowledge no similar research has been done in Spain, nor has there been research into how factors related to the invisible economy of unpaid work during lockdown have been perceived by women in terms of the consequences for their mental health. This study examines the perceived effect of the pandemic on equality and care sharing and its impact on mental health and life satisfaction. To this end, we have drawn up the following objectives:

1. Determine perceived inequality in the women of the study sample through a descriptive analysis of variables referring to overload arising from household chores and informal care. We will also analyse potential differences in these variables when comparing their estimated perception for the pre-pandemic moment, lockdown and time of data collection;
2. Analyse descriptively the variables of mental health (depression, anxiety and stress) and life satisfaction in the women in the sample, and study their relationship with the socio-demographic variables of age and the situation of cohabitation;
3. Explore the relationship between these variables of mental health and life satisfaction with those relating to overload and caregiving estimated for the time of data collection;
4. Last, we shall study the relationship between perceived overload and mental health variables and life satisfaction, depending on whether or not an increase has been perceived in this overload after the pandemic.

According to the literature review, we stated two hypotheses. Regarding Objective 2, worse mental health is expected for younger women. Regarding Objective 3, worse mental health is expected the greater the perceived overload, the greater the effort involved in caregiving, the greater the number of hours per day dedicated to caregiving and in situations of unequal sharing of tasks in cohabiting couples.

2. METHOD

2.1. Participants

The research was carried out through a non-probability snowball sampling using an online survey that gave us access to a total sample of 179 people, after eliminating those who did not meet one of the inclusion criteria ($n = 13$): identifying as a woman, being over 18 years of age and residing in the autonomous region of Andalusia. The final sample ($N = 166$ women) were aged between 18 and 71 years ($M = 36.43$, $SD = 13.95$). Of these, 61.40% were women residing in different Andalusian cities, mostly Seville (81.90%), while 38.60% lived in villages.

In terms of educational level, 10.20% of women had basic or intermediate studies, 9.60% had finished secondary education, 59% had degrees and 21.10% had postgraduate studies. The socio-economic level of the family unit of the participants was defined as high in 3.60%, medium-high in 52.40%, medium-low in 40.40% and low in 3.60%. In this respect, it should also be noted that 41% of the sample was inactive at work (including sick leave, unemployment, students, retired, etc.) while 59% were in active employment, with 2.40% of this group on furlough at the time of data collection.

As far as their relationships were concerned, 80.70% of the sample had a partner, and 56% of these cohabited. Of the stable cohabiting couples, 98.77% were heterosexual. In terms of cohabitation status, and only among those whose situation remained unchanged since the beginning of the pandemic ($n = 141$), 6.40% lived alone or with flatmates, 58.20% with a partner and/or children, 31.90% with their family of origin (mothers, fathers, siblings or other relatives) and 3.5% had other different situations. Another relevant variable for this research is that the women in the sample had on average 0.73 dependents ($M = 0.73$; $SD = 1.02$).

2.2. Instruments

The data collection instrument was an online questionnaire that was completed on the Microsoft Forms platform and included ad hoc items and validated scales. Subjects were informed of the purpose of the research and the estimated completion time (15 minutes) at the beginning. The items of this instrument were distributed in different sections.

One section included several socio-demographic questions to describe the sample of participants: whether or not they identified themselves as women, place of residence, age, level of education, level of income and employment status. Questions were also included on their relationship status and family situation to find out whether or not they had a partner when they answered the questionnaire, who they lived with before and during the lockdown, as well as when answering the questionnaire and the number of dependents in their care.

Another section included the Spanish version of the Depression, Anxiety and Stress Scale (DASS-21, Lovibond & Lovibond, 1995, cit. in Daza et al. 2002) which measures three of the variables of interest coinciding with the three dimensions of the scale. The score for each subscale is obtained through the sum of 7 four-point Likert-type items (0 = *not at all applicable to me* to 3 = *very applicable to me/applicable most of the time*), with a total of 21 points. The scale has good psychometric properties and in the current study the internal consistency was $\alpha_{\text{Cronbach}} = .92, .84$ and $.86$ respectively for depression, anxiety and stress.

We also used the Spanish version of the Life Satisfaction Scale (Diener et al., 1985, cit. in Vázquez et al., 2013) with 5 Likert-type items (1 = *strongly disagree*, 7 = *strongly agree*). The total score ranges from 5 to 35, with higher scores indicating higher levels in the construct. The scale showed good internal consistency in the sample of the current study ($\alpha_{\text{Cronbach}} = .83$).

Finally, there was a section with 18 questions with both quantitative and categorical multiple-choice and Likert-type scales to explore: the perception of the division of tasks between the members of cohabiting couples, the number of hours dedicated per day to care and household chores, the perceived effort involved in these chores and whether this effort was perceived as an overload (none, physical, mental, both). These questions asked participants for an estimate of the time prior to the pandemic, during lockdown and at the time of data collection, thus providing three measures for each variable. They were also asked whether they had perceived a change in their overload as a result of the pandemic (no change, increase, or decrease in overload).

2.3. Procedure

This research obtained approval for its development from the Andalusian Biomedical Research Ethics Coordinating Committee (Protocol 2726-N-20). Before starting data collection, the questionnaire was piloted with 9 women to check that it was intelligible and error-free. Data collection was via a link to the questionnaire for online access. The application was individual, and the dissemination was carried out through social networks specifying the inclusion criteria and requesting the participation of women with diverse socio-demographic characteristics and their forwarding to other women, following a non-probabilistic snowball sampling.

When participants started the questionnaire, they accessed the first part which specified the objective of the research, the contact details of the researchers, their consent and voluntary participation, the right to leave the study and the confidentiality and anonymous treatment of their data. Each section of the questionnaire contained instructions for the correct completion of the instrument, which appeared in the order indicated in the previous section.

2.4. Data analysis

The data analysis was carried out with the SPSS 26 statistical package, using a significance level of .05 in all cases. The variables taken into account for the analyses are detailed in Table 1, bearing in mind that socio-demographic variables such as: area of origin, level of studies, level of income, number of dependents and employment status were only considered for the description of the sample.

Table 1
Analysis of variables^a with measurement scale and values

Sociodemographic variables	Age (quantitative)
	Cohabitation status: <i>alone or with flatmates, with a partner and/or children, with family of origin</i>
Variables related to perceived overload, care, and housework	* Estimated hours per day spent on care and household chores (quantitative)
	* Estimated effort involved in care and household chores: (1 = No effort at all and 5 = Maximum effort for me)
	* Estimate of overload associated with care/chores: <i>none, physical, mental, both types</i>
	* Perceived division of chores: <i>I do everything, I do more, equal sharing, my partner does more, my partner does everything.</i>
	Perception of a change in perceived overload after the pandemic: <i>No perceived change, increase in overload, decrease in overload</i>
Mental health variables	Score in depression
	Score in anxiety
	Score in stress
	Score in life satisfaction

Note: ^a Certain variables were recategorised for some analyses, as detailed in the results for each case; *Variables for which an estimate was obtained for three different points in time during the pandemic based on the retrospective perception of participants at the time of data collection: before the pandemic, during lockdown, and at the time of data collection (one year after lockdown).

For the descriptive analyses (Objectives 1 and 2), means and standard deviations were obtained for quantitative variables, and percentages and frequencies for categorical variables. The analysis of the possible change in the estimate made for the three moments of the pandemic in the quantitative variables (Objective 1) used Friedman's *F* test because the assumption of normality was not met for the quantitative variable of interest or because the

variable of interest was an ordinal categorical variable. If differences were found, ex-post comparisons were developed using the Wilcoxon test with Bonferroni adjustment ($\alpha/3 = .017$). R^2 was taken as a measure of effect size, considering small, medium and large levels (.01, .06 and .14, respectively). In the case of analysis of the possible change between these three moments for the categorical variables (Objective 1), McNemar's chi-square was used, taking Cramer's V as effect size, being small, medium and large according to the values .10, .30 and .50, respectively.

For relational analyses between two categorical variables for independent samples (Objective 1), Pearson's chi-square was used, using Cramer's V as the effect size. When the objective required comparing means between groups to study the relationship between a categorical and a quantitative variable (Objectives 1 and 3), we conducted analyses of variance using Snedecor's F if the homoscedasticity assumption was met and Welch's F if not, together with Tukey's and Games-Howell's multiple comparisons tests, respectively. R^2 was again taken as the effect size.

We performed the analysis of the relationship between quantitative variables (Objective 1 and 3) using Spearman's correlation when the assumption of normality was not met in the variables or when one of them was ordinal, considering in both cases r_{sp} as a measure of effect size with small (.10), medium (.30) or large (.50) levels.

Regarding Objective 2, we detected covariation between the sociodemographic variables of age and cohabitation status, so both variables were studied in relationship to the dependent variables (mental health and life satisfaction) by using Multiple Linear Regression analyses (MLR) to control both predictors and to test the interaction effect between them. We developed simultaneous models, centering the quantitative predictor (age) to reduce collinearity problems. We coded the cohabitation status as a dummy variable (0-1) considering «living with the partner and/or children» as the reference group. None of the models showed multicollinearity problems, according to tolerance indices higher than zero and the factor inflation of the variance (FIV < 10). We took R^2 as the effect size for the complete predictive model and ΔR^2 for each predictor.

For analyses regarding Objective 4 that required testing main and interaction effects between two categorical variables (IIVV) and one quantitative

variable (DV) in a factorial between-groups design, we ran a factorial between-groups ANOVA with effect sizes of R^2_{partial} . This was after testing that the assumption of homoscedasticity for the dependent variables of mental health and life satisfaction was met.

3. RESULTS

The following section presents the main² results obtained for each of the proposed objectives.

3.1. Objective 1

The descriptive analysis of variables related to overload and care showed that, with cohabitation status remaining unchanged through the pandemic since data collection, the estimate of hours per day spent on these tasks was a mean of 4.29 before lockdown ($SD = 4.36$), of $M = 5.51$ estimated hours by the time of lockdown ($SD = 4.99$) and $M = 4.76$ ($SD = 5.17$) by the time data were collected one year after lockdown. The Friedman test showed that the estimate of hours per day spent on care and household chores varied between these estimates, ($\chi^2_F(2) = 52.53, p < .001$). The Wilcoxon a posteriori test indicated that differences were found between the estimate of hours per day during lockdown (*Mean range* = 2.34) compared to before lockdown (*Mean range* = 1.75), with large effect size ($p < .001, R^2 = .24$). Differences were also found in the estimate of effort for the time during lockdown (*Mean range* = 2.34) and at the time of data collection (*Mean range* = 1.91), in this case with medium effect size ($p < .001, R^2 = .10$). The estimate of hours per day of the current time was also higher than the previous time, although with a small effect size ($p = .009, R^2 = .05$).

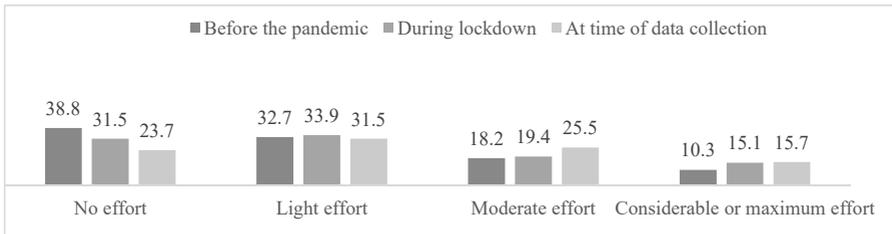
The effort involved in this care as estimated by the participants for the three points in time of the pandemic is illustrated in Figure 1. It shows that the percentage of women who felt that these tasks involved considerable or maximum effort increased by 5 percentage points from their pre-pandemic

2. For reasons of space, results where no statistical significance and small effect sizes were found are not included, since these confirmed the non-existence of a relationship between variables in the study sample.

estimate to their estimate of effort during lockdown. Considering again only cases where cohabitation remained unchanged, the Friedman test showed differences in the estimate of effort ($\chi^2_F(2) = 24.91, p < .001$), and the Wilcoxon test showed that differences were found between the estimate of effort before the pandemic (*Mean range* = 1.83) and the time of data collection (*Mean range* = 2.12), in this case with effect size close to large ($p < .001, R^2 = .13$). Differences were also found in the estimate of effort during lockdown (*Mean range* = 2.05) compared to before (*Mean range* = 1.83), although with small effect sizes in this case ($p = .015, R^2 = .04$).

Figure 1

Percentage of women according to perceived^a effort for household chores and care work as estimated before and during lockdown, and at time of data collection



Note: ^aWe recoded the variable due to the scarcity of data for the «maximum effort» value, pooling this data in the «considerable effort» value; data refers to a retrospective estimate of their perceived effort for the three moments of the pandemic at the time of data collection.

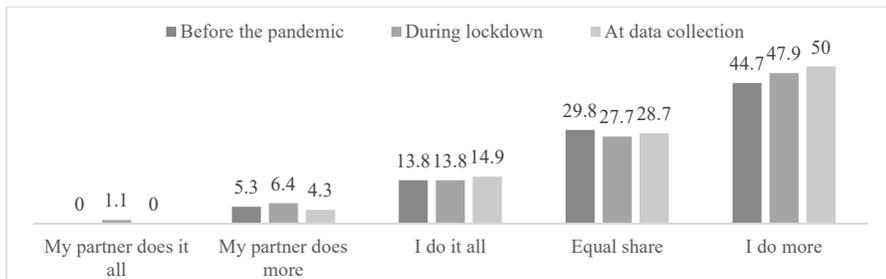
Regarding their perception of how this effort was overloading them, it was found that 32.7% indicated physical and/or mental overload in the period prior to the pandemic as a result of these tasks. This figure rose to 40.6% for the time during lockdown and remained unaltered at the time of data collection (40.7%). Of the women whose cohabitation status remained unchanged throughout the study, 26.1% ($n = 141$) perceived a subjective increase in overload as a consequence of the pandemic. When we analysed whether the estimated overload for the three points in time of the pandemic differed,

the results were inconclusive. No statistical significance appeared when comparing overload before-during lockdown ($p = .071$, $V = .54$); during lockdown-data collection time ($p = .690$, $V = .63$) and before-data collection time ($p = .115$, $V = .70$), but large effect sizes were obtained. Descriptively, of the total number of women who at the pre-pandemic time had indicated having no burden at all, 22.3% went on to identify physical or mental overload, or both during lockdown, and 14.9% went on to identify overload at the time of data collection.

Looking at the perception of the sharing of care and household chores in cohabiting couples ($N = 94$), and as can be seen in Figure 2, the perception was that this work was carried out mostly by the women in the sample, and not by their partners or in an equal manner. To analyse the change in perceived sharing at the three points in time, providing that cohabitation remained unchanged, we recategorised the task sharing variable into three values (I do more or all; equal sharing; and my partner does more or all) to homogenise the comparison groups. No significant differences were found, although large effect sizes were obtained both when comparing sharing between the time before the pandemic and during lockdown (McNemar's $\chi^2(2) = 0.41$, $p = .815$, $V = .70$), as well as when comparing the estimate during lockdown with the data collection time (McNemar's $\chi^2(3) = 1.44$, $p = .695$, $V = .69$), and when comparing the pre-pandemic time with the data collection time (McNemar's $\chi^2(3) = 3.67$, $p = .160$, $V = .87$). These effect sizes would appear to indicate a problem of insufficient statistical power probably due to a sample size that, had it been larger, could have been significant.

Figure 2

Percentage of women according to their perceived share of housework and care between cohabiting partners



Given that the variable related to caregiving overload would be a variable of interest for further analysis in relation to mental health, we studied the extent to which this overload was related to family cohabitation status for those whose situation had remained unchanged. Pearson's chi-square test showed a significant relationship ($\chi^2 (2, N = 136) = 29.78, p < .001$), with effect size close to large ($V = .47$). Analysis of the residuals showed a higher than expected percentage of perceived overload in women who lived with their partner and/or children (57.30%, $SR = 5.4$). In contrast, the highest proportion was of no perceived overload in both women living alone and/or with roommates (100%, $SR = 2.5$) and women living with their families of origin (86.70%, $SR = 4.3$).

Given these results, we explored whether cohabitation status was related to other variables related to caregiving at the time of data collection. We found that mean hours per day spent on caregiving differed depending on cohabitation status, with a large effect size (Welch's $F (2.25.76) = 21.77, p < .001, R^2 = .18$). Games-Howell post-tests showed more hours when living with a partner and/or children ($M = 7.10, SD = 6.70$) than when living alone or with roommates ($M = 2.22, SD = 1.39$) ($p < .001$) or when living with the family of origin ($M = 1.98, SD = 1.32$) ($p < .001$). Similarly, effort associated with caregiving tasks was also related to cohabitation status, with a large effect size ($F (2.133) = 21.33, p < .001, R^2 = .24$). Tukey's post hoc comparisons showed that mean effort was higher among those living with a partner and/

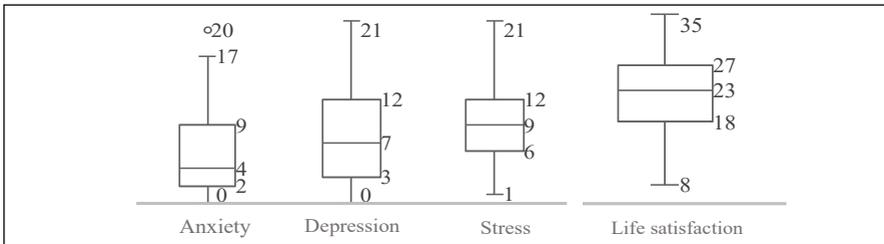
or children ($M = 2.72$, $SD = 1.00$) than those living alone or with roommates ($M = 1.67$, $SD = 0.87$) ($p = .004$) and those living with their families of origin ($M = 1.67$, $SD = 0.77$) ($p < .001$). Cohabitation status and task sharing were not found to be related and the effect size was small ($\chi^2(4, N = 86) = 4.42$, $p = .351$, $V = .16$).

3.2. Objective 2

The descriptive analyses in Figure 3 showed low mean scores for anxiety, depression and stress, considering the maximum possible scores (21 points). Life satisfaction showed intermediate scores in a more symmetrical distribution than the other variables. In general, this is a sample in which mental health problems were not predominant at the time of data collection.

Figure 3

Box plots on the distribution of the mental health criterion variables: anxiety, depression, stress and life satisfaction.



Note. Descriptives of variables: Anxiety ($M = 5.72$, $SD = 4.64$); Depression ($M = 7.99$, $SD = 5.89$); Stress ($M = 9.60$, $SD = 4.52$); Life satisfaction ($M = 22.37$, $SD = 6.14$).

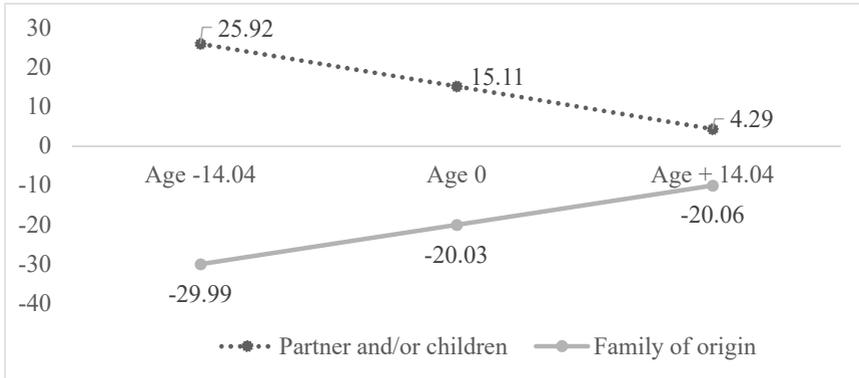
Given that the sample was homogeneous in terms of high level of studies (undergraduate or postgraduate) and with a medium socioeconomic level, the relationship between these variables and mental health was not analysed. However, this was done for the variables age and cohabitation status. However, age and cohabitation status covaried in our sample (Welch's $F(2,20.82) = 71.18$, $p < .001$, $R^2 = .52$), so testing the relationship between each of these variables with each dependent variable of mental health and

life satisfaction was carried out by MLR analyses, considering not only both predictors but also the interaction between them. To control the effect of variations in the cohabitation status through the three times at which estimates were asked about (before the pandemic, during lockdown and a year after lockdown), we only considered those participants whose cohabitation situation remained unchanged at the three moments.

Findings showed that life satisfaction could not be predicted by age or cohabitation status ($F(5,130) = 1.47, p = .204, R^2 = .02$), neither could the scores in anxiety be predicted ($F(5,130) = 1.91, p = .097, R^2 = .03$). The model for predicting the score in depression did reach statistical significance with medium effect size ($F(5,130) = 2.59, p = .028, R^2 = .06$) but none of the predictors in the model were statistically significant on their own. Regarding stress, not only did the model reach statistical significance with large effect size ($F(5,130) = 5.78, p < .001, \Delta R^2 = .15$), but the three predictors in the model showed a statistically significant relationship with the stress score: age ($\beta = -.29, t(130) = -2.02, p = .045, \Delta R^2 = .03$); the dummy variable comparing cohabitation with partner and/or children and cohabitation with family of origin, with medium effect size ($\beta = .47, t(130) = 3.49, p = .001, \Delta R^2 = .08$); and the interaction between both predictors, again with medium effect size ($\beta = .49, t(130) = 3.37, p = .001, \Delta R^2 = .07$). Given that the interaction effect was significant, it was not appropriate to interpret the principal effects of each predictor, even if they were significant. Thus, as shown in Figure 4, the higher the age, the higher the stress score for those cohabiting with their family of origin, while the relationship inverted for those living with their partner and/or children, for whom stress increased as age decreased.

Figure 4

Interaction effect between age and cohabitation status (with partner and/or children vs. family of origin) for predicted centered stress scores



3.3. Objective 3

In this case, we studied the relationship between mental health variables and variables related to overload and care. Once again with the proviso that cohabitation status had remained unchanged at the three moments of the pandemic, of all the analyses we performed, a significant relationship was only found between perceived overload (with levels: none, physical, mental, both) and the score in depression, according to the ANOVA test, with medium effect size ($F(3, 137) = 2.99, p = .033, R^2 = .06$). Differences were only found by Tukey's test in scores for depression when comparing between the group who perceived both mental and physical overload ($M = 5.33, SD = 4.15$) and those who perceived mental overload ($M = 10.33, SD = 6.35$).

3.4. Objective 4

After testing that the homogeneity of variances were assumed, a 2x2 between-groups factorial ANOVA was performed to analyse the main effect of perceived overload at the time of data collection (recoded in two levels: yes or no) and of change in perceived overload after the pandemic (two levels: no change perceived and perceived a change with increasing overload), as

well as the interaction between the two on scores in depression, anxiety and stress. No main effect was found for perceived overload, change in overload, or the interaction between the two, and effect sizes were small in all cases, although descriptively depression and anxiety levels were somewhat higher for those who did not perceive overload but felt that there had been an increase in their burden (see Table 2). In the case of life satisfaction, the interaction alone was found to be significant, although the effect size did not reach the medium level ($F_{\text{interaction}}(1, 135) = 4.08, p = .045, R^2_{\text{partial}} = .03$).

Table 2

Means (M) and standard deviations (SD) in depression, anxiety, stress and life satisfaction for each condition of the between-groups factorial design

	Perceived overload (physical and/or mental)			No perceived overload		
	Global ^a	No change	Increase	Global	No change	Increase
Depression	8.70 (5.81)	9.03 (5.73)	8.11 (6.00)	7.60 (5.70)	7.07 (5.52)	9.71 (6.11)
Anxiety	5.81 (4.34)	6.06 (4.53)	5.37 (4.03)	5.39 (4.54)	4.97 (4.49)	7.06 (4.48)
Stress	10.00 (4.41)	10.00 (4.57)	10.00 (4.23)	9.22 (4.40)	8.69 (4.34)	11.35 (4.06)
Life satisfaction	22.48 (6.57)	21.26 (6.98)	24.74 (5.17)	22.68 (5.56)	22.93 (5.57)	21.71 (5.61)

Note: ^aGlobal: indicates descriptives (M and SD) for the main effect of perceived overload (yes or no).

4. DISCUSSION

The aim of this study was to explore the perception of women's overload due to informal care and household chores, as well as the perception of change in this estimated by the women in the sample at different times of the COVID-19 pandemic and how this relates to mental health and life satisfaction variables. To this end, the first objective consisted of finding out the sample's perception of a set of variables related to the sharing of chores and care and the associated perceived overload.

The results show that the average number of hours spent by the women in the sample at the time the data were collected is in line with the average for European women, at around four and a half hours per day (Pozzan & Cattaneo, 2020). However, their estimate rose significantly to more than five hours a day for the months of lockdown. In addition, women who lived with their partners and/or children reported that they did most of the housework and cared for dependents before the pandemic, during lockdown and at the time of data collection – one year after lockdown. These results are more discouraging than those of the US study of heterosexual couples, where 36.6% of women performed all or most of these tasks during pandemic lockdown (Shockley et al., 2020).

We observed an increase in the unequal distribution of these tasks from the time prior to lockdown to the time of data collection, as the large effect sizes found for these analyses indicate a clear trend that could have been significant had a larger sample been available. In this sense, not only did the perceived trend of inequality in the sharing of household chores increase when it was estimated for the lockdown period, but once lockdown had ended and the women had gone through it, it may have meant a reversal in gains made in terms of equality in the domestic sphere. The fact that there was a high dedication and unequal distribution of household and care tasks may have led to high physical, emotional, labour and time costs for women (Addati et al., 2018). This is confirmed by the fact that 41% of women participants considered that these tasks were an overload that affected them physically and/or mentally.

In addition, 41.60% of the sample also acknowledged that these tasks were moderately to maximally demanding, and even more striking is that they estimated an increase in this effort in the lockdown period. That is, care had taken a toll on these women in this particular period. While the perception of estimated overload at different times during the pandemic did not show a significant change, the effect size indicates such a trend. Had the sample size been larger, a significant effect could have been found in terms of an increase in the percentage of women who identified some form of overload during lockdown or after the pandemic, compared to before the pandemic. These results are not conclusive, and more research is needed in this line of research, though. In any case, in addition to this negative trend for women,

it is worth recalling that more than one in four women perceived that their care and household work overload had increased as a result of the pandemic.

Considering these results globally, and taking into account that the sample consisted almost entirely of heterosexual women, it is clear that there continues to be gender inequality in the division of these tasks (Addati et al., 2018) and in the time spent doing them compared to their partners (Blaskó et al., 2020). There has also been a perceived increase in unpaid work for women during the pandemic, as indicated in previous crisis reports (UN Women, 2014) and in other European countries (Xue & McMunn, 2021). Moreover, ex-post analyses also revealed a greater dedication of hours a day spent on household chores and care for the group of women who lived with their partner and/or children, as already noted (Power, 2020). Again, this points to the idea that women have borne the brunt of this excess workload. While not denying the possibility that some men may have taken on caring responsibilities during the COVID-19 crisis, this has certainly not been the case in general, in line with the predictions of some authors (Lewis, 2020, cit. in Power, 2020). It is also possible that there may have been an underestimation of the variables studied, due to the questionnaire being completed one year after the lockdown or other problems with using retrospective data (Hipp et al., 2020).

The set of results for the first objective illustrates that this crisis situation has not been, as some studies suggested, an opportunity for change towards greater equality in the family sphere (e.g., Blaskó et al., 2020). On the contrary, this inequality and the perpetuation of traditional gender roles seem to have been exacerbated in society in general and in the context of family socialisation, which is essential for learning and imitating gender roles (Cortés & Parra, 2009). Traditionally, gender socialisation has taught girls to put others' needs before their own, despite the serious costs that this might have for women's mental health (Jack, 2011). It is therefore essential to intervene to stop the generational transmission of these gender inequalities, while at the same time emphasising the need for public policies that, in crisis situations, prevent the care economy from falling even more heavily on women's shoulders (UN Women, 2014). It would be interesting to explore the real involvement of men in these tasks in future studies on new crises

and to design programmes for the reconstruction of gender roles towards equality based on co-responsibility, especially in crisis situations.

Another consequence of this inequality in care and the sharing of household tasks are the mental health costs traditionally borne by women. These were the focus of the second and third objectives of this research. In our assessment of the mental health status of the sample, in general we found low levels of depression, anxiety, stress and high levels of life satisfaction. This could be due to protective factors such as a good homogeneous socio-economic level in the medium-high range. But it may also have been the result of the prevailing mood when data collection was conducted. There was less uncertainty and sense of fear due to a greater understanding of the virus, vaccination campaigns were starting (Jacques-Aviñó et al., 2020; Ozamiz-Etxebarria et al., 2020), and restrictive measures were being eased, and a year had passed since the outbreak of the pandemic itself. These factors may have mitigated the first higher-level impact on the sample's mental health (González-Sanguino et al., 2020a). The floor effect of the mental health variables could partly explain the absence of relationships with many of the independent variables. A relationship was found with age and the type of perceived overload associated with caregiving.

With respect to age, we hypothesized worse mental health the younger the women were, in line with previous research. Our findings showed this relationship only for the stress score and only for those cohabiting with their partner and/or children. However, when they cohabited with their family of origin, the older they were, the higher they scored in stress. To our knowledge, this moderating effect of cohabitation status on the relationship between age and mental health has not been tested in previous studies. Previous research acknowledged that limited social contact or returning to the family home in younger women might explain worse levels of mental health for these age groups (Justo-Alonso et al., 2020; López-Núñez et al., 2021). This does not seem to explain our results. While we understand that other factors may be involved, lower stress in younger women living with their families of origin could be due to less exposure to the responsibilities of the care economy. These responsibilities increase with age when, for instance, there is a need to care for dependent people in the family of origin. It seems that understanding the relationship between age and mental health

calls for future studies to look into this moderating effect of cohabitation status, as well as exploring gender differences in future crisis situations similar to the one recently experienced.

The second variable related to mental health, specifically depression, was the type of perceived overload at the time of data collection. Levels of depression were significantly higher when the perceived overload was of a mental type, compared to when it was perceived to be of a physical type. Although no interaction or main effects of either variable were observed when dichotomising this variable and studying it together with the perception of increased overload after the pandemic, descriptively a slight increase in depression, anxiety and stress was observed in those women who, while not perceiving an overload of care, reported having noticed an increase in work overload after the pandemic. Thus, the simple relationship between caregiving overload and depression is conclusive and shows that, at the time of data collection, the perception of caregiving overload has an impact on mental health, which has already been corroborated by numerous studies, including outside the pandemic context (e.g., Bird, 1999; de Sousa & de Araújo, 2012).

This work is not without its limitations. As this is a correlational study between mental health variables and the subjective perception of overload or a change in overload after the pandemic, it rules out establishing a causal relationship retrospectively. It also means that results that associate variables at different points in time, which in reality are estimates made one year after the lockdown, should be interpreted with caution. Research with longitudinal designs is needed to explore all the variables discussed here over time in future crises or emergencies. On the other hand, non-probabilistic sampling was used, which prevented the sample from being representative and heterogeneous. It would also be interesting to expand the sample and explore caregiving overload in both partners of heterosexual couples, looking at the relationship between overload and mental health as a function of gender in crisis situations. In addition, we were not able to obtain validated instruments on the burden of informal caregiving and housework as a function of the distribution of these tasks.

Despite all the above, this research is a first approach to the problem of the impact of a crisis in terms of gender equality in the care economy and

its effect on mental health. Despite its limitations, there is evidence of an accentuation in the inequality that women feel. The fact that the unequal sharing of chores has increased after the pandemic requires further follow-up analysis of these inequalities and specific interventions to avoid a setback on the slow path towards co-responsibility. Similarly, poorer mental health was found in those who reported that caregiving led to mental overload. Once again, this highlights the importance of gender-sensitive policy measures not only for the promotion of equality but also to curb the gender impact of crisis situations, which we know are cyclical historically. Just as European societies were beginning to recover from the COVID-19 health crisis in 2022, they were hit by another in the form of the war in Ukraine and the resulting economic crisis. As in past and future crises, we must be alert to investigate and intervene on the negative impact these crises have on women in particular.

5. REFERENCES

- Addati, L., Cattaneo, U., Esquivel, V., & Valariano, I. (2018). *Care work and Care Job for the Future of Decent Work*. International Labor Organization.
- Ausín, B., González-Sanguino, C., Castellanos, M. Á., & Muñoz, M. (2021). Gender-related differences in the psychological impact of confinement as a consequence of COVID-19 in Spain. *Journal of Gender Studies*, 30(1), 1-10. <https://doi.org/10.1080/09589236.2020.1799768>
- Benke, C., Autenrieth, L. K., Asselmann, E., & Pané-Farré, C. A. (2020). Lockdown, quarantine measures, and social distancing: Associations with depression, anxiety and distress at the beginning of the COVID-19 pandemic among adults from Germany. *Psychiatry Research*, 293, 113462. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2020.113462>
- Bird, C. E. (1999). Gender, Household Labor, and Psychological Distress: The Impact of the Amount and Division of Housework. *Journal of Health and Social Behavior*, 40(1), 32-45. <https://doi.org/10.2307/2676377>
- Blaskó, Z., Papadimitriou, E., & Manca, A. R. (2020). *How will the COVID-19 crisis affect existing gender divides in Europe?* Publications Office. <https://doi.org/10.2760/37511>

- Castellanos-Torres, E., Tomás Mateos, J., & Chilet-Rosell, E. (2020). COVID-19 from a gender perspective. *Gaceta Sanitaria*, 34(5), 419-421. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2020.04.007>
- Cortés, D., & Parra, G. (2009). La ética del cuidado. Hacia la construcción de nuevas ciudadanías. *Psicología desde el Caribe*, (23), 183-213. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-417X2009000100010&lng=en&tlng=es
- Davies, S. E., & Bennett, B. (2016). A gendered human rights analysis of Ebola and Zika: Locating gender in global health emergencies. *International Affairs*, 92(5), 1041-1060. <https://doi.org/10.1111/1468-2346.12704>
- Daza, P., Novy, D. M., Stanley, M. A., & Averill, P. (2002). The Depression Anxiety Stress Scale-21: Spanish translation and validation with a Hispanic sample. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 24(3), 195-205. <https://doi.org/10.1023/A:1016014818163>
- De Sousa, P., & de Araújo, M. T. (2012). Association between housework overload and common mental disorders in women. *Revista Brasileira de Epidemiologia*, 15(3), 560-572. <https://doi.org/10.1590/S1415-790X2012000300010>
- European Commission, Directorate-General for Research and Innovation, & Oertelt-Prigione, S. (2020). *The impact of sex and gender in the COVID-19 pandemic: Case study*. Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2777/17055>
- González-Sanguino, C., Ausín, B., Castellanos, M. Á., Saiz, J., López-Gómez, A., Ugidos, C., & Muñoz, M. (2020a). Mental health consequences during the initial stage of the 2020 Coronavirus pandemic (COVID-19) in Spain. *Brain, Behavior, and Immunity*, 87(May), 172-176. <https://doi.org/10.1016/j.bbi.2020.05.040>
- González-Sanguino, C., Ausín, B., Castellanos, M. Á., Saiz, J., López-Gómez, A., Ugidos, C., & Muñoz, M. (2020b). Mental Health Consequences of the Coronavirus 2020 Pandemic (COVID-19) in Spain. A Longitudinal Study. *Frontiers in Psychiatry*, 11, 565474. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2020.565474>
- Harman, S. (2016). Ebola, gender and conspicuously invisible women in global health governance. *Third World Quarterly*, 37(3), 524-541. <https://doi.org/10.1080/01436597.2015.1108827>
- Heggeness, M. L. (2020). Estimating the immediate impact of the COVID-19 shock on parental attachment to the labor market and the double bind of

- mothers. *Review of Economics of the Household*, 18(4), 1053-1078. <https://doi.org/10.1007/s11150-020-09514-x>
- Hipp, L., Bünning, M., Munnes, S., & Sauermann, A. (2020). Problems and pitfalls of retrospective survey questions in COVID-19 studies. *Survey Research Methods*, 14(2), 109-114. <https://doi.org/10.18148/srm/2020.v14i2.7741>
- Jack, D. C. (2011). Reflections on the Silencing the Self Scale and its origins. *Psychology of Women Quarterly*, 35(3), 523-529. <https://doi.org/10.1177/0361684311414824>
- Jacques-Aviñó, C., López-Jiménez, T., Medina-Perucha, L., de Bont, J., Gonçalves, A. Q., Duarte-Salles, T., & Berenguera, A. (2020). Gender-based approach on the social impact and mental health in Spain during COVID-19 lockdown: a cross-sectional study. *BMJ open*, 10(11), e044617. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2020-044617>
- Justo-Alonso, A., García-Dantas, A., González-Vázquez, A. I., Sánchez-Martín, M., & del Río-Casanova, L. (2020). How did different generations cope with the COVID-19 pandemic? Early stages of the pandemic in Spain. *Psicothema*, 32(4), 490-500. <https://doi.org/10.7334/psicothema2020.168>
- Kurowska, A. (2020). Gendered Effects of home-based work on parents' capability to balance work with non-work: two countries with different models of division of labour compared. *Social Indicators Research*, 151, 405-425. <https://doi.org/10.1007/s11205-018-2034-9>
- Lewis, H. (2020, march 19). *The Coronavirus is a disaster for feminism*. The Atlantic. <https://www.theatlantic.com/international/archive/2020/03/feminism-womens-rights-coronavirus-covid19/608302/>
- López-Núñez, M. I., Díaz-Morales, J. F., & Aparicio-García, M. E. (2021). Individual differences, personality, social, family and work variables on mental health during COVID-19 outbreak in Spain. *Personality and Individual Differences*, 172, 110562. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110562>
- Ozamiz-Etxebarria, N., Dosil-Santamaria, M., Picaza-Gorrochategui, M., & Idoiaga-Mondragon, N. (2020). Stress, anxiety, and depression levels in the initial stage of the COVID-19 outbreak in a population sample in the northern Spain. *Cadernos de Saude Publica*, 36(4), 1-10. <https://doi.org/10.1590/0102-311x00054020>
- Paulino, M., Dumas-Diniz, R., Brissos, S., Brites, R., Alho, L., Simões, M. R., & Silva, C. F. (2020). COVID-19 in Portugal: exploring the immediate

- psychological impact on the general population. *Psychology, Health and Medicine*, 26(1), 44-55. <https://doi.org/10.1080/13548506.2020.1808236>
- Power, K. (2020). The COVID-19 pandemic has increased the care burden of women and families. *Sustainability: Science, Practice, and Policy*, 16(1), 67-73. <https://doi.org/10.1080/15487733.2020.1776561>
- Pozzan, E., & Cattaneo, U. (2020). Women health workers: Working relentlessly in hospitals and at home. *International Labour Organisation*. https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_741060/lang--en/index.htm
- Shockley, K. M., Clark, M. A., Dodd, H., & King, E. B. (2020). Work-family strategies during COVID-19: Examining gender dynamics among dual-earner couples with young children. *Journal of Applied Psychology*, 106(1), 15-28. <https://doi.org/10.1037/apl0000857>
- UN Women (2014). *The global economic crisis and gender equality*. <https://www.unwomen.org/sites/default/files/Headquarters/Attachments/Sections/Library/Publications/2014/TheGlobalEconomicCrisisAndGenderEquality-en%20pdf.pdf>
- Vázquez, C., Duque, A., & Hervás, G. (2013). Satisfaction with life scale in a representative sample of Spanish adults: Validation and normative data. *Spanish Journal of Psychology*, 16(May 2014). <https://doi.org/10.1017/sjp.2013.82>
- Wang, C., Pan, R., Wan, X., Tan, Y., Xu, L., Ho, C. S., & Ho, R. C. (2020). Immediate Psychological Responses and Associated Factors during the Initial Stage of the 2019 Coronavirus Disease (COVID-19) Epidemic among the General Population in China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17, 1729. <https://doi.org/10.3390/ijerph17051729>
- Wenham, C., Smith, J., Morgan, R., & Gender and COVID-19 Working Group. (2020). COVID-19: the gendered impacts of the outbreak. *The Lancet*, 395, 846-847. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30526-2](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30526-2)
- Xue, B., & McMunn, A. (2021). Gender differences in unpaid care work and psychological distress in the UK Covid-19 lockdown. *Plos One*, 16(3), e0247959. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0247959>

LA DECONSTRUCCIÓN DEL PERSONAJE FEMENINO EN GALDÓS: EL CASO DE MARIANELA Y «LA PERI»

THE DECONSTRUCTION OF THE FEMALE CHARACTER IN GALDÓS: THE CASE OF MARIANELA AND «LA PERI»

FRANCISCO JOSÉ PEÑA RODRÍGUEZ

SILVIA COMPANYY DE CASTRO

Authors / Autores:

Francisco José Peña Rodríguez
IES José Conde García (Almansa) Albacete,
España

franciscojosepr@yahoo.es
<https://orcid.org/0000-0002-1381-1238>

Silvia Company de Castro
Universidad de Valencia, Valencia, España
silcomde@hotmail.es
<https://orcid.org/0000-0003-2426-7909>

Submitted / Recibido: 01/05/2022

Accepted / Aceptado: 08/09/2022

To cite this article / Para citar este artículo:

Peña Rodríguez, F. J. y Company de Castro, S. (2023). La deconstrucción del personaje femenino en Galdós: el caso de Marianela y «La Peri». *Feminismo/s*, 42, 331-354. Women, data and power. Insights into the platform economy [Monographic dossier]. Miren Gutiérrez (Coord.). <https://doi.org/10.14198/fem.2023.42.12>

Licence / Licencia:

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International.



© Francisco José Peña Rodríguez y Silvia Company de Castro

Resumen

El novelista canario Benito Pérez Galdós trazó en varias de sus obras un perfil canónico de la mujer española claramente diferenciado del atribuido, hasta el siglo XIX, por la tradición literaria en España. Esa construcción estética del personaje femenino implicó para el autor aportar la propuesta de un modelo literario y social nuevo, coincidente además con los postulados del republicanismo español de inicios del siglo XX, en el que militó. Para el escritor, la protagonista literaria debía trascender el papel convencional de esposa y madre hogareña hasta aportar estéticamente una proyección de futuro totalmente ajena al canon social vigente. Además, en toda su obra exploró y reinterpretó el papel de la mujer, tanto en la ficción narrativa y teatral como en el ensayo y el periodismo, hasta aportar modelos concretos como Marianela o «La Peri». En este trabajo se traza una lectura particular a partir de propuestas críticas contemporáneas, y se analiza la deconstrucción del personaje femenino galdosiano desde dos modelos singulares como las protagonistas de *Marianela* (1878) y *Realidad* (1889); asimismo se

desarrolla un análisis de ambas obras a partir de las dimensiones física, psicológica y sociológica de sus protagonistas principales. La propuesta crítica de este trabajo se complementa con la contextualización del vínculo personal de Pérez Galdós con el transcurso político y social de su época, y con la relación del punto de vista aportado por el autor sobre la sociedad del momento como materia literaria y la pertenencia de la mujer a aquella.

Palabras clave: novela; personaje femenino; canon decimonónico; Galdós; siglo XIX.

Abstract

The Canarian novelist Benito Pérez Galdós depicted in several of his works a canonical profile of the Spanish woman unmistakably well differentiated from the one attributed, until the 19th century, by the literary tradition in Spain. This aesthetic construction of the female character implied for the author to contribute the proposal of a new literary and social model, also coinciding with the postulates of Spanish republicanism at the beginning of the 20th century, in which he militated. For the Canarian author, the female literary protagonist had to transcend the conventional role of the wife and homely mother to aesthetically provide a projection of the future totally alien to the current social canon. Furthermore, through all his literary work, he explored and reinterpreted the role of women both in narrative and theatrical fiction as well as in essays and journalism, to the point of providing specific models such as *Marianela* or «La Peri». In this work, the authors delineate a specific reading from contemporary critical proposals; as well as analyze the deconstruction of the Galdosian female character from two singular models such as the protagonists of *Marianela* (1878) and *Realidad* (1889); alongside the analysis of both works from the physical, psychological and sociological dimensions of their main protagonists. The critical proposal of this work is complemented by the contextualization of the personal bond of the writer of his studied works with the political and social course of his time, accompanied by the point of view provided by him on the society of the moment as a literary matter and the weight of women's voice in it.

Keywords: novel; female character; nineteenth-century canon; Galdós; XIX century.

1. INTRODUCCIÓN

La mujer jugó un papel secundario en la sociedad, en la política y en la literatura decimonónicas, al margen de que en el siglo XIX accedieran al trono dos regentes (María Cristina de Borbón y María Cristina de Habsburgo-Lorena)

y una reina, Isabel II, finalmente destronada por una Revolución Gloriosa ciertamente progresista, pero que apenas modificó el *statu quo* social.

En efecto, quizás el rol social de las españolas apenas había variado desde el Renacimiento, por lo que continuaban siendo las grandes olvidadas, como en los siglos anteriores. Por ello, como escribe Cristina Jiménez Gómez:

Las novelas de Galdós están llenas de ejemplos donde se prelude una lucha entre el *statu quo* decimonónico y patriarcal, a través de personajes y lenguajes punitivos, excluyentes y censorios, y los individuos, las mujeres, que han sido históricamente excluidos y afinados en los márgenes de la sociedad. (Jiménez Gómez, 2017, p. 11)

El análisis social, en palabras de Manuel Fernández Álvarez, concluye que la mujer era:

Una insignificancia de cara al resto del país. En el resto de la sociedad, en especial la urbana, la mujer carece de protagonismo fuera del hogar; en el hogar sí, allí está en sus dominios. La casa familiar es su reino, no carente de riesgos, ciertamente, en especial cuando el marido-rey da en disfrutar haciendo alguna barbaridad; pero salvo eso, que no es poco, la mujer, cuando se convierte en esposa y en madre, también suele hacerlo como reina y gran señora de ese pequeño mundo familiar, máxime por cuanto el marido gusta de ausentarse y de vivir a su aire en el exterior, enfrascado en sus empresas, ya sociales, ya económicas, ya por supuesto amorosas. (Fernández Álvarez, 2010, pp. 90-91)

Más aún, su participación en la cultura española del siglo XIX apenas varió desde Cecilia Böhl de Faber –cuyas obras vieron la luz bajo el seudónimo de *Fernán Caballero*– hasta Emilia Pardo Bazán. Eso sí, las diferentes personalidades de ambas escritoras, como también ocurrió con Concepción Arenal o Rosalía de Castro, marcaron un antes y un después en las letras escritas por mujeres con anterioridad a la Edad de Plata (1902-1939), delimitada temporalmente por José-Carlos Mainer (1999).

Benito Pérez Galdós (1843-1920) asistió a los acontecimientos políticos y sociales más destacados del último cuarto del siglo XIX parapetado tras su imprescindible faceta de periodista de *La Nación* –además de otras cabeceras–, pero también con el lúcido punto de vista del narrador realista o del ensayista analítico (Aullón de Haro, 1984, pp. 60-61). El fracaso de la revolución encabezada en 1868 por el general Prim –con la que simpatizó–,

la repentina muerte de Alfonso XII o el turno de partidos arbitrado por la Regente se cuelan, necesariamente, entre las páginas de sus obras. En ese momento España estaba cambiando algo, pues la desconocida jefa del Estado procedía de Austria, había quedado recientemente viuda y gestaba *in extremis* al futuro Alfonso XIII, aunque como señala la profesora Elizalde:

La sorpresa que tenía reservada la situación planteada fue que María Cristina pronto se reveló como una excelente regente, muy trabajadora y entregada a su causa, enterada, prudente, discreta, objetiva, escrupulosa en el respeto a la Constitución. Y lo más curioso: desde el primer momento se produjo un buen entendimiento entre la reina y Sagasta, lo cual facilitó la relación entre ambos y el gobierno de los liberales. (Avilés Farré et al, 2011, p. 83)

Por ello Galdós, aunque militante liberal y diputado del grupo de Sagasta en 1886, comprendió bien a la reina, pues como señala Mónica Moreno,

en sus Episodios Nacionales, en concreto en *Cánovas* (publicado en 1912), alude a la dignidad con que soportaba las infidelidades de su marido y a su porte aristocrático: 'Bien se le conoce el nacimiento, la estirpe, que es, como tú dices, la más encumbrada del mundo' (Moreno, 2009, p. 18).

El país, pues, dependía necesariamente del alumbramiento de un hijo varón y hasta eso, narrado por Galdós, parece haberlo hecho bien la reina:

La Razón de Estado, sorda y ciega ante los casos idílicos tocantes al augusto fuero de la pasión humana, continuaba elaborando tranquilamente la vida externa de España, ora con hechos de carácter político, ora con otros de un orden familiar. Entre estos debo señalar el parte que publicó en la Gaceta la Facultad de Medicina de la Real Cámara, notificando al país con tonos jubilosos que Su Majestad la Reina doña María Cristina se hallaba en estado interesante. (Pérez Galdós, 2018, p. 190)

María Cristina de Habsburgo y, más tarde, su nuera Victoria Eugenia de Battemberg tuvieron sin duda la comprensión del escritor, aunque estas no fueran totalmente del agrado del pueblo. Con el tiempo Galdós abrazó el republicanismo, postura ideológica que no fue óbice para mantener algún trato con la ya reina madre, así como para alabar a los reyes, como resaltan Tusell y Queipo de Llano (2001, pp. 195, 260). Sin embargo, el escritor era antimonárquico y no siempre reflejaba la historia novelable de manera absolutamente positiva. En la Quinta Serie de sus *Episodios Nacionales* critica a la

burguesía por no transformar la realidad nacional y, con ello, la posición de la mujer en la sociedad. Según Francisco Caudet, Galdós censuró a esa clase social por su incapacidad «para cumplir la función histórica que, en el marco del siglo XIX, le había correspondido desempeñar» (Caudet, 1992, p. 78).

Sea como fuere, mostró una inclinación íntima hacia la mujer más allá de la pretensión amorosa: la percepción del valor social de la misma o de su importancia en la vida intelectual y política quedó de manifiesto en sus artículos, así como en la representación del personaje femenino en sus novelas y episodios.

Aunque crítico con la burguesía, el autor de *Fortunata y Jacinta* (1886) se identifica en esta novela con la primera, específicamente con la clase social a la que esta pertenece, contraponiéndola así a Jacinta y Juanito Santa Cruz. Entiende, por tanto, que «Fortunata es derrotada, como lo fue el pueblo español en 1875 [...] La grandeza de esta novela radica en que Galdós comprendió cuál era el sentido de la historia» (Caudet, 1992, p. 51). Al mismo tiempo, el escritor no omite la crítica hacia la mujer ociosa de su tiempo, quizás burguesa sin propósito social alguno más allá del propio medro personal con o sin un buen matrimonio. *La de Bringas* (1884), por ejemplo, refleja claramente esa censura social, ya que no quedan bien paradas ni Rosalía Pipaón ni la marquesa de Tellería, aunque Agustín y Amparo sí logren salir del entorno social en el que viven (Caudet, 1992, p. 40). Esos elementos narrativos antiburgueses comparcen igualmente en *Fortunata y Jacinta*, por ejemplo, en el caso de Guillermina (Sobejano, 1986, pp. 239-240).

La mujer galdosiana viene a ser una propuesta estética diferente al estereotipo tradicional de la Historia de España. En ese sentido, la maestra de escuela Atenaida de *La Razón de la Sinrazón* (1915) representa el arquetipo de la razón –virtud que el escritor resalta en otras protagonistas de sus obras–, el sentido común y el amor. De ahí que Francisco Caudet incida en que este personaje «se convertirá en la alternativa modélica» (Caudet, 1992, p. 71). Esta maestra –profesión que también ejercen otros significativos personajes galdosianos– conecta asimismo con el discurso krausista de fin de siglo, como había ocurrido en *El amigo Manso* y *El doctor Centeno* (Caudet, 1992, pp. 72-73). Partiendo de esos presupuestos, quizás sea posible justificar el buen juicio de Galdós hacia la Regente María Cristina, a quien generalmente atribuye criterio y razón, mientras censura a Isabel II,

aunque tras entrevistarse con ella en París atenúe sus culpas, sin absolverla históricamente.

El universo ideológico-femenino alcanza su cénit para Galdós en obras como *Electra* (1901) y *Casandra* (1905), ambas representativas de su idea de mujer moderna. Estas dos piezas teatrales fueron contestadas públicamente por el conservadurismo finisecular, ya que como señala el profesor José-Carlos Mainer ambas se convirtieron en «fetiche de la lucha anticlerical en su tiempo» (Mainer, 2014, p. 160). Ahora bien, también percibe que «la debilidad femenina y el egoísmo masculino centraron los conflictos de *Tormento* y *Tristana*; la educación complaciente, la flaqueza de la mujer y el egoísmo en pugna con la bondad se mezclaron para poblar las copiosas páginas de *Fortunata* y *Jacinta*, su mejor novela» (Mainer, 2014, p. 157). Con ellas supera su armonización anterior con *Fortunata*. A esta, como resalta Caudet, «se la quiere domar [...] porque moralidad y orden eran conceptos supeditados al valor supremo del dinero» (Caudet, 2000, p. 66). Por el contrario, *Casandra* y *Electra* –como en definitiva también *Fortunata*– se distancian de la idea decimonónica y burguesa de identificar «pobreza como signo de idiotez», como criticaron en su momento Vicens Vives (1982, pp. 63-64) y el propio Caudet (2000, pp. 66-86) al analizar ampliamente la novela de 1886.

En esencia, en el teatro del siglo XX Galdós reafirma su identificación con un arquetipo de mujer claramente alejado tanto de la sociedad como de la literatura de su tiempo. Se trata de protagonistas modernas, libres, inteligentes y diferentes al resto. *Electra*, como resume de nuevo Francisco Caudet (1992, pp. 86-87), se emancipa; *Casandra* se libera mediante el asesinato. Ambas, en palabras de este crítico, son acogidas con fervor por el público y sirven además a la causa republicana.

Sin embargo, la materia novelable de Benito Pérez Galdós no puede reducirse a dos o tres obras de marcado carácter histórico-político ni tampoco a unos cuantos protagonistas excelentemente retratados según los principios del realismo o del naturalismo. Es preciso por tanto trazar un análisis mucho más amplio:

Las ideas de un intelectual y, hasta cierto punto, de un personaje complejo como él no se establecen únicamente en torno al cuestionamiento personal sobre monarquía o república; sus inquietudes iban más allá de esa dicotomía e, incluso, en algunos aspectos resultaban avanzadísimas para la época.

Por ejemplo, el papel de la mujer en la sociedad y el enfoque sobre esta, en cuanto a parte consustancial e importantísima de la realidad, quedó reflejada en obras como *Marianela* (1878), *El amigo Manso* (1882), *Fortunata y Jacinta* (1886-1887) y también en los *Episodios*. (Peña, 2020, p. 24)

En la exégesis de la narrativa galdosiana debe existir un apartado individual sobre las mujeres, aunque no únicamente como personajes literarios, sino también como protagonistas de la Historia y como ciudadanas, pues como argumenta Yolanda Arencibia:

Le interesó la mujer como problema porque le interesó en su novela social llamar la atención sobre los individuos aparentemente más débiles y desprotegidos de la sociedad en que le tocó vivir: la que va de finales del siglo XIX hasta comienzos del XX. Algunas de sus amistades y amantes fueron modelos que después tomaron forma en su abundante narrativa. (citado en Peña, 2020, p. 24)

Este trabajo pretende reflexionar sobre la figura estética del personaje femenino galdosiano a través de su representación en *Marianela* (1878) y *Realidad* (1889). La elección pues de *Nela* y «La Peri» se justifica porque ambas son ejemplos narrativos claramente diferentes dentro del canon del autor, pero, al mismo tiempo, también resultan dos modelos narrativos alejados de la sorprendente *Fortunata y Jacinta* (1886), según José-Carlos Mainer, su «logro de más envergadura» (en Alvar et al., 2014, p. 519). Por extensión, *Marianela* resultó ser la obra favorita del escritor canario (Shaw, 2008, p. 216), mientras que *Realidad* implicó un doble ejercicio estético (novela-teatro) realmente notable, «queriendo que la voz y el diálogo expresaran directamente la confusión y el dolor de un *ménage à trois* donde todos sufren y conservan, de un modo u otro, su dignidad», como advierte el citado profesor Mainer (en Alvar et al., 2014, p. 521). Asimismo, resultó manifiestamente diferente el contexto socio-político, cultural y personal en el que se gestaron ambas obras: hacia 1876, en su primera época, Pérez Galdós comenzó a entrever la amenaza de los logros de la Revolución Gloriosa por una Restauración de cariz conservador (Shaw, 2008, p. 214); años después, cuando en su etapa de plenitud ya había publicado *Fortunata y Jacinta*, se permitió de nuevo explorar el concepto de adulterio tanto en la novela como en el teatro. En consecuencia, como puntualiza Donald L. Shaw, «a pesar de cierta hostilidad

por parte de algunos de la generación del 98, su influencia fue enorme» (Shaw, 2008, pp. 224-225).

A partir de esta selección –introdutoriamente contextualizada con el papel de la mujer en la sociedad española decimonónica–, el análisis de ambas obras galdosianas se estructura siguiendo las diferentes dimensiones de los personajes de «Nela» y «La Peri». Para ello, nos ha resultado fundamental la obra de Lajos Egri *The Art of Dramatic Writing* (1946), sucesivamente reeditada desde su aparición y cuyos postulados aún nos resultan válidos; obra, además, de la que han partido otros críticos hasta aportar nuevos enfoques no necesariamente contrapuestos. Paralelamente, un segundo recurso bibliográfico presente en nuestra lectura crítica de estas obras es el de Montero Paulson (1988) acerca de la jerarquía femenina en Galdós, el cual sigue siendo igualmente útil.

Con ello se pretende aproximar al lector a la visión particular galdosiana –indudablemente también subjetiva– de la mujer de finales del XIX; eso sí, trazada con su perspectiva naturalista y el análisis crítico krausista adoptado desde la Restauración. Para Benito Pérez Galdós el momento de la escritura de estas novelas es aún una etapa exploradora del naturalismo; se sirve, según Hans Hinterhäuser, del recurso a las reflexiones filosóficas y/o científicas, pero sin dejar de reflejar el entorno social de sus personajes, según el naturalismo determinante para el protagonista. De igual modo, es la etapa en que el punto de vista narrativo cambia prácticamente hasta la imparcialidad absoluta (Hinterhäuser, 1982, pp. 548-549).

2. LA RUPTURA DEL CANON EN LAS NOVELAS DE GALDÓS

Si bien es cierto que el proceso narrativo galdosiano ha suscitado una continua mirada de la crítica, propiciando nuevos parámetros de estudio, todavía son escasas las interpretaciones sobre la ruptura del canon literario; concretamente aquella que parte de la deconstrucción de las figuras de las mujeres y el papel que estas representan en el *eje narrativo*. En ese sentido, en este trabajo sostenemos que el autor canario se sirve de una serie de recursos estilísticos y lingüísticos para transformar «una historia en discurso», con la intención de no realizar una mera reproducción de la realidad, sino más bien una crítica de esta:

cada narración tiene dos partes: una historia (*histoire*) el contenido o la cadena de sucesos (acciones, acontecimientos) más lo que podríamos llamar los existentes (los personajes, detalles del escenario) y un discurso (*discours*) es decir, los medios a través de los cuales se comunica el contenido. Dicho de una manera más sencilla, la historia es el *qué* de una narración que se relata y el discurso es el *cómo*. (Chatman, 1990, p. 19)

A partir de los dos personajes femeninos seleccionados aquí, Marianela (*Marianela*, 1878) y «La Peri» (*Realidad*, 1892), se pretende aportar una mirada crítica propia sobre las mujeres plasmadas narrativamente por Pérez Galdós en dos momentos diferentes de su trayectoria literaria.

Así pues, la crítica literaria contemporánea, en general, ha puesto la mirada en *Fortunata y Jacinta*, considerada «la novela más destacada» de su autor (Shaw, 2008, p. 221), pero también un ejercicio narrativo total, pues como explica Cánovas Sánchez, «escribirá sus novelas para que sus lectores conozcan lo que está sucediendo y sean capaces de transformar la realidad», siendo esa obra de 1886 en donde «se advierte con claridad que el futuro provisorio provendrá del pueblo» (Cánovas Sánchez, 2019, p. 118). Del mismo modo, los estudios clásicos de Joaquín Casalduero (1961) o Ricardo Gullón (1973), entre otros, han puesto en valor aspectos filosóficos en Galdós, como su adscripción al positivismo de Comte (Shaw, 2008, p. 217).

Sin embargo, a nuestro juicio es necesario trazar un análisis de otras obras –por ejemplo las dos seleccionadas– desde planteamientos no necesariamente sociales o filosóficos. Al respecto, coincidimos con Jiménez Gómez cuando propone «dinamitar las viejas concepciones del realismo literario como un realismo «genético» o «de correspondencia» que fiaba todo a la existencia de una realidad unívoca» (Jiménez Gómez, 2017, p. 68). Es decir, es preciso cambiar la perspectiva, pues como ella misma añade, «la protagonista en los textos de Galdós puede adquirir la capacidad para inventarse ser otra y la capacidad de vivir para sí misma, esto es, de no resignarse a asumir la identidad que le viene dada por un contexto determinado en la ficción» (Jiménez Gómez, 2017, pp. 74-75).

Precisamente ambos ejemplos provienen de dos novelas singulares en la producción galdosiana. Indudablemente *Marianela* aporta la modernidad del pensamiento filosófico del autor, con el «triunfo frío e inevitable de la realidad y del progreso científico» (Shaw, 2008, p. 217); pero, al mismo tiempo,

la reelaboración de *Realidad* desarrolla una ambición temática plasmada sobre todo en el teatro:

La trama dramática de *Realidad* reproducía los aspectos básicos de la novela, aunque se eliminaron algunos elementos secundarios, se condensaron los procesos y se planteó un desenlace efectivo que llegara al público. Como se ha comentado, *Realidad* muestra un retrato del Madrid burgués de finales de siglo, en el que los personajes ponen patas arriba las convenciones morales establecidas. (Cánovas Sánchez, 2019, p. 227)

Sin embargo, antes de realizar cualquier examen literario –en nuestro caso, de *Marianela* y «*La Peri*»– es preciso comprender los distintos elementos narratológicos que intervienen en la creación de un personaje; esto es, el bagaje sociocultural que determina su personalidad y comportamiento en la trama, siendo estos dos factores los principales delimitadores del discurso:

Un personaje no existe por sí solo, aislado, sino que aparece en un contexto, con unas influencias culturales según su origen étnico, social, religioso o educativo, en un lugar y un periodo histórico y con una profesión definida o, en caso contrario, carente de ella. Todo esto son rasgos que determinarán su forma de hablar, su modo de vestir, su modo de actuar y de pensar; es decir, que conformarán su psicología. (Galán Fajardo, 2007, p. 3)

Para ello, hemos tomado como referencia el modelo establecido por Egri en 1946, centrado en tres dimensiones: 1) *dimensión física* o referencia al origen, nombre y/o aspecto físico del personaje; 2) *dimensión psicológica* o referencia a la personalidad, los objetivos, las aspiraciones, los valores y los conflictos morales del personaje; y 3) *dimensión sociológica* o análisis de las relaciones sociales, la educación, la familia, la profesión, el estatus en la sociedad, así como los posibles conflictos externos que puedan surgir durante la trama.

2.1. La «mujer víctima»: el caso de *Marianela*

Según la jerarquía de los personajes femeninos en la obra de Galdós establecida por Montero Paulson, de la que nos hemos servido como referente para este trabajo, *Marianela* es sin lugar a dudas uno de los ejemplos más representativos de la «mujer víctima»:

Su cualidad más sobresaliente parece ser una pasividad casi abúlica de carácter, y por consiguiente, cierta ausencia de ideas propias. Estas mujeres débiles viven una existencia cobarde y muchas veces parásita, asimilando

las ideas de los demás, y encerradas en una cárcel (simbólica o real) por falta de fuerzas (físicas o morales) y de iniciativa. Abrumadas por la sociedad, sin darse cuenta de su situación ellas esperan que un ser ‘mesianico’ de afuera las despierte de su pasiva ‘pesadilla’; dotándolas de vitalidad y llevándolas a la liberación. (Montero Paulson, 1988, p. 54)

Como detalla la autora, este grupo de mujeres es el resultado de un creciente interés, en los siglos XVIII y XIX –tanto en España como en el resto de Europa–, por la figura del antihéroe: «la víctima viene a ser el nuevo héroe o anti-héroe de un público compasivo y reformador y el Romanticismo adquiere fuerza a la vez artística y sociológica» (Montero Paulson, 1988, p. 53).

En este sentido, no debemos olvidar que la situación de las mujeres en la España del siglo XIX no era ni mucho menos positiva: en esa época se arraigó el modelo de ángel de hogar en el que las mujeres debían encajar. El ideal de domesticidad, fuertemente arropado por la Iglesia Católica, defendía que el lugar de las mujeres quedaba relegado a las labores del núcleo hogareño, supeditado así a las aspiraciones e intereses del hombre:

El ángel del hogar estuvo catalogado como un enardecimiento del sentimiento católico frente a la modernidad que amenazaba con alterar el orden tradicional, ya que se mantenía la idea de que la mujer no estaba dotada de una razón similar a la del hombre. Aunque la discreción resultaría ser el valor supremo asociado a la feminidad, la misión de la mujer estaba planteada en términos de un deber dictado por Dios y la sociedad, y esta educación debía darse no solamente a la mujer buena, sino también a las mujeres de malos instintos. La religión fue factor decisivo en la formación de género y el ideal evangélico de la domesticidad. Era también parte esencial y constitutiva de la ideología burguesa, todo ello, a través de un contexto en el que las nuevas clases dominantes intentaban construir un nuevo modelo de sociedad. (Belmonte Rives, 2017, p. 17)

Respecto a la *dimensión física* y ausencia de nombre, la asignación de una denominación no resulta baladí ni circunstancial: por un lado, indica el origen de aquello que el hablante designa en su acto de habla; por otro, encierra un significado que permanece unido estrechamente a la asociación de ciertas propiedades exclusivas y que son representativas de lo señalado por el hablante, convirtiéndolo en algo único e intransferible. Siguiendo el

DRAE, se trata pues de una «palabra que designa o identifica seres animados o inanimados; p. ej., hombre, casa, virtud, Caracas».

Por ello, una de las primeras características que llaman la atención del lector cuando se sumerge en *Marianela* quizás sea la indefinición nominativa por parte del narrador y los conflictos internos que esto implica en la protagonista, más que la ausencia de un nombre:

- Dime: ¿y a ti por qué te llaman la Nela? ¿Qué quiere decir eso?
- La muchacha alzó los hombros. Después de una pausa, repuso:
- Mi madre se llamaba la señá María Canela, pero la decían la Nela. Dicen que éste es nombre de perra. Yo me llamo María.
- Mariquita
- María Nela me llaman, y también la hija de la Canela. Unos me dicen Marianela y otros nada más que Nela. (Pérez Galdós, 1983, p. 36)

Esa circunstancia se advierte en el discurso vacilante y la falta de asertividad de «Nela», evidenciados en el empleo continuo de fórmulas del tipo «dicen que...» o «unos me dicen que...», las cuales denotan gran inseguridad y falta de autoconfianza. Del mismo modo, la variedad de sobrenombres que recibe del resto de la población («Nela», «Mariquita», «María Nela», «la hija de Canela») acentúa su posición en la sociedad, pero también implica la privación de una identidad, como si la protagonista no mereciera el derecho básico a la posesión de un nombre y esta decisión quedara a juicio y/o valoración popular.

En lo referente a la señalada *dimensión física*, los estándares del canon de belleza femenino del siglo XIX estuvieron representados por la extrema palidez de la tez, que, igualmente, había sido signo predominante en la Europa Medieval por ser propio de la nobleza, pues era el modo de distinguir a los que disfrutaban de una vida acomodada (los nobles) de quienes trabajan el campo (los siervos). En el Romanticismo, con la aparición de la tuberculosis, las mujeres llevaron esta práctica al extremo de dimensionar una belleza que las hacía aparecer casi tísicas –incluso hubo mujeres que ingerían arsénico o se maquillaban con colores azulados o verdosos para obtener el anhelado color–; tenían ojeras prominentes, las mejillas ruborizadas (debido a las fiebres), un aspecto débil, extenuado y una delgadez esquelética que las convertía en la ansiada imagen de un ser frágil y delicado, casi angelical (Galí Boadella, 2002, pp. 222-232).

En las primeras páginas de *Marianela*, Pérez Galdós rompe el molde de ese canon con la siguiente descripción de la protagonista:

Era como una niña, pues su estatura debía contarse entre las más pequeñas, correspondiendo a su talle delgadísimo y a su busto mezquinamente constituido. Era como una jovenzuela, pues sus ojos no tenían el mirar propio de la infancia y su cara revelaba la madurez de un organismo que ha entrado o debido entrar en el juicio. A pesar de esta desconformidad, era admirablemente proporcionada, y su cabeza chica remataba con cierta gallardía el miserable cuerpecillo. (Pérez Galdós, 1983, p. 31)

Asimismo, en la obra son varios los personajes que se encargan de recordarle su fealdad:

Teodoro se inclinó para mirarle el rostro. Éste era delgado, muy pecoso, todo salpicado de manchitas parduzcas. Tenía la frente picudilla y no falta de gracia la nariz, negros y vividores los ojos; pero comúnmente brillaba ellos una luz de tristeza. Su cabello dorado oscuro había perdido el hermoso color nativo a causa de la incuria y de su continua exposición al aire, al sol y al polvo. Sus labios apenas se veían de puro chicos y siempre estaban sonriendo, mas aquella sonrisa era semejante a la imperceptible de algunos muertos cuando han dejado de vivir pensando en el cielo. La boca de la Nela, estéticamente hablando era desabrida, fea.

[...]

Golfín le acarició el rostro con su mano, tomándolo por la barba y abarcándolo casi todo entre sus gruesos dedos.

–¡Pobrecita! –exclamó– Dios no ha sido generoso contigo. ¿Con quién vives? (Pérez Galdós, 1983, p. 33)

La ruptura de los parámetros de belleza arriba aludidos, junto a la posición que Marianela ocupa en la sociedad, la desplazan automáticamente al margen de la misma, convirtiéndola así en un parásito inservible con el que no vale la pena emplear el tiempo:

–Atrasadilla está. ¡Qué desgracia! –exclamó Sofía. Y yo me pregunto: ¿para qué permite Dios que tales criaturas vivan? ... Y me pregunto también: ¿qué es lo que se puede hacer por ella? Nada, nada más que darle de comer, vestirla... hasta cierto punto... Ya se ve..., rompe todo lo que le ponen encima. Ella no puede trabajar porque se desmaya; ella no tiene fuerzas para nada. (Pérez Galdós, 1983, p. 116)

De acuerdo con el pensamiento del siglo XIX, podemos afirmar que para Marianela, su condición de fea implica también su inutilidad, factor que permanece estrechamente ligado a la dimensión psicológica del personaje y que conforma la base de su condición de víctima.

En lo que concierne a la *dimensión psicológica*, como apuntábamos en el apartado anterior, la ruptura del canon de belleza por parte de «Nela» condiciona su personalidad; dicho de otro modo, la carencia de atributos físicos le provoca una gran falta de estima e independencia, que la propia protagonista se encarga de evidenciar en su discurso:

- No señor yo no trabajo. Dicen que yo no sirvo ni puedo servir para nada.
- Quita allá, tonta, tú eres una alhaja.
- Que no, señor -dijo la Nela, insistiendo con energía-. Si no puedo trabajar. En cuanto cargo un peso pequeño, me caigo al suelo. Si me pongo a hacer una cosa difícil, en seguida me desmayo.
- Todo sea por Dios... Vamos, que si cayeras tú en manos de personas que te supieran manejar ya trabajarías bien.
- No, señor -repitió la Nela con tanto énfasis como si elogiara-, si yo no sirvo más que de estorbo. (Pérez Galdós, 1983, p. 36)

Más allá de la fealdad, Marianela dispone de unos atributos morales positivos, que no se dan en el resto de personajes femeninos y que, por el contrario, sí satisfacen los estándares del canon de belleza aludido anteriormente -como el caso de Florentina, representante de ese ideal de ángel del hogar, aunque caricaturizada por el escritor mediante sus acciones-. En otras palabras, el desplazamiento mencionado de la protagonista en la obra es posible mediante la articulación narrativa de la dicotomía *belleza física - belleza moral* desarrollada por el escritor canario a través de la configuración de los personajes de la novela. Así, reparamos en que Galdós no se dedica solamente a exponer un hecho de la realidad más cercana, sino que elabora un juicio de valor estético con la intención de abrir los ojos a los lectores. En este sentido, en *Marianela* la ruptura del canon funcionaría porque «Nela», una mujer desplazada por la sociedad, constituye sin embargo el núcleo y eje conductor de la novela, donde se suceden todos los demás personajes y acciones. Es decir, sin Marianela no habría novela o, al menos, no en el sentido narrativo actual.

Por último, en la citada *dimensión sociológica*, la condición física y psicológica de Marianela queda, además, supeditada a su estado de orfandad. La protagonista no solamente ha sido despojada de una identidad –en definitiva de un nombre–, sino que es, además, desconocedora de su origen:

–Dime –le preguntó Golfín– ¿vives tú en las minas? ¿eres hija de algún empleado de esta posesión?

–Dicen que no tengo ni padre ni madre. (Pérez Galdós, 1983, p. 32)

Ese hecho la convierte en un ser errante, despreciado por la sociedad, indigno de ser atendido o educado y, mucho menos, de ser amado. Por ello, la relación con Pablo –el hijo ciego de la familia Penáguilas–, al que sirve de lazarillo, se le presenta como única salvación. Ese vínculo será para Marianela el único espacio en el que se sienta segura y protegida, puesto que su condición física carece entonces de importancia, mientras que sus atributos morales pasan a un primer plano:

–Sí, tú eres la belleza más acabada que puede imaginarse –añadió Pablo con calor–. ¿Cómo podría suceder que tu bondad, tu inocencia, tu candor, tu gracia, tu imaginación, tu alma celestial y cariñosa, que haya sido capaz de alegrar mis tristes días; cómo podría suceder, cómo, que no estuviese representada en la misma hermosura? (Pérez Galdós, 1983, p. 85)

Cuando Pablo recupera la vista, la existencia de «Nela» deja de tener sentido; una vez más, el peso de las (injustas) directrices de la sociedad se han impuesto:

Era preciso para ello que hubiera descubierto un nuevo lenguaje, así como había descubierto dos nuevos mundos: el de la luz y el del amor por la forma. No hacía más que mirar, mirar, y hacer memoria de aquel tenebroso mundo en que había vivido, allá donde quedaban perdidos entre la bruma sus pasiones, sus ideas y sus errores de ciego. [...] Golfín que la observaba como hombre y como sabio, pronunció estas lúgubres palabras:

–¡La mató! ¡Maldita vista suya! (Pérez Galdós, 1983, p. 257)

Desafortunadamente, a causa de la inercia de su carácter y de su situación sociológica, el grupo de mujeres víctimas representado en la novela por Marianela vive en un constante estado de dependencia emocional. Esta dependencia las convierte en seres fácilmente vulnerables y manipulables, a menudo maltratados por la sociedad en la que se circunscriben –tanto por hombres (véase el ejemplo de Pablo o Francisco Penáguilas en

Marianela) como por mujeres (véase el ejemplo de Sofía o Florentina también en *Marianela*)-. Asimismo, si bien este grupo es más recurrente en las novelas de la primera época literaria de Galdós, fácilmente lo encontraremos en novelas de etapas posteriores. La razón de su supervivencia quizá sea meramente simbólica, puesto que, mediante la inclusión de estos personajes –seres menospreciados por una sociedad mermada y deteriorada, que abusa de ellos–, el autor canario solicita una regeneración sociopolítica, capitaneada por nuevos valores.

2.2. La «mujer rebelde»: el caso de «La Peri»

Realidad fue publicada en 1889 y estrenada en Madrid el 15 de marzo de 1892, algunos años después de *Marianela* (1878). Tras los sinsabores políticos y sociales acaecidos en España durante el siglo XIX, comienza entonces, en vísperas del nuevo siglo, a gestarse un sentimiento de oportunidad de cambio. Surgen, por tanto, novelas y personajes que resultan fiel reflejo de esa posibilidad de cambio que la población española –singularmente, las clases media y baja– tanto anhelaba. Algunas mujeres comienzan a ser conscientes de las limitaciones e imposiciones a las que están sometidas y relegan el ideal de ángel de hogar con el propósito de lograr mayor independencia, pero también una posición social más justa y merecida por sus aptitudes; por supuesto, no sin antes recibir la firme oposición de la Iglesia Católica y el desprecio de las capas sociales más tradicionales y acomodadas, las cuales consideraban a estas mujeres transgresoras como una amenaza para el mundo idílico configurado por y para los hombres. Fruto, quizás, de esa toma de conciencia y de la confrontación de ideales –sus aspiraciones contra las de una sociedad anticuada– o del anhelo de cambiar un panorama que las anulaba, nace el concepto de «mujer rebelde» esbozado por Montero Paulson: «todas las mujeres de este grupo comparten un carácter fuerte, activo, independiente, y la voluntad de enfrentarse con la realidad y rebelarse contra la sociedad española decimonónica que muchas veces oprime y asfixia» (Montero Paulson, 1988, p. 136).

La rebeldía había sido –al menos en el siglo XIX– un tema recurrente y característico de la literatura española; ahora cobrará mayor fuerza ocupando no solamente el espacio literario, sino también el político, e incluso pasando

a la vida social y privada de los españoles. Sin embargo, para Galdós, esa actitud revolucionaria o rebelde no es suficiente para producir el cambio anhelado, es decir, para originar un cambio real y duradero en España. Para el escritor canario es necesario engendrar y asentar nuevos ideales y valores, por lo que la única solución plausible será la regeneración política, como desliza en el episodio nacional *Cánovas*:

La España que aspira a un cambio radical y violento de la política se está quedando, a mi entender, tan anémica como la otra. Han de pasar años, lustros tal vez, quizá medio siglo largo, antes de que este régimen, atacado de tuberculosis étnica, sea substituido por otro que traiga nueva sangre y nuevos focos de lumbre mental. (Pérez Galdós, 2018, p. 197-198)

En cuanto a la *dimensión física* (el sobrenombre de «La Peri»), a diferencia de *Marianela*, novela en donde se produce el despojo de una identidad, en *Realidad* asistimos a un traslado de identidad; es decir, al cambio del nombre de Leonor por el sobrenombre de «La Peri». Según el DRAE, 'sobrenombre' es un «nombre calificativo con que se distingue especialmente a una persona». Recordemos, entonces, que en esta novela esa persona es un personaje de origen picaresco que se rebela contra la sociedad, por considerarla injusta con las mujeres, puesto que no les proporciona los recursos necesarios para poder sobrellevar «una vida honesta». Por ello «La Peri» se mantendrá al margen de esa comunidad; bien al contrario que *Marianela*, la protagonista de *Realidad* se mostrará como una mujer autosuficiente e independiente, capaz de ganarse resueltamente la vida y de vivir de su profesión de prostituta sin pedir cuentas a nadie.

El traslado de identidad, por tanto, se produce aquí al emplear el sobrenombre de «La Peri». En el proceso, el lector designa automáticamente unas características –descartando deliberadamente otras– sin que necesariamente coincidan con las reales ni sean representativas de lo nombrado; además, este procedimiento diferenciador de «nombrar» o «nominar» incide intencionalmente en la imagen social de lo nombrado. En otras palabras, el empleo del apodo de «La Peri» en lugar del nombre real de Leonor entraña las asociaciones comunicativas: «mujer de baja clase social>prostitución>mujer sin honor>mujer que no se ajusta al canon». Por otro lado, al emplear este alias se reducen sus opciones de movilidad o de progreso en la sociedad en la que se inserta:

Los apodos se vinculan a características tales que hacen de ellos un fenómeno no necesariamente acorde con todas las personas, sino sólo con determinados grupos. En la vieja oposición campo y sociedad no cabe la menor duda de que en el campo el apodo está más extendido que en la ciudad. Si dividimos la sociedad en capas altas y bajas (a costa de simplificar) los apodos se acomodan mejor en las segundas. Los grupos marginales (quinquis, maleantes...) también recurren al apodo. (Rebollo Torío, 1993, p. 348)

En lo que respecta a la *dimensión psicológica*, Leonor («La Peri») también es un personaje alejado del rígido canon de la mujer decimonónica, el cual debía seguirse para ser considerada una mujer virtuosa. No obstante, la principal diferencia que podemos establecer entre Marianela y Leonor es el rol que ambas desempeñan en sus relaciones (Marianela – Pablo; «La Peri» – Federico). Así pues, con Marianela somos testigos de una dependencia afectiva –que la llevará incluso a la muerte–, pero con «La Peri» observamos que la relación de dependencia funciona, más bien, en sentido opuesto. Así, será ella quien socorra y dé consejos a Federico; incluso lo salva de algún que otro apuro económico. Aún más, el propio Federico, pese a su mentalidad tradicional, reconoce su vínculo especial con ella:

Para todos ella es el vicio, el embuste y la dilapidación; para mí es como un apoyo moral... Me espanto de decirlo. ¿Acaso le tengo amor? No, no es eso, porque sus amantes no me infunden celos. Amistad, es, sí, y de las más atractivas. ¡Enigma tremendo! ¿Por qué me inspira esta mujer una confianza que no siento por ninguna otra? (Pérez Galdós, 2010, p. 59)

Además, como todo pícaro, «La Peri» es una mujer con gran bagaje experimental a sus espaldas. Sin duda, ese aspecto la ayuda a desarrollar una singular capacidad analítica de la realidad para poder enfrentarse a ella de forma autosuficiente y resolutive, sin permitir que los preceptos de la sociedad la dinamiten; tampoco a ser acallada por la voz de un hombre: «¡Haces y piensas cada simpleza! El casarse, hijo mío, debe ser cosa muy liberal; quiero decir que la mujer debe escoger a quien le entre por el ojo derecho, y nada más. Ya no estamos en los días de la Inquisición» (Pérez Galdós, 2010, p. 131).

Abordamos, finalmente, la *dimensión social*. «La Peri», pese a ser considerada como una mujer «sin honor» y a sufrir otros vilipendios, es el único personaje que actúa de manera coherente, mostrándose leal con sus amigos y, sobre todo, manteniéndose fiel a sí misma y a sus principios. Por

el contrario, el resto –ya sea por fraudes amorosos o financieros– acaba cometiendo alguna falta al buscar auxilio en los brazos de la protagonista de *Realidad*. Recordemos el caso de Federico y de sus apuros económicos, que lo llevan a recurrir a «La Peri» para que esta le proporcione la cantidad de dinero que necesita; un dinero que mancilla el orden moral de la sociedad que defiende, pues proviene de la prostitución. En este sentido, siguiendo a Montero Paulson, Galdós practica «un tipo de ‘democracia social’, o lo que podríamos denominar ‘caridad niveladora’; quitándole el dinero a los ricos para dárselo a los pobres» (1988, p. 142).

Por extensión, todo ello se formaliza desde el lenguaje directo que utiliza la protagonista, repleto de expresiones y fórmulas de énfasis como «a mí», «te me has vuelto», «nosotras somos» o «déjame a mí», con las que no solo transmite seguridad y determinación, sino también transparencia y confianza:

¿Escrupulitos tenemos? ¡Qué tonto te me has vuelto chico! ¡Déjame a mí, que entiendo el tinglado del mundo mejor que tú. ¿Para qué quiere tanto dinero ese viejo chinche, más malo que la sarna? Nosotras somos las repartidoras de la riqueza y niveladoras de las fortunas mal distribuidas. (Pérez Galdós, 2010, p. 62)

Esencialmente la configuración psicológica de «La Peri» juega un papel fundamental, de algún modo, en la reinterpretación y reparación de su situación social; esto es, pese a ser una mujer rechazada por la sociedad, no se amilana ni se conforma con una realidad que considera injusta –factor que, por otra parte, la distancia firmemente de Marianela–, sino que inteligentemente utiliza todos los recursos que encuentra a su alcance para equilibrar levemente la balanza a su favor. Así, como explica Montero Paulson en su estudio,

Comparada la inmoralidad por necesidad de Leonor, con la inmoralidad a causa de la aventura de Augusta Cisneros (la amante de Federico, la cual tiene muy pocos sentimientos profundos), Leonor es mucho menos inmoral y sale ganando; siendo ella un personaje sincero, bueno y leal. Otra vez, siguiendo la pauta cervantina, Pérez Galdós sugiere al lector que las apariencias engañan, y las cosas como las personas casi nunca son lo que parecen ser. (Montero Paulson, 1988, p. 286)

En definitiva, Benito Pérez Galdós utiliza todos los elementos discursivo-narrativos a su alcance para trazar un perfil de mujer-protagonista en estas dos novelas claramente diferenciado del canon social vigente en su época;

pero, al mismo tiempo, de igual modo rompe con los estereotipos femeninos en la novela decimonónica. Es evidente, por tanto, que los rasgos estéticos imprimidos a las mujeres protagonistas de la novela española cambian al tiempo que la mentalidad de la sociedad. Sea como fuere, con *Marianela* y «La Peri», el escritor canario intenta mostrarnos la posibilidad de un canon femenino resistente a los convencionalismos, aunque también esa misma propuesta narrativa constituye una apuesta política y personal, pues algunas de las obras galdosianas abrieron profundos debates en la sociedad entre progresistas –como el propio autor– y conservadores.

3. CONCLUSIÓN

En este trabajo se ha analizado la representación estética de personaje femenino galdosiano en dos obras singulares de su producción narrativa: *Marianela* y *Realidad*. Ambas pertenecen a etapas estéticas distintas y también obedecen a percepciones diferenciadas de la sociedad del momento. Por ello, *Marianela* acabó siendo para el escritor su mejor novela, influenciada además por elementos filosóficos procedentes del positivismo de Auguste Comte, y *Realidad* fue traspasada de la narrativa al diálogo teatral, resaltando así la voz de su protagonista. Paralelamente, Pérez Galdós modernizó con su obra la concepción de la novela decimonónica y, con ella, la construcción de los personajes femeninos:

No es un simple costumbrista, sino un *novelista moderno*, al que Ricardo Gullón ha relacionado, por ejemplo, con Kafka o Dostoiévski. Su realismo incluye también elementos que no son pura producción de la realidad: sueños, imaginaciones, fantasías, simbolismo, pesadillas, monólogos interiores [...] Muchos personajes galdosianos tienen «su idea», el motor básico de su existencia. [...] Según la certera fórmula de Montesinos, Galdós llega a ser el gran Galdós cuando descubre que los locos podrán no tener *la razón* pero sí tienen *sus razones*. (Amorós, 1999, p. 216).

El espacio social asignado a la mujer en la España del siglo XIX, como se explicó anteriormente, adolecía de relevancia, por lo que la fórmula galdosiana implícita en estas dos novelas supone, al mismo tiempo, una deconstrucción de los personajes femeninos clásicos y la formulación de una propuesta personal de mujeres protagonistas.

Para trazar nuestra lectura se ha partido de la observación y examen de las protagonistas de *Marianela* y *Realidad*, aunque en este segundo caso la estilización del personaje femenino en la pieza teatral haya eliminado lo superfluo de la novela. La capacidad de observación de Galdós le confirió una inteligente y adecuada interpretación de la sociedad de su tiempo. En palabras de los profesores Alvar, Mainer y Navarro, «el terreno social era más que propicio y Galdós lo había acotado bien al fijar su mirada en las anchas capas urbanas que se dilataban entre la aristocracia aburguesada y la clase media baja» (2014, p. 509). Asimismo, su predisposición vital y narrativa a reflejar a la mujer como parte indisoluble de la sociedad de su tiempo le permitieron consagrarle un espacio notable en su obra.

Tomando como referencia el trabajo de Montero Paulson (1988) sobre la tipología de personajes femeninos en la obra de Galdós, hemos establecido un perfil de ambas protagonistas («Nela», «La Peri») en el que categorizamos sus características más notorias, siguiendo asimismo el modelo –para nosotros aún válido– de las tres *dimensiones* propuestas por Lajos Egri (1946) y ya citadas: *dimensión física*, *dimensión psicológica* y *dimensión sociológica*. Como resultado final se han verificado, en estos dos personajes, algunas diferencias reseñables con las mujeres españolas de finales del siglo XIX, y podemos afirmar asimismo que no desempeñan un único papel literario. En otras palabras, encontramos en «Nela» y «La Peri» un desempeño social próximo a la mayoría de la población femenina, con diferencias estéticas, sin que ello signifique que en ese mismo contexto sociocultural no puedan converger otros roles minoritarios que funcionen en ellas mismas como fuerza exclusiva de cambio. Por consiguiente, según lo expuesto, podemos determinar que el cometido asignado a ambas viene marcado por condicionantes políticos, culturales y sociales de la época, observados por Galdós; sin embargo, la aceptación o desavenencia de ese cometido y la búsqueda de uno alternativo está a su vez delimitado por factores claramente intrínsecos a la forma de ser del individuo –véanse las tres dimensiones de referencia en el apartado anterior.

Benito Pérez Galdós desempeña un papel esencial en la renovación narrativa, pero, al mismo tiempo, la singularidad de su obra permite definir su canon como una interpretación fidedigna de su época. Esa vinculación a su momento histórico y, más importante aún, a la renovación formal, fue más

allá del abandono del narrador omnisciente para adentrarse en la impersonalidad, en el pensamiento íntimo o en dar exclusiva voz a los personajes (Alvar et al., 2014, p. 510). Asimismo, la tematización de circunstancias sociales consideradas tabús hasta el momento –y ligadas en mayor o menor medida a la mujer– le permitió apostar por la defensa de otra forma de sociedad, en la que por supuesto la mujer aparecería con un nuevo rol. Coincidimos, en este sentido, con los citados Alvar, Mainer y Navarro en la importancia de la representación novelada de fenómenos como «la libre elección de pareja y el impacto social del adulterio», así como la crítica «del orden social burgués basado en la herencia de los descendientes legítimos y en la fuerza del vínculo conyugal» (2014, pp. 509-510). Además, como resalta teóricamente Jonathan Culler: «estas y algunas otras alternativas de narración y focalización desempeñan un gran papel en la determinación final de la novela» (2014, p. 110).

Sea como fuere, la propia inclinación al otro sexo o la vinculación personal y afectiva a mujeres como Emilia Pardo Bazán nos ayudan a enmarcar el pensamiento de Galdós sobre las mujeres más allá de las páginas de sus novelas, incluidas las estudiadas aquí. Ahora bien, se trata de obras de ficción, por lo que como escribe Andrés Amorós:

Hace falta, eso sí, talento literario y capacidad para sentir cosas muy alejadas de la propia experiencia. Nada de eso le faltaba a Galdós. Tampoco le faltaba experiencia sentimental. Un solo dato: una de las razones de que escribiera tanto son sus apuros económicos, nacidos, en parte, de su generosidad con las mujeres a las que había amado. (Amorós, 1999, p. 41).

Su visión global de las mujeres españolas de su tiempo, de toda clase y condición, le facilitó por tanto explorar la descripción subjetiva de estas, pero también aspectos sociales, patológicos e incluso fisiológicos hasta ese momento soslayados en la literatura, aunque explícitos en *Marianela* o *Realidad*.

Benito Pérez Galdós explora, pues, en los márgenes de la creación literaria, alejándose de automatismos ficcionales y de los arraigados convencionalismos del momento –sin renunciar tampoco a reproducir la realidad objetiva adentrándose en los presupuestos del naturalismo–. Una vez constituida su estética narrativa, el ejercicio de escritor le permite deconstruir y rehacer –o quizás únicamente proponer– unos nuevos límites que ayuden a trazar una

crítica abierta hacia un lector atemporal que comprenda mejor cómo era y qué sucedió en la España del momento.

4. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvar, C., Mainer, J.-C., & Navarro, R. (2014). *Breve historia de la literatura española*. Alianza.
- Amorós, A. (1999). *Momentos mágicos de la Literatura*. Castalia.
- Aullón de Haro, P. (1984). *Los géneros ensayísticos en los siglos XIX y XX*. Playor.
- Avilés Farré, J., Elizalde Pérez-Gruoso, M. D., & Sueiro Seoane, S. (2011). *Historia política 1875-1939*. Istmo.
- Belmonte Rives, P. (2017). *Sobre la situación de las mujeres en España (1800-1930)*. Universidad Miguel Hernández.
- Cánovas Sánchez, F. (2019). *Benito Pérez Galdós. Vida, obra y compromiso*. Alianza.
- Casalduero, J. (1961). *Vida y Obra de Galdós*. Gredos.
- Caudet, F. (1992). *El mundo novelístico de Pérez Galdós*. Anaya.
- Caudet, F. (2000). «Introducción». En B. Pérez Galdós, *Fortunata y Jacinta I* (pp. 11-91). Cátedra.
- Chatman, S. (1990). *Historia y discurso. La estructura narrativa en la novela y en el cine*. Taurus.
- Culler, J. (2014). *Breve introducción a la teoría literaria*. Espasa.
- Egri, L. (1946). *The art of dramatic writing. Its basis in the creative interpretation of human movies*. Touchstone.
- Fernández Álvarez, M. (2010). *Casadas, monjas, ramera y brujas. La olvidada historia de la mujer española en el Renacimiento*. Espasa.
- Galán Fajardo, E. (2007). Fundamentos básicos en la construcción del personaje para medios audiovisuales. *Revista del CES-Felipe II*, 7. <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/5554#preview>
- Galí Boadella, M. (2002). *Historias del bello sexo. Introducción al Romanticismo en México*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Gullón, G. (1973). *Galdós, novelista moderno*. Gredos.
- Hinterhäuser, H. (1982). «Historia y novela en los Episodios Nacionales». En I. M. Zavala (Coord.), *Historia y Crítica de la Literatura Española. V Romanticismo y Realismo* (pp. 548-557). Crítica.
- Jiménez Gómez, C. (2017). *La construcción de los personajes femeninos galdosianos desde una instancia receptora de mujer*. Tesis doctoral. Universidad de Córdoba-UCOPress.

- Mainer, J.-C. (1999). *La Edad de Plata (1902-1939). Ensayo de interpretación de un proceso cultural*. Cátedra.
- Mainer, J.-C. (2014). *Historia mínima de la literatura española*. Turner-El Colegio de México.
- Montero Paulson, D. J. (1988). *La jerarquía femenina en la obra de Galdós*. Pliegos.
- Moreno Seco, M. (2009). «Discreta Regente, la Austríaca o Doña Virtudes. Las imágenes de María Cristina de Habsburgo». *Historia y política*, 22, 159-184.
- Peña Rodríguez, F. J. (2020). «Perfil político de Benito Pérez Galdós (1843-1920)». *Cuadernos Republicanos*, 103, 11-34.
- Pérez Galdós, B. (1983). *Marianela*. Alianza.
- Pérez Galdós, B. (2010). *Realidad*. Signo Editores.
- Pérez Galdós, B. (2018). *Cánovas. Episodios Nacionales*, 46. Serie final. Alianza.
- Rebollo Torío, M. Á. (1993). «El apodo y sus características». *Anuario de Estudios Filológicos*, 16, 343-350.
- Shaw, D. L. (2008). *Historia de la literatura española. El siglo XIX*. Ariel.
- Sobejano, G. (1986). «Muerte del solitario (Benito Pérez Galdós: «Fortunata y Jacinta», 4.^a, II, 6)». En A. Amorós (Coord.), *El comentario de textos 3 (La novela realista)* (pp. 203-254). Castalia.
- Tusell, J., & G. Queipo de Llano, G. (2001). *Alfonso XIII, el rey polémico*. Taurus.
- Vicens Vives, J. (1982). «El romanticismo en la historia». En F. Rico e I. M. Zavala (Coords.) *Historia y crítica de la literatura española. Vol. 5. Romanticismo y Realismo* (pp. 59-64). Crítica.

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO SENSIBILIDAD DE GÉNERO EN LA PRÁCTICA DOCENTE DESDE LA PERSPECTIVA ESTUDIANTIL UNIVERSITARIA

Authors / Autoras:

Copelia C. Rosas Guevara
 Universidad Nacional Autónoma de México,
 Ciudad de México, México
copeliarg@yahoo.com.mx
<https://orcid.org/0000-0002-4880-2825>

Martha Velasco Díaz
 Universidad Nacional Autónoma de México,
 Ciudad de México, México
martha.lvd@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-7450-6221>

Alejandra Valencia Cruz
 Universidad Nacional Autónoma de México,
 Ciudad de México, México
alejandravalenciacruz@yahoo.es
<https://orcid.org/0000-0001-6755-2449>

Marcela Ortiz Galindo
 Secretaría de Educación Pública, Dirección
 de Educación Especial, Ciudad de México,
 México
marce_psic@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-8958-2590>

Submitted / Recibido: 05/08/2022
 Accepted / Aceptado: 26/01/2023

To cite this article / Para citar este artículo:
 Rosas Guevara, C. C., Velasco Díaz, M.,
 Valencia Cruz A. y Ortiz Galindo, M. (2023).
 Validación del instrumento Sensibilidad
 de Género en la Práctica Docente desde
 la perspectiva estudiantil universitaria.
Feminismo/s, 42, 355-383. Women, data
 and power. Insights into the platform
 economy [Monographic dossier]. Miren
 Gutiérrez (Coord.). <https://doi.org/10.14198/fem.2023.42.13>

Licence / Licencia:

This work is licensed under a Creative
 Commons Attribution 4.0 International.



© Copelia C. Rosas Guevara, Martha Velasco
 Díaz, Alejandra Valencia Cruz y Marcela Ortiz
 Galindo

VALIDATION OF THE INSTRUMENT GENDER SENSITIVITY IN TEACHING PRACTICE FROM THE UNIVERSITY STUDENT PERSPECTIVE

COPELIA C. ROSAS GUEVARA

MARTHA VELASCO DÍAZ

ALEJANDRA VALENCIA CRUZ

MARCELA ORTIZ GALINDO

Resumen

La desigualdad, inequidad y violencia de género en la educación superior son incómodos y difícil de manejar en las instituciones. En la universidad, como institución social, existen prácticas docentes que pueden reforzar, mantener, producir y reproducir los estereotipos de género o bien ayudar a modificar y colaborar con su deconstrucción. De ahí la importancia de saber cómo el estudiantado percibe estos estereotipos desde el actuar docente. Sin embargo, en la literatura revisada se observó escasez de instrumentos que permitan dar cuenta de ello. Por lo tanto, el objetivo fue el desarrollo y validación de un instrumento diseñado para medir la sensibilidad de género en las prácticas docentes a nivel

superior, desde la perspectiva del estudiantado. Tal instrumento comprende cuatro dimensiones: 1) apoyo emocional, 2) manejo de conducta, 3) apoyo pedagógico y 4) lenguaje. La validación se realizó en dos fases, la primera por juezas expertas, las cuales valoraron la pertinencia y claridad de los reactivos y se calculó la razón de validez de contenido para cada uno. En la segunda, se realizó un estudio piloto con una muestra de 870 estudiantes de licenciatura para determinar las propiedades psicométricas de las dimensiones del instrumento. Se realizaron análisis factoriales exploratorios y confirmatorios y de consistencia interna a través del coeficiente alfa de Cronbach. Los resultados mostraron que las dimensiones tienen una buena estructura factorial y confiabilidad, lo cual indica que puede usarse en el ámbito universitario. La versión final del instrumento quedó conformada por 31 ítems en formato Likert y una pregunta abierta.

Palabras clave: sensibilidad de género; validez; confiabilidad; percepción del estudiantado; prácticas docentes; estudiantes de licenciatura.

Abstract

Inequality, inequity and gender violence in higher education are uncomfortable and difficult to handle in institutions. In the university as a social institution there are teaching practices that can reinforce, maintain, produce and reproduce gender stereotypes or help modify and collaborate with their deconstruction. Hence the importance of knowing how the student perceives these stereotypes from the teaching act. However, in the reviewed literature, a shortage of instruments was observed to be considered for this. Therefore, the objective was the development and validation of an instrument designed to measure gender sensitivity in teaching practices at a higher level, from the perspective of the students. This instrument comprises four dimensions: 1) emotional support, 2) behavior management, 3) pedagogical support, and 4) language. Validation was carried out in two phases, the first by expert judges, who assessed the relevance and clarity of the items and calculated the content validity ratio for each one. In the second, a pilot study was carried out with a sample of 870 higher level students to determine the psychometric properties of the instrument's dimensions. Exploratory and confirmatory factor analyzes and internal consistency and were carried out through Cronbach's alpha coefficient. The results showed that the dimensions have a good factorial structure and reliability, which indicates that it can be used in the university environment. The final version of the instrument was made up of 31 items in Likert format and one open question.

Keywords: gender sensitivity; validity; reliability; students perception; teaching practices; university students.

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años la igualdad de género se ha considerado como una meta para el desarrollo por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2015); por lo que, los gobiernos han comenzado a incorporar la dimensión de género en las políticas públicas (Evans y Messina, 2002). El género es una construcción social que se debe contextualizar, es un sistema normativo, con reglamentos y sanciones a través de los cuales los comportamientos femenino y masculino son constantemente monitoreados y evaluados, pues es el resultado de una enseñanza social que se aprende a través de las principales instituciones de la sociedad (familia, religión, escuela, grupos, y diversas instituciones), lo cual va consolidando una situación generalizada de marginación y discriminación que conduce a la inequidad, limitando la participación de la mujer en la sociedad (Cardiel, 2008).

En la universidad como institución social, las construcciones y relaciones de género se ponen en juego en todos los ámbitos (Donoso y Velasco, 2013). La incorporación del enfoque de género en la actividad académica de las universidades causa resistencia, la cual es explicada, por las políticas de género y por las prácticas arraigadas en las instituciones en donde aún se protege el dominio masculino sobre lo femenino en las relaciones de poder (Miralles-Cardona et al., 2020).

En este sentido, frecuentemente los docentes universitarios, sin proponérselo se encuentran inmersos dentro este modelo hegemónico sexista, educan en los roles asignados dependiendo de su sexo, y hacen una valoración más positiva de lo masculino frente a lo femenino (Moreno, 2000). Por lo que los docentes a nivel superior ejercen dos papeles: ayudar a reforzar, mantener, producir y reproducir los estereotipos de género (Graña, 2008; Tomé, 1999) o ayudar a modificarlos y colaborar con su desconstrucción (Subirats y Brullet, 1999).

Verge y Cabruja (2017) mencionan que la docencia universitaria se ve afectada por la ceguera de género (CG), dado que los proyectos, los programas, las políticas y las actitudes ciegas al género no tienen en cuenta estos roles diferentes y necesidades diversas, en consecuencia, se perpetúa la estructura desigual de las relaciones de género.

Esta CG se encuentra en los contenidos y presenta repercusiones en la docencia universitaria: una sobregeneralización de los fenómenos estudiados a partir de las experiencias de los hombres, lo que invisibiliza la realidad de las mujeres; una falsa representación del comportamiento, de las actitudes y necesidades de las mujeres como desviación del modelo ideal masculino; una ofuscación de las diferencias entre hombres y mujeres, como si fueran grupos homogéneos; y unas explicaciones de las diferencias basadas en estereotipos de género (Lovenduski, 1998; Minnarch, 2010). La CG se presenta también en el entorno de aprendizaje, como en las interacciones en el aula (por ejemplo, diferencias en la frecuencia de intervenciones, en las presentaciones orales o en las interrupciones producidas en los debates), también cuando la autoridad científica se representa como intrínsecamente masculina (Cassese y Bos, 2013), las dinámicas de relación profesorado-alumnado o el lenguaje utilizado (Ho y Kelman, 2014).

Dentro de este mismo marco en el currículum oculto de género, en la práctica docente a nivel superior se transmiten y reproducen mensajes que refuerzan las desigualdades de género (UNESCO, 2016) a través de valores, actitudes, intereses y /o cualquier elemento que se inculque a través de la práctica docente, incluso puede tener mayor impacto en el aprendizaje que el currículum explícito u oficial de la universidad (Patiño, 2020). El alcance puede abarcar valores que pueden ser útiles para el logro de la visibilización de la mujer. En consecuencia, la formación de género en educación superior responde a la necesidad de dotar al estudiantado de elementos de justicia social que construya un mundo más equitativo y humano (Donoso y Velasco, 2013).

La falta de conocimiento en género es una dificultad de afrontar problemáticas actuales, ya que se manifiestan actitudes y percepciones erróneas debido a una formación inadecuada o insuficiente (Diéguez et al., 2020; Miralpeix y López, 2020). Se requiere una educación a nivel superior coeducativa, que instaure principios de igualdad, respeto y cooperación entre los sexos, lo cual lleva consigo un cambio de currículo, además de nuevos conceptos y concepción de la ciencia, actitudes, roles y sentimientos que han de hacerse explícitos en el currículum manifiesto como en el oculto (Altable, 1993).

Ahora bien, en la literatura se aborda de manera similar los conceptos de perspectiva de género (PG) y sensibilidad de género (SG). Para esta investigación al referirse a la SG se utilizará de manera indistinta el concepto de PG.

Una SG implica una revisión que va desde el diseño de materiales de trabajo y programas sexistas; las perspectivas y posicionamientos de los agentes del sistema educativo respecto del problema, los contenidos curriculares, las normas disciplinarias y de convivencia, ya que, en las prácticas establecidas, las formas de relación, las formas de vivir y de actuar como mujer y como hombre se perpetúan (Arenas, 1995; Barragán et al., 2001), formas hoy, desiguales, en términos de poder y condición social. La SG abarca la capacidad de reconocer y resaltar las diferencias, problemas y desigualdades de género existentes e incorporarlos a estrategias y acciones (UNDP, 2007), la cual se logra mediante el análisis de género y la inclusión de género.

La PG es un factor influyente en el currículo oculto para lograr la igualdad efectiva en cuanto a percepciones y acciones sociales en donde se respete la integridad física, psicológica y moral (Prince, 2021).

Una docencia con SG debe partir de una mirada interseccional, que implica tener en cuenta cómo la combinación de diferentes ejes de desigualdad (sexismo, clasismo, racismo, homofobia o normalización) produce formas específicas de discriminación (Crenshaw, 1991).

Un lenguaje con SG, en las prácticas docentes universitarias, considera el género en el lenguaje hablado, escrito y en las imágenes utilizadas, con el propósito de evitar la reproducción de estereotipos y formas rígidas de referirse al estudiantado en función de lo que se espera que hagan hombres y mujeres. Una docencia universitaria que incorpora el género cuestiona los sesgos, estereotipos y las relaciones de poder, promueve la reflexión crítica de las prácticas docentes, mejora la relevancia social de los conocimientos que se enseñan, promueven ambientes de aprendizaje y metodologías inclusivas, propician contextos de enseñanza libres de violencia y discriminación de género y fomentan el pensamiento crítico en el estudiantado universitario (Díaz, 2020).

Por lo anterior, es importante que docentes universitarios tengan esta SG ya que considera el sexo y el género como variables analíticas y explicativas clave. Implica prestar atención a las similitudes y diferencias en experiencias, intereses, expectativas, actitudes y comportamientos de mujeres y hombres,

así como identificar las causas y consecuencias de la desigualdad de género, para poder combatirla (AQU, 2019).

La docencia con PG contribuye a detectar el potencial desequilibrio de género en las obras trabajadas y a valorar hasta qué punto el entorno de aprendizaje y las metodologías docentes y de evaluación son inclusivos y atienden a la diversidad inherente al alumnado. Asimismo, la SG facilita prestar atención a las diferencias en los resultados académicos de las mujeres y de los hombres estudiantes derivadas de las metodologías docentes a nivel superior y de evaluación que a menudo pasan desapercibidas (Eddy et al., 2014; Wehrwein et al., 2007). Incluir la PG en la docencia universitaria supone una reflexión y autodiagnóstico sobre la actividad que se realiza en las aulas (Rodríguez y Provencio, 2017).

La falta de integrar la SG en la formación del alumnado universitario genera, al menos, cuatro consecuencias en las mujeres:

1) *Piso pegajoso*: seguir con el papel tradicional de la mujer en la vida familiar (Poaquiza-Poaquiza et al., 2020), lo que dificulta el desarrollo por la sobrecarga profesional y doméstica, lo cual desencadena el abandono de su carrera y/o estancamiento profesional (Upegui y Cervera 2018); 2) *Techo de cristal*, la Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres (CONAM, 2019), menciona que hay normas no escritas al interior de las organizaciones que dificulta a las mujeres tener acceso a los puestos de alta dirección. Para contrarrestarlo, se puede promocionar a las mujeres incrementando su participación, representación y liderazgo, lo cual requiere cambiar valores a nivel institucional (Segovia-Saiz et al., 2020); 3) *La metáfora de tubería con fugas*, resume el impacto del currículum oculto desde la perspectiva de género ya que explica la disminución de la presencia de mujeres a lo largo del desarrollo académico, específicamente dentro de una carrera científica debido a que durante las etapas de la vida de las mujeres hay filtros que disminuyen el número de mujeres en la siguiente etapa de la formación científica. Ejemplo, el ingreso de las mujeres a la universidad y al posgrado, es mayor, sin embargo, no es evidente su ingreso en el campo científico, ni como docentes ni como investigadoras (Ortiz-Ortega y Armendáriz, 2017) y finalmente; 4) *Violencia de género*.

En México, del 2006 al 2012 la violencia se potenció y se diversificó a nuevos nichos (Álvarez, 2021), entre ellos a las universidades. En el caso

de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), en su informe Anual junio de 2018 a junio de 2019, 436 personas presentaron quejas por posibles hechos de violencia de género a partir de los cuales se identificaron a 385 personas agresoras. La mayoría de las personas que presentaron una queja fueron mujeres (99.3%), mientras que las personas agresoras en su mayoría fueron hombres (94.5%). El 59.5% de las mujeres que presentaron una queja se encuentran en los 18 y los 24 años, seguidos por un 28.8% de mujeres entre los 25 y 35 años de edad. De las quejas presentadas por violencia de género se destacan los siguientes: 76.8% fueron alumnas, 14.4% por personal administrativo y 2.8% por personal de confianza. Por otro lado, 44.4% de los presuntos agresores son alumnos, 22.3% académicos y 17.4% personal administrativo. El 77.7% de las alumnas que presentaron su queja son de licenciatura y 15% de nivel medio superior, en paralelo, 77.9% de las personas agresoras son de licenciatura y el 14.8 % pertenecen a nivel medio superior. Dentro de la relación académica, el 54% de la violencia fue ejercida en un vínculo alumna-académico, 45% entre compañera-compañero y el 1% en el de estudiante-profesor. Los principales tipos de violencia registrados son psicológica, sexual, física, económica, patrimonial y de discriminación (Oficina de la Abogada General de la UNAM, s.f.).

A partir de estos acontecimientos de violencia, discriminación y el incremento de los feminicidios, se genera el movimiento feminista en 2019-2020, protagonizado por mujeres jóvenes el cual se refleja en el interior de las universidades. En la UNAM, las estudiantes se han manifestado con paros, tendaderos (donde ha exhibido a sus agresores) y han pedido solución a sus demandas a través de pliegos petitorios. Su objetivo principal ha sido la denuncia y el alto a la violencia contra las mujeres.

En cuanto a instrumentos sobre SG en docentes a nivel superior, se encontró la Escala de Evaluación Sensible a la Formación en Igualdad de Género (ESFIG), el cual fue elaborado para medir las percepciones de los docentes en formación sobre la implementación de la perspectiva de género en sus planes de estudio en la formación docente. Se administró a 601 docentes en formación de grado y Master (en educación infantil, primaria y secundaria), de 24.31 años de edad, de una universidad pública española. La escala consta de 16 ítems agrupados en tres subescalas de cinco, siete y cuatro ítems, respectivamente que miden el grado de acuerdo acerca de: 1) la

sensibilidad institucional a la aplicación de la política de igualdad de género en los centros, 2) la incorporación de la PG en los planes de estudio y 3) la conciencia de desigualdades vinculadas al género en los procesos instructivos. A pesar de que es aplicada en el ámbito universitario, su limitación es que este no mide las prácticas docentes, es decir, la dinámica que se da dentro del aula, la interacción docente-estudiante en el proceso de enseñanza aprendizaje (Miralles-Cardona et al., 2020).

A partir de lo anterior, se encontró la siguiente problemática: ¿Cómo evaluar la sensibilidad de género en las prácticas docentes a nivel superior desde la visión del alumnado? Por tanto, el objetivo de esta investigación fue elaborar y validar un instrumento que pudiera ser usado para medir la SG en las prácticas docentes en el ámbito universitario desde la perspectiva del alumnado.

2. MÉTODO

De acuerdo con la clasificación de Montero y León (2002) se trata de un estudio instrumental pues la finalidad de este es el desarrollo de pruebas ya sea su diseño o su adaptación. Entre los elementos a tomar en cuenta para la elaboración de instrumentos está la conceptualización del constructo, la obtención de evidencias de su confiabilidad y validez mediante la opinión de expertos y técnicas estadísticas que permiten dar cuenta de su estructura interna y de su relación con otros constructos (Carretero-Dios y Pérez 2005). Se tomaron en cuenta las fases generales del proceso de construcción de instrumentos de medida propuestos por Muñiz y Fonseca-Pedrero (2008).

2.1. Conceptualización de la SG.

La SG en las prácticas docentes apoya equitativamente el aprendizaje de mujeres y hombres en la medida de sus necesidades educativas. Las prácticas docentes con SG incorporan consciente e intencionalmente aspectos de género en los ambientes y situaciones de aprendizaje en las aulas (Razo y Cabrero, 2017). Por lo tanto, promueven equitativamente el involucramiento y logro académico al impulsar las relaciones positivas, motivación y expectativas positivas para aprender.

A partir de la revisión de la literatura de la SG en las prácticas docentes universitarias, se retomaron las definiciones de las cuatro dimensiones tomadas de la investigación de Razo y Cabrera (2017): 1) *Apoyo emocional* (AE), contempla la expresión de afectos (risas, sonrisas entre docentes y estudiantes), las expresiones de aprobación o rechazo (frases, expectativas, comentarios positivos y neutros sobre las conductas de estudiantes) y conciencia sobre las necesidades de los estudiantes (consultar, anticipar problemas y notar dificultades de estudiantes), tomando en cuenta el género; 2) *Manejo de conducta* (MC), se conforma del redireccionamiento de la conducta (frases, señales para las conductas no deseadas) y la reacción ante ambientes poco favorables (hostilidad, negatividad, irritabilidad), tomando en cuenta el género; 3) *Apoyo pedagógico* (AP), se refiere a la equidad en las estrategias que el docente universitario utiliza para interesar a los estudiantes en el aprendizaje. Es decir, mide el grado en que el/la docente busca, equitativamente, involucrar a mujeres y hombres en las actividades hacia la comprensión de ideas y la expansión del conocimiento. Esta dimensión se conforma de la retroalimentación (persistencia, uso de pistas, clarificación), desafíos cognitivos (preguntas, tareas), diálogo pedagógico (conversación acumulada, escucha activa), y recursos pedagógicos (imágenes, textos y estrategias neutras e incluyentes); 4) *Lenguaje* (L), describe las formas de comunicación del docente universitario hacia los estudiantes en las que se reflejan y se reproducen las visiones y las expectativas asociadas al género que se tiene del estudiantado en el aula tanto de comportamiento como de desempeño académico. Esta dimensión la conforman la neutralidad (uso de genéricos en el discurso, mensajes sobre igualdad, características y adjetivos asociados a los géneros), modos verbales (entonación de la voz y lenguaje respetuoso, uso de nombres y sobrenombres), y el lenguaje corporal (proximidad y contacto físico, postura de escucha y atención, contacto visual).

2.2. Validación por jueces

Una vez definidas las dimensiones se formularon 27 ítems, los cuales pasaron por un proceso de validez de contenido, el cual se realizó a través del juicio de cinco personas, todas mujeres expertas en educación en el ámbito

universitario. Se seleccionaron tres con experiencia en el área de sexualidad y género, dos en psicología educativa y género.

El análisis consistió en someter a valoración la pertinencia y claridad de cada uno de los ítems, se calculó el coeficiente de razón de validez de contenido de cada ítem y se tomó como criterio un valor igual o mayor a .58 para considerar la existencia de acuerdo entre las juezas a través de la fórmula de Tristán-López (2008). En esta etapa los reactivos que no cumplieron el criterio ni de pertinencia ni claridad se eliminaron al igual que los que no tuvieron pertinencia, aunque hayan cumplido con la claridad. Los reactivos que cumplieron con la pertinencia y no con claridad fueron modificados en su redacción de acuerdo con las sugerencias de las juezas.

Con base en todas las modificaciones realizadas, la primera versión del Instrumento de Sensibilidad de Género en Prácticas Docentes (ISGPDU) quedó integrada por un total de 40 ítems, ya que en todas las dimensiones se agregaron ítems por sugerencia de las juezas. En la dimensión AE originalmente eran seis, en su mayoría eran pertinentes pero por recomendación de las juezas se mejoró la redacción en dos de ellos, además dos ítems se dividieron en dos, quedando ocho reactivos; en MC eran cinco, en un reactivo había que mejorar su claridad y se agregaron tres, quedando un total de ocho reactivos, en AP eran diez, de los cuales en uno había que mejorar su claridad y otro eliminarlo, se agregaron seis quedando un total de quince ítems y en L eran seis, todos cumplían con la pertinencia y claridad, sin embargo, por sugerencia se agregaron tres, quedando un total de nueve ítems.

Al final del instrumento se incluyó una pregunta abierta en la que se solicitó a los participantes detallaran alguna experiencia relacionada a temas de género que como estudiantes habían vivido, fueran agradables o desagradables con algún/a docente a nivel superior o en la universidad para obtener más información respecto a los sucesos que ocurren de manera cotidiana.

2.3. Fase II. Estudio piloto

El objetivo de esta fase fue aplicar el instrumento para recopilar datos y obtener evidencias de sus propiedades psicométricas.

Muestra

Para la integración de la muestra se consideraron los siguientes criterios:

1. **Inclusión:** Estudiantes universitarios de segundo semestre en adelante.
2. **Exclusión:** Estudiantes universitarios que se encuentren cursando el primer semestre de la carrera, estudiantes universitarios del Sistema de Universidad Abierta, pasantes o que pertenecieran a algún posgrado.

La muestra fue de 870 estudiantes, conformada por 572 mujeres (65.5%) y 298 hombres (34.5%), de los cuales el 64% se identificó con el género femenino, 33.9% con el género masculino, 1.6% no binario y un.5% no se identificó con ninguno de los mencionados. La edad promedio del alumnado fue de 21.02 años (± 3.49), 644 (74.1%) pertenecen a una universidad pública y 226 (25.9%) a una universidad privada. La mayoría de las universidades son de la CDMX 68.3%, seguido el Estado de Pachuca 17.7%, y finalmente el Estado de México 14%.

2.4. Procedimiento

Se contactó con las/los docentes de las diferentes instituciones haciéndoles llegar una invitación para participar en la investigación, proporcionándoles las indicaciones del procedimiento para llevar a cabo la aplicación en sus grupos en el horario de clase, lo cual permitió tener mayor control y homogeneización durante las aplicaciones. La participación de los estudiantes fue voluntaria, anónima y confidencial.

La base de datos recopilada fue revisada y depurada. Para examinar la validez de constructo de cada dimensión se realizaron análisis factorial exploratorio (AFE) y confirmatorio (AFC). La fiabilidad de consistencia interna fue explorada a través del coeficiente Alpha de Cronbach.

3. RESULTADOS

3.1. Análisis factorial

Previo al análisis factorial se aplicaron la prueba de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y de esfericidad de Bartlett, para identificar si las correlaciones entre los reactivos eran significativas y suficientes para determinar la pertinencia del análisis factorial. Conforme a lo esperado, el valor KMO en cada dimensión fue superior al valor de referencia de .70 y en la prueba de esfericidad se obtuvieron coeficientes significativos al nivel de .01 (ver tabla 1), por lo tanto, se consideró viable realizar el análisis factorial.

Tabla 1
Prueba de KMO y esfericidad de Bartlett por dimensión

Dimensión	Kaiser-Meyer-Olkin	Esfericidad de Bartlett		
		χ^2	Gl	p
Apoyo emocional	0.887	1874.697	21	0.000
Manejo de conducta	0.815	1241.263	10	0.000
Apoyo pedagógico	0.940	4114.500	45	0.000
	0.778	895.200	6	0.000
Lenguaje	0.820	2330.720	10	0.000

Para cada dimensión se hizo un análisis factorial de componentes principales con rotación varimax y se tomó como criterio un valor igual o superior a .40 para considerar que un reactivo se ubicaba en un factor, siempre y cuando no cargara en más de un factor.

Los resultados mostraron que cada una de las dimensiones analizadas estaba conformada por un único factor a excepción de la de apoyo pedagógico que resultó ser bifactorial y se eliminaron aquellos reactivos que no cumplieron con el criterio mencionado anteriormente. Los porcentajes de varianza explicada en cada dimensión fueron iguales o superiores a .50, lo cual es aceptable, particularmente en escalas con pocos reactivos como lo es en el caso de las dimensiones analizadas. Asimismo, los valores del coeficiente alfa de Cronbach de cada dimensión fueron superiores al nivel mínimo aceptable de .70, por lo que tienen buena confiabilidad (ver tabla 2).

Tabla 2

Varianza explicada, confiabilidad y cantidad de reactivos por dimensión

Dimensión	Varianza explicada	Alfa de Cronbach	Cantidad de reactivos
Apoyo Emocional	50.312	0.828	7
Manejo de Conducta	55.276	0.784	5
Apoyo pedagógico (Factor 1)	59.961	0.900	10
Apoyo pedagógico (Factor 2)	---	0.776	4
Lenguaje	67.140	0.877	5

A continuación, se presenta la estructura factorial de cada dimensión.

En la dimensión de Apoyo Emocional (AE) sólo se eliminó un reactivo, quedando conformado por siete, cuyas cargas factoriales fueron superiores a.60 (ver tabla 3). Los reactivos hacen referencia a la manifestación de afecto, preferencia o sensibilidad de parte del o de la docente según el género del estudiante.

Tabla 3

Estructura factorial de la dimensión Apoyo Emocional

Dimensión Apoyo Emocional	Componente 1
1. Las/Los docentes son más rudos con los hombres.	.794
2. La forma en que las/los docentes muestran afecto hacia los estudiantes depende de si son hombres o mujeres.	.736
3. Las/Los docentes tienen preferencias por estudiantes dependiendo de si es hombre o mujer.	.786
4. Las docentes se preocupan más que los docentes por el alumnado.	.648
5. Las/Los docentes parecen poco sensibles a las necesidades o dificultades que enfrentan sus estudiantes, independientemente de su género.	.645
6. Las/Los docentes dan muestras de aprobación a las participaciones y actividades de estudiantes a través de frases y gestos, pero lo hacen más con hombres.	.718
7. Las mujeres son más respetuosas que los hombres con las/los docentes.	.617

En la dimensión Manejo de Conducta (MC) se eliminaron tres ítems y las cargas factoriales de los cinco reactivos que la conforman son también superiores a .60 (ver tabla 4). Los reactivos refieren a las concepciones y actitudes que tienen las y los docentes respecto al comportamiento de los estudiantes según su género.

Tabla 4
Estructura factorial de la dimensión Manejo de Conducta

Dimensión Manejo de Conducta	Componente 1
1. Las/Los docentes ante un ambiente negativo en el aula (hablar en exceso, burlas, faltas de respeto, comentarios sexistas, rumores etc.), llaman la atención de manera respetuosa y firme, pero únicamente se dirigen a los hombres.	.625
2. Las/Los docente ignoran conductas que están perturbando la tranquilidad del grupo, porque consideran que es la forma en que se relaciona ese género.	.797
3. Las/Los docentes consideran que las mujeres son más disciplinadas que los hombres.	.694
4. Las/Los docentes consideran que la forma de comportarse está predeterminada por la genética. Por ejemplo, los hombres son más rudos que las mujeres.	.800
5. Las/los docentes permiten que los hombres digan palabras obscenas, mientras que a las mujeres se les llama la atención.	.784

Respecto a la dimensión Apoyo pedagógico (AP), esta quedó conformada por dos factores, los cuales refieren al trato que recibe el estudiantado de parte del profesorado según el género de los primeros, sólo que el primer factor lo hace considerando un trato igualitario mientras que el segundo versa sobre un trato diferenciado según el género del estudiante. El primer factor comprende diez reactivos y el segundo cuatro. Las cargas factoriales de los reactivos correspondientes a cada factor también fueron superiores a .60. En esta dimensión solo se eliminó un ítem del segundo factor (ver tabla 5).

Tabla 5
Estructura factorial de la dimensión Apoyo Pedagógico

Dimensión Apoyo Pedagógico	Componente	
	1	2
1. Las/los docentes prefieren la participación de hombres en actividades que tienen que ver con la toma de decisiones.	.799	
2. Las/Los docentes refuerzan estereotipos de género, por ejemplo, las mujeres son débiles, bonitas, tranquilas, disciplinadas, mientras que los hombres son fuertes, intrépidos, desorganizados.	.783	
3. El grado de exigencia que piden las/los docentes es distinto para hombres que para mujeres.	.747	
4. Las/Los docentes perciben que las mujeres son más organizadas y realizan trabajos de mejor calidad que los hombres.	.652	
5. Las/Los docentes perciben que los hombres son más hábiles para armar o construir cosas.	.783	
6. Las estrategias y materiales utilizados por quienes imparten la docencia parecen incomodar a estudiantes de un género.	.803	
7. El diálogo de clase en materias relacionadas con humanidades se mantiene primordialmente con mujeres.	.713	
8. El diálogo de clase en materias como matemáticas, estadística, entre otras, se mantiene primordialmente con hombres.	.769	
9. Los/las estudiantes para aclarar dudas recurren al docente de su mismo sexo.	.620	
10. Las/los docentes realizan actividades que evidencian las desigualdades que existen entre hombres y mujeres.	.632	
11. Las preguntas, actividades y tareas que realizan las/los docentes son las mismas para hombres y mujeres.		.723
12. Las/Los docentes que fomentan la reflexión de temas, lo hacen tanto con hombres como mujeres.		.778
13. Las estrategias y materiales utilizados por las/los docentes incluyen a hombres y a mujeres.		.811
14. Las/los estudiantes cuando tienen dudas recurren al docente que le inspira confianza, independientemente de si es hombre o mujer.		.761

Por último, en la dimensión Lenguaje (L) se eliminaron tres reactivos quedando configurada finalmente por cinco cuyas cargas factoriales fueron superiores a .75. Los reactivos refieren a expresiones verbales sexistas y gestuales de falta de atención de parte de los y las docentes hacia los estudiantes según se trate de hombres o mujeres (ver tabla 6).

Tabla 6
Estructura factorial de la dimensión Lenguaje

Dimensión Lenguaje	Componente 1
1. Durante la participación de mujeres, el/la docente hace gestos de falta de atención como, ver la hora, el celular, etc.	.817
2. Durante la participación de hombres, el/la docente hace gestos de falta de atención como, ver la hora, el celular, etc.	.798
3 Las/Los docentes hacen comentarios que incomodan a un género.	.840
4. Las/los docentes hacen comentarios «sexistas» (expresiones que denigran a personas de ambos sexos, respecto a sus atributos o funciones).	.875
5. Las/los docentes suelen decir frases como: «se necesita un hombre fuerte para que nos ayude a cargar».	.763

Para corroborar la estructura factorial de cada dimensión se realizó un análisis factorial confirmatorio para cada una de ellas y se tomaron como referentes de un buen ajuste una ji cuadrada no significativa, un valor de ji cuadrada normada menor a 3, valores iguales o superiores a .95 en los índices CFI y NFI y un valor igual o menor a .08 en el índice RMSEA. Los valores de ji cuadrada en todas las dimensiones fueron significativos lo cual indicaría que no hay un buen ajuste; sin embargo, esto suele ser común cuando los tamaños de muestra son superiores a los 200 casos, por tal razón este índice se considera en conjunto con los ya mencionados. Los valores CMIN/DF fueron ligeramente superiores a 3, lo que indica que se encuentran en el límite permitido, excepto en Manejo de Conducta, el cual fue mucho mayor, por lo que es conveniente hacer una revisión de esta dimensión para mejorarla. Los valores de los índices CFI y NFI fueron superiores a .95 y los del

error de medida RMSEA iguales o menores a.08, los cuales están dentro de lo aceptable para considerar que hay un buen ajuste.

En conclusión, los análisis factoriales confirmatorios muestran que las estructuras factoriales de todas las dimensiones son adecuadas, aunque la de Manejo de Conducta requiere revisarse. En la tabla 7 se presentan los valores de los índices de ajuste para cada dimensión.

Tabla 7
Índices de ajuste del análisis factorial confirmatorio de cada dimensión

Subescala	X ²	gl	p	CMIN/DF	CFI	NFI	RMSEA
Apoyo emocional	45.68	14	.000	3.26	.983	.976	.051
Manejo de conducta	34.47	5	.000	6.89	.976	.972	.082
Apoyo pedagógico	227.55	77	.000	2.95	.970	.956	.047
Lenguaje	13.88	4	.008	3.47	.996	.994	.053

Ahora bien, respecto a la pregunta abierta que se incluyó al final del instrumento para recopilar las experiencias del alumnado relacionadas a temas de género, es importante señalar algunos resultados que se obtuvieron de dicha pregunta ya que las/los estudiantes compartieron experiencias en las que reportaron situaciones que les generaron incomodidad, malestar psicológico o deserción en la materia e inclusive deserción escolar. Los resultados de la pregunta abierta se clasificaron en nueve categorías y en la tabla 8 se muestran algunos ejemplos de cada una de ellas.

En general, las/los estudiantes perciben que se refuerzan estereotipos en sus clases, manifiestan que hay falta de un lenguaje incluyente que perpetúa las desigualdades, el cual lo ven reflejado en sus respuestas. Es una minoría la que ha sufrido acoso y/o abuso sexual. También perciben que hay menor sensibilidad de género por parte de docentes hombres y que, tanto a los docentes como alumnos les cuesta más trabajo identificar la violencia verbal en comparación con las docentes y alumnas. Finalmente, hubo respuestas de estudiantes que reconocen el buen trato y el lenguaje inclusivo.

Por otra parte, el 56.43% del estudiantado no contestaron, el 17% compartieron experiencias incómodas y el 26.55% manifestaron no tener experiencias desagradables y de éstos, algunos felicitaron la investigación.

Tabla 8. Respuestas de la pregunta abierta clasificadas en categorías

Categoría	Definición	Ejemplo de respuesta
Omisión de manejo de conducta	Permitir faltas de respeto, insultos entre el alumnado.	- «He tenido la mala experiencia de recibir comentarios y actitudes de mis compañeros y el profesor no hace nada al respecto.» - «Se respeta y toleran agresiones verbales y «explosiones» de mis compañeros.»
Limitación en el aprendizaje y maltrato emocional	Estigmatizar, limitar el aprendizaje, participación y/o capacidades. Bajas expectativas del alumnado por cuestión de género, desanimar a que estudien o realicen algo. Calificar o tratar de manera diferente. Daño a la autoestima	- «Los docentes con mayor de edad son hombres machistas, ... sus ideales no han evolucionado.» - «Un profesor de matemáticas le dijo a un compañero: Si tú no entiendes, imagínate ellas.» - «En alguna ocasión, un maestro me humilló [sic] frente a todo el grupo cuando estaba exponiendo mi tema de tesis, ...ese episodio me afectó [sic] tanto que lo tuve que tratar en terapia...» - «Un profesor de Derecho, al ser mujer te cuestionaba más y se encargaba de humillarte frente a todos. Un día expuse junto a tres compañeras más y al terminar la exposición todos nuestros compañeros nos aplaudieron y él gritó que éramos unas mediocres... Después de eso preferí desertar la materia y estuve a punto de hacerlo con la carrera.»
Violencia verbal.	Comentarios sarcásticos e insidiosos, insultos y gritos. Chistes, «bromas», albures, etc. Uso de nombres y sobre nombres lenguaje violento, entonación de voz.	- «Había un docente que siempre albureaba a las alumnas y sigue dando clases...» - «Un profesor hacía [sic] chistes sobre la debilidad de las mujeres.» - «Hay profesores que todavía no respetan las formas de pensar de otros estudiantes ni su orientación sexual, haciendo comentarios fuera de lugar.»
Trato diferenciado a través del lenguaje y/o conducta.	Uso del lenguaje y trato diferenciado al dirigirse a hombres y a mujeres; por ejemplo, tono de voz, uso de palabras altisonantes, reproducción de roles y estereotipos de género de cómo se deben comportar las mujeres y los hombres.	- «Con un profesor recuerdo que siempre utilizaba la frase: ustedes como mujercitas deberían...» - «Lo más grave [sic], es cuando en un salón de 50 alumnas y seis alumnos, las únicas participaciones que se respaldan, sustenta [sic], agradecen o escuchan son las de los seis alumnos.» - «Un profesor justificó la falta solo a hombres, y a las mujeres no, porque «las mujeres somos mentirosas». - «Como hombre homosexual, algunas veces he escuchado comentarios homofóbicos de parte de algunos docentes; eso denota ignorancia en cuanto al tema.»
Imagen corporal	Uso de comentarios donde se denigra el cuerpo de la persona o su aspecto físico.	- «Una maestra de derecho laboral nos preguntó [sic] acerca de qué área de la administración estábamos interesados en tomar; respondí que marketing, directamente me discriminó y atacó diciendo que yo no podría dedicarme a esa área porque tenía cara de «figurita prehispánica». - «Un profesor cuando daba las calificaciones, observaba el cuerpo de las compañeras y hacía comentarios como «ay que caderona», «que nalgona» mientras que con los compañeros solo les daba su calificación.»
Abuso, acoso, tocamientos e insinuaciones	Tipo de contacto o actividad sexual en donde el/ la estudiante no da su consentimiento.	- «Las actitudes del profesor me hicieron sentir incómoda sobre todo cuando me tomaba mis medidas corporales como parte de la materia, sentí que se sobrepasó en muchas ocasiones.» - «En una ocasión un profesor invalidó mi experiencia de acoso por ser hombre.»
Invisibilización o normalización de la violencia de género	Expresiones donde el/la docente no identifica y/o justifica la violencia de género.	- «La persona encargada de un curso ejemplificó muy inapropiadamente que la responsabilidad de una violación es de la víctima por pasar por una determinada calle a cierta hora. Esto me llevó a plantearme si realmente quería estudiar en la institución.» - «Tengo un maestro que dice que la violencia de género no existe.» - «Hay profesores que le restan importancia al movimiento feminista y llegan a decir que las mujeres exageran con lo que les pasa.»
Concientización de la violencia de género por parte de las/los estudiantes.	Capacidad del estudiantado en darse cuenta de la importancia de la cuestión de género a partir de responder el cuestionario.	- «El cuestionario me ayudó a hacer conciencia de cómo están mis profesores en temas de género, gracias por la invitación y espero pronto saber los resultados.» - «Me gustaría que los docentes comenzaran a inculcar y utilizar el lenguaje inclusivo»
Respeto y buen trato	Aceptar las diferencias en el ritmo de aprendizaje, gustos, identidad y diversidad.	- «Una maestra nos enseñó a decir ser humano o personas en lugar de hombre.» - «El día posterior al paro de mujeres en 2020, un profesor nos explicó por qué se conmemora el 8 de marzo y nos pasó un video donde se explicaba más a detalle este tema. También dejó que tanto hombres como mujeres contaran su experiencia respecto al paro y al final hicimos una reflexión. Me dio emoción que un profesor, especialmente un hombre, se tomara el tiempo de tratar este tema y mostrar su apoyo. Él es uno de los docentes con los que más segura me he sentido en lo que llevo de carrera.»

4. DISCUSIÓN

Los temas de desigualdad, discriminación y violencia de género en la educación superior son incómodos y difíciles de manejar en las instituciones y en el contexto político. A pesar de ello, varias universidades e instituciones reconocen y enfrentan de manera decidida situaciones de violencia y discriminación (Ordorika, 2015). La práctica docente a nivel superior supone reflexionar acerca de las actividades que ocurren en el aula. Sin embargo, existe una escasez de instrumentos para medir la SG en las prácticas docentes, lo que condujo a elaborar y validar un instrumento desde la mirada del estudiantado, dado que son quienes interactúan en mayor medida con el profesorado.

El análisis de sus propiedades psicométricas a través de las diferentes técnicas estadísticas a las que se sometió el instrumento mostró que es confiable y válido, por lo que se evidencia la solidez del instrumento. Se obtuvo una versión final del instrumento de 31 ítems en formato de Likert con cinco opciones de respuesta y con una pregunta abierta. Está conformado por cuatro dimensiones que tienen que ver con el trato diferenciado que tienen las y los docentes hacia los estudiantes, respecto con la manifestación de afecto que les brindan, sus actitudes hacia sus comportamientos en el aula, la forma de tratarlos y de dirigirse verbalmente al grupo.

Respecto a la pregunta abierta, las experiencias reportadas por los participantes coinciden con los hallazgos del estudio de Méndez-Cadena et al. (2016), donde el estudiantado identificó conductas sexistas y discriminatorias que se traducen en maltrato psicológico en la vida escolar, uso de lenguaje sexista, no inclusivo, desvalorización del trabajo académico de las mujeres, exclusión, subordinación e invisibilización del aporte de las mismas; lo que repercute desfavorablemente en el desempeño escolar, la percepción de logro, la salud emocional (incremento de ansiedad y tensión, crisis nerviosas, depresión, desgaste emocional, desinterés, frustración, enojo), el desconcierto, y con efectos negativos en la autoestima. Al igual que Martínez et al. (2021), los docentes hombres y compañeros hacen comentarios sobre estereotipos acerca de la mujer para estudiar carreras consideradas tradicionalmente masculinas, haciéndolas sentir ridiculizadas, desvalorizadas y humilladas. Una situación importante es el acoso sexual, el

cual puede afectar a quien lo padece, generar desmotivación por el proceso de aprendizaje y formación profesional, y conducir a situaciones como la deserción (Ruiz-Ramírez et al., 2014).

Se sugiere realizar otras preguntas exploratorias para ver si el alumnado ha tomado cursos y/o talleres con perspectiva de género, ya que esto puede ser una variable que favorezca la identificación de prácticas docentes con sensibilidad de género.

5. CONCLUSIONES

La evidencia recabada sobre las propiedades psicométricas del ISGPDU muestra que son adecuadas, y que el instrumento sirve para identificar las percepciones que tiene la población estudiantil universitaria respecto a la SG en sus docentes. El instrumento tendría que seguirse aplicando para obtener más evidencias de su validez y confiabilidad, considerando otros aspectos como la carrera, tipo de universidad, región entre otros.

Se podría retomar la información recabada en la pregunta abierta como un elemento para integrar reactivos que recuperen las experiencias del estudiantado, dado que reflejan de manera fehaciente situaciones invisibilizadas sobre la falta de sensibilidad de género por parte de los docentes y que afectan su desempeño académico y/o salud emocional.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (2019). *Marco general para la incorporación de la perspectiva de género en la docencia universitaria*. https://www.aqu.cat/doc/doc_25276332_1.pdf
- Altable, Ch. (1993). La coeducación sentimental. En J. Ramos. (Ed.), *El camino hacia una escuela coeducativa. Movimiento cooperativo de escuela popular*. (pp.129-144). http://www.quadernsdigitals.net/datos_web/biblioteca/1_6837/enLinea/11.htm
- Alvarez, L. (2021). El movimiento feminista en México en el siglo XXI: Juventud, radicalidad y violencia. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 65(240), 147-175. <https://doi.org/10.22201/fcps.2448492xe.2020.240.76388>
- Arenas, M. (1995). *Triunfantes perdedoras: Investigación sobre la vida de las niñas en la escuela*. Universidad de Málaga.

- Barragán, F., De la Cruz, J., Doblas, J., Padrón, M.M, Navarro, A., y Álvarez, F. (2001). *Violencia de género y currículum: Un programa para la mejora de las relaciones interpersonales y la resolución de conflictos*. Aljibe.
- Cardiel, M. (2008). *Mujeres y Hombres, ¿Qué tan diferentes somos? Manual de sensibilización en perspectiva de género*. Instituto Jalisciense de las Mujeres. <http://cedoc.inmujeres.gob.mx/ftpg/Jalisco/jal04.pdf>
- Carretero-Dios, H., y Pérez, C. (2005). Normas para el desarrollo y revisión de estudios instrumentales. *International journal of clinical and health psychology*, 5(3), 521-551. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33705307>
- Cassese, E., y Bos, A. (2013). A hidden curriculum? Examining the gender content in introductory-level political science textbooks. *Politics & Gender*, 9 (2), 214-223. <https://doi.org/10.1017/S1743923X13000068>
- Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres (2019). *¿Qué es el techo de cristal y qué pueden hacer las empresas para impulsar la igualdad de género?* Gobierno de México. <https://www.gob.mx/conavim/articulos/que-es-el-techo-de-cristal-y-que-pueden-hacer-las-empresas-para-impulsar-la-igualdad-de-genero?idiom=es>.
- Crenshaw, K. (1991). Mapping the margins: intersectionality, identity politics, and violence against women of color. *Stanford Law Review*, 43 (6), 1241-1299. <https://doi.org/10.2307/1229039>
- Díaz, D. (2020). *Guía para una docencia universitaria con enfoque de género en la Universidad de Santiago de Chile*. Dirección de Género, Diversidad y Equidad. https://www.direcciondegenero.usach.cl/sites/direccion_genero/files/guiadgde_vf.pdf
- Diéguez, R., Martínez-Silva, I. Medrano, M., y Rodríguez-Calvo, M. (2020). Creencias y actitudes del alumnado universitario hacia la violencia de género. *Educación médica*, 21(1), 2-10. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2018.03.017>
- Donoso, T. y Velasco, A. (2013). ¿Por qué una propuesta de formación en perspectiva de género en el ámbito universitario? *Revista de currículum y formación del profesorado*, 17(1), 71-88. <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/24906/rev171ART5.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Eddy, S., Brownell, S., y Wenderoth, M. (2014). Gender gaps in achievement and participation in multiple introductory biology classrooms. *CBE-Life Sciences Education*, 13, 478-492. <https://doi.org/10.1187/cbe.13-10-0204>

- Evans, H., y Messina, G. (2002). *Igualdad de género en la educación básica de América Latina y el Caribe: Estado del arte*. UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000131040_spa
- Graña, F. (2008). El asalto de las mujeres a las carreras universitarias masculinas: Cambio y continuidad en la discriminación de género. *PRAXIS*, 12, 77-86. <https://www.redalyc.org/pdf/1531/153112902008.pdf>
- Ho, D., y Kelman, M. (2014). Does class size affect the gender gap? A natural experiment in law. *The Journal of Legal Studies*, 43 (2), 291-321. <https://doi.org/10.1086/676953>
- Lovenduski, J. (1998). Gendering research in political science. *Annual Review of Political Science*, 1, 333-356. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.1.1.333>
- Martínez, M., Guerrero, A., y Pantoja, D. (2021). Violencia basada en género en el contexto universitario desde la perspectiva de los estudiantes. *Revista de Psicología. Universidad de Antioquia*, 13(1). <https://doi.org/10.17533/udea.rp.e343261>
- Méndez-Cadena, M., Martínez-Corona, B., y Pérez-Nasser, E. (2016). Prácticas generadoras de violencia en un espacio académico de posgrado. *Ra_XIMHAI*, 12(1), 33-47. <https://doi.org/10.35197/rx.12.01.2016.02.mm>
- Minnarch, E. (2010). *Transforming knowledge*. Temple University Press.
- Miralles-Cardona, C., Cardona Moltó, M., y Chiner, E. (2020). La perspectiva de género en la formación inicial docente: Estudio descriptivo de las percepciones del alumnado. *Educación XXI*, 23(2), 231-257. <https://doi.org/10.5944/educXXI.23899>
- Miralpeix, M., y López, N. (2020). Estudio obligatorio de la violencia de género en grados universitarios de ciencias de la salud. *Educación médica*, 22(5), 444. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2020.06.010>
- Montero, I., y León, O. (2002). Clasificación y descripción de las metodologías de investigación en psicología. *International journal of clinical and health psychology*, 2(3), 503-508. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33720308>
- Moreno, E. (2000). *La transmisión de modelos sexistas en la escuela*. En M. Santos (Ed.), *El harén pedagógico* (pp.11-32). Grao.
- Muñiz, J., y Fonseca-Pedrero, E. (2008). Construcción de instrumentos de medida para la evaluación universitaria. *Revista de Investigación en Educación*, 5(1), 13-25. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3216021>
- Oficina de la Abogada General de la UNAM (s.f.). *Informe sobre la implementación del protocolo para la atención de casos de violencia de género en la UNAM*:

- Informe Anual, reporte del 9 de junio de 2018 al 7 de junio de 2019.* http://www.abogadogeneral.unam.mx/sites/default/files/2020-10/Protocolo%20Informe-2019_1.pdf
- Ordorika, I. (2015). Equidad de género en la educación superior. *Revista de la educación superior*, 44(174), 7-17. <https://doi.org/10.1016/j.resu.2015.06.001>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2016). *Guía para la igualdad de género en las políticas y prácticas de la formación docente.* <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000260891>
- Ortiz-Ortega, A., y Armendáriz, S. (2017). Miradas comparativas para el análisis de las trayectorias académicas de las investigadoras en México. *Reencuentro: Género y educación superior*, 28 (74), 171-192. <https://www.redalyc.org/journal/340/34056723009/html/>
- Patiño M., A. (2020). El Currículum oculto en la educación universitaria: Un estudio de caso en la Universidad de Panamá. *Acción y reflexión educativa*, 45, 60-85. <https://doi.org/10.48204/j.are.n45a3>
- Poaquiza-Poaquiza, Á., Haro-Lara, A., y Quiroga-López, M. (2020). Suelos pegajosos: Equidad de las relaciones y potencialización del talento humano. *Revista científica y arbitrada de ciencias sociales y trabajo social, Tejedora*, 3(6), 70-79. <https://publicacionescd.uleam.edu.ec/index.php/tejedora/article/view/212>
- Prince Torres, A. (2021). Perspectiva de género en el currículo oculto: Catalizador de la visibilización femenina. *Revista de estilos de aprendizaje*, 14(Especial), 5-19. <https://doi.org/10.55777/rea.v14iEspecial.3454>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2007). *Gender awareness and development manual.* <https://inee.org/es/eie-glossary/sensibilidad-de-genero>
- Razo, A., y Cabrero, I. (2017). *Sensibilidad de género en las prácticas docentes de la educación media superior en México.* CIDE, PIPE y SEP. <http://educacion-mediasuperior.sep.gob.mx/work/models/sems/Resource/12302/1/images/genero.pdf>
- Rodríguez, M., y Provencio, H. (2017). *Guía de recomanacions per a la inclusió de la perspectiva de gènere en la docència universitària: Claus conceptuals i teòriques.* Universidad de Alicante. <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/72076/2/GUIA-INCLUSION-PERSPECTIVA-DE-GENERO-2-VAL.pdf>
- Ruiz-Ramírez, R., Ayala-Carrillo, M., y Zapata-Martelo, E. (2014). Estereotipos de género en la deserción escolar; Caso el fuerte, Sinaloa. *Ra XIMHAI*, 10(7), 166-184. <https://doi.org/10.35197/rx.10.03.e3.2014.11.r>

- Segovia-Saiz C, Briones-Vozmediano E, Pastells-Peiró, R., González-María, E., y Gea-Sánchez, M. (2020). Techo de cristal y desigualdades de género en la carrera profesional de las mujeres académicas e investigadoras en ciencias biomédicas. *Gaceta Sanitaria*, 34(4), 403-410. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2018.10.008>
- Subirats, M., y Brullet, C. (1999). Rosa y azul: La transmisión de los géneros en la escuela mixta. En M. Belausteguigoitia y A. Mingo (Eds.), *Géneros Prófugos: Feminismo y educación*. (pp.189-223). Paidós.
- Tomé, A. (1999). Un camino hacia la coeducación: instrumentos de reflexión e intervención. En C. Lomas (Ed.), *¿Iguales o diferentes? Género, diferencia sexual, lenguaje y educación*. (pp.171-198). Paidós Ibérica, S.A.
- Tristán-López, A. (2008). Modificación al modelo Lawshe para el dictamen cuantitativo de la validez de contenido de un instrumento objetivo. *Avances en medición*, 6, 37-48. <https://docplayer.es/37723395-Modificacion-al-modelo-de-lawshe-para-el-dictamen-cuantitativo-de-la-validez-de-contenido-de-un-instrumento-objetivo.html>
- Upegui, A., y Cervera, C. (2018). *Techo de cristal y suelo pegajoso: Estudios de género en la academia. Jóvenes en la ciencia*, 4(1), 1844-1848. <https://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/2886>
- Verge, T., y Cabruja, T. (2017). La perspectiva de gènere en docència i recerca a les universitats de la Xarxa Vives. Situació actual i reptes de futur. *Castelló de la Plana: Xarxa Vives d'Universitats*, <http://vives.org/PU3.pdf>
- Wehrwein, E., Lujan, H., y DiCarlo, S. (2007). Gender differences in learning style preferences among undergraduate physiology students. *Advances in Physiology Education*, 31 (2), 153-157. <https://doi.org/10.1152/advan.00060.2006>

ANEXO
INSTRUMENTO SENSIBILIDAD DE GÉNERO EN PRÁCTICAS
DOCENTES, DESDE LA PERSPECTIVA ESTUDIANTIL
UNIVERSITARIA

Instrucciones: Este instrumento contiene preguntas que pretenden explorar situaciones en universitarias/os relacionadas con el trato, lenguaje, dinámica de clase, entre otras actividades dentro del proceso de enseñanza aprendizaje. Te pido contestar con sinceridad cada pregunta, no hay buenas ni malas respuestas, todo lo que tú selecciones está bien, si hay alguna opción que no se ajusta a tu respuesta, selecciona la más cercana a ella. Recuerda que son ANÓNIMAS.	
Datos generales	
Fecha:	Edad:
Universidad:	Carrera:
Tipo de universidad: Pública / Privada	Semestre:
Sexo: Mujer / Hombre / Prefiero no decirlo	¿Tienes Hijas/os? Sí/no ¿Cuántos Hijas/os tienes?
Ocupación: estudiante / estudia y trabaja	Estatus: Estudiante de licenciatura / Exalumna/o de licenciatura / Otro
Género: Femenino / Masculino / No binario o NO me identifico / Prefiero no decirlo	Estado civil: soltera/o casada/o divorciada/o unión libre
¿Has tomado cursos, materias, talleres que aborden temas de género, igualdad, equidad? ¿Cuáles son los temas que abordaron?	Sí / no

Validación del instrumento Sensibilidad de Género en la Práctica Docente desde
la perspectiva estudiantil universitaria

No.	Ítem	Siempre (cercano a 100 %)	Frecuente (cercano a 75%)	Ocasional-mente (cercano a 50%)	Pocas veces (cercano a 25%)	Nunca (cercano a 0%)
1	Las/Los docentes son más rudos con los hombres.					
2	La forma en que las/los docentes muestran afecto hacia los estudiantes depende de si son hombres o mujeres.					
3	Las/Los docentes tienen preferencias por estudiantes dependiendo de si es hombre o mujer.					
4	Las docentes se preocupan más que los docentes por el alumnado.					
5	Las/Los docentes parecen poco sensibles a las necesidades o dificultades que enfrentan sus estudiantes, independientemente de su género.					
6	Las/Los docentes dan muestras de aprobación a las participaciones y actividades de estudiantes a través de frases y gestos, pero lo hacen más con hombres.					
7	Las mujeres son más respetuosas que los hombres con las/los docentes.					
8	Las/Los docentes ante un ambiente negativo en el aula (hablar en exceso, burlas, faltas de respeto, comentarios sexistas, rumores etc.), llaman la atención de manera respetuosa y firme, pero únicamente se dirigen a los hombres.					

Validación del instrumento Sensibilidad de Género en la Práctica Docente desde la perspectiva estudiantil universitaria

9	Las/Los docentes ignoran conductas que están perturbando la tranquilidad del grupo, porque consideran que es la forma en que se relaciona ese género.					
10	Las/Los docentes consideran que las mujeres son más disciplinadas que los hombres.					
11	Las/Los docentes consideran que la forma de comportarse está predeterminada por la genética. Por ejemplo, los hombres son más rudos que las mujeres.					
12	Las/los docentes permiten que los hombres digan palabras obscenas, mientras que a las mujeres se les llama la atención.					
13	Las/los docentes prefieren la participación de hombres en actividades que tienen que ver con la toma de decisiones.					
14	Las/Los docentes refuerzan estereotipos de género, por ejemplo, las mujeres son débiles, bonitas, tranquilas, disciplinadas, mientras que los hombres son fuertes, intrépidos, desorganizados.					
15	El grado de exigencia que piden las/los docentes es distinto para hombres que para mujeres.					
16	Las/Los docentes perciben que las mujeres son más organizadas y realizan trabajos de mejor calidad que los hombres.					
17	Las/Los docentes perciben que los hombres son más hábiles para armar o construir cosas.					

Validación del instrumento Sensibilidad de Género en la Práctica Docente desde
la perspectiva estudiantil universitaria

18	Las estrategias y materiales utilizados por quienes imparten la docencia parecen incomodar a estudiantes de un género.					
19	El diálogo de clase en materias relacionadas con humanidades se mantiene primordialmente con mujeres.					
20	El diálogo de clase en materias como matemáticas, estadística, entre otras, se mantiene primordialmente con hombres.					
21	Los/las estudiantes para aclarar dudas recurren al docente de su mismo sexo.					
22	Las/los docentes realizan actividades que evidencian las desigualdades que existen entre hombres y mujeres.					
23	Las preguntas, actividades y tareas que realizan las/los docentes son las mismas para hombres y mujeres.					
24	Las/Los docentes que fomentan la reflexión de temas, lo hacen tanto con hombres como mujeres.					
25	Las estrategias y materiales utilizados por las/los docentes incluyen a hombres y a mujeres.					
26	Las/los estudiantes cuando tienen dudas recurren al docente que les inspira confianza, independientemente de si es hombre o mujer.					
27	Durante la participación de mujeres, el/la docente hace gestos de falta de atención como, ver la hora, el celular, etc.					

Validación del instrumento Sensibilidad de Género en la Práctica Docente desde
la perspectiva estudiantil universitaria

28	Durante la participación de hombres, el/la docente hace gestos de falta de atención como, ver la hora, el celular, etc.					
29	Las/Los docentes hacen comentarios que incomodan a un género.					
30	Las/los docentes hacen comentarios «sexistas» (expresiones que denigran a personas de ambos sexos, respecto a sus atributos o funciones).					
31	Las/los docentes suelen decir frases como: «se necesita un hombre fuerte para que nos ayude a cargar».					

32. Detalla lo más claro que puedas acerca de tus experiencias como estudiante relacionadas al GÉNERO (agradables o desagradables que has tenido con algún/a docente o institución). En caso de no tener situaciones que narrar por favor escribe la palabra NINGUNA. Gracias

EL TECHO DE CRISTAL DE LAS MUJERES INVESTIGADORAS EN CIENCIAS DE LA SALUD EN ESPAÑA

Authors / Autores:

Carla Segovia Saiz
Universidad de Lleida, Lérida, España
carliberis@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-3989-1106>

Erica Briones Vozmediano
Universidad de Lleida, Lérida, España
erica.briones@udl.cat
<https://orcid.org/0000-0001-8437-2781>

Jose Tomás Mateos
Universidad de Lleida, Lérida, España
jtmateos@udl.cat
<https://orcid.org/0000-0002-1419-1093>

Esther González María
Instituto de Salud Carlos III, Madrid, España
esthergomaria@isciii.es
<https://orcid.org/0000-0002-0212-1872>

Montserrat Gea Sánchez
Universidad de Lleida, Lérida, España
montse.gea@udl.cat
<https://orcid.org/0000-0001-5143-3314>

Submitted / Recibido: 10/08/2022

Accepted / Aceptado: 16/01/2023

To cite this article / Para citar este artículo:

Segovia Saiz, C., Briones Vozmediano, E., Tomás Mateos, J., González María, E. y Gea Sánchez, M. (2023). El techo de cristal de las mujeres investigadoras en ciencias de la salud en España. *Feminismo/s*, 42, 385-412. Women, data and power. Insights into the platform economy [Monographic dossier]. Miren Gutiérrez (Coord.). <https://doi.org/10.14198/fem.2023.42.14>

Licence / Licencia:

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International.



© Carla Segovia Saiz, Erica Briones Vozmediano, Jose Tomás Mateos, Esther González María y Montserrat Gea Sánchez

THE GLASS CEILING FOR WOMEN RESEARCHERS IN HEALTH SCIENCES IN SPAIN

CARLA SEGOVIA SAIZ

ERICA BRIONES VOZMEDIANO

JOSE TOMÁS MATEOS

ESTHER GONZÁLEZ MARÍA

MONTSERRAT GEA SÁNCHEZ

Resumen

El efecto del *techo de cristal* explica las barreras invisibles que afectan a la promoción laboral de las mujeres, asociadas a desigualdades de género. El objetivo del presente estudio cualitativo fue identificar las desigualdades en la promoción de las mujeres en la carrera académica e investigadora en el ámbito de la biomedicina en España. Se realizaron 22 entrevistas individuales a mujeres investigadoras en biomedicina en puestos de liderazgo en 2018 en Madrid. Las transcripciones se importaron al software informático Open Code y se analizaron de acuerdo con el método del análisis del discurso. Se identificaron 3 categorías: Reafirmación de la existencia del techo de cristal, Las barreras para la promoción de las mujeres y Necesidades para romper el Techo de cristal. Los resultados indicaron que las

mujeres investigadoras sintieron seguir enfrentándose a dificultades adicionales a las de los hombres para progresar en sus carreras profesionales. Entre ellas, destacan la falta de corresponsabilidad en los hogares entre hombres y mujeres, debido a la asunción del rol tradicional de cuidadoras, y la falta de apoyo y medidas efectivas en las instituciones que favorezcan la conciliación, pese a que la legislación requiere que el sector público tome medidas proactivas para ello. Para romper el techo de cristal en las carreras de las mujeres investigadoras en biomedicina es necesario distribuir equitativamente el tiempo dedicado al ámbito laboral y personal de mujeres y hombres, y que las políticas de igualdad de género se implementen de manera efectiva, no sólo limitándose a establecer recomendaciones, sino concretarse mediante acciones y sancionando los incumplimientos.

Palabras clave: *Techo de cristal*; conciliación; corresponsabilidad; promoción laboral; investigación; estudio cualitativo.

Abstract

The *glass ceiling* effect explains the invisible barriers that affect the promotion of women, associated with gender inequalities. The aim of this qualitative study was to identify inequalities in the promotion of women in academic and research careers in the field of biomedicine in Spain. Twenty-two individual interviews were conducted with female biomedical researchers in leadership positions in 2018 in Madrid. The transcripts were imported into Open Code software and analysed according to the discourse analysis method. Three categories were identified: Reaffirmation of the existence of the glass ceiling, Barriers to women's promotion, and Needs to break the glass ceiling. The results indicated that women researchers felt that they continued to face additional difficulties to those of men in advancing in their careers. These include the lack of co-responsibility in households between men and women, due to the traditional women's role as caregivers, and the lack of support and effective institutional measures that favor work-life balance. Legislation requires the public sector to take proactive measures to this end. In order to break the glass ceiling in the careers of women researchers in biomedicine, it is necessary that women's and men's working and personal time is equally distributed, and that gender equality policies are effectively implemented, not just recommendations, but actions and sanctions for non-compliance.

Keywords: *Glass ceiling*; conciliation; co-responsibility; labor promotion; research; qualitative study.

1. INTRODUCCIÓN

Aunque las mujeres han aumentado su participación en estudios universitarios, investigación y puestos académicos en los últimos 50 años, están sobrerrepresentadas en puestos de menor estabilidad, prestigio y sueldo (Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, 2018). La segregación horizontal es consecuencia de estereotipos de género en las elecciones educativas y laborales (National Science Foundation, 2015; Pichler et al., 2008), y la segregación vertical consecuencia de los procesos de discriminación que sufren las mujeres en el acceso a determinados empleos, y de las dificultades para su promoción dentro de las empresas (Eagly y Carli, 2007; Vázquez-Cupeiro, 2015). Las desigualdades de género en el mercado laboral son estructurales y se manifiestan en mayores tasas de paro entre las mujeres, la brecha salarial, el tipo de contratación o la temporalidad, entre otros aspectos (European Commission, 2018). La conciliación de la vida profesional y familiar sigue siendo un factor que condiciona y diferencia a las mujeres y a los hombres en el mercado laboral (Torns y Recio, 2012). El predominio de las mujeres en el trabajo a tiempo parcial se explica por las responsabilidades familiares, pero también porque los hombres cuentan con una mayor probabilidad de alcanzar mejores puestos laborales (European Commission, 2019; Yellow Window Management Consultants, 2011).

Estas dificultades en la promoción corresponden al techo de cristal (TC), barreras invisibles creadas por prejuicios actitudinales y organizacionales que obstaculizan el ascenso de las mujeres (Durbin, 2002). A la vez que el TC frena el acceso de las mujeres a puestos mejor retribuidos y de más responsabilidad, el *suelo pegajoso* (el rol que las mujeres desempeñan en la sociedad, con la familia y la maternidad como elementos centrales) las retiene en los puestos peor remunerados y de más baja cualificación (Cebrián y Moreno, 2018; González, 2018).

Por ejemplo, en los Organismos públicos de investigación (OPIs) sigue existiendo una escasa presencia de mujeres, así como en los cargos de gobierno de las universidades, lo que muestra que se mantiene el TC en la carrera investigadora: el porcentaje de mujeres no supera el 21% en las cátedras de universidad o el 25% entre el profesorado de investigación en OPIs (Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, 2018). El efecto de la

cañería que gotea se emplea para poner de manifiesto el número de mujeres que abandonan la carrera investigadora a lo largo de las diversas etapas de su trayectoria científica (Castaño y Webster, 2011).

En el ámbito de la ciencia, se ha producido un creciente volumen de mujeres que acceden a estudios universitarios en carreras técnicas y, especialmente en los últimos años, en las médicas (Sánchez de Madariaga et al., 2011). Sin embargo, el 45% de las mujeres son ayudantes y becarias y solo el 15% son catedráticas o titulares (González, 2018). La literatura internacional ha identificado determinadas barreras asociadas a desigualdades de género que influyen en el desarrollo profesional de las mujeres en el área de biomedicina, entre ellas, las dificultades para conciliar, sesgos de género en el acceso a puestos laborales y en la evaluación de resultados de investigación, percepción de sexismo y discriminación en el ambiente laboral, individualismo y falta de referentes femeninos en puestos de liderazgo académico (Segovia-Saiz-et al., 2018).

El objetivo de este estudio es identificar las desigualdades en el acceso y promoción de las mujeres en la carrera académica e investigadora en el ámbito de las ciencias de la biomedicina percibidas por mujeres en puestos de responsabilidad en investigación en ciencias de la biomedicina en España.

2. METODOLOGÍA

Estudio cualitativo basado en 22 entrevistas individuales a mujeres investigadoras en biomedicina en puestos de responsabilidad realizadas en Madrid en 2018. Las entrevistadas pertenecían a 15 organismos públicos de investigación, 2 universidades y 3 hospitales. Nueve eran jefas de unidad o líderes de grupos, 9 tenían puestos líderes gerenciales, 3 eran investigadoras sénior, y 1 vicerrectora de investigación. Tenían un rango de edad entre 35 y 61 años; 15 eran madres de entre un hijo o hija y 3, mientras que 7 de ellas no tenían descendencia; 14 estaban casadas, 3 solteras, 3 en convivencia, 1 en pareja de hecho y 1 divorciada.

La estrategia de muestreo fue intencional, a partir de la identificación de mujeres que habían obtenido financiación para proyectos de investigación en diferentes convocatorias nacionales o europeas, por lo que ocupaban posiciones de liderazgo dentro de la I+D+i en biomedicina en España. Se les

invitó a participar a través del email y, a partir de estos primeros contactos, las dos últimas participantes se captaron mediante la técnica de bola de nieve (Katz y Lazarsfeld, 1955). Las entrevistas duraron una media de 50 minutos y se realizaron hasta que se alcanzó la saturación del discurso (Glasser y Strauss, 1967).

Las entrevistas fueron realizadas por la primera autora del estudio, fueron grabadas digitalmente previo consentimiento escrito de las participantes y fueron transcritas de forma literal. Las transcripciones se importaron al software informático Open Code para facilitar su codificación. Las dos primeras autoras asignaron de manera independiente códigos abiertos a frases o párrafos, resumiendo su significado. A continuación, en común agruparon los códigos de acuerdo con su similitud en familias de códigos, y la agrupación de éstos permitió la identificación de las categorías que se muestran en resultados.

3. RESULTADOS

Se identificaron tres categorías: Reafirmación de la existencia del TC, Barreras para la promoción de las mujeres, Necesidades para romper el TC.

3.1. Reafirmación de la existencia del TC

«El techo de cristal sigue existiendo»

Segregación horizontal

Las mujeres entrevistadas describieron que el TC es un fenómeno general en todos los ámbitos laborales, no solo para I+D+i en biomedicina, sino también en otros ámbitos como el político o empresarial. Identificaron que existe una masculinización de los puestos de liderazgo y una infrarrepresentación de las mujeres, por ejemplo, en los consejos de administración y en las direcciones de las empresas. En el ámbito académico, explicaron que existen áreas masculinizadas históricamente, como la medicina o la ingeniería.

Segregación vertical

Explicaron que, a pesar de que las mujeres han ido incorporándose cada vez más al ámbito de la investigación en biomedicina, y que las mujeres y los hombres están igualados en los puestos de mediana responsabilidad, es en los puestos superiores de mayor responsabilidad y liderazgo cuando se acentúan las diferencias. Es decir, los hombres siguen ascendiendo y las mujeres se quedan relegadas a puestos de menor responsabilidad.

Cuando empiezan es igual hombres y mujeres, en el doctorado igual y cuando son becas como Ramón y Cajal es un 40% de mujeres y un 60% de hombres. Y en posiciones sénior pues igual un 20% de mujeres frente a un 80% de hombres. (E20)

Manifestaron que todavía existen lugares en los que las mujeres están infra-representadas. En primer lugar, la mayoría de los puestos directivos en los hospitales o centros de investigación son cubiertos por hombres:

No conozco ningún instituto de investigación que este dirigido por mujeres. (E10)

La estructura jerárquica de un Hospital sigue estando dominada en su mayoría por hombres, las jefaturas de servicio de los hospitales, y las direcciones de los servicios clínicos de los hospitales, clínicos-asistenciales, las siguen llevando en su mayoría hombres, para el volumen de mujeres médicas que se han incorporado en los últimos años, entonces en ese sentido me parece. O sea, no sé porque creo que en los Hospitales es más fácil investigar si eres hombre. (E11)

Incluso en profesiones feminizadas como Enfermería, quienes ostentan puestos de poder como gestión son en su mayoría hombres:

Dentro de enfermería hay mucha más discriminación y techo de cristal que en otras profesiones. Que el porcentaje de hombres es muy pequeño pero el porcentaje de jefes es muchísimo más grande que en otros sitios. (E5)

En segundo lugar, en algunos congresos de sociedades científicas, consejos científicos, comités editoriales o juntas, sigue habiendo un desequilibrio pese a haber más mujeres profesionales de esa especialidad que hombres:

Si miras por ejemplo muchas organizaciones científicas, todavía sigue habiendo muchos investigadores hombres, pero la mujer ahí todavía está presente, pero en otro tipo de ámbito o sea en Congresos y todo eso, bueno, está presente, pero en Consejos Científicos, o revistas, siguen siendo todo hombres... (E9)

Este año estuvieron mirando ponentes y moderadores en el congreso de la sociedad española de la oncología médica, pues hay un desbalance bestial y somos muchas más oncólogas que oncólogos. (E12)

En tercer lugar, a las escalas superiores o convocatorias competitivas de investigación aplican más hombres que mujeres, por lo que tienen más probabilidades de acceder a puestos de liderazgo.

Y cuando ya vas a Bruselas, pues ves a muchas menos mujeres pasando las entrevistas, bastantes menos. (E6)

En las escalas superiores se postulan los hombres [...] entonces se combina, que nosotras no somos tan proactivas y que hay muchos hombres que sí lo son independientemente de sus trayectorias profesionales y sus capacidades... pues hace que sea fácil para ellos. (E11)

Explicaron que las mujeres ostentan puestos más bajos porque se produce un estancamiento de las mujeres en su trayectoria profesional:

Yo creo que empiezan muchas mujeres, pero que luego realmente lleguen a dirigir grupos creo que hay menos. Hay muchas mujeres trabajando como técnicos o haciendo tesis, pero hay un momento en el que ya empiezan a superar los hombres sobre todo en puestos de más dirección, hay muchas jefas de grupo, pero a partir de ahí hacia arriba hay menos. (E1)

Asimismo, identificaron que en el ámbito privado el TC es mayor porque no existe transparencia en las contrataciones como en el ámbito público.

3.2. Barreras para la promoción laboral

Como obstáculos para promocionar en sus carreras profesionales, es decir, las causas del TC, identificaron: la meritocracia, la percepción de sexismo en el entorno laboral, y el rol de cuidado que sigue recayendo en las mujeres.

3.2.1. Meritocracia: igualdad no es equidad

Consideraron que la meritocracia, criterio por el que se valoran los méritos en las oposiciones y concursos de méritos de manera neutra y objetiva, no es equitativa porque no tiene en cuenta las circunstancias personales. Por ejemplo, reconocieron que las evaluaciones igualitarias perjudican a las mujeres que hayan tenido hijos e hijas:

El problema está en que los criterios de evaluación que se aplican son idénticos a las mujeres y a los hombres, sin tener en cuenta las circunstancias, perjudica a las mujeres, claro, o sea no es que haya un baremo peor para las mujeres o se te pida más o... no, yo lo relaciono particularmente a tener hijos, estás perjudicada [...] si has tenido una baja maternal o no, da igual, aquí te cuentan los artículos publicados, pues ya está, por ejemplo, entonces... pues estás en peores condiciones. (E6)

No me digas las mejores publicaciones en los últimos 5 años, dime tus 5 mejores publicaciones, ¿no? ¿qué más da que no sean en los últimos 5 años? (E2)

3.2.2. Percepción de sexismo en el entorno laboral

3.2.2.1. Masculinización de los puestos de liderazgo

Por una parte, las mujeres entrevistadas describieron que los puestos de mayor rango, como por ejemplo los responsables de la contratación, suelen estar ocupados por hombres, quienes pueden tender a considerar que otros hombres son más aptos que las mujeres.

También, ni siquiera es por propios méritos, en muchos casos estos puestos son puestos políticos que se asignan a dedo y hay también una masculinización tremenda [...] en muchos casos las personas que tienen ahora el poder son hombres y tienen una gran tendencia a relacionarse con otros hombres y quizás por eso promocionan más a otros hombres (E8)

Si, por ejemplo, se crean las redes, se reorganizan redes y desaparecen todos los líderes de grupo y aparecen jefes de redes que la mayoría son chicos y hay una cierta tendencia a que cuando alguien organiza los liderazgos hay cierta tendencia a que sean de hombres. (E3)

3.2.2.2. El listón está más alto para las mujeres

Por otra parte, consideraron que en el área de medicina y enfermería se valora más a los hombres que a las mujeres, por lo que en general los hombres «lo tienen más fácil» para promocionar. Se quejaron de que hombres con menos experiencia consigan puestos y en cambio a mujeres más formadas les cueste más:

Es sutil. No hay nada que te diga: no te dejamos presentarte, no es nada obvio. Pero si ves a veces casos de hombres que con menos experiencia consiguen las cosas que a ti te cuesta más. (E1)

Por ello, sintieron que tienen que demostrar mucho más que cualquier hombre e invertir más esfuerzos para llegar al mismo puesto:

En el caso de una mujer para ser líder, además tiene que ser excepcionalmente buena porque si no, digamos que el listón está más alto, o sea que quizás tienes que querer llegar más lejos o desearlo mucho estar ahí o tener una alta motivación por tu trabajo o que esa sobrecarga no te moleste mucho porque por ejemplo en los puestos de gestión tienes que demostrar mucho más y tienes que demostrar mucho más que cualquier hombre. (E2)

3.2.2.3. Discriminaciones indirectas: micromachismos

Aunque las entrevistadas puedan no haber sufrido discriminación explícita por ser mujeres, sí destacaron que en alguna ocasión han podido percibir un trato diferente en su entorno que interpretaron como machismo. Por ejemplo, cuando se infantiliza a las mujeres:

Cuando estaba en el MIR había responsables que nos llamaban niñas y ya no éramos niñas. (E10)

Son barreras que tienen que ver con el machismo estructural de todos los días [...] el machismo del día a día, detalles sexistas (E19)

Algunas mujeres describieron haberse sentido discriminadas por ser madres, por ejemplo, si prescindieron de su colaboración en proyectos de investigación:

A veces eran mis compañeros los que pensaban o decían comentarios que por ser madre... pues me sacaban de proyectos, yo he llorado mucho. (E2)

Además, manifestaron que algunos hombres reaccionan de forma negativa a la denuncia de estas desigualdades por parte de las mujeres.

Cuando yo digo que para las mujeres está peor, yo tengo compañeros que te miran como si te fueras a quitar el sujetador y fueras a hacer un manifiesto feminista, ¡pues no!, claro que aquí se está mejor que en otros ámbitos, pero cuando las cosas están mal, siempre están peor para una mujer. (E19)

3.2.3. *La carga del cuidado recae en las mujeres*

3.2.3.1. *El momento de ser madre*

Las participantes reconocieron que la maternidad influye en el desarrollo profesional de las mujeres, ya que son ellas las que generalmente dedican más tiempo a la familia, y esto parece ocasionar una progresión más lenta de las carreras profesionales de las mujeres con hijos/as. Por ello, identificaron la maternidad como el momento decisivo en las carreras de las mujeres y emplearon términos negativos para referirse al fenómeno como *problema*, *obstáculo*, *hándicap*, *lacr a punto débil* de las mujeres:

Yo detecto la maternidad como un hándicap, como un punto débil muy importante [...] con el esfuerzo que supone la maternidad es un problema para las mujeres, con todo lo que supone, es fantástico y maravilloso, pero también es un problema. (E6)

Explicaron que, en la academia, se empieza a alcanzar cierto éxito después del Doctorado. Por ello, es habitual retrasar la edad de maternidad para conseguir estabilidad o éxito laboral. Incluso una de las participantes explicó que su director de tesis le hizo adquirir el compromiso de no tener hijos/as durante la realización de su tesis para tener disponibilidad y libertad de viajar. En este sentido, reconocieron que ser madre a una edad más tardía habiendo conseguido un puesto estable garantiza una seguridad y tranquilidad que de otra forma no se tiene:

He tenido que retrasar determinadas decisiones personales, por ejemplo, hasta que no terminé la tesis, no decidí plantearme tener un hijo, porque sabía que iba a ser totalmente inviable e iba a tener que renunciar a la tesis, y renuncié en mi caso a la maternidad. (E14)

Cuando eres joven y eres madre todavía tienes que afianzarte tu puesto profesional y llegar a un puesto alto, mientras que, si eres madre más tardía, tu puesto profesional quizás ya esté más afianzado. (E17)

Aun así, reconocieron que el reducir su carga laboral, para poder asumir satisfactoriamente la maternidad, a través de reducciones de jornada y excedencias tenía consecuencias negativas en sus carreras, como dificultar el avance de la carrera profesional y una merma del sueldo:

Para las mujeres investigadoras, o toman excedencias en la época en la que tienen los niños, o están a tiempo parcial y eso limita mucho el acceso a puestos de mayor liderazgo. O bien haces un break de unos años que no estás trabajando, o estás trabajando a tiempo parcial, que está muy bien poder hacerlo, pero es verdad que dificulta tu acceso a la carrera profesional... (E11)

En este sentido, las participantes diferenciaron entre los períodos en los que los/as hijos/as son pequeños/as y necesitan más cuidado y atención, y cuando ya son más mayores y autónomos; momento en el que ellas ya sienten que pueden asumir posiciones de liderazgo porque tienen más tiempo y menos responsabilidades:

Cuando ya han tenido niños ya se empoderan y lideran sus propios grupos, cuando ya son un pelín mayores. A partir de 6 años los niños, ellas van teniendo más tiempo y tranquilidad y deciden embarcarse en proyectos más potentes. (E8)

3.2.3.2. Las dificultades para la conciliación

Por una parte, aunque consideraron la flexibilidad de horarios del trabajo investigador como un facilitador para conciliar —en aquellos casos en los que se puede adaptar el horario laboral al horario de los y las menores, por ejemplo, poder salir antes del trabajo para recogerles del colegio—, que los horarios laborales y escolares no coincidan perjudica más a las mujeres pues suelen ser quienes tienen que compaginar ambos:

Tú intentas ir a comer en 20 minutos, porque tienes que ir a buscar a tus hijos, no se te ocurre comer en 45 minutos o en una hora y media a comer, entonces el resto, sí se va a comer y está hora y media, porque total da lo mismo, si llega a su casa a las 17.00 o a las 19.00, y a ti no te da lo mismo. (E13)

Por otra, consideraron que la mayor flexibilidad horaria que caracteriza al ámbito académico, en comparación con el sector privado, puede ser un arma de doble filo al tener por otra parte que cumplir los rígidos plazos de entrega de las convocatorias de investigación:

La permanencia horaria, quedarte hasta las 22.00 de la noche si es necesario, para finalizar un proyecto. (E15)

Además, conciliar es más complicado para aquellas personas que trabajan en la práctica clínica, ya que no tienen un horario estable.

Porque hay un horario intenso, porque entre el horario de las guardias, no tienes mucho tiempo para conciliar en los Hospitales, en los Hospitales no es tan fácil

conciliar, pedir, una mañana libre, entonces como para pedirte... [que concilies]. O como para meterte en esas cosas [investigación] ¿No? aparte de tu horario, las guardias, y si eres mujer y tienes que conciliar. (E 11)

3.2.3.3. Conciliar ¿Un problema solo de las mujeres?

Explicaron que la conciliación se concibe como un problema de las mujeres y no de los hombres, porque normalmente son las mujeres quienes tienen más carga de trabajo en casa:

Pero claro, es que hablan de la conciliación como algo solo de las mujeres ¿no? (E2)

La casa sigue recayendo mucho en nosotras todavía... (E11)

Las participantes afirmaron que en general las mujeres se ocupan y se implican más en las tareas del hogar que los hombres. Refirieron que sigue existiendo una división de roles en las familias pese a que ellas también ejerzan el rol laboral. Por ejemplo, los hombres tienen mayor disponibilidad para viajar, para ir a congresos, mientras las mujeres cuidan de sus hijos, lo que no siempre sucede a la inversa:

Mi marido, mira, no sabía hacer nada, ahora ya sí, porque ha ido aprendiendo, pero mira, cada vez que yo me tenía que ir de mi casa a Zaragoza, mira tenía que dejarle, que si todos los tupper, con su nombrecito, su tal y ponía, el Lunes a las 9.00 X (Hija Mayor) tiene que hacer no sé qué..., para comer, esto, lo otro, el Martes, esto otro, ¿sabes? Que tenía que dejar como un manual de instrucciones, para la semana [...] y en ese sentido, los hombres, pues sí, lo han tenido más fácil (E9)

3.2.3.4. Doble jornada y sobrecarga

Las mujeres entrevistadas expresaron sentir que están todo el día trabajando al asumir una doble responsabilidad, familiar y laboral, y por ello viven sobrecargadas. De sus discursos se desprende que la incorporación de las mujeres al mercado laboral no ha supuesto una implicación equitativa de los hombres en el ámbito de los cuidados.

porque ahora la mujer es ambiciosa, antes nos conformábamos con quedarnos en casa y ser amas de casa, ahora ya no, ahora asumimos la doble responsabilidad, ahora quiero ser ama de casa y la mejor en el trabajo. (E14)

Denunciaron que hay mujeres que no concilian de manera satisfactoria para atender las necesidades familiares (quedarse en casa si los/as hijos/as están enfermos/as, acompañarlos/las al médico, ir a buscarlos/las al colegio, etc.) y tienen que priorizar las exigencias laborales, por miedo a que si no lo hacen tengan repercusiones en el ámbito profesional.

Yo he visto más de una mujer que no concilia por miedo a que esto tenga repercusiones en su vida profesional. Las mujeres tienen que tener claro que eso no va a pasar y que eso no puede pasar, cuentan con el apoyo legal de las instituciones, tienen que perder ese miedo y tienen que, si es su deseo, apostar por ello, a veces creo que mueve más el miedo. (E14)

De hecho, en la práctica el que en general las mujeres asuman más el cuidado de los/as hijos/as que los hombres tiene consecuencias en su productividad y frena el asumir puestos de liderazgo, ya que implica que ellas falten más al trabajo para atender las necesidades de los niños/as:

Pues eso conlleva una serie de problemas porque no puedes estar dirigiendo un súper grupo y a la vez ir a buscar a los niños al colegio, llevar al otro a la guardería, ir a clases de no sé qué... eso es muy difícil. (E6)

3.2.3.5. Corresponsabilidad

Las mujeres identificaron que una relación de pareja igualitaria, en la que los hombres asumen tareas de cuidado, es un apoyo necesario para sus carreras. Por ejemplo, si estos recogen a los niños por la tarde del colegio y ellas pueden dedicar más tiempo al trabajo. Aun así, en algunos casos esto sucede como excepción, por ejemplo, cuando tienen que presentar algún proyecto:

Cuando se ponen malos, o cuando yo tengo que presentar un proyecto yo tengo, además, a mi marido que ha estado recogiendo a los niños y quedándose con ellos todos los días. (E6)

El discurso minoritario indicó que las responsabilidades familiares también afectan a los hombres, aunque en este caso se expresa como decisión:

Yo no dudo que la carrera profesional de mi marido haya sido diferente, porque él haya decidido irse a las 3 de la tarde a estar en casa con nuestras hijas, porque yo me he quedado trabajando, no dudo que eso tenga una repercusión, también en su trabajo. (E13)

3.2.3.6. Estrategias para conciliar

Las entrevistas mostraron cómo las mujeres investigadoras intentan lograr un equilibrio en el uso del tiempo entre la vida familiar y laboral:

encontrar un equilibrio desarrollando tu actividad profesional a un nivel que te interesa y pudiendo también desarrollar tu vida personal, tus hijos, tu familia (E4)

Yo intento que sea un balance positivo, o sea es que un 50% no es, porque no es un 50% pero yo intento que, o sea aspiro a que sea el máximo posible en el trabajo en cuanto a aspiraciones, y en cuanto a mis hijos y mi marido y yo (E6)

Ha sido una renuncia [...] creo que la calidad del tiempo que les doy es importante... ¿Qué me gustaría ir a buscarlas más días al cole? Pues sí, me gustaría, pero que entiendo que es difícil conciliar las dos cosas lo es (E13)

Para ello, las mujeres adoptan una serie de estrategias que incluyen recurrir a apoyos (de abuelas/os o contratar ayuda externa) y la gestión del tiempo (llevar a los hijos e hijas menores más temprano al colegio, trabajar por las noches, quedarse más tiempo en el trabajo, no trabajar el fin de semana para dedicar más tiempo a su familia, o renunciar a pasar más tiempo con su familia):

En el momento que los niños se quedan dormidos pues te quedas con el portátil. (E6)

[en el trabajo] estamos al 100% no tomando un café con el compañero y tal (E8)

¿Qué haces para no pedirte esas medidas de conciliación?, pues llevar a los niños en seguida a la guardería, con cuatro meses están ya yendo a la guardería, o te buscas, pagas una persona de apoyo para que esté con los niños, en casa... (E9)

Cuando no se cuenta con el apoyo familiar, se recurre al externo. Las mujeres que cuentan con el apoyo de sus madres o padres para cuidar a sus hijos e hijas se sintieron afortunadas y consideraron que fue imprescindible para poder avanzar en sus carreras. Incluso a veces el principal apoyo de las mujeres son las abuelas en vez de los maridos:

Yo dije ¡pobrecitas! Porque iban con un carrito de bebe buscando la sala de lactancia, claro porque eran niños muy pequeñitos de meses, ¡Con su madre!, no iban con el padre, iba la abuela, con el carro [...] Con las abuelas, ¿y los maridos? Los maridos están ahí en sus trabajos estupidamente sin enterarse de nada, entonces esto es injusto, es injusto. (E6)

Yo tengo ahora mismo mis padres, yo tengo muchísima suerte, los abuelos [...] o sea que, si no es eso, pues hubiese tenido que contratar a una persona. (E7)

3.2.3.7. Medidas de conciliación ineficaces

Denunciaron que en España no existen medidas de conciliación efectivas que faciliten realmente compaginar el trabajo y el cuidado, a diferencia de otros países europeos:

En España somos un país avanzado, pero falta conciliación [...] si no facilitas conciliación no podemos asemejarnos a UE. Lo difícil es implementar políticas de igualdad, para que fueran efectivas...son leyes soft law...no son acciones que ayuden, falta una implementación. (E2)

Por ejemplo, por una parte, solicitar una reducción de jornada permitiría pasar más tiempo con sus hijos/as; por otra, esta medida tendría consecuencias negativas en su economía, productividad y promoción:

Aquí es imposible que te hagan un contrato a tiempo parcial, o sea si que hay medidas de conciliación, pero la contratación a tiempo parcial que sería la mejor forma...o una de las mejores opciones, pues no... (E19)

Si pidiera reducción de jornada profesionalmente no podría aspirar a nada más, sería una auto condena (E6)

3.2.3.8. Trayectorias desiguales

«A los hombres no les afecta la paternidad»

Consideraron que el principal obstáculo para la promoción de las mujeres es que la decisión de tener familia y el cuidado de los y las menores afecta en mayor medida a las mujeres en comparación con los hombres. Por ello, comparando trayectorias de hombres y mujeres con la misma edad, los hombres alcanzan puestos de liderazgo antes:

Las mujeres acceden a los liderazgos más tarde porque primero resuelven su vida personal, acceden a los puestos más tarde, entonces a la misma edad el hombre está teniendo más poder que las mujeres. (E8)

En consecuencia, se sintieron en desventaja frente a los hombres debido a la capacidad biológica de ser madres, pero a la vez denunciaron que en España son las mujeres las que asumen más cuidado de los hijos e hijas por motivos

educacionales, lo que no ocurre en otros países con mayor equidad de género como Suecia o Inglaterra. Por ejemplo, si el/la niño/a se pone enfermo en España es la madre quien falta al trabajo y no el padre:

Primero se tiene que considerar que la maternidad es una cosa de toda sociedad, o sea eso es algo que por mucho que cambien las cosas, y si el niño se pone malo quien lo cuida es la madre y no el padre. Y eso es algo que no sé si llegaremos a ver alguna vez. No medidas, pero hay algunos detalles de que por ejemplo si tu hijo no tiene colegio y tú tienes que trabajar y no tienes con quien dejarlo, no hay una salida para justificar ese día libre más, son detalles para sentirte menos culpable cuando faltas a trabajar. Es algo que se irá consiguiendo con el tiempo. (E4)

Describieron trayectorias diferentes para mujeres y hombres, para empezar, debido a la interrupción que supone la baja maternal:

una baja maternal pues puede interrumpir tu carrera profesional en el ámbito de la investigación durante algún tiempo y hasta hace muy poco esos tiempos no se descontaban en tu CV, ¿No? entonces esas disponibilidades, son pequeñas cosas, pero sí que es verdad que son trayectorias diferentes. (E3)

Denunciaron que la interrupción de la maternidad les sitúa en una posición de desventaja competitiva a la hora de promocionar, lo que explicaría el estancamiento profesional e implicaría un mayor esfuerzo por su parte para compensar ese tiempo *perdido*:

Supone un parón y cuando quieres volver a la organización tienes que volver a correr para llegar a la meta, mientras los demás no han tenido ese parón, entonces por poco que corran, siempre van a correr más que tú que te has quedado sin correr [...] entonces yo no sé si es un estanco, pero claramente es una paralización (E 3)

También percibieron un trato diferencial con los hombres respecto a su paternidad. Por ejemplo, una participante sintió que si hubiera sido hombre no le hubiera preguntado si iba a tener descendencia a la hora de contratarla:

Mi profesor de tesis me hizo adquirir una serie de compromisos: disponibilidad para viajar, estadias y nada de hijos, si hubiera sido hombre no me lo hubiera dicho. Lo que ocurre cuando vas a una entrevista laboral. (E8)

Además, reconocieron albergar sentimientos de culpabilidad y cargo de conciencia por no poder dedicar más tiempo a sus hijos/as, lo que no identifican en sus maridos:

Yo lo que pienso es que por un lado el cargo de conciencia que yo tengo respecto a mi familia, mis hijos, no lo tiene mi marido, o sea a mí me pesa mucho, el no dedicar más tiempo a mis hijos. (E12)

3.2.3.9. Cuestión de prioridades

«tienes la opción de tener hijos o no» (E6).

Las participantes explicaron cómo la trayectoria laboral de las mujeres se basa en una serie de elecciones o decisiones individuales que se toman en base a las propias prioridades. La primera decisión sería la de ser madre. En este sentido, se mencionó que a veces puede ser más fácil desarrollarse profesionalmente si no se tiene descendencia, ya que cuando las mujeres son madres no pueden dedicar tanto tiempo al trabajo y su productividad puede disminuir —lo que definen como un estancamiento—:

Te estancas porque dedicas más tiempo a la familia (E2)

Creo que es más sencillo si decides no tener hijos, es más fácil, porque el tema de la familia condiciona (E13)

Explicaron que, en general, las mujeres suelen dar prioridad al hogar, y que esto entraña también una negociación con las parejas para decidir quién deja de priorizar el trabajo (como asistir a congresos, realizar estancias de investigación o aceptar puestos en el extranjero) en pro de la familia.

Es verdad que las mujeres, siempre suelen priorizar hacerse cargo de los niños [...] tú te haces cargo de los niños fundamentalmente y eso es verdad, es la madre, no el padre. (E6)

Eliges cuidar a tus hijos antes que irte a un congreso por ejemplo» [...] Y decides que tu prioridad son el colegio, las enfermedades... (E13)

Las mujeres siempre hemos sido las que nos hemos encargado de resolver la intendencia en casa y de dar prioridad a las aspiraciones de los hombres. Hay muchas chicas que han renunciado irse fuera porque tenían una familia. (E10)

Identificaron que a veces son las propias mujeres las que se autolimitan de forma consciente, lo que describieron como *barreras psicológicas*:

El techo de cristal no está solo creado por otros, también esta creado por nosotras. (E13)

Las trabas que se ponen las propias mujeres, o bien porque no confían en su capacidad de liderazgo o bien porque no les interesa porque desean compaginar su vida profesional con la personal. (E4)

En general, identificaron una mayor aspiración al poder en los hombres, lo que explicaría que los hombres asuman más puestos de gestión, y tengan éxito económico, mientras que las mujeres preferirían investigar:

En general las mujeres tienen otras prioridades. La prioridad no es llegar al puesto número 1, pero para los hombres sí. (E13)

Quizás seamos o hay determinados perfiles de mujer que quizás seamos menos ambiciosas, se conforman con lo que tienen, se resignan ¿no? Y puede ser o quizás los hombres sean más agresivos en sus ambiciones. (E6)

Otro de los motivos por los que señalaron que las mujeres pueden no tener tanto interés en poder llegar a ocupar esos puestos de liderazgo es porque en ocasiones el esfuerzo que eso les puede suponer no les compensa, y deciden priorizar otros aspectos:

No es falta de ganas, yo creo que lo vemos de forma diferente. No es que a las mujeres no nos guste dirigir algo sí no que a lo mejor no nos compensa tener que luchar tanto por ello. (E1)

Y a veces la lucha es tan grande para llegar a puestos altos, una guerra... entonces a veces no quieres entrar en la pelea en departamentos jerárquicos y puede haber parones puntuales por cuidados, pero también una misma a veces le compensa otras cosas como estar tranquila en el trabajo. (E2)

Explicaron que tanto la falta de ambición entre las mujeres como la falta de confianza en sus propias capacidades se debe a la educación tradicional basada en roles de género, ya que a las mujeres no se las educa para llegar a ser jefas, sino que históricamente se las ha valorado más por ser buenas madres; lo que no sucede igual con los hombres:

Tenemos un rol y se nos ha educado en ese rol y entonces yo creo que cambiar ese rol y asumir, que mira yo lo que quiero ser es jefa, creo que bueno es muy difícil [...] a una mujer no se la va a valorar igual, porque sea una buena jefaza, como a lo mejor se la puede valorar si es una buena madre [...] pero el

hombre que es un buen padre y un súper directivo, si que va a tener mucho más prestigio que tú. (E13)

3.3. Necesidades para romper el TC

Afirmaron que el hecho de que exista el TC es responsabilidad de toda la sociedad, tanto hombres como mujeres, y confiaron en que se resuelva en futuras generaciones gracias al avance de la igualdad de género sociocultural y políticamente:

culpa de toda la sociedad, parte de nosotras mismas, parte de los convencionalismos sociales, de la generación. Yo creo que mi generación es una generación puente, que salimos del hogar... y que serán necesarias varias generaciones para eliminar eso. (E4)

Pues yo creo que somos todos, o sea ellos por omisión y nosotras por consentimiento ¿no?, o sea quiero decirte, que no queremos meternos en guerras, que nos cansamos antes, porque no te apetec.e (E 3)

Las mujeres participantes identificaron una serie de factores que facilitarían la promoción de las mujeres investigadoras, como: la flexibilidad horaria, una actitud proactiva de parte de las mujeres, e implementar medidas de acción positiva como cuotas paritarias de participación, para promover que las mujeres ocupen puestos de mayor responsabilidad.

3.3.1. Cambio social y cultural

Las mujeres plantearon que, para romper el TC, es necesario fomentar un cambio social y cultural desde diferentes ámbitos, como son la política o la educación. Para ello, los gobiernos deben fomentar los cambios necesarios en la sociedad, a través de leyes, para entender la maternidad como *una responsabilidad de toda la sociedad*, incluidas las parejas, instituciones y políticas, y no como un hecho aislado que solo repercute en las mujeres que deciden ser madres; concebir y promover la conciliación como una necesidad desde todos los agentes sociales; y combatir el machismo estructural de las organizaciones que en ocasiones impide a las mujeres llegar a puestos de poder.

Cambio social, de mentalidad y solo se consigue a través de la concienciación social, nos tienen que incorporar para mejorar todos y fomentar la excelencia y la diversidad. (E20)

Siguen sin ver a una mujer mandando a muchos hombres, esa cultura de rechazo tiene que cambiar [...] lo del rechazo a nivel cultural, que también se necesita ese cambio a nivel cultural. (E9)

pasa por un cambio social, mientras no haya un real cambio social con formación desde las niñas y niños desde pequeñitos no se va a dar. (E5)

En este sentido, resaltaron la necesaria implicación de los hombres en el cuidado:

Los hombres deben de reconocer su papel en la familia, que se cojan su baja paternal y horarios racionales para que puedan estar con su familia. (E13)

En mi generación la mujer accedió masivamente al ámbito profesional, entonces yo creo que este proceso de trabajar fuera de casa nosotras lo hemos asumido con naturalidad, pero y nuestros coetáneos varones, ¿lo asumen con naturalidad que el ámbito doméstico también les pertenece? No tiene que ayudar, sino compartir las tareas. (E7)

3.3.2. Políticas de conciliación

Las participantes reclamaron la necesidad de medidas de conciliación que faciliten el cuidado de los hijos e hijas, lo que a la vez contribuiría a aliviar el malestar emocional y el sentido de culpabilidad que sienten en ocasiones por no atender las necesidades familiares. Manifestaron no sentir tener el apoyo institucional para conciliar sin que atender las necesidades familiares tenga repercusiones en su vida profesional. Por ello, señalaron la necesidad de políticas de conciliación que ayuden a fomentar el equilibrio entre la vida familiar y la laboral, como por ejemplo las bajas de maternidad y paternidad compartidas o la flexibilidad en la incorporación al trabajo:

pero claro es que hablan de la conciliación como algo solo de las mujeres, ¿no? Pues busca que tu institución sea un sitio en el que se pueda conciliar, que las reuniones sean a unas horas normales, que las facilidades sean para mujeres y para hombres para que ambos puedan conciliar. Tiene que haber otro tipo de reparto de tareas y la propia sociedad no es totalmente corresponsable. (E2).

Denunciaron que hacen falta medidas específicas y que las instituciones en las que trabajan deberían promover medidas que apoyen la conciliación, para por ejemplo cuando los y las menores no tienen colegio, colegios con

horarios extendidos, escuelas infantiles o guarderías en las universidades o cerca del trabajo, campamentos de verano y salas de lactancia:

Ayuda mucho tener una guardería, cerca de tu trabajo o tu casa, sin que sea un gasto económico exagerado, ayuda mucho tener colegios con comedor, ayuda mucho tener colegios con horarios extendidos, que no significa tener horarios escolares extendidos, si no que los niños estén en un espacio en el que estén relajados, estén cuidados, estén atendidos. (E 11)

Quienes pasaron parte de su desarrollo profesional en otros países como en Suecia o Estados Unidos, encontraron políticas de conciliación más desarrolladas:

O sea yo creo que políticas que ayuden a conciliar o a pasar ese obstáculo, pues deberían de hacerse, por ejemplo en Suecia las bajas maternales no son maternales, son maternales y paternales, te dan un año [...] pero normalmente van al 50%, lo cual quiere decir, que las mujeres cogen 6 meses, los 6 primeros y el hombre coge los 6 siguientes, entonces si tú interrumpes durante 6 meses tu vida profesional cuando tú tienes 35 o 38 [...] si lo hacen las mujeres y lo hace el hombre, pues una forma de... ¿y qué pasa? Pues que al final, si hay tanto tiempo en el que alguien no produce, pero se hace al 50%, eso no quita. (E6)

¿Y por qué me resultó más fácil que aquí en España? Pues porque había una cultura muy bien creada alrededor de esto, todas las mujeres se llevaban su sacaleches, por todo el mundo, había salas de lactancia por todos los lados, [...] de algún modo había una cultura hacia la mujer, en la que su trabajo no se paraba por su maternidad, sino que se incorporaba su maternidad a su trabajo. (E13)

4. DISCUSIÓN

Los resultados de este estudio han reflejado cómo las mujeres investigadoras se enfrentan a dificultades específicas para prosperar en el ámbito académico de biomedicina. Entre ellas destacan la falta de corresponsabilidad en los hogares entre hombres y mujeres, y la falta de medidas efectivas en las instituciones que favorezcan la conciliación.

La conciliación de la vida profesional y familiar sigue siendo un factor que condiciona y diferencia a las mujeres y a los hombres en el mercado laboral (Torns y Recio, 2012). En la práctica, que las responsabilidades familiares recaigan de manera mayoritaria en las mujeres y la ausencia de un reparto equitativo de las actividades domésticas producen dificultades para conciliar

la maternidad y el trabajo (Babic y Hansez, 2021; Barberà et al., 2003). Por una parte, se sabe que las mujeres dedican 8,5 horas más a la semana en actividades domésticas (Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, 2018) y los hombres dedican menos al cuidado de la familia, por tanto disponen de más tiempo libre para dedicar al trabajo profesional (González y Torrado, 2014). Que las mujeres dediquen más tiempo que los hombres a la familia o a las tareas domésticas implica una participación más limitada en el trabajo profesional (Dambrin y Lambert, 2008; Fernández-Palacín et al., 2010; Hultin, 2003). Así lo demuestra el hecho de que las mujeres médicas, por ejemplo, estén peor remuneradas y tengan menos probabilidades de ser ascendidas (Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, 2018).

El fenómeno conocido como *fuga en las tuberías* o *la cañería que gotea*, que evoca la desaparición misteriosa de las mujeres investigadoras a lo largo de su carrera de investigación (Castaño y Webster, 2011; González, Navarrete y Cabrera, 2015), no explica el destino de esas mujeres que van desapareciendo en cada fase de la trayectoria científica, lo que sugiere que son las mujeres las que abandonan, y no las estructuras científicas o las dinámicas de las carreras de investigación las que son responsables de esa situación (Napp y Breda, 2022).

En realidad, el problema de infrarrepresentación de las mujeres en puestos de liderazgo se debe a barreras culturales y organizacionales (Babic y Hansez, 2021), pero a veces se plantea como una cuestión de elección personal de ellas. Lo que se espera de éstas es que prioricen la maternidad, como asimilación de los estereotipos de la familia tradicional hegemónica (González y Torrado, 2014). En este sentido, una idea recurrente en los discursos de las participantes fue el concepto de *prioridades*. Como indican los resultados, a veces las mujeres se autoimponen barreras a su propia carrera profesional, por ejemplo, si para acceder a puestos de responsabilidad tienen que dedicar menos tiempo a la familia (Boone et al., 2013). Los hombres que trabajan media jornada generalmente lo hacen porque no han encontrado un trabajo a jornada completa o porque lo combinan con estudios, mientras que las mujeres buscan conciliación familiar (Baum, 2013). En este sentido, también se ha identificado poca confianza en sus propias capacidades o poca ambición profesional (Nelson, 2014).

Por otra parte, la etapa de mayor producción científica coincide con la edad fértil de las mujeres, e incluso después pueden tener que cuidar a personas mayores. Estas desigualdades relacionadas con la asunción del rol de cuidadora se conocen como *suelo pegajoso* (González y Torrado, 2014). Por este motivo, las mujeres pueden sentirse en desventaja *biológica* frente a los hombres durante el periodo perinatal, puerperio y lactancia, y *cultural* por la asunción de los cuidados o división de roles (Moreno y Carrillo, 2016). Como han mostrado los resultados, las opciones de desarrollo profesional, productividad y acceso a altos cargos se ven limitadas por interrupciones en la carrera académica con permisos de maternidad, multiplicación de contratos temporales (que retrasa la tenencia de plazas fijas y estables) o limitaciones de movilidad para asistir a actividades profesionales en horario extralaboral (Brooks et al., 2014; Hawker, 2016; Müller y Kenney, 2014; Pololi et al., 2013; Roth y Sonnert, 2011; Wright et al., 2007). Otros estudios también sugieren que las mujeres divorciadas sienten que pueden dedicar más tiempo a su carrera (Duberley y Cohen, 2010), lo que parece indicar que las mujeres sin pareja o sin hijos/as tengan más tiempo para desarrollar su actividad profesional.

Por ejemplo, la capacidad de desarrollar redes de investigación entre mujeres que sirven como elemento frente a los intereses de la cultura masculina (González y Torrado, 2014), depende en gran medida de la movilidad del personal, de la posibilidad de viajar para asistir a conferencias y permanecer fuera de casa (Brooks et al., 2014). Un facilitador señalado en la literatura que no ha aparecido en los resultados es la mentorización de mujeres que han llegado a puestos de poder y tienen un poder de influencia grande en otras mujeres. La sororidad entre las mujeres científicas (los procesos de mentorización, el establecimiento de redes formales de colaboración o networking, asociaciones y plataformas, así como redes informales de apoyo y acompañamiento) parece una estrategia de supervivencia y de transformación a largo plazo para facilitar la carrera profesional, que además está surgiendo de manera espontánea (González, 2018; Torrado y González, 2017).

Los resultados han visibilizado la demanda imperiosa de las mujeres investigadoras de que se implementen políticas de conciliación que instauren en las instituciones medidas específicas, como la flexibilidad de horarios. Estas políticas deben ser multidimensionales y no pueden consistir solamente

en una reducción de horas de jornada laboral, con el consiguiente perjuicio hacia el desarrollo profesional de las mujeres (Durán, 2010; Montes, 2017). Se deberían establecer mecanismos para que la jornada laboral permita una conciliación mucho más fácil tanto para hombres como para mujeres, equiparando el tiempo que tienen para dedicarlo al ámbito personal o privado. De esa manera, las diferencias en la jornada extra laboral no tendrían un peso tan relevante en el desarrollo profesional (Forootan Eghlidi y Karimi, 2020). En relación a la gestión del tiempo del trabajo y el cuidado de los hijos e hijas, cuando son pequeños es importante disponer de escuelas infantiles en los centros de trabajo o cercanos al trabajo, y salas de lactancia. Además, es esencial seguir fomentando iniciativas de corresponsabilidad, desde todos los agentes sociales.

5. LIMITACIONES

Los resultados obtenidos presentan limitaciones propias de estudios cualitativos, como posibles sesgos de voluntariedad derivada del muestreo o que no todas las mujeres entrevistadas ocupaban el máximo nivel de responsabilidad en la institución. Sin embargo, se recurrió a una base de datos de investigadoras en biomedicina a partir del principal Organismo Público de Investigación en España. El número de entrevistas y la diversidad de perfiles han contribuido a la triangulación de perspectivas y sugieren que los resultados obtenidos contribuyen a conocer más la realidad de las mujeres investigadoras en biomedicina en España.

6. CONCLUSIONES

Este estudio explica la existencia del TC en I+D+i en biomedicina debido a su tradicional rol de cuidadoras, junto a una falta de apoyo y esfuerzo institucional. Aunque la legislación requiere que el sector público tome medidas proactivas para promover la igualdad en lugar de simplemente prevenir la discriminación, para romper el TC en las carreras de las mujeres investigadoras en ciencias biomédicas es necesario distribuir de manera justa el tiempo de mujeres y hombres, favoreciendo la conciliación; y que las políticas de igualdad entre mujeres y hombres se implementen de manera efectiva, no

sólo limitándose a establecer recomendaciones sino concretarse mediante acciones y sancionando los incumplimientos.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Babic, A., y Hansez, I. (2021). The Glass Ceiling for Women Managers: Antecedents and Consequences for Work-Family Interface and Well-Being at Work. *Frontiers in Psychology*, 12, 677. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.618250>
- Barberà, E., Ramos, A., y Sarrió, M. (2003). Mujeres directivas, espacio de poder y relaciones de género. *Anuario de Psicología*, 34(2), 267-278. <https://www.raco.cat/index.php/AnuarioPsicologia/article/view/61740/88525>
- Baum, T. (2013). *International Perspectives on Women and Work in Hotels, Catering and Tourism*. Geneva: Organización Internacional del Trabajo. https://www.ilo.org/gender/Informationresources/WCMS_209867/lang--en/index.htm
- Boone, J., Veller, T., Nikolaeva, K., Keith, M., Kefgen, K., y Houran, J. (2013). Rethinking a Glass Ceiling in the Hospitality Industry. *Cornell Hospitality Quarterly*, 54(3), 230-239. <https://doi.org/10.1177/1938965513492624>
- Brooks, C., Fenton, E. M., y Walker, J. T. (2014). Gender and the evaluation of research. *Research Policy*, 43(6), 990-1001. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2013.12.005>
- Castaño, C., y Webster, J. (2011). Understanding Women's Presence in ICT: the Life Course Perspective. *International Journal of Gender, Science and Technology*, 3(2), 364-386. <http://genderandset.open.ac.uk/index.php/genderandset/article/view/168/333>
- Cebrián, I., y Moreno, G. (2018). Desigualdades de género en el mercado laboral. Brechas de Género. *Panorama social*, 27, 65-87. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6501313&orden=0&info=link>
- Dambrin, C., y Lambert, C. (2008). Mothering or auditing? The case of two Big Four in France. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 21(4), 474-506. <https://doi.org/10.1108/09513570810872897>
- Duberley, J., y Cohen, L. (2010). Gendering career capital: An investigation of scientific careers. *Journal of Vocational Behavior*, 76(2), 187-197. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2009.09.005>
- Durán, M. A. (2010). *Tiempo de vida y tiempo de trabajo*. Fundación BBVA. https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2017/05/dat/DE_2010_tiempo_vida.pdf

- Durbin, S. (2002). Women, Power and the Glass Ceiling: Current Research Perspectives. *Work, Employment and Society*, 16(4), 755-759. <https://doi.org/10.1177/095001702321587479>
- Eagly, A. H., y Carli, L. L. (2007). *Through the labyrinth: The truth about how women become leaders*. Harvard Business Press.
- European Commission, Directorate-General for Justice and Consumers (2018). *Report on equality between women and men in the EU*. Publications Office. <https://doi.org/10.2838/21655>
- European Commission, Directorate-General for Justice and Consumers (2019). *Report on equality between women and men in the EU 2019*. Publications Office: <https://doi.org/10.2838/776419>
- Fernández-Palacín, F., López-Fernández, M., Maeztu-Herrera, I., y Martín Prius, A. (2010). El techo de cristal en las pequeñas y medianas empresas. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época*, 1, 231-247. <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/REE/article/view/418>
- Forootan Eghlidi, F., y Karimi, F. (2020). The Relationship between dimensions of glass ceiling and organizational commitment of women employees. *International Journal of Human Capital in Urban Management*, 5(1), 27-34. <https://doi.org/10.22034/IJHCUM.2020.03.03>
- Glasser, B., y Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Aldine Publishing Company
- González, A.M. (Dir.). (2018). *Mujeres en la ciencia contemporánea. La aguja y el camello*. Icaria.
- González, A. M., Navarrete, J., y Cabrera, E. (2015). Dancers in the Dark: Scientific Careers According to a Gender-Blind Model of Promotion. *Interdisciplinary Science Reviews*, 40(2), 182-203. <https://doi.org/10.1179/0308018815Z.000000000112>
- González, A.M., y Torrado, E. (2014). Familia e investigación: estrategias familiares y de género de las investigadoras españolas. *Feminismo/s*, 23,183-205. <https://doi.org/10.14198/fem.2014.23.09>
- Hawker, F. H. (2016). Female specialists in intensive care medicine: job satisfaction, challenges and work-life balance. *Critical Care and Resuscitation: Journal of the Australasian Academy of Critical Care Medicine*, 18(2), 125-131. PMID: 27242111.

- Hultin, M. (2003). Some Take the Glass Escalator, Some Hit the Glass Ceiling? Career Consequences of Occupational Sex Segregation. *Work and Occupations*, 30(1), 30-61. <https://doi.org/10.1177/0730888402239326>
- Katz, E., y Lazarsfeld, P.F. (1955). *Personal influence. The part played by people in the flow of mass communications*. Free Press. <https://doi.org/10.4324/9781315126234>
- Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. (2018). *Unidad de Mujer y Ciencia. Científicas en Cifras. 2017. Estadísticas e indicadores de la (des) igualdad de género en la formación y profesión científica*. Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. <https://www.fecyt.es/es/publicacion/cientificas-en-cifras-2017>
- Montes, E. (2017). La ausencia de corresponsabilidad, freno para el desarrollo de la carrera laboral femenina en la Academia. *Feminismo/s*, 29, 221-242. <https://doi.org/10.14198/fem.2017.29.09>
- Moreno, M.A., y Carrillo, A. (2016). *La perspectiva de género en salud*. Universidad Nacional Autónoma de México. <https://libros.facmed.unam.mx/wp-content/uploads/2021/08/Perspectiva-de-genero-electronico-1.pdf>
- Müller, R., y Kenney, M. (2014). Agential Conversations: Interviewing Postdoctoral Life Scientists and the Politics of Mundane Research Practices. *Science as Culture*, 23(4), 537-559. <https://doi.org/10.1080/09505431.2014.916670>
- National Science Foundation (2015). *Revisiting the STEM Workforce: A Companion to Science and Engineering Indicators 2014*. National Science Foundation. https://www.nsf.gov/publications/pub_summ.jsp?ods_key=nsb201510
- Napp, C., y Breda, T. (2022). The stereotype that girls lack talent: A world-wide investigation. *Science Advances*, 8(10). <https://doi.org/10.1126/sciadv.abm3689>
- Nelson, J.A. (2014). The power of stereotyping and confirmation bias to overwhelm accurate assessment: the case of economics, gender, and risk aversion. *Journal of Economic Methodology*, 21(3), 211-231. <https://doi.org/10.1080/1350178X.2014.939691>
- Pichler, S., Simpson, P. A., y Stroh, L. K. (2008). The glass ceiling in human resources: Exploring the link between women's representation in management and the practices of strategic human resource management and employee involvement. *Human Resource Management*, 47(3), 463-479. <https://doi.org/10.1002/hrm.20227>

- Pololi, L. H., Civian, J. T., Brennan, R. T., Dottolo, A. L., y Krupat, E. (2013). Experiencing the Culture of Academic Medicine: Gender Matters, A National Study. *Journal of General Internal Medicine*, 28(2), 201-207. <https://doi.org/10.1007/s11606-012-2207-1>
- Roth, W. D., y Sonnert, G. (2011). The costs and benefits of 'red tape': Anti-bureaucratic structure and gender inequity in a science research organization. *Social Studies of Science*, 41(3), 385-409. <https://doi.org/10.1177/0306312710391494>
- Sánchez de Madariaga, I., Rica, S., y Dolado, J. J. (2011). *Libro blanco: Situación de las mujeres en la ciencia española*. Unidad de Mujeres y Ciencia. Ministerio de Ciencia e Innovación. <https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/31477/LibroBlanco-Interactivo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Segovia-Saiz, C., Briones-Vozmediano, E., Pastells-Peiró, R., González-María, E., y Gea-Sánchez, M. (2018). Techo de cristal y desigualdades de género en la carrera profesional de las mujeres académicas e investigadoras en ciencias biomédicas. *Gaceta Sanitaria*, 34 (4), 403-410 <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2018.10.008>
- Torns, T., y Recio, C. (2012). Desigualdades de género en el mercado de trabajo: entre la continuidad y la transformación. *Revista de Economía Crítica*, 14, 178-202. <https://1mayo.ccoo.es/4d732387ffa0a080aed4bb8d511849f1000001.pdf>
- Torrado, E., y González, A. M. (2017). Redes de cooperación: una herramienta para minimizar las desigualdades de género en la ciencia. *Feminismo/s*, 29. <https://doi.org/10.14198/fem.2017.29.16>
- Vázquez-Cupeiro, S. (2015). Ciencia, estereotipos y género: una revisión de los marcos explicativos. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 22(68), 177-202. <https://doi.org/10.29101/crcs.v0i68.2957>
- Wright, A. L., Ryan, K., St. Germain, P., Schwindt, L., Sager, R., y Reed, K.L. (2007). Compensation in Academic Medicine: Progress Toward Gender Equity. *Journal of General Internal Medicine*, 22(10), 1398-1402. <https://doi.org/10.1007/s11606-007-0329-7>
- Yellow Window Management Consultants. (2011). *Manual. El género en la investigación*. Ministerio de ciencia e Innovación. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/c86c598f-8ae0-4aa1-bbcd-92134bbdfb0c/language-es>

ESTRATEGIAS DE RIVALIDAD. INTERPELACIONES DEL ACTIVISMO OPOSITOR A LOS DERECHOS SEXUALES Y REPRODUCTIVOS EN ARGENTINA

RIVALRY STRATEGIES. INTERPELLATIONS OF OPPOSITION ACTIVISM TO SEXUAL AND REPRODUCTIVE RIGHTS IN ARGENTINA

M. CANDELARIA SGRÓ RUATA

Author / Autora:

M. Candelaria Sgró Ruata
Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas
Centro de Investigaciones Jurídicas y Sociales
Universidad Nacional de Córdoba
Córdoba, Argentina
candelariasgro@yahoo.com
<https://orcid.org/0000-0002-4842-3331>

Submitted / Recibido: 05/06/2022

Accepted / Aceptado: 07/11/2022

To cite this article / Para citar este artículo:

Sgró Ruata, M. C. (2023). Estrategias de rivalidad. Interpelaciones del activismo opositor a los derechos sexuales y reproductivos en Argentina. *Feminismo/s*, 42, 413-439. Women, data and power. Insights into the platform economy [Monographic dossier]. Miren Gutiérrez (Coord.). <https://doi.org/10.14198/fem.2023.42.15>

Licence / Licencia:

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International.



© M. Candelaria Sgró Ruata

Resumen

En distintos países de América Latina, los movimientos feministas y por la diversidad sexual desplegaron una estrategia de ingreso de los derechos sexuales y reproductivos en las agendas parlamentarias. Esto materializa nuevos escenarios en los que también adquieren mayor visibilidad los sectores que se movilizan en oposición a estas demandas. Se analiza el activismo en oposición a los derechos sexuales y reproductivos desde una de sus renovadas facetas relacionada con la ampliación de zonas de interpelación como fenómeno sociopolítico comunicacional. En este trabajo interesa proponer una de las vías para pensar este activismo desde los sentidos que colocan en la escena pública pero que al mismo tiempo los conforman como un colectivo político. Se realiza un estudio cualitativo y se analiza un corpus compuesto por materiales publicados en sitios web durante momentos clave de debate sobre sexualidad. Para ello, se seleccionaron dos contextos relevantes de observación, el debate por el matrimonio igualitario (2010) y el debate por la interrupción voluntaria del embarazo (2018) sucedidos en Argentina. Producto del análisis se plantean

dos estrategias que permiten caracterizar a la oposición: identificación (de colectivos) y redireccionamiento (de sentidos). Ambas estrategias darían cuenta de la conformación de un colectivo heterogéneo articulado por un proyecto común que implica nuevas formas de subjetivación política. Se focaliza en la zona que denominamos zona coyuntural dado que involucra principalmente prácticas orientadas por un contexto específico. Es decir, se trata de momentos en los que las disputas toman mayor materialización y visibilidad porque se dan frente a un asunto concreto como el ingreso de los derechos sexuales y reproductivos a las agendas parlamentarias. De esta manera, la zona coyuntural se relaciona con diferentes formas de reproducción y de difusión o, en otras palabras, operaciones para generar y ganar convocatoria.

Palabras clave: antagonismos; ideología de género; oposición; politización de la sexualidad; fenómeno político-comunicacional.

Abstract

In different countries of Latin America, the feminist and sexual diversity movements deployed a strategy to include sexual and reproductive rights in parliamentary agendas. This materializes new scenarios in which the sectors that mobilize in opposition to these demands also acquire greater visibility. This article analyzes activism in opposition to sexual and reproductive rights from one of its renewed facets related to the expansion of areas of interpellation as a communicational political phenomenon. The work proposes one of the ways to understand this activism from the meanings that they place on the public scene. But, at the same time, it conforms them as a political collective. A qualitative study is carried out and is analyzed a corpus of materials published on websites. For this, two relevant contexts of observation were selected, the debates over same-sex marriage (2010) and voluntary interruption of pregnancy (2018) that took place in Argentina. Two strategies are proposed that allow characterizing the opposition: identification (of collectives) and redirection (of meanings). Both strategies would evidence the formation of a heterogeneous collective articulated by a common project that implies new forms of political subjectivation. It focuses on the conjunctural zone. This zone mainly involves practices oriented by a specific context. That is to say, it implies moments in which the disputes take on greater materialization and visibility as soon as they occur in the face of a specific issue such as the entry of sexual and reproductive rights into parliamentary agendas. In this way, the conjunctural zone is related to different forms of reproduction and diffusion or, in other words, operations to generate and gain convocation.

Keywords: antagonisms; gender ideology; opposition; politicization of sexuality; political-communicational phenomenon.

1. INTRODUCCIÓN¹

En distintos países de América Latina, los movimientos feministas y por la diversidad sexual han desplegado una estrategia de ingreso de diferentes derechos sexuales y reproductivos (DSyR) en las agendas parlamentarias. Este giro –intensificado especialmente desde la década de los noventa del siglo pasado (Petracci y Pecheny, 2007)– así como el cuestionamiento a un orden sexual basado en la reproducción biológica, materializan nuevos escenarios en los que también adquieren mayor visibilidad los sectores que se movilizan para impedir o revertir las transformaciones que estos cuestionamientos abren (Sgró Ruata, 2013).

En esta dirección, algunos estudios mostraron que la jerarquía de la Iglesia católica y algunas iglesias evangélicas se presentan como uno de los principales actores en defensa de la vida (definida desde la concepción hasta la muerte natural) y de la familia (definida por el matrimonio heterosexual y reproductivo) (Gutiérrez, 2004; Natividade y Oliveira, 2009). Asimismo, evidenciaron que la oposición a las demandas por la ampliación y reconocimiento de DSyR se extiende más allá de las iglesias. Una batería de organizaciones autodenominadas provida y profamilia se activan en el espacio público alineadas a las mismas cosmovisiones sin necesariamente conectarse con alguna identificación religiosa (Morán Faúndes et al., 2015). Otros trabajos de manera más reciente vienen poniendo el acento en las movilizaciones desplegadas en contra de la ideología de género (Campos Machado, 2018; Miskolci y Campana, 2017) e incluso analizaron las que se pueden considerar como prácticas político discursivas conexas. Tal es el caso de las campañas realizadas en numerosos países de la región bajo el lema *Con Mis hijos no te metas* (González Vélez et al., 2018).

De manera que distintos sectores se movilizan para impedir iniciativas que cuestionen los significantes centrales sobre los que se articulan, la familia natural y la vida. Si bien estos significantes son medulares –es decir, no varían– las estrategias, las articulaciones y los modos de incidir en el debate público adoptan nuevas facetas. En otras palabras, el activismo en oposición a los DSyR no es un fenómeno nuevo, pero tal y como lo vienen

1. Quisiera agradecer tanto los comentarios como las sugerencias del arbitraje externo.

mostrando distintos estudios, requiere de renovadas exploraciones (Morán Faúndes et al., 2019).

Sobre esta base, en este trabajo interesa proponer una de las vías para pensar este activismo desde los sentidos que colocan en la escena pública pero que al mismo tiempo los conforman como un colectivo político. Así, consideramos que una de las vías para la caracterización del activismo conservador en el campo de la sexualidad puede delinearse en torno a la ampliación de zonas de interpelación. Pensamos estas zonas como espacios que se construyen o se utilizan para la (re)producción de las cosmovisiones defendidas en el espacio público.

En este trabajo abordamos la que denominamos zona coyuntural dado que implica principalmente prácticas orientadas por un contexto específico. Es decir, se trata de momentos en los que las disputas toman mayor materialización y visibilidad porque se dan frente a un asunto concreto como el ingreso de DSyR en las agendas parlamentarias.

Con el abordaje de la zona de interpelación coyuntural buscamos mostrar la capacidad de organización y de movilización que adquieren los sectores conservadores desde una perspectiva de la comunicación en clave política. Así pensamos lo social como espacios de disputas y la comunicación como horizontes compartidos de sentido (Caletti, 2007). De allí que la politización de la sexualidad puede comprenderse desde las luchas por la interpretación de las necesidades en el logro por la definición de las necesidades sociales legítimas (Fraser, 2020).

Con todo, esta presentación se estructura de la siguiente manera: primero, realizamos un breve repaso por los activismos en el campo de la sexualidad y sus injerencias en el espacio de lo público como marco principal para abordar las disputas actuales en torno a los DSyR. Luego, presentamos el diseño metodológico en el que se basa este estudio y, seguidamente, el análisis de la zona de interpelación que planteamos como una característica del activismo opositor en momentos en los que la sexualidad se politiza con mayor virulencia en lo público.

De hecho, en Argentina momentos como el debate legislativo por el matrimonio igualitario (MI) en 2010 y la Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE) en 2018 mostraron una intensa movilización en oposición a los proyectos que se debatían en el Parlamento Nacional. Estos contextos

dispararon un conjunto de acciones de intervención en lo público para inscribir allí su posición. De modo que la zona coyuntural delineada se relaciona con diferentes formas de reproducción y difusión, esto es, lo que denominamos como operaciones para generar y ganar convocatoria.

Dentro de estas operaciones consideramos dos de las que toman fuerza en este marco: estrategias de identificación (de colectivos) y estrategias de redireccionamiento (de sentidos). Sin duda, estas estrategias no son las únicas, pero, en virtud de los objetivos de este trabajo, sirven para ejemplificar las diferentes formas que adopta el activismo conservador en momentos centrales de decisión política formal (reforma de marcos legales).

2. ACTIVISMOS, SEXUALIDAD Y ESPACIO PÚBLICO

Principalmente desde la década de los noventa del siglo XX, una de las estrategias priorizadas por los movimientos feministas fue la inscripción de las demandas por la ampliación y reconocimiento de derechos sexuales y reproductivos en el debate público. Numerosos análisis coinciden en que los escenarios nacionales se vieron precipitados por los avances en el plano internacional en particular por las cumbres de El Cairo (1994) y de Beijing (1995) en las que la sexualidad reproductiva se instaló en la agenda. Desde estos encuentros, los derechos sexuales y reproductivos comienzan a comprenderse como parte de los derechos humanos (Girard, 2008).

De esta manera, en Argentina, pos dictaduras militares de la década de los setenta y del periodo de recuperación democrática iniciado en la década de los ochenta, distintos debates se aceleraron e intensificaron en el espacio público. Algunos tuvieron repercusiones en el ámbito parlamentario alcanzando el estatus de leyes, como la educación sexual integral, la salud sexual y reproductiva, la identidad de género, el matrimonio igualitario, entre otros.

En paralelo, algunas demandas como la despenalización/ legalización del aborto permanecieron a los márgenes del Parlamento. Sin embargo, la acción persistente y de décadas de los movimientos feministas provocó que sea considerado como un problema público (Messore, 2020). De allí que, por primera vez, en el año 2018, proyectos sobre Interrupción Voluntaria del

Embarazo (Gutiérrez, 2018; Tarducci, 2018) son discutidos en las cámaras legislativas, aunque no se convierten en ley sino hasta el 2020.

Todos estos procesos de larga data no sucedieron sin resistencias, al contrario. Múltiples actores se movilizaron en oposición a estas demandas. En esta dirección, distintos estudios (Vaggione y Mujica, 2013; entre otros) identifican como principales actores a la jerarquía de la Iglesia católica, algunos sectores de las iglesias evangélicas y las organizaciones no gubernamentales que se autodenominan provida y profamilia. Estos sectores desplegaron variadas estrategias de intervención en el espacio público tales como, judicialización de casos de abortos no punibles (Monte y Vaggione, 2019), manifestaciones callejeras en defensa de la familia (Rabbia e Iosa, 2011), presencia en los medios masivos de comunicación y campañas en las redes digitales (Chaher et al., 2020), presentaciones de proyectos de ley en el ámbito parlamentario (Brown, 2017).

Estas son algunas de las estrategias que se desarrollaron frente a los avances de los derechos sexuales y reproductivos por lo que, como indican algunos estudios, el activismo conservador no es un fenómeno nuevo, pero, con la variación de las condiciones sociales y políticas –en particular, las favorables a la ampliación y reconocimiento de derechos sobre sexualidad y reproducción– el activismo conservador adquiere renovadas características.

En este sentido, de manera más reciente, distintos estudios² están poniendo el acento en las manifestaciones y acciones que se realizan en contra de la «ideología de género» (Miskolci y Campana, 2017) como una estrategia privilegiada por los sectores conservadores. Este término tiene sus orígenes en la Iglesia católica y en intelectuales alineados a su doctrina oficial (Campos Machado, 2018) y comienza a utilizarse en la década de los noventa como reacción a los avances de los DSyR en el plano internacional.

Pero, en la actualidad su uso se está extendiendo, motorizado no sólo por diferentes prácticas sino también en contextos sociales y políticos bastante disímiles como los acuerdos de paz en Colombia (Esguerra Muelle, 2017) o las movilizaciones denominadas «Con mis hijos no te metas» en

2. Se puede consultar el dossier «Las ofensivas antigénero en América Latina» (Latin American Studies Association, 2020) entre los numerosos trabajos que están desarrollando este tema.

Perú y otros países de la región (Balieiro, 2018; González Vélez et al., 2018; Meneses, 2019). Esta línea de análisis abre un campo que ilumina facetas novedosas. Es decir, más allá de la expansión del término, la cuestión interesante es el modo en que logra movilizar actores pertenecientes a distintos sectores y demandas pertenecientes a diversos ámbitos, sociales, culturales, políticos, económicos.

Dentro de este marco, consideramos que una de las vías de caracterización del activismo conservador en la política sexual actual se vincula con las diferentes formas que adopta para la (re)producción de las significaciones que defiende en el espacio público. En esta dirección es que planteamos la búsqueda por la ampliación de las zonas de interpelación como una de las maneras de interceder las dinámicas políticas por la definición de los asuntos comunes.

Desde esta perspectiva, lo público es central y no deviene de una concepción basada en su contraposición con lo privado, sino que consideramos lo público como «enunciación de la sociedad» (Caletti, 2007). Esto implica pensar lo público «[...] como usina, en definitiva, de esa condición de sujeto por la que los particulares se exhiben, elevan su voz, buscan reconocimiento, y construyen la propia sociedad como mundo que habitan, bajo las condiciones en las que otros lo han construido antes...» (Caletti, 2007, p. 54).

De allí que lo público no se limita a la ley o a los organismos estatales, sino que implica la instancia del *decir político* y, en el campo de la sexualidad, conlleva pensarlo como el espacio de litigio donde ingresan los dicentes por la representación de lo común lo cual supone haberse constituido y reconocido como sujeto de intervención política (Caletti, 2006). De esta manera, el espacio de lo público es el campo de las luchas políticas donde los actores ingresan a disputar regímenes de sentido mediante acciones o discursos, donde se aspira a «difundir el propio discurso (subalterno o no) en espacios cada vez más amplios» (Fraser, 1997, p. 116). Entonces, considerar la comunicación en la ampliación de zonas de interpelación como una de las características del activismo en oposición a los DSyR implica pensarla como horizontes compartidos de sentidos (Caletti, 2007).

Además, supone comprender la zona de interpelación coyuntural como la capacidad de organización y de movilización que adquieren los sectores conservadores en momentos políticos decisivos. En esta línea, la comunicación implica condiciones de posibilidad para la construcción de espacios que, en este trabajo, interpretamos como operaciones para generar y ganar convocatoria. Se trata de aquellas zonas en las que no se hace foco en las argumentaciones sino más bien, en los espacios que se abren para interpelar lo público y los modos que adquiere esta interpelación. Es decir, contiene distintas formas de conquista de lo público que son puestas en operación para generar nuevos espacios que amplifiquen las posibilidades de (re)producción de la propia visión en las disputas sociales.

En definitiva, desde este enfoque nos proponemos explorar una de las características del activismo opositor a los DSyR y es, como mencionamos, la ampliación de las zonas de interpelación. Los contextos, entonces, son entendidos como momentos privilegiados para la observación de las estrategias desplegadas por el activismo conservador en escenarios políticos de intensa politización de la sexualidad.

3. METODOLOGÍA

Metodológicamente se seleccionaron dos contextos concretos de politización de la sexualidad en Argentina como momentos centrales para la observación. Ambos comparten el ingreso de demandas por la ampliación y reconocimiento de DSyR a las agendas parlamentarias: el matrimonio igualitario (MI) sucedido en el año 2010 y la Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE) sucedido en 2018. La selección de estos dos contextos relevantes para el problema de estudio (Vallés, 1999) nos permite acceder a los materiales que se pusieron en circulación pública por las agrupaciones y organizaciones que se activaron en oposición a las demandas. Por lo tanto, el recorte temporal de este trabajo coincide con los periodos en que los proyectos de ley fueron discutidos en el Congreso Nacional: para el caso MI, desde el mes de marzo (ingreso del proyecto a Cámara de Diputados, obtención de media sanción) hasta el mes de julio de 2010 (votación final en Cámara de Senadores). Para el caso IVE, desde el mes de marzo (ingreso

a la Cámara de Diputados, obtención de media sanción) hasta el mes de agosto de 2018 (votación final en Cámara de Senadores).

Separados por casi una década, consideramos que ambos contextos mostraron la activación de diferentes sitios en las redes digitales que operaron como espacios para generar y ganar convocatoria. Estos espacios son los que abordamos en este trabajo buscando desentramar las diferentes acciones que se activaron en lo público mediante una lectura transversal que nos permite delimitar algunos de los componentes que caracterizan a los sectores en oposición a los DSyR. Así, se trata de un estudio cualitativo con un diseño metodológico que combina distintas etapas estructuradas de forma sucesiva (Esquema 1).

En la primera etapa (e1) utilizamos los contextos concretos del MI e IVE para observar diferentes sitios web tanto de organizaciones y/o agrupaciones en oposición a los proyectos de ley como de portales de noticias que cubrieron los acontecimientos. En esta etapa realizamos un seguimiento de los materiales publicados en relación principalmente con las acciones propuestas por la oposición frente al avance de los proyectos de ley en el Congreso de la Nación. El propósito del estudio es observar estos contextos para explorar estrategias; por lo tanto, el diseño metodológico se orienta a relevar acciones³. De manera que, en un primer momento, abordamos páginas web de organizaciones y agrupaciones que teníamos identificadas de antemano⁴. Esto condujo a nuevos sitios web activos en cada uno de los contextos de observación por la aplicación de un criterio de bola de nieve.

3. En este sentido, se consideraron las publicaciones relacionadas con la difusión de contenidos en distintos formatos como, por ejemplo, campañas gráficas para la convocatoria a marchas callejeras, reproducción de argumentos, de información, organización de eventos, etcétera. Cabe resaltar que las páginas web son utilizadas como soporte para la recolección del material por lo tanto no se consideraron otros elementos como publicaciones personales.

4. Durante los debates parlamentarios, se produjeron instancias formales para la participación de la sociedad civil. En 2010, las comisiones legislativas encargadas de discutir el proyecto decidieron trasladar las reuniones de comisión a distintas provincias argentinas donde se estipuló un tiempo para que diferentes actores manifestaran su posición frente a los legisladores. En el 2018, se planificaron reuniones plenarias para que personas invitadas por el cuerpo legislativo expongan sus argumentos frente a la IVE. Aunque estas instancias de participación tienen características distintas a los fines metodológicos se utilizaron como insumo para observar las agrupaciones u

En la segunda etapa (e2) a partir de un criterio estratégico se acotaron los sitios web de seguimiento y se seleccionaron: para el caso del MI, Argentinos por los chicos (AXC) (página en Facebook y cuenta en Twitter) y Familias Argentinas (Blog). Para el caso de IVE, Unidad Provida (página web, página Facebook, cuenta en Twitter) y Frente Joven (página web, página Facebook, cuenta en Twitter). Se organizó el material relevado en una ficha de registro que incluye las acciones difundidas y los materiales de difusión. En esta etapa, el criterio de selección se basó en la accesibilidad y la relevancia en tanto los sitios web seleccionados conglomeraron acciones en oposición al matrimonio igualitario y al aborto. Esto implica que, a los fines de este trabajo, fue posible codificar a partir de la ficha de registro, las distintas acciones relevadas con el objetivo de realizar lecturas transversales que es lo que orienta esta presentación.

En la tercera etapa (e3) se agruparon las acciones relevadas en categorías definidas como formas de reproducción y difusión lo cual nos permitió identificar algunas de las principales estrategias coyunturales llevadas adelante por activismo en oposición al MI (2010) y a la IVE (2018).

La cuarta etapa (e4) implica un trabajo de recategorización o categorización de segundo nivel basado en la selección de la etapa anterior. En este sentido, marcamos lecturas analíticas en conjunto, es decir, no consideramos los contextos separados, sino que, a partir de las lecturas transversales, reconstruimos las estrategias comunes considerándolas como parte de un campo de oposición a la ampliación y reconocimiento de derechos sexuales y reproductivos.

organizaciones que se presentaron. Para ello, se observaron las versiones taquigráficas publicadas por las comisiones legislativas.

Esquema 1: síntesis del planteo metodológico conceptual

Caracterización de la política sexual conservadora	Modos de acceso al debate público: ampliación de zonas de interpelación	
Zona de interpelación	Coyuntural	
Características	<ul style="list-style-type: none"> - Orientada por el contexto particular - Implica distintas formas de reproducción y difusión - Implica operaciones para generar y ganar convocatoria 	
Etapas metodológicas	e1	- Observación y seguimiento de páginas web: organizaciones y/o agrupaciones y portales de noticias. Periodo: lapso de debate parlamentario de MI (2010) e IVE (2018)
	e2	- Organización material - Ficha de registro
	e3	- Categorización: agrupación de los datos relevados
	e4	- Lecturas analíticas transversales (categorización segundo nivel): principales estrategias
Selección analítica	Estrategias <ul style="list-style-type: none"> - Identificación (de colectivos) - Redireccionamiento (de sentidos) 	

Fuente: Elaboración propia

4. ANÁLISIS

El espectro de acciones llevadas adelante por el activismo en oposición a los DSyR es amplio, en especial cuando se conecta con un contexto específico; es decir, cuando está relacionado con las características coyunturales del escenario que se trate. Sin embargo, en su conjunto, las distintas formas de reproducción y difusión implementadas pueden comprenderse desde una lectura que privilegie operaciones dirigidas a generar y ganar convocatoria.

La zona de interpelación que definimos entonces –si bien se basa en las acciones– pretende ir más allá de las acciones en sí para resaltar una de las características que fue adquiriendo el activismo conservador. Esto es, en contextos particulares donde las disputas toman cuerpo legible, se puede advertir la emergencia de una construcción estratégica de rivalidad. Para ello, seleccionamos dos estrategias principales: identificación (de colectivos) y redireccionamiento (de sentidos).

Como mencionamos, tomamos los casos de las movilizaciones sucedidas en Argentina en oposición al proyecto de ley del MI (2010) y de IVE (2018). Se trata de dos contextos con distintos atributos, pero, aun así, ambos muestran la resistencia del activismo opositor al mismo tiempo que son escenarios de observación significativos para realizar lecturas sobre continuidades y renovaciones.

4.1. Estrategias: identificación (de colectivos)

La identificación de colectivos es una de las operaciones que guía las prácticas coyunturales en pos de generar y ganar convocatoria. En la construcción de la rivalidad operativa se delimitan las fronteras de quienes están de uno u otro lado. Parecería un reduccionismo a favor/en contra, pero este tipo de formas dicotómicas son las que precisamente emergieron en los contextos particulares. En esta estrategia interesa resaltar la construcción del *nosotros* en tanto dimensión emergente en las estrategias coyunturales.

Por ejemplo, tanto en el MI como en la IVE, la adopción de ciertos colores identificatorios fue utilizada en distintas prácticas para mostrar públicamente la oposición frente a los proyectos de ley. Para el caso MI, el color anaranjado y para el caso IVE, el color celeste. Estos colores fueron adoptándose en la mayoría de las prácticas –marchas callejeras, panfletos, carteles, campañas gráficas y audiovisuales en las redes digitales, etcétera– realizadas en oposición a los proyectos de ley que se debatían en el Congreso Nacional. De manera que la adaptación de un color confirmaba la pertenencia a un colectivo y la alineación a la posición de ese colectivo.

Esto no operó en el contexto como correspondiéndose con alguna agrupación preexistente sino como espacio de conglomeración colectiva (aun

cuando se podían identificar agrupaciones). En otras palabras, detrás del color, más que una agrupación, se encontraba una posición en el espacio público.

De hecho, a medida que avanzaban los proyectos en las Cámaras legislativas los colores fueron extendiéndose en su uso. Lo relevante es que tanto en el MI como en la IVE, la inscripción a un colectivo movilizad en oposición a los proyectos parlamentarios se dio, entre otras cuestiones, por la adopción identificatoria de un color. Esto no es menor porque el color se utilizó como cara pública de la posición adoptada en contextos de intensa politización de la sexualidad. Tampoco lo es en tanto los colores operaron como condensadores de un colectivo de pertenencia (quizás, incluso no evidente sino hasta el momento coyuntural).

Existen numerosos ejemplos en cada contexto, pero uno puede servir como síntesis y es la utilización de imágenes iconales: en el caso del MI, el color anaranjado plasmado en una imagen que ilustra lo que se defiende, la familia (conformada por pareja heterosexual reproductiva) (imagen 1). En el caso de IVE, el color celeste (imagen 2) con la figura de un cuerpo con un corazón a la altura del vientre. En ambos, además, se visualiza lo defendido mediante lemas que representan la posición sostenida: «Una mamá y un papá para nuestros chicos» (para el caso del MI, imagen 1) y «salvemos las 2 vidas» (para el caso IVE, imagen 2).

Imagen 1: Matrimonio Igualitario (Argentina, 2010)



ARGENTINOS
POR LOS CHICOS



FRENTE AL
CONGRESO
DE LA NACIÓN

Fuente: Argentinos por los chicos (AxC) [página Facebook]⁵
Fecha de captura: julio, 2010

Imagen 2: Interrupción Voluntaria del Embarazo (Argentina, 2018)



Fuente: Unidad Provida (UP) [página Facebook]⁶
Fecha de captura: julio, 2018

Más allá de las significaciones que alientan las prácticas, este tipo de construcciones habilitó la posibilidad de ganar convocatoria y movilizar actores diversos mediante una identificación general y, es en esa generalidad, la potencia. Esa amplitud –ordenada en torno a valores culturales, patrióticos, ciudadanos– fomentó nuevos tipos de organización coyuntural. Allí, las redes socio-digitales conformaron un espacio de convocatoria importante (Sgró Ruata, 2021). El activismo *online* y *offline* mostró la utilización de las

-
- Banner de convocatoria a la marcha nacional (13 de julio de 2010) en Capital Federal después de la votación afirmativa (media sanción al proyecto de ley) en la Cámara de Diputados y antes de la votación final en la Cámara de Senadores (<http://www.facebook.com/argentinosporloschicos?v=wall&ref=mf>)
 - Gráfica de convocatoria a Festival después de la votación en la Cámara de Diputados (media sanción al proyecto de ley) y antes de la votación definitiva en la Cámara de Senadores (<https://www.facebook.com/unidadprovida/photos/663650973980978/>)

plataformas digitales como aglutinantes del colectivo, de la ciudadanía unida en valores.

El punto es que las redes sociodigitales actuaron como una especie de espejo en el que los sectores en oposición a las reformas legales podían reconocerse como un colectivo organizado en torno a los valores defendidos. Esto es, las redes sociodigitales funcionaron como un espacio propicio para reproducir y difundir información que, en los distintos contextos de politización, fue aprovechado por el activismo conservador. Por ejemplo, los videos de las marchas realizadas a favor de la familia o de la vida (los significantes aglutinantes de la oposición) fueron compartidos en las redes por los mismos participantes de las marchas. Este traslado del activismo *offline* hacia las plataformas digitales consideramos que operó como espacio para la identificación de un *nosotros*. Por supuesto mediado por la construcción simbólica donde los colores –y lo que éstos representan– actuaron como componente principal de la identificación colectiva.

Así, el color anaranjado fue utilizado en el MI para representar la defensa de la familia natural (heterosexual, reproductiva, monogámica) interpellando a la ciudadanía, una ciudadanía plural que se puede pensar como la aglomeración de distintas identidades bajo un objetivo, evitar la sanción de la ley. De igual modo, el color celeste en la IVE fue utilizado para representar la vida del niño por nacer y de la madre en una combinación con la idea de ciudadanía en defensa de los valores nacionales (colores de la bandera argentina). Tanto la *defensa* de la familia como la *defensa* de la vida operaron como línea de trazado del *nosotros* frente a un *ellos* (retomaremos esto más adelante).

De manera que la convocatoria a la ciudadanía desplazó, pero no sustituyó identificaciones religiosas, al contrario, las hizo parte de un colectivo mayor de identificación. Por lo tanto, se condensa en una intersección entre creyentes/no creyentes que se agruparon en un colectivo signado por su posición frente a los proyectos de ley.

Por nombrar sólo unos ejemplos en esta dirección, la página en Facebook Argentinos por los chicos (AxC) o el sitio web Familias Argentinas (FA) funcionaron como puntos de encuentro para la difusión de convocatorias a las marchas callejeras en defensa de la familia u otro tipo de acciones como la promoción del color anaranjado para su utilización en las imágenes de perfil en pos de visibilizar públicamente la posición en las redes sociodigitales.

Entonces, el colectivo de identificación fue tomando materialidad en torno a lo defendido, en nombre de la ciudadanía en sentido amplio. De hecho, AxC surge en 2010 en el contexto del debate (MI) y fue uno de los sitios más activos nucleando, entre otras informaciones, el cronograma de realización de marchas callejeras en distintas provincias del país, así como sus posteriores registros gráficos y audiovisuales en torno a la «ola naranja» (uno de los lemas utilizados), todas desde la interpelación a la «ciudadanía argentina». Tanto FA como AxC se presentaron como un colectivo unido en nombre del derecho de los niños y en «defensa de la familia». Ambos también se definieron explícitamente como no limitados a alguna religión (Sgró Ruata, 2013). De igual modo, Unidad Provida (UP) y el Frente Joven (FJ) como dos de los nodos que centralizaron acciones en oposición al aborto, no se identifican con alguna religión en particular, sino que el acento estuvo puesto en la defensa de la vida (desde la concepción) sin distinciones de filiación religiosa.

Así, lo interesante en términos de conformación de colectivos de identificación es que, por un lado, no buscaron invisibilizar lo religioso sino hacerlo parte de un colectivo de pertenencia. Por otro lado, aunque en relación directa, potenciaron la capacidad para ganar convocatoria dado que la interpelación, en razón de lo antes dicho, no se limita a una audiencia en particular; al contrario, se expande en la construcción de colectivos articulados por una causa. Aunque, como nos detendremos en la siguiente estrategia, en el MI el llamamiento a la ciudadanía se da desde una construcción donde la rivalidad se encuentra más difuminada, esto es, desde el reforzamiento del propio posicionamiento sin necesariamente orientarse hacia el posicionamiento que construyen como contrario. En el caso de la IVE, la rivalidad se construye también desde el propio posicionamiento, pero sugiriendo un rival más nítido. Esto implicaría nuevas formas de subjetivación política, cuestión que retomaremos al final.

4.2. Estrategias: redireccionamiento (de sentidos)

En los íconos de las imágenes 1 y 2 que pusimos como ejemplo de las identificaciones colectivas en un contexto particular de disputa, el redireccionamiento de sentidos en el caso del aborto se expresa de manera más explícita

que en el caso del matrimonio igualitario. Esto podría entenderse desde el cambio de contexto o incluso, desde un fortalecimiento y afinación del activismo conservador en torno a cómo politizar la rivalidad en el espacio de lo público.

En el caso del MI (2010) hubo una mayor concentración en torno a la «defensa de» (la familia). Esto es, una posición política que rivaliza, pero no necesariamente desde la explicitación de esa rivalidad. En esta dirección, «queremos mamá y papá», uno de los tantos lemas ampliamente reproducidos, privilegió la afirmación de la propia posición sin poner en explícito aquello que se confronta, más bien, lo supone (SgróRuata, 2013).

La cuestión es que el redireccionamiento del sentido rival operó en el contexto IVE (2018) de manera mucho más directa⁷. Esto pone en evidencia –con mayor precisión– la rivalidad o la construcción de rivalidad, en particular, en el contexto donde estuvo en juego el aborto legal por primera vez con un avance inédito en el Parlamento argentino⁸.

Así, un ejemplo es el lema «salvemos las 2 vidas» (imagen 2) utilizado por los sectores en oposición como nudo de las campañas y de la participación. Este lema busca captar el sentido de los sectores que impulsaron la iniciativa del derecho al aborto en el que uno de los argumentos fue la mortalidad materna por abortos inseguros y la criminalización de la práctica (Barrancos, 2018; Levin, 2018). Puede pensarse como una forma de disputar la escena pública definiendo las fronteras de la rivalidad en la lucha por la interpretación de las necesidades sociales, legítimas, válidas (Fraser, 2020).

7. Las lecturas devienen del abordaje analítico y por tanto no admiten separación; al contrario, las dimensiones estratégicas que componen la ampliación de la zona de interpelación coyuntural se solapan por lo que no se pretende alguna exhaustividad.

8. Hubo varios intentos por lograr el avance de proyectos de ley en el Congreso argentino. Se vienen presentando proyectos para la legalización/despenalización del aborto desde hace años, pero fueron perdiendo estado parlamentario por lo que recién en 2018 la iniciativa logró debatirse en sesiones de las dos cámaras parlamentarias (Diputados y Senadores). Aunque en esa ocasión no fue aprobado sino años más tarde, el contexto 2018 mostró una intensa movilización en oposición a la transformación legal. Esto se dio de similar manera en el 2010 con el matrimonio igualitario. Sin embargo, en 2018 la confrontación desde los sectores de oposición aparece de manera más directa, como dijimos, quizás por las condiciones del contexto de debate, aunque no nos proponemos avanzar en esa vía en este trabajo.

Por un lado, lo moral, la defensa de toda vida; por otro lado, lo amoral: la única vida⁹ que importa al rival es la propia o la del grupo al que pertenece. Esto en abierta contraposición con los movimientos feministas y como una forma de limitar la coyuntura a una dicotomía. En esta dirección, no deja de ser relevante la capacidad del activismo conservador en el doble intento de capturar el sentido del *otro* y reorientarlo para afirmar el propio sentido en el debate público.

Son numerosos los ejemplos que pueden sumarse para ilustrar lo que estamos sosteniendo. En la imagen 2, de hecho, uno de los puntos de convocatoria al Festival explicita «soy provida y qué». Como dijimos, esto puede leerse desde la inscripción del propio posicionamiento en el espacio público al mismo tiempo que como una estrategia de identificación de colectivos bajo una causa común, bajo un conjunto de valores que interpela a la ciudadanía que comparte esa causa. Pero, en paralelo, también implica la construcción del sentido rival en una especie de respuesta.

Sin más, la misma frase invoca un *otro* en el campo de disputas, un otro que es condensado en la inscripción como lo contrario, aquello que no es provida. Y lo hace desde una construcción contestataria, componente que en el caso del MI parecería no hacerse tan presente. En pocas palabras, en el MI la afirmación está más centralizada en el *nosotros*, aun cuando supone un *ellos*. En IVE, el *ellos* toma más cuerpo y lo hace mediante operaciones de interpelación más directas y confrontativas.

En este marco un ejemplo que consideramos es uno de los más sintetizadores es la adopción de pañuelos. En Argentina, el pañuelo verde con la inscripción «educación sexual para decidir, anticonceptivos para no abortar, aborto legal para no morir» es uno de los objetos significativos para quienes vienen sosteniendo la demanda por la legalización/ despenalización del aborto donde la Campaña Nacional por el Derecho al aborto legal, seguro y gratuito es una coalición central (Tarducci, 2018; Vasallo, 2013).

Durante el transcurso del debate IVE de 2018, los sectores en oposición adoptaron el mismo objeto y lo denominaron el pañuelo celeste provida

9. No nos adentramos en la disputa por la definición de la «vida» en el contexto del debate IVE 2018 pero algunos trabajos retoman esta línea (Barrancos, 2018; Deza, 2018; Levin, 2018).

(Sgró Ruata, 2021). Este pañuelo tiene la inscripción del lema «salvemos las dos vidas» y el ícono identificatorio (representación de una persona con un corazón a la altura del vientre). Además, utilizaron el lema «educación sexual para prevenir, contención para no abortar, adopción para vivir» en directa apropiación del lema que utilizan los feminismos por el derecho al aborto y en claro redireccionamiento hacia los sentidos defendidos.

Entonces, se producen operaciones de apropiación cuyo referente es la voz construida como contraria. De allí se puede pensar que el activismo en oposición en el caso de IVE afirmó sus estrategias orientándose más por la construcción de antagonismos. De este modo, la rivalidad toma un nuevo cariz donde el *nosotros*, podría pensarse, se fortalece (ya no necesariamente se construye) frente a quienes son colocados en el lado rival y lo que marca la escena pública es más la construcción del antagonismo.

En definitiva, si bien consideramos que ambas estrategias –identificación (de colectivos) y redireccionamiento (de sentidos)– tienen el atributo de sintetizar distintas formas de reproducción y difusión con operaciones orientadas principalmente a generar y ganar convocatoria, en relación con la rivalidad como motor constructivo de estas estrategias, la primera se concentra más en la construcción del *nosotros* y la segunda en la construcción del campo de disputas donde el *ellos* toma mayor fuerza.

La delimitación de esta zona coyuntural puede dar cuenta de la potencia que en contextos particulares logró establecer el activismo conservador. Sin más, la rivalidad efectivizada mediante la construcción de un colectivo de identificación y el redireccionamiento del sentido perfilaron la situación en términos dicotómicos. Esto es, mediante registros disímiles (colores, pañuelos, lemas, íconos, por tomar los ejemplos utilizados) se instaló una matriz basada en verdes *versus* celestes.

Así, más allá de los argumentos o contraargumentos que disputaron la coyuntura (Sgró Ruata, 2021), la cuestión que interesa resaltar es cómo esa matriz logró desplazar y/o reducir una discusión sobre reconocimiento y ampliación de derechos en democracia hacia este eje dicotómico con base en la rivalidad, la cual –y esta es una dimensión emergente– se trasladó a distintos espacios de lo público en idénticos términos.

Por ejemplo, uno de los diarios de mayor circulación en Argentina (Clarín), organizó la cobertura de las exposiciones de la sociedad civil en

las comisiones parlamentarias¹⁰ (donde el objetivo es argumentar con alguna experticia) basado en esta dicotomía (íconos de pañuelo verde/celeste y posición a favor/en contra) (imagen 3). La cobertura presentaba un recuento de «los verdes» y «los celestes» (en función de las exposiciones) mediante un fragmento de la exposición acompañado de una mano con pulgar verde hacia arriba (si estaba a favor del proyecto IVE) o con pulgar celeste hacia abajo (si estaba en contra). Así como en las calles, en las redes digitales, en las insignias, etcétera, quienes expusieron –e incluso los/as legisladores/as responsables de la votación– se convirtieron en «verdes» o «celestes»¹¹.

Imagen 3

Cobertura periodística de las plenarios legislativos en Cámara de Diputados, Argentina 2018

Debate por el aborto
Proyecto histórico en Diputados

Durante las 15 jornadas que se desarrollaron a lo largo de 2 meses, Clarín cubrió minuto a minuto cada una de las exposiciones en comisión de los más de 700 oradores a favor y en contra del aborto legal. El debate se dio antes de la media sanción en Diputados.

Alanis, Marta
Titular de la organización Católicos por el Derecho a Decidir, especialista en teología feminista

Alegre, Marcelo
Abogado especialista en ética aplicada, ex asesor del Concejo de Consolidación de la democracia

Aquino, Jorge
Director de Laboratorio de Biología del Desarrollo del Hospital Austral

Abad Monetti, Eda Lia
Médica clínica, jefa de Unidad Coronaria y directora del Sanatorio Municipal Julio Mendez

Fuente: portal de noticias Clarín
Fecha de captura: agosto, 2018

10. En 2018 las comisiones parlamentarias de la Cámara de Diputados y de Senadores organizaron reuniones con la participación de actores de la sociedad civil. Estos, fueron especialmente convocados por el cuerpo legislativo por su experticia o como interesados en el asunto. Así, más de 800 exposiciones se presentaron durante todo el proceso y además, estas exposiciones tanto a favor como en contra de la ley IVE fueron utilizadas como insumo por los legisladores en el debate de las sesiones de votación en ambas cámaras parlamentarias (Levin, 2018).
11. Es relevante mencionar de manera breve que esta simple contraposición de colores (celeste-verde) para representar una posición frente al aborto (cuyo trasfondo de hecho no es simple) se replicó de similar manera en otros escenarios sociopolíticos en Latinoamérica. Un ejemplo es el estado de Veracruz en México estudiado por

Podría decirse que el activismo conservador capitalizó de algún modo la situación en términos de rivalidad y esta reducción al *sí* o al *no* facilita, también en cierto modo, la capacidad de generar y ganar convocatoria. Es decir, desde una lectura conjetural, podemos pensar que la inscripción de definiciones dicotómicas en el debate público potencia o puede forjar otras bases, abrir posibilidades para nuevas subjetivaciones que desbordan el contexto en sí. Al mismo tiempo se entrecruza con un aspecto más transversal del activismo conservador que, como mencionamos, es el fortalecimiento del antagonismo. Una especie de antagonismo con capacidad para materializarse en escenarios particulares y en paralelo trascenderlos en la articulación de diferentes actores e incluso diferentes demandas.

Actualmente la noción de ideología de género estaría operando como una de estas maneras de materialización. Consideramos que lo subyacente y lo que reclama atención serían las nuevas formas de articulación política y social que este tipo de construcciones habilita(ría), más allá de la etiqueta (ideología de género) que, en sí misma, puede variar.

En distintos países de América Latina, existen ejemplos incluso más explícitos que en Argentina como el caso de Perú (Meneses, 2019) donde se llevaron adelante campañas callejeras y en redes sociodigitales con el lema «Con mis hijos no te metas» en el enmarque de la lucha contra la ideología de género. En esta dirección, las campañas pueden entenderse como materialización en un contexto situado para demandar cambios en el currículo educativo, pero movilizadas por el marco general de las *luchas contra la ideología de género* que lo excede. Como mencionamos, la denominación ideología de género tiene sus orígenes en sectores alineados a la jerarquía de la Iglesia católica, pero, en las campañas de Perú se utilizó principalmente por sectores evangélicos para convocar y generar movilización ciudadana.

López (2020). Consideramos esta mención importante dado que desde el punto de vista de las estrategias de comunicación podría pensarse como evidencia de la internacionalización del activismo conservador, aun cuando y como lo señala el análisis de López (2020) con las particularidades propias de cada coyuntura. Por nombrar una, la *contramovilización* al aborto en Veracruz desarrolló estrategias que vincularon el aborto con problemáticas al nivel subnacional como la asociación del aborto con la violación de la soberanía estatal y políticas de violencia y crimen organizado (López, 2020, p. 25).

En síntesis, el término ideología de género puede funcionar para distintos contextos cuya manifestación material podría adoptar diferentes formas en relación a la coyuntura y la demanda que se trate. De hecho, circula en varios países (Biroli, 2019) y tuvo repercusiones con mayor o menor fuerza en diferentes escenarios sociales políticos y culturales como dijimos antes. Ahora bien, considerando los ejemplos mencionados de Argentina, parecería que la etiqueta ideología de género no penetró aún con fuerza en lo público a diferencia de Brasil donde se realizaron varias acciones bajo este enmarque (Balieiro, 2018) en similar línea con las acciones realizadas en Perú y otros países de la región como Colombia y Ecuador (González Vélez et al., 2018). Sin embargo, las estrategias estudiadas permitirían advertir cercanas operaciones de intervención en el debate público.

5. CONCLUSIONES

En este trabajo indagamos los activismos en oposición a los DSyR en contextos particulares de disputas. En línea con algunos estudios planteamos que este activismo no es nuevo pero que, en relación con distintos escenarios actuales, presenta facetas renovadas. De allí que consideramos que una de esas facetas es pensarlo desde las características que adquiere como fenómeno sociopolítico comunicacional. Esto implica la ampliación de zonas de interpelación como espacios que se construyen para la (re)producción de las visiones defendidas. Así, se trata de pensar en torno a los sentidos que colocan en la escena pública pero que al mismo tiempo intervienen en la construcción de un colectivo político. De modo que la zona de interpelación coyuntural supone operaciones orientadas a generar y ganar convocatoria. Desde este marco, analizamos dos estrategias principales que permiten caracterizar el activismo en oposición a los DSyR en distintas coyunturas pero que aceptan lecturas analíticas transversales: estrategias de identificación (de colectivos) y estrategias de redireccionamiento (de sentidos).

A medida que las abordamos fuimos planteando lecturas analíticas sobre estas modalidades de inserción en el espacio público en procesos de politización de la sexualidad. En esta línea hemos sugerido que ambas estrategias estarían dando cuenta de nuevas formas de subjetivación política. En el caso de la primera, con un mayor peso en la construcción de un *nosotros*

y en la segunda con el acento en la afirmación del *nosotros* a partir de la delimitación del *ellos* y de la construcción del campo en el que se insertan las disputas fuertemente vinculado con la construcción de antagonismos. También, hemos sugerido que en la actualidad las movilizaciones en contra de la ideología de género podrían estar funcionando en esta dirección, es decir, como punto de materialización de los antagonismos, aun cuando, en Argentina, esta denominación no parece aún estar tan operativa como paraguas unificado del activismo conservador en el espacio público.

Ahora bien, lo que interesa remarcar es que, más allá de la denominación, las estrategias que estudiamos actuarían en similar orientación. O dicho de otro modo, identificación (de colectivos) y redireccionamiento (de sentidos), tomadas en conjunto, dan cuenta de la capacidad de organización y movilización del activismo conservador y tienen el potencial político para la constitución de nuevas construcciones y articulaciones identitarias, subjetivación que se construye en vinculación con el (auto) reconocimiento como sujetos de acción política (Caletti, 2007; 2006).

En este sentido, consideramos relevante pensar en la conformación de un colectivo constituido desde su diversidad y heterogeneidad tanto de actores o agrupaciones como de demandas. De manera que el colectivo no se reduce a las partes que lo componen (religiosos/ no religiosos) sino que se conforma e interpela en torno a un proyecto político.

Como proyecto, crea las condiciones para la generación de nuevas formas de organización y se reconoce como fuerza potencial para ingresar en las disputas por las normas morales y jurídicas. Ya no necesariamente para detener una transformación en curso (como una demanda por ampliación y reconocimiento de DSyR situada) sino para revertirla. Ya no sólo frente a la posibilidad de dislocar sexualidad y reproducción sino frente a cualquier demanda que encaje en la lógica antagonista definida bajo estos términos, es decir, delineando un *otro* que representa amenaza. Así, la moral sexual podría pensarse como una entre otras dimensiones de este activismo que genera estrategias de conquista de lo público enlazadas por diferentes demandas económicas, sociales, políticas, culturales.

Las estrategias estudiadas, en suma, estarían sentando las bases para la constitución de un colectivo irreductible a las particularidades que lo componen para interpelar y conformarse en torno a un proyecto político

que, como tal, genera condiciones para nuevas formas de organización y se reconoce como fuerza potencial para ingresar en las disputas por las normas comunes en los sistemas democráticos existentes.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Balieiro, F. (2018). «Não se meta com meus filhos»: a construção do pânico moral da criançasobameaça. *Cadernos Pagu*, 53, s/n. <https://doi.org/10.1590/18094449201800530006>
- Barrancos, D. (2018). La ley abortada: Notas sobre el debate de la interrupción voluntaria del embarazo. *Salud Colectiva*, 14 (3), 373-376. <https://doi.org/10.18294/sc.2018.2025>
- Biroli, F. (2019). A reação contra o gênero e a democracia. *Nueva Sociedad*, 2019, 76-87.
- Brown, J. (2017). El aborto en el Congreso Nacional. Los proyectos del activismo conservador religioso en diputados (Argentina, 2004-2014). *Descentrada*, 1, 1-16.
- Caletti, S. (2006). Decir, autorrepresentación, sujetos. Tres notas para un debate sobre política y comunicación. *Versión*, 17, 19-78.
- Caletti, S. (2007). Repensar el espacio de lo público. Un esbozo histórico para situar las relaciones entre medios, política y cultura. *Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación*, 123, 195-252.
- Campos Machado, M. (2018). O discurso cristão sobre a «ideologia de gênero». *Estudos Feministas*, 26, 1-18. <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2018v26n247463>
- Chaher, S., Florentín, C. y Gabioud, M. (2020). *Grupos antiderechos: la disputa por el sentido en los medios de comunicación y las redes sociales de Argentina*. Comunicación para la Igualdad.
- Deza, S. (2018). Aborto y palabras: el discurso como lupa. *Revista Con X*, 4, 1-22. <https://doi.org/10.24215/24690333e021>
- Esguerra Muelle, C. (2017). Cómo hacer necropolíticas en casa: Ideología de género y acuerdos de paz en Colombia. *Sexualidad, Salud y Sociedad*, 27, 172-198. <https://doi.org/10.1590/1984-6487.sess.2017.27.10.a>
- Fraser, N. (1997). *Iustitia Interrupta: Reflexiones críticas desde la posición «post-socialista»*. Siglo del Hombre Editores.
- Fraser, N. (2020). *Prácticas rebeldes. Poder, discurso y género en la política social contemporánea*. Prometeo.

- Girard, F. (2008). Negociando los derechos sexuales y la orientación sexual en la ONU. En R. Parker, R. Petcchesky y R. Sember (Eds.), *Políticas sobre sexualidad. Reportes desde las líneas del frente* (pp. 347-398). Sexuality Policy Watch.
- González Vélez, A. C., Castro, L., Burneo Salazar, C., Motta, A., y Amat y León, O. (2018). *Develando la retórica del miedo de los fundamentalismos. La campaña Con mis hijos no te metas en Colombia, Ecuador y Perú*. Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán.
- Gutiérrez, M. (2004). Iglesia Católica y política en Argentina: el impacto del fundamentalismo en las políticas públicas sobre sexualidad. En C. Dides (Comp.), *Diálogos Sur-Sur sobre religión, derechos y salud sexual y reproductiva: los casos de Argentina, Colombia, Chile y Perú* (pp.15-46). Universidad Academia de Humanismo Cristiano– Programa de Estudios de Género y Sociedad.
- Gutiérrez, M. (2018). Feminismo en acción: debate de la ley de interrupción voluntaria del embarazo. *Sociales en Debate*, 14, 1-7.
- Latin American Studies Association. (2020). Dossier *Las ofensivas antigénero en América Latina*, 51 (2), 11-71. <https://forum.lasaweb.org/past-issues/vol51-issue2.php>
- Levin, S. (2018). ¿Salud sexual y salud reproductiva sin libertad?: El conflicto por el aborto en Argentina. *Salud Colectiva*, 3, 377-389. <https://doi.org/10.18294/sc.2018.2011>
- López, J. (2020). Aborto, contramovilización y estrategias de comunicación contra la expansión de derechos en México. *Revista Interdisciplinaria de Estudios de Género de El Colegio de México*, 6, 1-36. <https://doi.org/10.24201/reg.v6i0.621>
- Meneses, D. (2019). Con Mis Hijos No Te Metas: un estudio de discurso y poder en un grupo de Facebook peruano opuesto a la «ideología de género». *Anthropologica*, 37(42), 129-154. <https://doi.org/10.18800/anthropologica.201901.006>
- Messore, F. (2020). Del silencio del hogar al grito en el congreso. La configuración del aborto como un problema público en Argentina (1998-2018). *Movimientos. Revista mexicana de estudios de movimientos sociales*, 4(2), 5-27. <https://www.revistamovimientos.mx/ojs/index.php/movimientos/article/view/192>

- Miskolci, R., y Campana, M. (2017). «Ideología de género»: notas para a genealogia de umpanico moral contemporâneo. *Sociedade e Estado*, 32(3), 725-748. <https://doi.org/10.1590/s0102-69922017.3203008>
- Monte, E. y Vaggione, J. (2019). Cortes irrumpidas. La judicialización conservadora del aborto en Argentina. *Rupturas*, 9(1), 107-125. <https://doi.org/10.22458/rr.v9i1.2231>
- Morán Faúndes, J. M., Peñas Defago, M.A., Monte, M.E., y Sgró Ruata, M.C. (2015). Sociedad civil y sexualidad: las ONG autodenominadas «Pro-Vida» en la Argentina. En J. Esquivel y J. Vaggione (Comps.), *Permeabilidades Activas. Religión, Política y Sexualidad en la Argentina democrática* (pp. 35-54). Biblos.
- Morán Faúndes, J.M., Peñas Defago, M.A., Sgró Ruata, M.C., y Vaggione, J.M. (2019). La resistencia a los derechos sexuales y reproductivos. Las principales dimensiones del neo-activismo conservador argentino. En G. Careaga (Coord.), *Sexualidad, religión y democracia en América Latina* (pp. 53-94). Fundación Arcoiris.
- Natividade, M., y Oliveira, L. (2009). Sexualidades ameaçadoras: religiã o e homofobia(s) em discursos evangélicos conservadores. *Sexualidad, Salud y Sociedad*, 2, 121-161.
- Petracci, M., y Pecheny, M. (2007). *Argentina. Derechos Humanos y sexualidad*. CEDES- CLAM. <https://doi.org/10.1590/S0104-71832006000200003>
- Rabbia, H., e Iosa, T. (2011). Plazas multicolores, calles naranjas. La agenda del matrimonio entre parejas del mismo sexo en el activismo LGTB cordobés y la oposición religiosa organizada. En M. Sgró Ruata, H. Rabbia, T. Iosa, M. Manzo, M. Campana & J.M. Morán Faúndes (Comps.), *El matrimonio igualitario en Córdoba. Actores, estrategias y discursos* (pp. 33-74). Ferreyra.
- Sgró Ruata, M. C. (2013). *Sexualidad. Significaciones y tensiones en el espacio público contemporáneo. Un estudio de la oposición al matrimonio igualitario en Argentina (2010)*. [Tesis de Doctorado]. Universidad Nacional de Córdoba.
- Sgró Ruata, M. C. (2021). Política sexual, activismo conservador y redes sociodigitales. *Virtualis*, 12(23), 67-94. <https://doi.org/10.46530/virtualis.v12i23.384>
- Tarducci, M. (2018). Escenas claves de la lucha por el derecho al aborto en Argentina. *Salud colectiva*, 3(14), 425-432. <https://doi.org/10.18294/sc.2018.2036>
- Vaggione, J., y Mujica, J. (Comps.). (2013). *Conservadurismos, religión y política. Perspectivas de investigación en América Latina*. Ferreyra.

Vallés, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Síntesis.

Vasallo, M. (Comp.) (2013). *Peripicias en la lucha por el derecho al aborto*. Ferreyra.

REPENSANDO EL MALESTAR DE LAS MUJERES Y LA ATENCIÓN PSIQUIÁTRICA DESDE UNA MIRADA DESCOLONIAL: APORTES A UNA PRÁCTICA ANTIRRACISTA¹

RETHINKING WOMEN'S DISCOMFORT AND PSYCHIATRIC CARE FROM A DECOLONIAL PERSPECTIVE: CONTRIBUTIONS TO AN ANTIRACIST PRACTICE

SUSANA BEATRIZ SOLIS-GOMEZ²

Author / Autora:

Susana Beatriz Solis-Gomez
Universidad de Granada, Granada, España
susanabsgomez@correo.ugr.es
<https://orcid.org/0000-0002-3008-4028>

Submitted / Recibido: 15/09/2022

Accepted / Aceptado: 07/12/2022

To cite this article / Para citar este artículo:

Solis-Gomez, S., B. (2023). Repensando el malestar de las mujeres y la atención psiquiátrica desde una mirada decolonial: aportes a una práctica antirracista. *Feminismo/s*, 42, 441-468. Women, data and power. Insights into the platform economy [Monographic dossier]. Miren Gutiérrez (Coord.). <https://doi.org/10.14198/fem.2023.42.16>

Licence / Licencia:

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International.



© Susana Beatriz Solis-Gomez

Resumen

La premisa de este artículo guarda relación con la idea de que los estudios feministas que han abordado el vínculo de las mujeres con la disciplina Psiquiátrica y han analizado la emergencia de malestares y/o sufrimiento psíquico en estas, lo han hecho desde un marco de análisis centrado en el contexto occidental-moderno. Ello ha hecho que se pase por alto el análisis del fenómeno en el caso de las mujeres cuyas vivencias no responden, o al menos no del todo, a la lógica eurocentrada, como es la situación de aquellas que pertenecen a Pueblos Afrodescendientes y Pueblos

1. Agradecimientos a: Dra. Ana María Távora Rivero, María Belén Tapia De la Fuente y Juan Alejandro Henríquez por sus observaciones y sugerencias al borrador de este artículo.
2. Este trabajo ha sido financiado por la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo. Subdirección de Capital Humano. Beca de estudios de Doctorado en el Extranjero/2020-72210536. Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, Gobierno de Chile.

Originarios o Primeras Naciones. Ante esto, se sostiene que una perspectiva decolonial permite situarse críticamente ante la Psiquiatría en su entrecruzamiento con el racismo, haciendo visibles, por un lado, las ideas y prácticas psiquiátricas y la afectación específica de estas a las poblaciones no occidentales, y por otro, dando cuenta de la relación entre las condiciones estructurales, cruzadas por la colonialidad, y la emergencia de malestares. Aparte de ello, posibilita lograr un análisis en términos epistemológicos que da cuenta de los efectos particulares de la Psiquiatría como paradigma médico en los Pueblos que se distancian de las lógicas eurocentradas. El artículo presenta, primeramente, un recorrido por los principales aportes feministas a este ámbito, para luego describir, sintéticamente, el desarrollo de la práctica psiquiátrica, dando lugar, en una tercera parte, a la aplicación de un análisis decolonial de los elementos descritos. Se culmina con la presentación de aportes a una práctica antirracista en el ámbito de la salud mental.

Palabras clave: feminismo; decolonial; Psiquiatría; malestares; antirracismo; salud mental.

Abstract

The premise of this article is related to the fact that feminist studies that have been focused on women and their relationship with psychiatry and the emergence of psychic discomfort or suffering, have done from a framework of analysis focused on the western-modern context. This has led to overlooking the analysis of the phenomenon in the case of women whose experiences do not correspond, or at least not entirely, to the Eurocentric logic, such as the situation of those who belong to afro-descended people and indigenous or first nations **people**. Given this, it is argued that a decolonial perspective allows us to critically situate ourselves before Psychiatry in its intertwining with racism making visible, on the one hand, psychiatric ideas and practices and the specific affectation of these to non western population, and, on the other, accounting for the relationship between structural conditions, crossed by the coloniality, and the emergence of discomforts. Apart from this, it makes it possible to achieve an analysis in epistemological terms that accounts for the particular effects of Psychiatry as a medical paradigm in the people who distance themselves from the Eurocentric logics. The article culminates with the presentation of contributions to an antiracist practice in the field of mental health. The article presents, first, a tour of the main feminist contributions to this field, to then describe, synthetically, the development of psychiatric practice, giving way, in a third part, to the application of a decolonial analysis of the elements described. It ends with the presentation of contributions to anti racist practice in the field of mental health.

Keywords: feminism; decolonial; Psychiatry; discomfort; antiracism; mental health.

1. INTRODUCCIÓN

Los estudios feministas han venido elaborando una serie de críticas y contribuciones para pensar la relación de las mujeres con la psiquiatría, revelando aspectos como la atribución de determinados diagnósticos, la prescripción diferenciada de psicofármacos y la desatención de los contextos sociales, políticos y económicos en donde surge el malestar.

Específicamente sobre el primer punto, se ha trabajado en el análisis de los discursos y prácticas científicas, visibilizando su ideología sexista (Jiménez y Ruiz, 1999). A este respecto, Caponi (2019) ha examinado cómo los discursos médicos elaborados en el siglo XIX e inicios del XX se centraron en argumentar la inferioridad de las mujeres según sus características anatómicas, contribuyendo las teorías evolutivas y de la degeneración a construir a las mujeres como infantiles y cercanas a lo patológico (Jiménez y Ruiz, 1999). Particularmente, esta última usó la categoría de *degenerada* para patologizar a aquellas mujeres que deseaban carreras intelectuales, se manifestaban en contra del orden patriarcal establecido y/o abandonaban los roles que se les imponían, entre otras situaciones (Caponi, 2019).

Así también, estas contribuciones refieren que diagnósticos como los de histeria y neurastenia funcionaron como una estrategia disciplinaria del orden de género imperante. En el primer caso, el diagnóstico se atribuyó a las mujeres consideradas difíciles, narcisistas, egocéntricas (Ussher, 2013), tales como aquellas que expresaban su sexualidad y erotismo (Arreola Martínez, 2011), mientras que el segundo fue sobre todo asociado a mujeres solteras. En ambos casos, las causas estaban vinculadas a cuestiones biológicas, como los ovarios y la menstruación (Jiménez y Ruiz, 1999).

Tanto este proceso natural como «la gestación, el puerperio y la menopausia» (Jiménez y Ruiz, 1999, p.197) fueron apuntados como el origen de la emergencia de la locura. Si bien en un momento posterior se adoptaron las denominadas teorías psicógenas, estas también explicaron la enfermedad mental como resultado de tener «una imaginación excesiva, contrariedades amorosas o emotivas» (Jiménez y Ruiz, 1999, p.198), patologizando tanto la cercanía como la lejanía con el estereotipo de género imperante (Chesler, 2005).

Esta función normativa y disciplinaria también puede observarse a partir del análisis del manicomio, en el cual autoras como Molinari (2005) y García Díaz y Jiménez Lucena (2010) refieren que este espacio tuvo como propósito la reconducción de los comportamientos, configurándose la psiquiatría como una «tecnología de coerción» (García Díaz y Jiménez Lucena, 2010, p. 134). Así, se ha mostrado que las mujeres eran encerradas generalmente a solicitud de padres, hermanos y/o parejas por expresar conductas desacordes con las expectativas de género predominantes, estando, además, sometidas a un conjunto de dinámicas opresivas intramanicomiales, tales como la realización de tareas domésticas de «planchado, bordado, lavandería» (García-Díaz, 2020, p. 533) y/o el cuidado de otras internas.

En cuanto al diagnóstico, como señala Swartz (2013), si bien este puede ser útil en cuanto a dar un sentido de orden y de organización a los fenómenos observados por parte de la disciplina psiquiátrica, también puede funcionar como una herramienta que oculta las condiciones que dan lugar a problemas sociales complejos y afectan la vida de las mujeres.

De igual forma, se han puesto en cuestión determinados criterios utilizados para la formulación de las categorías, dando cuenta de la existencia de diferentes sesgos de género. En esta línea, Marcie Kaplan (1983) explicaba que la tercera versión del DSM había sido escrita por una mayoría de hombres que aplicaban patrones estereotípicos de género al momento de elaborar las categorías diagnósticas, lo que daba como resultado que las mujeres tuvieran una mayor probabilidad de ser patologizadas con rasgos de personalidad *histriónica* o *dependiente*. Lo anterior también puede verse dentro de los instrumentos utilizados en el ámbito de la psicometría, donde, por ejemplo, se presume que el sesgo en su construcción podría explicar la alta cantidad de mujeres diagnosticadas como *depresivas* (Bacigalupe et al., 2020).

También en torno al diagnóstico, los movimientos e investigadoras/es feministas han problematizado la patologización de procesos naturales y/o de reacciones esperables ante situaciones opresivas o violentas. Un ejemplo vendría a ser la construcción del *Síndrome Premenstrual* en los años ochenta, que obedece, según García Dauder y Pérez Sedeño (2017), a una retransformación de lo que anteriormente se denominó histeria. Sobre ello, si bien no es menos cierto que el período previo a la menstruación puede ocasionar determinadas molestias, estas pueden comprenderse en el marco

del contexto social en el que se desenvuelven las mujeres, donde la presencia de factores estresantes ayudan a la aparición de los *síntomas* (Ussher, 2003).

Adicionalmente, este campo de estudios también ha contribuido a reconocer la relación que existe entre ciertos diagnósticos y las experiencias de violencia sexual, dando cuenta de una función biomédica que tiende a psicologizar el sufrimiento que las mujeres presentan como respuesta natural a un hecho traumático. Uno de estos casos es el del Trastorno Límite de la Personalidad, diagnosticado en más de un 70% a mujeres y que Ruiz y Vairo (2008) vinculan con experiencias de trauma sexual. Lo mismo sucede si se revisan los diagnósticos de Estrés Post Traumático y de Trastorno Disociativo (Chu y Bowman, 2000; MacDonald, 2018). Sobre este último, Dio Bleichmar (1993) ha sostenido que muchas veces la disociación es una respuesta que permite continuar el vínculo con quien cometió el abuso.

El contexto referido es la antesala explicativa de la prescripción diferenciada de psicofármacos hacia las mujeres. Como han registrado Bacigalupe et al. (2020), aun cuando estas reporten síntomas similares y recurran a la misma cantidad de consultas que los varones, recibirán incluso el doble de fármacos. Se suma a ello que dado que los fármacos que se recetan son principalmente del grupo de las benzodiazepinas (Burín et al., 1991), hay una probabilidad mayor de generar dependencia y síntomas de abstinencia agudos en caso de hacer el retiro sin supervisión médica (Gotzsche, 2020; Moncrieff, 2013).

Por otra parte, los estudios feministas han puesto de manifiesto que los malestares y sufrimientos psíquicos en las mujeres surgen como resultado de una organización socio política y cultural patriarcal que las reviste de mayor vulnerabilidad y exposición a factores de violencia y opresión. Como menciona Añón (2020), la construcción del sistema sexo-género se posiciona como una estructura central que da lugar a distintas expresiones de discriminación y de subordinación con la consecuencia de generar malestar. En esta línea se enmarcan textos emblemáticos como el de Betty Friedan (2017), psicóloga humanista, quien en la década de 1960 puso de manifiesto la existencia del «problema que no tiene nombre» para referirse al malestar que las mujeres blancas, casadas y de clase media experimentaban como resultado de los roles, estereotipos y expectativas que recaían sobre ellas en el contexto estadounidense de los EEUU.

En concordancia con lo señalado, Gove y Tudor (1979) advirtieron tempranamente acerca de la relación entre los roles de género adoptados por hombres y mujeres y la aparición del sufrimiento psíquico, indicando que las tareas y roles asignados desigualmente a estas últimas las hacía más susceptibles de presentar síntomas que posteriormente eran categorizados como *enfermedades mentales*. Indagaciones más recientes, en tanto, hablan directamente sobre *malestares de género* para hacer referencia al sufrimiento psíquico que surge en hombres y mujeres, en el sentido de que muchas veces estos responderían a las normas de género binarias en que se han socializado, lo que para el caso específico de las mujeres resulta en malestares que se expresan en relación con la subordinación, la pasividad y el sufrimiento internalizado (Pujal i Llombart et al., 2020).

En el mismo sentido, pero incorporando factores relativos a la clase y la edad, también se ha rastreado que las mujeres que ejercen labores de cuidado han expresado un mayor impacto negativo en su salud mental, refiriendo sentimientos de depresión y ansiedad (García Calvente et al., 2004) lo que da cuenta de que la producción de malestar se encuentra cruzada de manera importante por la clase. En síntesis, el sufrimiento y/o malestar de las mujeres puede comprenderse como un producto de carácter social (Busfield, 1988) y no como resultado de características o procesos *internos*, como ha venido proclamando la perspectiva imperante desde la psiquiatría biológica.

No obstante, aun siendo estas contribuciones fundamentales, los desarrollos feministas han centrado su atención en las mujeres habitantes de Europa y Estados Unidos y, si bien en algunos casos han destacado las diferencias de clase y edad en sus indagaciones, estas han tenido generalmente como protagonistas a mujeres blancas en contextos occidentales.

Así, la producción de conocimientos se ha asentado en la categoría género como un eje universal, único y ahistórico de la experiencia, cuestión que ha sido criticada desde los estudios feministas descoloniales. En palabras de Yuderky Espinosa (2014), «Las teorías y las críticas feministas blancas terminan produciendo conceptos y explicaciones ajenas a la actuación histórica del racismo y la colonialidad como algo importante en la opresión de la mayor parte de las mujeres» (p. 9).

Sobre la temática de este artículo, bell hooks (2020) ya había advertido sobre cómo la denuncia de Friedan acerca del malestar de las mujeres

representaba solo a un grupo de estas: «blancas casadas, con educación universitaria, de clase media y alta, con capacidad de consumo, que querían algo más de la vida» (pp. 27-28). La misma autora sugería que al contrario de las protagonistas del análisis que realizaba Friedan, en vez de estar preocupadas por una vida monótona dentro de sus hogares, «la mayoría de las mujeres estaban preocupadas por la supervivencia económica, por la discriminación étnica y racial» (p. 29).

Sobre ello y a modo de referencia histórica, cabe señalar la situación de las mujeres racializadas en Ciudad del Cabo (Swartz, 1995). Allí, los antecedentes refieren que la psiquiatría ejerció un rol racista, operando de forma segregada y, por ende, diferenciada en cuanto al malestar expresado por la población africana, donde se negaba la comprensión de las circunstancias que les hacían demandar atención, haciendo invisible la precarización económica y social en la que se encontraban las poblaciones afectadas por el proceso colonial. Además, por medio del argumento en la teoría evolucionista y de la degeneración, se reprodujo el reforzamiento de la hegemonía blanca, cuestión que en gran medida afectó a las mujeres racializadas.

Sin embargo, análisis como los anteriores son escasos, quedando estas experiencias a un costado, invisibles, y al parecer, dentro de los discursos como los referidos. Por esta razón, si bien existe una gran cantidad de indagaciones e insumos sobre la politización del malestar desde la perspectiva de género y desde las miradas críticas acerca de la psiquiatría como una disciplina androcéntrica, estas ahondan escasamente en el análisis de la situación de las mujeres que no habitan y/o no pertenecen a los territorios occidentales-modernos, como las ya mencionadas.

Esto demanda especial atención, ya que las vivencias de estas mujeres están imbuidas de elementos sociales, culturales, políticos y económicos específicos, estando la relación con la psiquiatría cruzada por elementos racistas, lo cual da forma a violencias y opresiones específicas. Por otro lado, las condiciones que tejen el surgimiento de sus malestares, como ya ha sido dicho, tienen un vínculo estrecho con los procesos de colonización y reacomodación colonial.

Bajo este panorama, me dispongo a trazar, primeramente, una breve síntesis crítica sobre la conformación de la psiquiatría como disciplina científica, la que posibilitará comprender los procesos de formulación del

diagnóstico psiquiátrico y los argumentos en torno a la prescripción de fármacos, para luego incorporar aquellos aportes que visibilizan la presencia de elementos racistas en su ideología y práctica médica. En un segundo momento, refiero cómo una estructura patriarcal, colonial y capitalista afecta de manera diferenciada a las mujeres que forman parte de Pueblos Originarios y Afrodescendientes, provocando el surgimiento de malestares que van más allá de su relación con el género como único factor de opresión.

2. APROXIMACIONES CRÍTICAS AL MODELO PSIQUIÁTRICO HEGEMÓNICO

Burstow (2015) refiere que, en el mundo occidental, la locura ha sido abordada desde dos frentes; uno que la ha considerado como una expresión de un evento sobrenatural, generada por energías y/o espíritus, y otro que la ha interpretado como un fenómeno o desajuste individual. Siguiendo esta segunda interpretación, Foucault (2007) planteó que durante la Edad Media y el Renacimiento la locura era vista como una condición que debía ser erradicada, por lo que se aplicaban medidas estratégicas como la expulsión, el destierro o la tortura. En ese momento histórico los Hospicios no ocupaban gran protagonismo como espacios de internación, habiendo apenas treinta *pacientes* en la institución de Bethlen, tal como documenta Burstow (2015) para el caso de Inglaterra.

Este contexto cambiará posteriormente, obedeciendo a una transformación paradigmática advenida en el siglo XVII. Es en este momento cuando tiene lugar el nacimiento de los asilos, que vendrán a representar la expresión de una sociedad civilizada e ilustrada que demostraba que podía hacerse cargo de sus *locos* utilizando los conocimientos y las herramientas de las que les proveía la ciencia para llevar adelante la tarea (Novella, 2008, en Sacristán, 2009). La *razón*, entonces, se configura como un eje primordial de la experiencia social (Cipriano, 2018).

En este momento histórico, una de las estrategias más conocidas para restituir la *racionalidad* consistía en aplicar un tratamiento o gestión moral, utilizando el aislamiento, la observación, la vigilancia y la intervención constante del comportamiento por parte médica (Burstow, 2015). El máxime representante de este movimiento será Philippe Pinel (Ferreirós, 2007) y

aunque a sus innovaciones propuestas para el tratamiento del alienado se les suele atribuir un cariz humanista, Cipriano (2018) refiere que sus ideas no significaron necesariamente el cambio de un enfoque hostil y orientado a la violencia, ya que frecuentemente se utilizaban prácticas coercitivas como camisas de fuerza, sujeciones con correas y punciones. Para Burstow (2015), en tanto, todas estas intervenciones suponían un ejercicio de poder patriarcal, al colocar al médico en un lugar jerárquico de poder que tutoriza, corrige y/o valida lo que hace o no deja de hacer el interno.

Con los aportes de Esquirol, discípulo de Pinel, las prácticas manicomiales comienzan a dotarse de un sentido científico-técnico, por lo que se integran nosologías médicas y cuerpos profesionales, disponiendo el asilo como el dispositivo institucional de la rama de especialización (Sacristán, 2009). En este camino se irán instalando nuevas perspectivas en torno a la *enfermedad mental* lo que preparará las condiciones para el surgimiento de los criterios diagnósticos y de nuevas formas de intervención.

En este contexto también tendrá su mayor auge la frenología, pseudociencia desarrollada a fines del siglo XVIII (Porter, 2003), que defendía el supuesto de que el cerebro estaba compuesto por diferentes estructuras que, de estar bien desarrolladas, se corresponderían con facultades óptimas (Bosch Fiol y Ferrer Pérez, 2003). Igualmente, las características fenotípicas tales como la forma y tamaño de ojos, nariz, boca y frente, se convirtieron en un parámetro para medir la inferioridad/superioridad de las personas, afectando principalmente a las mujeres y a las poblaciones no europeas. En una clara impronta racista, se atribuirán cualidades de agresividad, deshonestidad y/o criminalidad, entre otras, a colectivos afrodescendientes y pertenecientes a Pueblos Originarios (Cabrera-Guillén, 2019).

A este respecto, y siguiendo los desarrollos de Griesinger, quien dirá que la enfermedad mental es siempre una enfermedad de raíz cerebral (Porter, 2003), Virchow proclamará que la ciencia médica tiene la necesidad de que toda patología sea verificada en su causa orgánica, por lo que, en sintonía con los avances de la intervención en cadáveres y de la medicina anatomoclínica (Ravanel y Aurenque, 2018), la psiquiatría emprenderá la búsqueda de las causas cerebrales del padecimiento. Como recuerda Huertas (2016) aun si no se encontraban lesiones que pudieran asociarse al malestar, estas eran atribuidas igualmente al diagnóstico, esperando que pudiesen comprobarse

en algún momento. Este entendido dará lugar, en las primeras décadas del siglo XX, a una serie de mecanismos de intervención física para *aplacar* el malestar mental, tales como la malarioterapia y la inoculación de otras sustancias para provocar fiebres altas, las que, se creía, podían mejorar el estado de las personas (Golcman, 2017; Tourney, 1967). Posteriormente, se usará el shock insulínico, el cardiazol y la cirugía cerebral por medio de la lobotomía (Araya y Leyton, 2009; Baran et al., 2008; Golcman, 2017; Jiménez-Ponce et al., 2006).

Otro de los hitos relevantes tendrá que ver con Emil Kraepelin, psiquiatra alemán cuya obra se ubica a fines del siglo XIX e inicios del XX. Este dará curso a su «Compendio de la Psiquiatría», uno de los primeros intentos por elaborar una clasificación diagnóstica. Para llevar adelante su labor, Kraepelin comenzó a aunar observaciones sobre los *síntomas* que veía en sus pacientes, agrupándolos en clasificaciones, las que a su vez ordenó según diferentes criterios. En esa tarea, según Caponi y Martínez-Hernández (2013), se pondrá énfasis en el síntoma y en su duración, dejando desplazadas la etiología y la explicación anatómica, además de desconsiderar la narrativa y contexto de la persona. El precedente que sentó Kraepelin fue fundamental para la formulación de categorías diagnósticas psiquiátricas más tarde, lo que tomará forma en la elaboración del Manual Diagnóstico y Estadístico de Trastornos Mentales, en adelante DSM, cuya primera versión se tuvo en 1952.

Al respecto, cabe mencionar que las versiones I y II del DSM fueron hechas desde una visión más cercana a lo biopsicosocial debido a la influencia del psicoanálisis de la época y del psiquiatra Adolf Meyer, quien daba énfasis al contexto y a la historia de vida de cada paciente (Caponi, 2014). Sin embargo, la tercera edición, surgida en 1980, contó con la aplicación de una perspectiva neo-kraepeliniana (Double, 2005). De esta manera, aunque Kraepelin muere en 1926, explica Caponi (2014), sus desarrollos se retomarán casi cien años después de haber sido propuestos, siendo la base para construir el DSM III bajo los principios explicativos de la «herencia mórbida y la localización cerebral» (p. 158). Así, se seguirá dejando a un lado el contexto y la experiencia del paciente, privilegiándose la idea de la causa orgánica y de la herencia familiar.

En términos contextuales, el surgimiento del DSM III se da en un período de fuerte cuestionamiento a la psiquiatría debido a que los movimientos

feministas, de la disidencia sexual y de la antipsiquiatría se encontraban denunciando su función normativa (Caponi, 2014). Ante las críticas que hacían tambalear el supuesto científico de la misma, Robert Spitzer, director del grupo que trabajaba en la tercera versión del Manual, procuró que los criterios diagnósticos fuesen claramente definidos, teniendo como propósito producir una clasificación que tuviera amplia aceptación y se basara en los procedimientos que otras ramas médicas utilizaban ante enfermedades de carácter biológico, al margen de cualquier elemento psicoanalítico o sociológico que pudiera hacer discutible su cualidad científica (Caponi, 2014). Así «organizó los síntomas en entidades de enfermedad discretas, con la expectativa de que las bases orgánicas de estas se descubrirían» en algún momento futuro (Moncrieff, 2014, p. 257). Aunque esto último no ha sucedido, esta perspectiva es la que continúa primando en las sucesivas versiones del DSM, que ya va en su quinta edición.

Como bien indican Caponi y Martínez-Hernández (2013) y siguiendo los antecedentes expuestos, hay que interpretar la emergencia de la psiquiatría a la luz de una época en que el resto de las disciplinas médicas comienza a ejercer presión sobre la misma para que se conforme según los criterios científicos imperantes. Lo anterior «se presenta como una exigencia epistemológica para garantizar validez y fiabilidad de una psiquiatría que quiere presentarse al mundo como científica y objetiva, tanto como cualquier otra rama de la medicina» (Caponi y Martínez-Hernández, 2013, p.486).

Además de ilustrar sucintamente algunos de los hitos respecto de la emergencia de la psiquiatría como disciplina médica, los desarrollos que se han instalado hasta aquí también sirven para comprender los aspectos que articulan la práctica psiquiátrica contemporánea. Así, permiten entender la preponderancia que ocupa en el discurso psiquiátrico actual la idea del desequilibrio químico como causante del malestar, aunque no existan pruebas científicas concluyentes que den cuenta de lo anterior.

Sobre esto último, son varios los autores y autoras (Gotzsche, 2020; Moncrieff, 2013; Whitaker, 2017) quienes han sugerido que la idea de que los fármacos psiquiátricos sean *correctores* de desequilibrios químicos es una premisa incorrecta. Sobre ello, Moncrieff (2013) sostiene que lo adecuado sería hablar de la existencia de un modelo centrado en el fármaco que dé a entender que son los medicamentos los que modifican la sintomatología,

pero no porque *corrijan* un defecto orgánico, sino porque más bien producen un estado biológico de carácter alterado.

Mantener viva la hipótesis del desequilibrio químico refuerza el vínculo entre la industria farmacéutica y la disciplina psiquiátrica, dando forma a lo que Cipriano (2018) denomina «manicomio químico». En consecuencia, los niveles de medicalización de las poblaciones suben exponencialmente año a año (Whitaker, 2017), mientras que las opresiones y violencias estructurales continúan reproduciéndose y afectando la vida de los grupos más afectados por la vulnerabilidad estructural (Ribotta, 2020).

Al respecto, incluso Alen Frances (2014), miembro del equipo directivo que redactó el DSM III y parte del grupo de trabajo del DSM IV, ha advertido que a partir de la quinta edición del DSM se ha potenciado la creación de nuevos diagnósticos, patologizando problemáticas de la vida cotidiana, donde se «transformarían la ansiedad, la excentricidad, los olvidos y los malos hábitos alimenticios cotidianos en trastornos mentales» (p. 14). Esta situación se vuelve aún más alarmante si se tiene presente que la psiquiatría se basa en un paradigma que *per se* tiende a indagar en la *patología*, por lo que su modelo de atención se reduce a *identificar* el síntoma y hacerlo consonante con la categoría diagnóstica sin más propósito (Burstow, 2015).

Profundizando en el diagnóstico psiquiátrico, Moncrieff (2010) también agrega que este resulta problemático porque su construcción obedece a contingencias sociales, morales y contextuales según las que se juzga el comportamiento de una persona, por lo que se encuentra muy lejos de ser un producto médico. Así, destaca, «Todo comportamiento tiene un contexto, y es la interacción entre el comportamiento y el contexto la que determina si el comportamiento es problemático o no» (Moncrieff, 2014, p. 258).

A la luz de estos desarrollos, como tempranamente comentó David Ingleby (1982), la objetividad de la Psiquiatría no es tal, sino que, como todo conocimiento, es parcial y está sujeto al contexto, por lo que es una producción social. En el mismo sentido, como indican Thomas y Bracken (2004) las miradas acerca de la locura están determinadas por sistemas filosóficos, los que a su vez responden a determinantes morales y políticas. El malestar psíquico, por ende, «siempre tendrá dimensiones psicológicas, sociales, políticas, económicas, culturales y espirituales» (Middleton, 2007, p. 41).

Aun existiendo estas diferentes contribuciones teóricas críticas con el Modelo Psiquiátrico, hoy en día se asiste a un auge del «Movimiento para la Salud Mental Global», que pregona que la *salud mental* es una responsabilidad que recae exclusivamente en el ámbito psiquiátrico y psicológico, elaborando discursos que refieren que los esfuerzos deben dirigirse a abrir la posibilidad de acceso a los servicios de salud a toda la población, sin cuestionar el paradigma desde donde se han constituido las disciplinas psi (Bemme y D'Souza, 2015).

En este contexto, y como se ha adelantado, los desarrollos de los estudios feministas en el área han contribuido a dar visibilidad a los patrones y sesgos androcéntricos en la práctica y discurso psiquiátrico, revelando el rol patriarcal de estos últimos. No obstante, en estos últimos se pasan por alto los patrones racistas que tienen lugar en la atención psiquiátrica y los elementos involucrados en la emergencia de los malestares de las «otras mujeres», aquellas que, como mencioné, que no responden a los cánones blancos imperantes. Para estas y sus comunidades, la expansión de la psiquiatría y de la industria farmacéutica cobra otro tipo de implicancias, las que se revisarán a continuación.

3. PSIQUIATRÍA, RACISMO Y COLONIALIDAD: MÁS ALLÁ DEL GÉNERO

A juicio de Thomas (2014) el pensamiento occidental ha tendido a construir la idea de una única humanidad, cimentada alrededor del ideal blanco como sinónimo de pureza y jerarquía. De esta manera, y siguiendo a Harding (2015) en la idea de que sociedad y ciencia se co-producen, los imperativos relacionados con la hegemonía de las comunidades blancas han dado lugar a un conjunto de teorías científicas, que desde inicios del siglo XVIII se dedicaron a argumentar las diferencias supuestamente biológicas entre los grupos racializados (Thomas, 2014). Características cerebrales, intelectuales y culturales eran así explicadas a través de desarrollos supuestamente científicos que colocaban en una situación desventajosa a las poblaciones no blancas.

Lejos de ser una situación puntual expresada en el ámbito científico, estas ideas y prácticas responden a un imaginario que se ha construido en base a la reformulación del colonialismo, lo que se ha denominado como

colonialidad. En este sentido, colonialismo y colonialidad son dos conceptos diferenciados que, aún en relación, apuntan a cuestiones distintas. En consecuencia, con colonialismo se hace referencia a la instalación de la soberanía de un pueblo y/o nación sobre otro, imponiéndose una relación en términos políticos y económicos (Maldonado, 2008), situación que se produjo en 1492, momento en que Latinoamérica es sometida a un vínculo de poder jerárquico por parte de Europa, cuestión que se replicó con las comunidades africanas. Dice Lander (2000) que con el colonialismo de Latinoamérica/Abya Yala no solo se inicia una organización colonial del mundo, sino también la «constitución colonial de los saberes, de los lenguajes, de la memoria y del imaginario» (p. 16).

La colonialidad, en tanto, si bien surge a raíz del colonialismo, se refiere particularmente a un patrón de poder que excede a una relación de jerarquía entre dos pueblos y/o naciones, y que más bien tiene que ver con «la forma en cómo el trabajo, el conocimiento, la autoridad y las relaciones intersubjetivas se articulan entre sí a través del mercado capitalista mundial y la idea de raza» (Maldonado, 2008, p. 131). Quijano (2007) explica la colonialidad del poder como:

[...] uno de los elementos constitutivos del patrón global de poder capitalista. Se funda en la clasificación racial/étnica de la población del mundo como patrón angular de dicho poder, y opera en cada uno de los planos, ámbitos y dimensiones materiales y subjetivas de la existencia cotidiana y a escala social. (como se citó en Quintero, 2010, p. 7)

La colonialidad del poder actúa en base a una lógica eurocentrada, según la cual la experiencia de Europa se autoimpone como «patrón de referencia superior y universal» (Edgardo Lander, 2000, p. 23). Bajo este alero tiene lugar el racismo, que, como expresó Frantz Fanon, opera por medio de una separación de la población mundial, la que queda dividida por encima y por debajo de la línea de lo humano (Grosfoguel, 2011). De esta forma, a quienes se encuentran por debajo de la línea de lo humano no se les reconoce en términos de su humanidad, sino que se les cuestiona su status como sujetos de derecho.

Así también, como afirma Thomas (2014) «el pensamiento occidental se ha preocupado, desde el cristianismo, por la idea del origen único de la humanidad, y también por la idea de pureza que significa la blancura» (p.

98). Allí esta última es sinónimo de lo racional, civilizado y ordenado, mientras que las poblaciones no blancas y/o no occidentales quedan relegadas a lo irracional, lo desordenado y/o bárbarico (Thomas, 2014). Desde este lente racista y en articulación con las demandas sociales, políticas y económicas de determinadas épocas históricas, las comunidades producidas como *no humanas* han vivido diferentes tipos de opresión y violencia por parte de la disciplina psiquiátrica. A modo de antecedente, se puede observar el conjunto de ideas y argumentos que apuntaban a fundamentar *objetivamente* la esclavización de las poblaciones afrodescendientes a fines del siglo XIX en Estados Unidos, cuestión que no perseguía otro interés que el de restar importancia a las demandas abolicionistas debido a la pérdida económica que significaría para quienes se beneficiaban de la misma (Thomas, 2014).

En este período se acuñó el término *drapetomanía* de la mano del médico Samuel Catwright, el que funcionó a modo de diagnóstico psiquiátrico para darle cariz de *padecimiento mental* a la intención obvia y esperable de las comunidades de liberarse del sistema de esclavitud. Inclusive, por parte de la elite de la época, se llevó adelante un censo que arrojó la existencia de mayor presencia de *enfermedades mentales* en la población afrodescendiente, lo que fue utilizado para justificar la esclavitud como una institución *benigna* que otorgaba protección (Melvin et al., 1970). A juicio de Thomas (2014) una persona negra que estaba escapando de la experiencia *civilizadora del amo* era construido como un loco que actuaba irracionalmente.

Si bien estos antecedentes se sitúan en los fines del siglo XIX e inicios del siglo XX, Melvin et al. (1970), Fernando (2003) y Thomas (2014) mencionan que la psiquiatría contiene un patrón estructural de racismo que continúa vigente, donde actúan en conjunto el poder psiquiátrico (Foucault, 2005) y el poder racial. De esta forma, si bien la esclavitud como tal fue abolida a inicios del siglo XX, puede decirse que los mecanismos racistas de control y patologización de la población afrodescendiente fueron incorporados dentro de las instituciones de salud y justicia, persistiendo hasta ahora.

En este último sentido, en los servicios de atención psiquiátrica se ha sostenido una mirada estereotipada hacia las personas racializadas (Thomas, 2014), lo que ha dado lugar a que a lo largo del siglo XX se hayan reportado diferentes muertes en centros de salud debido a prácticas coercitivas y violentas hacia hombres afrodescendientes jóvenes, los que son percibidos como

peligrosos por el personal (Thomas, 2014). Estos grupos también lideran las detenciones obligatorias invocando las leyes de salud mental y son destinados más frecuentemente a salas cerradas sin recibir atención psicoterapéutica (Fernando, 2003).

Por otra parte, diagnósticos como la esquizofrenia y la psicosis han sido históricamente atribuidos a hombres y mujeres afrodescendientes, sustentándose en teorías de corte biológico y dando como resultado mayores tasas de medicación (Thomas, 2014). Respecto a ello, Fernando (2003) coloca como ejemplo el hecho de que las emociones de enojo y/o de temor que expresan las mujeres afrodescendientes son vistas muchas veces como un síntoma de esquizofrenia, lo que ilustra la fusión entre patrones patriarcales y racistas en el momento de diagnosticar. Ello fue referido por Chesler (2005), quien postulaba en los años setenta que estas tenían el doble de posibilidades de ser internadas en servicios de salud mental que las mujeres blancas.

También, según Fernando (2003), esto habla acerca de la traducción en clave de *síntoma* de las acciones y estrategias que las personas racializadas utilizan para hacer frente a su vivencia de racismo. Lo anterior puede verse igualmente en la patologización de ideas y emociones que las personas negras manifestaban respecto de la estructura social blanca, lo que Bromberg y Simon (1968) denominaron *psicosis de protesta*. Vale decir, actitudes y prácticas que surgen como respuesta a la exposición sistemática a la discriminación y la violencia, no son entendidas dentro de su contexto ni menos como una reacción natural ante una estructura que reformula su colonialidad, sino que, contrariamente, son utilizadas como *pruebas* que sirven para reforzar el diagnóstico y la intervención psiquiátrica.

Además de lo anterior, la Psiquiatría ha actuado de la mano de instituciones policiales, llevando adelante la criminalización de los comportamientos de niños y niñas afrodescendientes dentro del sistema educativo, a diferencia de los niños y niñas blancas a quienes se les atiende desde otro tipo de enfoque dentro del ámbito escolar (Melvin et al., 1970).

Para el caso de los Pueblos Originarios, la situación no dista mucho de lo descrito. En este caso, siguiendo lo desarrollado por Segato (2016) acerca de la captación de la estructura de género preintrusión colonial por el sistema moderno de género, puede referirse que la colonización ha repercutido en la modificación de las estructuras de género presentes en los Pueblos

Originarios, provocando, entre otras cuestiones, la privatización y consecuente desplazamiento del espacio doméstico, así como el quiebre de las relaciones vinculares entre las mujeres dentro de las comunidades (Segato, 2016).

Así, por ejemplo, se ha arrojado un vínculo entre los malestares que manifiestan mujeres Maorí en Nueva Zelanda y aquellas que pertenecen a Pueblos Originarios en Canadá, y la existencia de situaciones de violencia de género en la pareja (Halseth, 2013; Maree Kopua et al., 2019), habiendo además, en el primer caso, una mayor probabilidad de que se les dé orden de tratamiento e internación involuntaria que a poblaciones no Maorí.

Aparte de ello, estas situaciones también se vinculan a la exposición prolongada a la discriminación racial y a políticas de asimilación (Klingspohn, 2018), así como al haber experimentado diferentes tipos de abuso mientras se encontraban en escuelas residenciales, estas últimas enmarcadas en el contexto de la instalación de políticas coloniales de reeducación y aculturación con las poblaciones originarias por parte del Estado (Halseth, 2013). De esta manera, es posible afirmar que a diferencia de lo que se ha desarrollado desde los estudios feministas tradicionales, se está ante la patologización de reacciones esperables ante la exposición sistemática al racismo y a las implicancias de la trama colonial.

Esto da lugar a otras consideraciones para el abordaje del malestar en mujeres pertenecientes a Pueblos Afrodescendientes y Pueblos Originarios, llamando a contemplar, por ejemplo, desarrollos tales como el Trauma Histórico (Borda et al., 2014) y el Trauma Colonial (Mitchell et al., 2019). El primero de estos alude al trauma que se provoca hacia un colectivo o comunidad donde se genera un intenso estrés, en conjunto con la ocurrencia de duelos «por pérdida de individuos de la comunidad o por pérdida de tradiciones culturales» (Borda et al., 2014, p.44), pudiendo transferirse hacia las poblaciones o grupos descendientes de quienes experimentaron el trauma por medio de la narración o de comportamientos indirectos.

El segundo de ellos, Trauma Colonial (Mitchell et al., 2019), alude a los componentes del colonialismo y sus efectos históricos, sociales, políticos y espirituales en los Pueblos Originarios. En este planteamiento se hace constar la necesidad de considerar elementos relacionados con las consecuencias históricas de la invasión a los territorios habitados por Pueblos Originarios,

primero por Europa y luego por los Estados Nación Modernos, revelando factores tales como las opresiones continuas llevadas adelante por las políticas de colonización y luego por las políticas estatales.

En esta propuesta también se coloca el acento en las afectaciones que conlleva el extractivismo en la salud de los territorios y comunidades. En este último sentido, al momento de observar los malestares de las mujeres pertenecientes a Pueblos Originarios, necesariamente debiese pensarse en procesos como la asimilación, la aculturación y la invasión territorial, entre otros insumos trabajados en estas referencias teóricas.

Por otra parte, es relevante señalar que la expansión del paradigma psiquiátrico: positivista, biomédico y profundamente occidental-moderno, afecta especialmente a los saberes y conocimientos propios que las comunidades no occidentales tienen respecto de su salud, configurándose como una muestra de colonialidad del saber (Lander, 2000), la que se expresa en el posicionamiento de un saber médico científico como superior, único y universal, siendo miope a otras maneras de comprender e interpretar la existencia y por ende, la salud.

Por ejemplo, el ya citado Samuel Catwright interpretaba los malestares presentados en personas afrodescendientes como resultado de elementos relacionados con la «magia y brujería», cuando en realidad se trataba de la persistencia de prácticas culturales propias provenientes de las comunidades africanas de las que cuales habían sido parte originalmente (Thomas, 2014). En suma y como explica Fernando (2003) si bien las nociones de *enfermedad mental*, de *salud mental* y/o de *psicoterapia* no tienen un arraigo dentro de las culturas no occidentales, esto no significa que estas comunidades no tengan los medios y las herramientas para abordarlas, cuestión que toma forma en sus propias epistemologías y prácticas en salud.

En esa línea, Maree Kopua et al. (2019), al hablar del Pueblo Maorí, comenta que la medicina occidental ha actuado de manera cómplice a la colonización y al genocidio en la medida en que ha generado inestabilidad en la cultura originaria a través de la que organizaban y dotaban de sentido su vida. Al interferir en su complejidad cultural, sugiere, el saber médico occidental socavó las herramientas con las que las personas pertenecientes a las comunidades Maorí hacían frente a sus experiencias de sufrimiento.

Con estas consideraciones, se puede decir que los diagnósticos neokra-
pelinianos y la psicofarmacología se trasladan desde una lógica norte-sur,
desde la que se neocoloniza la forma en que las personas pertenecientes a
comunidades del sur global comprenden, interpretan y atienden sus males-
tares (Thomas et al., 2014). Sobre este último antecedente, cabría señalar que
las poblaciones y comunidades no occidentales construyen sus vidas y su
cotidiano desde una ontología³ y epistemología que distan profundamente
del modelo occidental moderno, punto que marca una diferencia trascen-
dental entre las mujeres de los contextos occidentales y no occidentales.

Ambas cuestiones son centrales para comprender la colonialidad que
reproduce el Modelo Psiquiátrico Occidental, por cuanto este emerge a partir
de un modelo ontológico de carácter moderno/colonial que es dualista y frag-
mentado, lo que puede entenderse según los desarrollos de Lander (2000).
Este autor comenta que luego de la Ilustración, y a través de las ciencias
modernas, se produjo un quiebre ontológico entre «cuerpo y mente; entre la
razón y el mundo» (p. 14). La vida pasó a comprenderse de manera parcelada,
cuestión que también se refleja en la forma en que se abordan los estados
de salud y enfermedad en la actualidad. Bajo este prisma, el denominado
padecimiento mental se interpreta como un fenómeno de tipo biológico, cuya
raíz está en un supuesto desequilibrio químico, instalando el camino del
diagnóstico y de la prescripción farmacológica como única resolución, tal
como se ha expuesto.

Al contrario de esta concepción, en los contextos no occidentales, la
ontología que prima muchas veces es relacional, lo que en palabras de
Escobar (2014) significa una ontología en donde «[...] los mundos biofísicos,
humanos y supernaturales no se consideran como entidades separadas, sino
que se establecen vínculos de continuidad entre estos» (p. 58). Esta concep-
ción de la vida quiere decir que en muchos territorios no occidentales el
dualismo y la fragmentación occidental no existen como tales, dándose una
manera relacional de reproducir la vida, es decir, en vínculo con la propia

3. Para aclarar, cuando hago referencia al término *ontología* me refiero a la manera en
que se conciben e interpretan la existencia y el ser, mientras que con *epistemología*
hago alusión a la manera en que el conocimiento es concebido y producido. Al modo
en que lo define Weimar Iño (2017) como «un saber sobre el saber»; el estudio sobre
el conocimiento, la ciencia y el pensamiento.

comunidad, la naturaleza, la espiritualidad, los territorios y los múltiples seres que allí habitan.

Desde este punto de vista, el cariz neocolonialista de la psiquiatría produce una forma de epistemicidio, ya que desplaza, oculta y desconsidera los conocimientos y formas de ser y estar en el mundo de los pueblos no occidentales, cuestión que puede verse representada en el Movimiento para la Salud Mental Global ya indicado en un primer apartado. Como resultado, los paradigmas y soportes culturales propios son suplantados por categorías, teorías y prácticas que eliminan y/o distorsionan sus epistemologías.

Considerando lo desarrollado hasta aquí, una práctica antirracista debería posicionarse desde un marco ético-político crítico con la persistencia de la colonialidad en la atención psiquiátrica, así como en el sentido de ver más allá de ejes organizadores de la experiencia como el género, lo que permitiría reconocer opresiones racistas hasta ahora invisibilizadas dentro de la atención. Sumado a ello, debiese abrir el camino en conjunto a las propias comunidades y Pueblos, para fortalecer las prácticas y conocimientos que les pertenecen, además de propiciar una perspectiva crítica con las políticas neocoloniales que afectan al amplio espectro de los territorios.

4. HACIA UNA PRÁCTICA ANTIRRACISTA EN SALUD MENTAL

En concordancia con lo mencionado, un marco-ético político orientativo en el ámbito de la salud mental debe contener el desarrollo de una mirada crítica y estructural a las problemáticas del área. Así, el enfoque de competencias estructurales desarrollado por Metzl y Hansen (2014) puede integrarse como parte de una perspectiva capaz de relevar los aspectos políticos, económicos, sociales, históricos e institucionales involucrados en el abordaje de los malestares/sufrimientos de mujeres que quedan al margen de los modelos occidentales. Tal como refieren estos autores, se trata de abordar las necesidades sociales y sus vínculos con el racismo.

En términos operativos, las competencias estructurales permiten avanzar desde una comprensión individualizada, en este caso del malestar y/o el sufrimiento, al análisis más amplio del contexto en el que el malestar surge, además de poner en práctica una perspectiva crítica acerca de la construcción y atribución del diagnóstico psiquiátrico, entendiendo que este último

es un producto social formulado desde el lente occidental, con todas las implicancias que se han revisado en este documento.

Entre ellas, cabría señalar la necesidad de observar las maneras en que la colonialidad se ha ramificado en la vida cotidiana de las mujeres que pertenecen a Pueblos Originarios, tal como lo desarrolla Segato (2016), generando la existencia de violencias y de la consecuente emergencia de malestar. En este sentido, el trabajo debiese consistir en elaborar estrategias de abordaje conjuntamente, que sean situadas y, con ello, que apunten a favorecer el tejido comunitario y los propios códigos ético-políticos de relacionalidad que se han visto desgastados por la irrupción histórica colonial, entre otras cuestiones.

Así también, elementos indispensables tendrían que ver con la consideración de aspectos relacionados con el Trauma Histórico (Borda et al., 2014) y el Trauma Colonial (Mitchell et al., 2019) u otros enfoques atingentes, además de conocer y reconocer la manera en que las comunidades no occidentales construyen su realidad, lo que obedece a lo que Escobar (2014) refiere como *ontología en espiral*. En esa sintonía, se vuelve necesario ir más allá del género como categoría única y uniforme de análisis, complejizando el abordaje de las problemáticas de salud mental.

En segundo lugar, y siguiendo a Fidel Tubino (2017) se requiere de la instalación de un marco basado en la interculturalidad que reconozca, valide, dialogue, intercambie y sea capaz de abrir caminos de entendimiento mutuo entre la cultura occidental y no occidental. Tal como señala este autor, no necesariamente para llegar a un consenso, sino para ampliar «horizontes de comprensión». En la problemática que nos convoca, la interculturalidad crítica tendría que ponerse en marcha a través de procesos participativos en vínculo con las comunidades y en igualdad de condiciones, saliendo del box y/o espacio institucional de atención. Allí, conjuntamente y a través, incluso, de metodologías propias de los Pueblos y comunidades (Tuhiwai Smith, 2016), se debiese propiciar el diálogo y la coconstrucción de propuestas colectivas.

Incorporar la interculturalidad crítica también debe implicar un proceso de toma de conciencia acerca de la persistencia de la colonialidad y, por lo tanto, la voluntad de modificar la asimetría de poder, tanto en términos relacionales como en cuanto al conocimiento y al saber de los Pueblos y

comunidades con las que se trabaja. Así, tendría que ver con transitar hacia una ecología de saberes (Sousa Santos, 2010) que reconozca, valide y comprenda otras formas de conocimiento acerca de la salud, y especialmente sobre la denominada *salud mental*.

En coherencia con los desarrollos señalados, se debiese potenciar la necesidad de indagar en los efectos de la Psiquiatría dentro de los colectivos afrodescendientes y de Pueblos Originarios, toda vez que, en el contexto actual, su expansión cobra más fuerza, fortaleciéndose la instalación del paradigma biomédico psiquiátrico en los múltiples territorios no occidentales. En este sentido, el desafío vendría dado para el área investigativa, ámbito que debería asentarse desde una posición crítica con los fundamentos epistemológicos de la investigación en el área de la salud mental.

Finalmente, y como refiere Burstow (2018), el camino tendría que ir dirigido a fortalecer a las propias comunidades, en este caso no occidentales, propiciando el uso de sus propios recursos no solo para hacer frente al sufrimiento y/o a los malestares emergentes, sino también en términos de su prevención. Allí, la potenciación de los vínculos entre los diferentes actores comunitarios, la recuperación de las dinámicas socio culturales e históricas, así como el trabajo conjunto con los agentes propios de salud se vuelven cuestiones fundamentales.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Añón, M. (2020). Mujeres y vulnerabilidades. *Tiempo de paz*, 138, 47-54.
- Araya, C., y Leyton, C. (2016). Atrapados sin salida: terapias de shock y consolidación de la psiquiatría en Chile, 1930-1950. *Revista Nuevo Mundo Mundos Nuevos*. <https://doi.org/10.4000/nuevomundo.52793>
- Arreola Martínez, B. (2011). ¿Locura o disidencia? *Las mujeres locas del Manicomio General de La Castañeda (1886-1920)*. Editorial Académica Española.
- Bacigalupe, A., Cabezas, A., Baza Bueno, M., y Martín, U. (2020). El género como determinante de la salud mental y su medicalización. Informe SESPAS 2020. *Gaceta Sanitaria*, 34(S1), 61-67. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2020.06.013>
- Baran, B., Bitter, I., Gabor, U., Nagy, Z., y Gazdag, G. (2008). The beginnings of modern psychiatric treatment in Europe. *European Archives of Psychiatry and Clinical Neuroscience*, 258, 434-440. <https://doi.org/10.1007/s00406-008-0816-9>

- bell hooks. (2020). *Teoría feminista: De los márgenes al centro*. Traficantes de sueños.
- Bemme, D., y D'Souza, N. (2015). Global mental health and its discontents: An inquiry into the making of global and local scale. *Transcultural psychiatry*, 51(6), 850-874. <https://doi.org/10.1177/1363461514539830>
- Borda, J., Carrillo, J., Garzón, D., Ramírez, M., y Rodríguez, N. (2014). Trauma histórico. Revisión sistemática de un abordaje diferente al conflicto armado. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 44(1), 41-49. <https://doi.org/10.1016/j.rcp.2014.09.005>
- Bosch Fiol, E., y Ferrer Pérez, V. (2003). Sobre la supuesta inferioridad intelectual de las mujeres. El caso de las teorías frenológicas en el siglo XXI. *Clepsydra*, 2, 119-133.
- Bromberg, W., y Simon, F. (1968). The «protest psychosis». A special type of reactive psychosis. *Archives of General Psychiatry*, 19, 155-160. <https://doi.org/10.1001/archpsyc.1968.01740080027005>
- Burín, M., Moncarz, E., y Velazquez, S. (1991). *El malestar de las mujeres: La tranquilidad recetada*. Editorial Paidós.
- Burstow, B. (2015). *Psychiatry and the Bussiness of Madness: An Ethical and Epistemological Accounting*. Editorial Springer.
- Burstow, B. (2018). Mental Health praxis-not the answer. A constructive antipsychiatry position. En B. Cohen (Ed.), *Routledge International Handbook of Critical Mental Health* (pp. 31-38). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315399584-5>
- Busfield, J. (1988). Mental illness as a social product or social construct: a contradiction in feminists' arguments? *Sociology of Health & Illness*, 10 (4), 521-542. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9566.1988.tb00056.x>
- Cabrera-Guillén, A. (2019). Morfología craneal y facial: Estigmas racistas según el pensamiento del siglo XIX. *Revista MINERVA*, 2(2), 9-17. <https://doi.org/10.5377/revminerva.v2i2.12483>
- Caponi, S. (2014). *Locos y degenerados. Una genealogía de la psiquiatría ampliada*. Lugar Editorial.
- Caponi, S. (2019). Scientia Sexualis: el lugar de la mujer en la historia de la psiquiatría. En M. Miranda (Comp.), *Las locas: miradas interdisciplinarias sobre género y salud mental* (pp.19-48). Editorial de la Universidad de la Plata.

- Caponi, S., y Martínez-Hernández, Á. (2013). Kraepelin, el desafío clasificatorio y otros enredos anti-narrativos. *Scientiae Studia*, 11(3), 467-489. <https://doi.org/10.1590/S1678-31662013000300002>
- Chesler, P. (2005). *Mujeres y locura*. Editorial Continta Me Tienes.
- Chu, J., y Bowman, E. (2000). Trauma and dissociation: 20 years of study and lessons learned along the way. *Journal of Trauma and Dissociation*, 1(1), 1-20. http://dx.doi.org/10.1300/J229v01n01_02
- Cipriano, P. (2018). *El manicomio químico*. Enclave.
- Dio Bleichmar, E. (1993). Morbilidad diferencial. Enfoque Psicodinámico. En J. Más. y A. Tesoro (Coords.), *Mujeres y salud mental* (pp. 103-132). España. Asociación Española de Neuropsiquiatría.
- Double, D. (2005). Beyond biomedical models: A perspective from critical psychiatry. En J. Tew (Ed.), *Social perspectives in Mental Health: Developing Social Models to Understand and Work with Mental Distress* (pp. 53-70). Jessica Kingsley Publishers.
- Escobar, A. (2014). *Sentipensar con la tierra. Nuevas lecturas sobre desarrollo, territorio y diferencia*. ENAULA.
- Espinosa, Y. (2014). Una crítica descolonial a la epistemología feminista crítica. *El cotidiano*, 184, 7-12.
- Fernando, S. (2003). *Cultural Diversity, Mental Health and Psychiatry*. Taylor & Francis. <https://doi.org/10.4324/9780203420348>
- Ferreirós, C. (2007). *Salud mental y derechos humanos: la cuestión del tratamiento ambulatorio involuntario*. Edición CERMI.
- Foucault, M. (2005). *El poder psiquiátrico*. Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, M. (2007). *Historia de la locura en la época clásica* (Tomos I y II). Editorial FCE.
- Frances, A. (2014). *¿Somos todos enfermos mentales? Manifiesto contra los abusos de la psiquiatría*. Editorial Ariel.
- Friedan, B. (2017). *La mística de la feminidad*. Cátedra.
- García Calvente, M., Mateo-Rodríguez, I., y Maroto Navarro, G. (2004). El impacto de cuidar en la salud y la vida de las mujeres. *Gaceta Sanitaria*, 18(2), 83-92. <https://doi.org/10.1157/13061998>
- García Dauder, D., y Pérez Sedeño, E. (2017). *Las mentiras científicas sobre las mujeres*. Catarata.
- García Díaz, C. (2020). Mujeres en el manicomio, espacios generizados y perfil sociodemográfico de la población psiquiátrica femenina en el Manicomio

- Provincial de Málaga (1909-1950). *Investigaciones históricas, época moderna y contemporánea*, 40, 523-552. <https://doi.org/10.24197/ihemc.40.2020.523-552>
- García Díaz, C., y Jiménez Lucena, I. (2010). Género, regulación social y subjetividades. Asimilaciones, complicidades y resistencias en torno a la loca (El manicomio provincial de Málaga, 1920-1950). *Frenia, Revista de Historia de la Psiquiatría*, 10(1), 123-144.
- Golcman, A. (2017). Legitimar psiquiatras antes que curar pacientes, las terapias de shock en Buenos Aires, Argentina (1930-1970). *ASCLEPIO, Revista de Historia de la Medicina y la Ciencia*, 69(1), 1-15. <https://doi.org/10.3989/asclepio.2017.08>
- Gotzsche, P. (2020). *Psicofármacos que matan y denegación organizada*. Lince Ediciones.
- Gove, W., y Tudor, J. (1979). Roles sexuales adultos y enfermedad mental. En C. Sáez. (Ed.), *Mujer, locura y sociedad* (pp. 59-83). Ediciones Dédalo.
- Grosfoguel, R. (2011). La descolonización del conocimiento: diálogo crítico entre la visión descolonial de Frantz Fanon y la sociología descolonial de Boaventura de Sousa Santos. En VV.AA., *Formas-Otras. Saber, nombrar, narrar, hacer* (pp. 97-108). CIDOB Ediciones.
- Harding, S. (2015). *Objectivity and Diversity. Another Logic for Scientific Research*. The University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226241531.001.0001>
- Halseth, R. (2013). *Aboriginal women Canada. Gender, Socio-Economic Determinants of Health, and Initiatives to Close the Wellness Gap*. National Collaborating Centre For Aboriginal Health-Centre de Collaboration Nationale de la Santé Autochtone.
- Huertas, R. (2016). *Otra historia para otra psiquiatría*. Pensódromo.
- Ingleby, D. (1982). *Psiquiatría crítica: La política de la salud mental*. CRITICA.
- Iño, W. (2017). Epistemología pluralista, investigación y descolonización. *Revista IISE*, 9(9), 111-125.
- Jiménez, I., y Ruiz, M. (1999). La política de género y la psiquiatría española de principios del siglo XX. En M, J. Barral, C. Magallón, C. Miqueo, y M.D. Sánchez (Eds.), *Interacciones entre ciencia y género. Discursos y prácticas científicas de mujeres* (pp.185-206). Icaria Antrazyt.
- Jiménez-Ponce, F., Soto, J., Velasco, F., Castro, G., y Carrillo, J. (2006). Introducción a la neurocirugía psiquiátrica. *Revista Salud Mental*, 29(1), 3-12.

- Kaplan, M. (1983). A women's view of DSM III. *American Psychologist*, 38, 786-792. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.38.7.786>
- Klingspohn, D. (2018). The Importance of Culture in Addressing Domestic Violence for First Nation's Women. *Frontiers in Psychology*, 9, 1-7. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00872>
- Lander, E. (2000). *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales*. Ediciones Faces/UCV.
- MacDonald, M. (2018). Hysterical Girls: Combat Trauma as a Feminist Issue. *International Journal of Feminist Approaches to Bioethics*, 11(1), 3-22. <https://doi.org/10.3138/ijfab.11.1.3>
- Maldonado, N. (2008). La descolonización y el giro des-colonial. *Tabula RASA*, 9, 61-72. <https://doi.org/10.25058/20112742.339>
- Maree Kopua, D., Kopua, M., y Bracken, P. (2019). Mahi a Atua: A Maori approach to mental health. *Transcultural Psychiatry*, 57(2) 1-15. <https://doi.org/10.1177/1363461519851606>
- Melvin, S., Diesenhau, H., y Wilkerson, R. (1970). Dimensions of Institutional Racism in Psychiatry. *The American Journal of Psychiatry*, 127(6). <https://doi.org/10.1176/ajp.127.6.787>
- Metzl, J., y Hansen, H. (2014). Theorizing a new medical engagement with stigma and inequality. *Social Science and Medicine*, 103, 126-133. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2013.06.032>
- Middleton, H. (2007). Critical Psychiatry. *Mental Health Review Journal*, 12(2), 40-44. <https://doi.org/10.1108/13619322200700021>
- Mitchell, T., Arseneu, C., y Darren, T. (2019). Colonial Trauma: Complex, continuous, collective, cumulative and compounding effects on the health of Indigenous People in Canadá. *International Journal of Indigenous Health*, 14(2), 74-94. <https://doi.org/10.32799/ijih.v14i2.32251>
- Molinari, A. (2005). Autobiografías de mujeres en un manicomio italiano a principios de siglo XX. En A. Castillo, y V. Sierra (Eds.), *Letras bajo sospecha* (pp. 379-399). Ediciones TREA.
- Moncrieff, J. (2010). Psychiatric diagnosis as a political device. *Social Theory and Health*, 8, 370-382. <https://doi.org/10.1057/sth.2009.11>
- Moncrieff, J. (2013). *Hablando claro: Una introducción a los fármacos psiquiátricos*. Herder Editorial. <https://doi.org/10.2307/j.ctvt9k31s>

- Moncrieff, J. (2014). The Nature of Mental Disorder: Disease, Distress or Personal Tendency? *Philosophy, Psychiatry and Psychology*, 21(3), 257-260. <https://doi.org/10.1353/ppp.2014.0028>
- Porter, R. (2003). *Breve historia de la locura*. Fondo de Cultura Económica.
- Pujal i Llombart, M., Calatayud, M., y Amigot, P. (2020). Subjetividad, desigualdad social y malestares de género: una relectura del DSM-V. *Revista Internacional de Sociología*, 78(2). <https://doi.org/10.3989/ris.2020.78.2.18.113>
- Quintero, P. (2010). *Notas sobre la teoría de la colonialidad del poder y la estructuración de la sociedad en América Latina*. Centro de Estudios Interdisciplinarios en Etnolingüística y Antropología Socio-Cultural.
- Ravanel, M., y Aurenque, D. (2018). Medicalización, prevención y cuerpos sanos: la actualidad de los aportes de Ilich y Foucault. *Tópicos*, 55, 407-437. <https://doi.org/10.21555/top.v0i55.914>
- Ribotta, S. (2020). Vulnerabilidad y pobreza: sobre el concepto de vulnerabilidad socio-estructural. *Tiempo de paz*, 138, 36-46.
- Ruiz, M., y Vairo, M. (2008). Trastorno Límite de la personalidad: Reino de Mujeres, Tierra sin Hombres. *VERTEX, Revista Argentina de Psiquiatría*, 19, 303-318.
- Sacristán, C. (2009). La locura se topa con el manicomio. *Cuicuilco Revista de Ciencias Antropológicas*, 45, enero-abril, 163-187.
- Segato, R. (2016). *La crítica de la colonialidad en ocho ensayos. Y una antropología por demanda*. Prometeo Ediciones.
- Sousa Santos, B. (2010). *Descolonizar el saber, reinventar el poder*. Ediciones TRILCE.
- Swartz, S. (1995). Colonizing the insane: causes of insanity in the Cape, 1891-1920. *History of the Human Sciences*, 8(4), 39-57. <https://doi.org/10.1177/095269519500800403>
- Swartz, S. (2013). Feminism and psychiatric diagnosis: Reflections of a feminist practitioner. *Feminism & Psychology*, 23(1), 41-48. <https://doi.org/10.1177/0959353512467965>
- Thomas, P. (2014). *Psychiatry in Context. Experience, Meaning and Communities*. PCCS Books.
- Thomas, P., y Bracken, P. (2004). Critical Psychiatry in Practice. *Advances in Psychiatric Treatment*, 10(5), 361-370. <https://doi.org/10.1192/apt.10.5.361>

- Thomas, P., Bracken, P., Hayward, R., y May, R. (2014). Challenging the globalisation of biomedical psychiatry. *Journal of Public Mental Health*, 4(3), 23-32. <https://doi.org/10.1108/17465729200500021>
- Tourney, G. (1967). A History of Therapeutic Fashions in Psychiatry, 1800-1966. *American Journal of Psychiatry*, 124(6), 92-104. <https://doi.org/10.1176/ajp.124.6.784>
- Tubino, F. (2019, 27 marzo). La interculturalidad crítica latinoamericana como proyecto de justicia. *FHI / forum historiae iuris*, https://forhistiur.net/2019-03-tubino/#notes_n1
- Tuhiwai Smith, L. (2016). *A descolonizar las metodologías: Investigación y pueblos indígenas*. LOM.
- Ussher, J. (2003). The Role of Premenstrual Dysphoric Disorder in the Subjectification of Women. *Journal of Medical Humanities*, 24(1/2), 131-146. <https://doi.org/10.1023/A:1021366001305>
- Ussher, J. (2013). Diagnosing difficult women and pathologising femininity: Gender bias in psychiatric nosology. *Feminism & Psychology*, 23(1), 63-69. <https://doi.org/10.1177/0959353512467968>
- Whitaker, R. (2017). *Anatomía de una epidemia: Medicamentos psiquiátricos y el asombroso aumento de las enfermedades mentales*. Capital Swing.

FEMINISMO INSTITUCIONAL Y GRUPOS DE PRESIÓN: RELACIÓN ENTRE EL LOBBY EUROPEO DE MUJERES Y EL GOBIERNO DE ESPAÑA

INSTITUTIONAL FEMINISM AND LOBBYING: CONNECTIONS BETWEEN THE EUROPEAN WOMEN'S LOBBY AND THE GOVERNMENT OF SPAIN

MARTA MANGAS SANTOS

LORENA R. ROMERO-DOMÍNGUEZ

Authors / Autoras:

Marta Mangas Santos

Universidad de Sevilla, Sevilla, España

marta.mangas@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0003-7362-8499>

Lorena R. Romero-Domínguez

Universidad de Sevilla, Sevilla, España

lorenaromero@us.es

<https://orcid.org/0000-0001-6942-0183>

Submitted / Recibido: 31/10/2022

Accepted / Aceptado: 20/03/2023

To cite this article / Para citar este artículo:

Mangas Santos, M. y Romero-Domínguez, L. R. (2023). Feminismo institucional y grupos de presión: relación entre el Lobby Europeo de Mujeres y el Gobierno de España. *Feminismo/s*, 42, 469-495. Women, data and power. Insights into the platform economy [Monographic dossier]. Miren Gutiérrez (Coord.). <https://doi.org/10.14198/fem.2023.42.17>

Licence / Licencia:

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International.



© Marta Mangas Santos y Lorena R. Romero-Domínguez

Resumen

El presente estudio se centra en comprobar la capacidad de influencia de los *lobbies* sobre los gobiernos. De manera concreta, tomamos como referencia el caso del *Lobby* Europeo de Mujeres (LEM, en adelante), seleccionado por ser la mayor entidad coordinadora de asociaciones de mujeres a nivel europeo, y sus conexiones con el Gobierno de España, conduciendo las necesidades de la sociedad en la consecución de políticas de igualdad entre mujeres y hombres desde lo particular al bien general. Procedemos, para identificar el grado de cooperación entre ambos, al análisis de la campaña «Movilizate contra el sexismo», desarrollada entre octubre de 2020 y enero de 2022. Se tendrán en cuenta diversas variables discursivas (los recursos y actividades empleados, los tipos de estrategias, las técnicas y herramientas comunicativas) para analizar el grado de adscripción a la defensa de la igualdad institucional y su plasmación en iniciativas legislativas del Gobierno de España y otros documentos vinculantes de organismos públicos dependientes del Estado.

Debemos indicar, como resultado general, que las ideas de LEM España se difunden en dos formatos distintos, en lo audiovisual con los seminarios y en lo escrito con las propuestas, y que las redes sociales actúan como evidencia y principal herramienta comunicativa de la campaña. Los anuncios y mensajes que se difunden en redes sociales suelen ser efectivos, sobre todo si estos son publicados por el Instituto de las Mujeres, dando voz a las acciones e intereses de LEM España. Asimismo, se identifican paralelismos entre las recomendaciones realizadas en los seminarios de la campaña analizada y algunas de las actividades legislativas recientes del Gobierno en materia de igualdad.

Palabras clave: *Lobbying*; Feminismo; Estado; *Lobby* Europeo de Mujeres; Discurso; España; Mujer, Igualdad institucional.

Abstract

This paper focuses on testing the influence of lobbyists within governments. Specifically, we study the Spanish section of the European Women's Lobby (EWL, hereinafter), the largest entity of women's associations in Europe, and its connections with the Government of Spain. We are particularly interested in observing how this cooperation helps to achieve the goal of institutional equality policies between women and men. In order to identify the levels of cooperation between the two organizations, the online seminars and written proposals of the campaign 'Mobilize against sexism' (developed between October 2020 and January 2022) have been analysed taking into account the following discursive variables: resources and activities, types of strategies, communicative techniques and tools. As a general result, we have identified parallels between the recommendations made in the seminars of the campaign 'Mobilize against sexism' in the field of justice, sport, education, and some of the recent legislative activities of the Government in the area of equality and other binding documents of public bodies.

Keywords: Lobbying; Feminism; State; European Women Lobby; Discourse; Spain; Woman; Institutional Equality.

1. INTRODUCCIÓN

Los *lobbies* están cargados, tradicionalmente, de connotaciones negativas. Las relaciones entre estos grupos de presión y el poder político, así como sus técnicas de persuasión y/o influencia para alcanzar sus objetivos, han sido ampliamente criticadas. Sin embargo, dentro de unos parámetros éticos y de transparencia, las acciones de los *lobbies* pueden volver a conectar a la

ciudadanía con los poderes ejecutivos (Haenel et al., 2013), reflejando las necesidades reales de la sociedad y funcionando como un componente legítimo y necesario del proceso de toma de decisiones (Parlamento Europeo, 2020). De este modo, los *lobbies* pueden tener un gran peso en nuestra sociedad (Caldevilla Domínguez y Xifra, 2013), pues se mueven como herramientas capaces de influir e impulsar acuerdos legislativos que representan las necesidades de la ciudadanía (Álvarez Vélez y Montalvo Jääskeläinen, 2014).

Una sociedad en sí misma debe tener una estructura de presión para impulsar los derechos e intereses de los grupos y garantizar la igualdad (Castillo-Esparcia y Almansa, 2011). El modelo democrático representativo ha sido, tradicionalmente, el mejor considerado para responder a las demandas ciudadanas, como explica Elguero y Merino (2017), pero actualmente está pasando por un momento de crisis, generando mayores diferencias entre la sociedad y los gobernantes. Según los datos de la Encuesta sobre tendencias sociales del Centro de Investigaciones Sociológicas de noviembre de 2021, la ciudadanía española tiene una mínima confianza en los partidos políticos (CIS, 2021). Lo mismo ocurre con el Gobierno y el Parlamento de nuestro país. El descontento social reafirma la necesidad de encontrar figuras de representación ciudadana alternativas a los cauces políticos convencionales, y estas pueden localizarse en los *lobbies*.

Elguero y Merino (2017) considera que el *lobby* puede mejorar la actividad legislativa y política, fomentando la participación ciudadana, especializando informaciones y decisiones tomadas desde el *lobista* y articuladas hacia el gobierno. De este modo, la función de los *lobbies* se basa en modular intereses de individuos y grupos mediante actuaciones de reivindicación, integración y aceptación en el marco de un consenso social y político. El objetivo estratégico común se basa en presentar y defender un interés privado (del grupo) y trasladarlo al interés general (de la sociedad), a través de un profundo análisis de las necesidades reales de la población. En este sentido, como apunta García Suárez (2021), los *lobbies* pueden consolidarse en un contexto positivo cuando sus actividades están motivadas por el bien común y, por consiguiente, actúan en favor de la conciencia social y la democracia, siendo útil para el proceso de la toma de decisiones (p. 58). Para ello, las acciones de *lobbying* deben hacer uso de instrumentos de persuasión e influencia como la negociación, la argumentación o la movilización. Pero

todas sus actuaciones deben darse siempre dentro de márgenes legales. Las malas prácticas que se desarrollan fuera de la legalidad no pueden ser estrategias lícitas para los grupos de presión en la consecución de sus objetivos.

No podemos negar que las connotaciones negativas que enmarcan al grupo de presión han impulsado un profundo debate sobre la utilidad y los propósitos de estas prácticas de influencia (González Fernández, 2020; Martínez Maíllo, 2021; Oliver González, 2019a, 2019b; Ridaó, 2017). En el informe *Report of the role of extra-institutional actors in the democratic system*, de la Comisión Europea (2013), se destaca que, aunque la actividad de los *lobbies* puede ser positiva para la democracia, también puede suponer un riesgo para la misma. Rubio Núñez (2017) explica que la transparencia en la actividad de los *lobbies* es una prioridad para «romper con las asociaciones del término ‘lobby’ con conceptos como la corrupción, el tráfico de interés y la defensa de intereses opuestos al interés general» (p. 400). Siguiendo a García Suárez (2021), los principios básicos de regulación del *lobbying* como la transparencia (Mulcahy, 2015), la integridad y la participación han permitido establecer buenas prácticas, no vinculantes todavía como el Registro de la Transparencia de la UE (Comisión Europea, s.f.) y el Código de Conducta (Comisión Europea, s.f.), en el ejercicio de estos grupos en pos de mejorar su imagen social. Como explica Oliver González (2019a):

La (re)legitimación de los sistemas políticos a través de un conjunto de reformas legales sobre transparencia, rendición de cuentas y acceso a la información han sido pilares básicos de cambios políticos sucedidos tanto en la legislación nacional como en las instituciones de la UE. En este ámbito se aprecia un cambio de tendencia respecto del tratamiento jurídico de los *lobbies*, de manera que frente al silencio que mantenían la mayoría de los sistemas jurídicos sobre dicho fenómeno, [...] hemos pasado a una situación en la que ya un elevado número de Estados han introducido o han iniciado la regulación de la actividad desarrollada por tales grupos. (p. 61)

Desde estos planteamientos, y siendo conscientes de la necesidad de transparencia de los *lobbies*, si se apuesta por reconocer un papel positivo a los mismos dentro de la sociedad, nuestra investigación tiene como objetivo fundamental explicitar las relaciones entre el *Lobby* Europeo de Mujeres (LEM, en adelante) y el actual Gobierno, identificando las estrategias y

técnicas comunicativas que han permitido al grupo de presión alcanzar cierto grado de influencia sobre entidades gubernamentales, capaces de impulsar el cambio político y social en materia de igualdad en España. Ello nos ayuda a reconocer la importancia del trabajo de los actores que representan el feminismo institucional, como recogen Lombardo y Verloo (2010):

[...] El feminismo de Estado ha mostrado que las agencias que se ocupan de las políticas para las mujeres juegan un papel importante a la hora de promover la agenda de la igualdad de género, particularmente dependiendo de las características de la agencia, el contexto de políticas y el movimiento feminista. (p. 16)

Atendiendo a estas ideas previas, se enumeran los siguientes objetivos para la presente investigación:

- O1: Demostrar que existe una relación, directa o indirecta, entre LEM España y el Gobierno, como forma de trasladar los intereses del feminismo institucional europeo al ámbito legislativo nacional.
- O2: Identificar las estrategias empleadas por LEM España para canalizar sus intereses en torno a los valores de igualdad.
- O3: Conocer el impacto de las redes sociales como herramienta comunicativa y como parte importante de las técnicas empleadas por el grupo de presión.

Para dar respuesta a los mismos, planteamos como hipótesis principal que la práctica *lobista* dentro del feminismo institucional se produce de manera indirecta sobre el Gobierno, al objeto de diluir las posibles connotaciones negativas que pueda derivarse de reconocer la existencia de una conexión estable entre la estructura administrativa y este grupo de presión concreto. La mala imagen que los *lobbies* transmiten en términos generales justifica una promoción de la conexión *lobby*-gobierno implícita, pero no ocultada completamente.

2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO: EL LOBBY EUROPEO DE MUJERES

El *Lobby* Europeo de Mujeres (*European Women's Lobby*, en inglés) es una organización fundada en 1990 que denuncia la desigualdad de las mujeres

en todos los ámbitos y lucha por los derechos de estas, asegurando que se aplican las políticas de la Unión Europea en lo que a igualdad se refiere (Marrades Puig, 2001; Pudrovska y Marx Ferree, 2004, Strid, 2015). El *lobby* cuenta con una sede en España, constituida en julio de 2016, con los siguientes objetivos de trabajo:

- Realizar propuestas políticas para el ámbito nacional y europeo que mejore las condiciones de vida y trabajo de todos los ciudadanos y ciudadanas, para garantizar la igualdad, así como promover la labor de formación en igualdad de oportunidades para las mujeres.
- Representar a las mujeres españolas en el *European Women's Lobby* (EWL), así como a las asociaciones que la forman, siempre en el marco de la UE e incluyendo a mujeres de todas las clases sociales y razas.
- Influir en las decisiones políticas nacionales y comunitarias para luchar contra la violencia de género a través de propuestas que puedan acabar con el problema social, entre otras premisas.
- Fomentar valores tales como la cooperación y la solidaridad entre mujeres dentro y fuera de la UE.
- Controlar la implantación de directivas, resoluciones, programas de acciones, planes de igualdad, etc.
- Promover la participación de las mujeres en puestos de responsabilidad en empresas e instituciones europeas, nacionales, autonómicas y locales.
- Realizar actividades de cooperación a nivel internacional con asociaciones o entidades con objetivos similares a los del LEM.

LEM España trabaja fundamentalmente en dos proyectos: «Movilízate contra el sexismo» y «También para Ella, un Futuro en Igualdad». El primero de ellos se realiza de manera conjunta en Irlanda, Portugal, Bélgica, Países Bajos, Hungría, Croacia, Bulgaria, Rumanía y España. Cada país cuenta con un sector para analizar y detectar problemas y difundir las recomendaciones. En el ámbito español, la organización se centra en justicia y medios de comunicación. La segunda campaña se articuló en 2021 como respuesta a una iniciativa lanzada desde Bruselas bajo el lema «Juntos por una Europa

Libre de Prostitución». En ella, LEM España participa junto a la Comisión para la Investigación de Malos Tratos a Mujeres (CIMTM) en la erradicación de la explotación sexual en la eurozona.

3. METODOLOGÍA DE TRABAJO

Para nuestra investigación, empleamos una metodología cualitativa de análisis del discurso construido en el marco de la campaña «Movilízate contra el sexismo» de LEM España. Hemos seleccionado esta campaña al ser la más completa en cuanto a variedad de actividades de los dos proyectos desarrollados por el *lobby*. En ella se incluyen las siguientes acciones: webinario «Educación y sexismo en España» (27/10/20); webinario sobre sexismo en los medios de comunicación (29/10/20); webinario «El sexismo en la justicia» (05/11/20); webinario sobre sexismo en el deporte (02/12/20); emisión de documento de propuestas de LEM España para combatir el sexismo en los medios de comunicación y la justicia al objeto de difundir las recomendaciones del Consejo de Europa de 2019 (23/12/20); redacción de recomendaciones «¡Fuera sexismo de nuestras aulas!» (20/01/22).

Estas actividades se han analizado a través de las siguientes variables, adaptando los modelos de Elguero y Merino (2017), Pascual Trujillo (2016) y Pineda Cachero (2002):

1. Tipo de recursos y actividades: seminarios, coloquios, recomendaciones, textos, entradas en redes sociales o en web.
2. Tipos de estrategias:
 - 2.1. de información: directas (cartas, reuniones, conversaciones, etc.), indirectas / concienciación opinión pública: campañas de relaciones públicas y prensa;
 - 2.2. de litigio: desacuerdos legislativos en los tribunales;
 - 2.3. de confrontación política: protestas y representación del conflicto en los medios de comunicación;
 - 2.4. de *monitoring* o productivas: trabajo diario, de despacho, revisando cada información que pueda ser de interés para el *lobby* al objeto de anticiparse a posibles situaciones de conflicto/crisis. Esta estrategia es vital pues resulta más efectivo anticiparse y actuar antes de que el problema llegue, que gestionar la

situación una vez producida la crisis. Aquí se catalogan también las acciones proactivas, como indican Pascual y Uribe-Salazar (2016), cuando se toma la iniciativa, por ejemplo, en la redacción o modificación de una ley, anticipándose así a la promulgación de esta;

- 2.5. reactivas: situaciones de crisis o conflicto.
3. Técnicas y herramientas comunicativas empleadas: persuasión, influencia, lenguaje político, negociación, argumentación, uso redes sociales (papel en redes, promoción, uso de estas, contactos).
 4. Evidencias de la influencia del *lobby* sobre organismos gubernamentales: directas (asistencia de cargos oficiales a un evento, conversación en redes sociales, intervención o documento conjunto, apoyo a la campaña); indirectas (coincidencias en textos normativos, propuestas, documentos oficiales, menciones). Para hallar estas evidencias, hemos realizado, en primer lugar, un rastreo en la red social Twitter, mediante la escritura de una cuenta de interés: *Lobby* Europeo de Mujeres (@LEM_esp), Ministerio de Igualdad (@IgualdadGob), Instituto de las Mujeres (@InstMujeres), Ministerio de Educación y Formación Profesional (@educaciongob) y PSOE (@PSOE); sumado a una palabra clave (relacionada con los temas tratados en las actividades de la campaña): sexismo, educación, justicia y medios de comunicación. Por otro lado, a raíz de esta búsqueda y de lo expuesto en los seminarios y recomendaciones, se han seleccionado una serie de textos oficiales: Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, Proyecto de Ley Orgánica de garantía integral de la libertad sexual, Anteproyecto de Ley Orgánica por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2010, de 3 de marzo, de salud sexual y reproductiva y de la interrupción voluntaria del embarazo (2022), Ley 15/2022, de 12 de julio, integral para la igualdad de trato y la no discriminación, *Guía de Igualdad* de la Corporación RTVE, informes del Observatorio de Igualdad en el Deporte, dependiente del Ministerio de Cultura y Deporte. Tras la recopilación de información y documentación, se han comparado fragmentos de dichos textos

con las propuestas o recomendaciones expuestas por LEM España, con el objetivo de señalar las coincidencias.

4. RESULTADOS

4.1. Webinario «Educación y sexismo en España»

La primera actividad de la campaña «Movilízate contra el sexismo» de LEM España se realiza el 27 de octubre de 2020. Se trata de un webinario denominado «Educación y sexismo en España» realizado con el objetivo de «analizar los estereotipos sexistas que aún persisten en el sistema educativo español» y reflexionar sobre los posibles cambios que deben aplicarse, así como explorar «las oportunidades que ofrece la coeducación para construir una sociedad más igualitaria». El seminario cuenta con la presencia de tres expertas en el ámbito: Carmen Heredero, autora del libro *Género y Coeducación*, Yolanda García, vicepresidenta de la Asociación Claustro Virtual de Coeducación (CLAVICO), y Miriam Varela, coordinadora de la Plataforma La Roldana, una entidad que trabaja para la inclusión de artistas femeninas en los materiales educativos. El seminario fue presentado por la presidenta de LEM España, Rosa María Fernández Sansa.

Tabla 1. Análisis de «Educación y sexismo en España»

	<i>Recursos / actividades</i>	<i>Tipos de estrategias</i>	<i>Técnicas / herramientas comunicativas</i>	<i>Evidencias influencia / relación LEM y Gobierno</i>
<i>Educación y sexismo en España</i>	Seminario (recurso principal); recomendaciones al final	De información directas (conversación); indirectas / concienciación (campana); <i>monitoring</i> / productiva (recomendaciones)	Lenguaje persuasivo (argumentación); participación (ronda de preguntas / acto virtual = falta de dinamismo); redes sociales (anuncios LEM, evidencias)	Indirectas (tweet PSOE sobre sexismo y Consejo de Europa; coincidencias Ley LOMLOE y recomendaciones LEM)

Fuente: Elaboración propia.

El recurso principal del seminario es la estrategia productiva y de *monitoring*, puesto que las ponentes se anticipan a una posible situación de conflicto sobre educación y elaboran una serie de recomendaciones que plasman al final del acto. Encontramos, por otro lado, estrategias de información indirectas o de concienciación, puesto que se trata de una campaña para sensibilizar a los asistentes del seminario. En lo que respecta al apartado de conexiones directas o indirectas, debemos indicar que ni el Ministerio de Igualdad ni el de Educación, ni tampoco el Instituto de las Mujeres, hacen mención directa al seminario vía Twitter. Es interesante destacar que, en 2019, la entonces ministra de Educación, Isabel Celaá, fue mencionada en un tweet del PSOE donde se subrayaba el trabajo del Consejo de Europa sobre sexismo. Dicho tweet indicaba cómo el Ministerio de Educación pretende trabajar según las directrices del Consejo de Europa, impulsor de la iniciativa. Aunque no es una técnica propia de la actividad de la campaña, puede considerarse una evidencia indirecta del conocimiento del Gobierno sobre los intereses del *lobby*.

[@PSOE]. (7 de junio de 2019). @CelaaIsabel explica que Gobierno desarrollará una hoja de ruta para combatir el #sexismo y la desigualdad según las directrices que... [Tweet con imagen] <https://twitter.com/PSOE/status/1136956242713350144>

Tanto Carmen Heredero como Yolanda García, ponentes del webinar, mencionan en sus intervenciones la conocida como «Ley Celaá» (Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la LOE de 2006 –LOMLOE). Como explican ambas invitadas, la ley busca modificar los currículos educativos. Siguiendo a la ponente Carmen Heredero en su intervención en el seminario, la coeducación como alternativa propone recomendaciones tales como: *escuela inclusiva, lenguaje no sexista, cambiar los currículos para visibilizar a las mujeres, educación afectivo-sexual, orientación académica y profesional sin estereotipos, organización igualitaria, formación del profesorado y los demás profesionales*. Recalca la importancia de la escuela mixta, primordial para poder realizar las recomendaciones.

En este sentido, si revisamos la LOMLOE podemos encontrar las siguientes coincidencias con el discurso de LEM España empleado en el citado webinar. En primer lugar, en su preámbulo, menciona que la ley

«adopta un enfoque de *igualdad de género*¹ a través de la *coeducación* y fomenta en todas las etapas el aprendizaje de la *igualdad efectiva de mujeres y hombres, la prevención de la violencia de género y el respeto a la diversidad afectivo-sexual*, introduciendo en educación secundaria la orientación educativa y profesional del alumnado con *perspectiva inclusiva y no sexista*». Posteriormente, encontramos: «las Administraciones educativas promoverán que los *currículos y los libros de textos y demás materiales educativos fomenten el igual valor de mujeres y hombres y no contengan estereotipos sexistas o discriminatorios*. Asimismo, incluirán estos contenidos en los programas de formación inicial del profesorado». El término «afectivo-sexual» se menciona varias veces en el texto final publicado en el Boletín Oficial del Estado (BOE, en adelante).

El seminario tuvo lugar en octubre de 2020 y el BOE con la LOMLOE se publicó en diciembre de ese mismo año. Las evidencias encontradas son indirectas, pero demuestran que desde el mismo inicio de la campaña existe una interconexión entre el Ministerio de Educación y LEM España.

4.2. Webinario «Sexismo en los medios de comunicación»

La segunda actividad de la campaña tiene lugar el 29 de octubre de 2020, y consiste en un webinario sobre el sexismo en los medios de comunicación. El evento cuenta con diversas expertas: Pilar Álvarez, corresponsal de género de *El País*; Macarena Baena, directora de *Efeminista*; Yanna G. Franco, directora académica del Instituto Universitario de Investigaciones Feministas; Carolina Pecharromán, editora de igualdad de RTVE y Ana Requena, redactora jefa de género en *Eldiario.es*. La sesión fue moderada por Marta Ortiz, de la Asociación Española de Mujeres Profesionales en los Medios de Comunicación (AMECO) y tesorera de LEM España.

1. En cursiva se muestran las frases o términos que coinciden o muestran similitudes con el discurso de LEM España.

Tabla 2. Análisis de «Sexismo en los medios de comunicación»

	<i>Recursos / actividades</i>	<i>Tipos de estrategias</i>	<i>Técnicas / herramientas comunicativas</i>	<i>Evidencias influencia / relación LEM y Gobierno</i>
<i>Sexismo en los medios de comunicación</i>	Seminario (recurso principal); propuestas al final	De información directas (conversación); indirectas / concienciación (campana); <i>monitoring</i> / anticipación (propuestas)	Lenguaje persuasivo (argumentación); participación (ronda de preguntas / acto virtual = falta de dinamismo); redes sociales (difusión LEM, evidencias)	Directas (tweets Instituto de las Mujeres); indirectas (relación entre ponentes e Instituto de las Mujeres; coincidencias propuestas LEM y Guía de Igualdad RTVE)

Fuente: Elaboración propia.

El recurso principal del seminario es la estrategia de *monitoring* o anticipación, puesto que las ponentes exponen el problema del sexismo en los medios de comunicación, anticipándose a las consecuencias que pueden desencadenar la falta de coeducación o los cambios legislativos. Al inicio, Rosa María Fernández indica al respecto: «Estoy convencida de que este seminario de hoy nos proporcionará toda una serie de elementos de juicio para poder elaborar todas estas recomendaciones». En este seminario también se emplean las redes sociales como técnica de difusión y promoción de la campaña. LEM España publicó un tweet para anunciar el evento, entre otras publicaciones posteriores para recordar lo expuesto en el seminario. El Ministerio de Igualdad no publicó nada de forma directa sobre el seminario, algo que sí hizo la cuenta de Twitter del Instituto de las Mujeres, directamente vinculada con el Gobierno. El tweet que vemos a continuación tiene 20 retweets, 4 tweets citados y 38 me gusta. Se trata, por tanto, de una evidencia directa que conecta a LEM España con el Ministerio de Igualdad.

[@InstMujeres]. (28 de octubre de 2020). *El Lobby Europeo de Mujeres organiza el webinar 'El sexismo en los medios de comunicación', inscrito en el proyecto 'Movilízate...'* [Tweet con enlace Zoom e imagen] <https://twitter.com/InstMujeres/status/1321395687016271872>

Además, encontramos otra evidencia muy directa. La institución publicó poco después otro tweet con el enlace a un artículo de *Efeminista*, cuya directora, Macarena Baena, fue ponente del propio seminario de LEM España. Es más, el medio titula con: «Claves para combatir el sexismo en los medios de comunicación», y menciona directamente al seminario, al *lobby* y a las expertas que participaron en él.

[@InstMujeres]. (31 de octubre de 2020). *Claves para combatir el sexismo en los medios de comunicación*. [Tweet con enlace a [efeminista.com](https://twitter.com/efeminista)] <https://twitter.com/InstMujeres/status/1322457783090974720>

La tercera evidencia directa que encontramos es la respuesta a un tweet del Instituto de las Mujeres por parte de LEM España, donde hablan sobre sexismo. En esta ocasión la institución no menciona al *lobby*, pero la respuesta que recibe deja entrever la evidente relación entre ambos, sumado a los tweets mencionados anteriormente.

[@LEM_esp]. (2 de diciembre de 2020). *¡Atención a esto! El #sexismo sigue todavía muy presente en nuestra sociedad a través de la publicidad y los medios...* [Tweet que cita al Instituto de las Mujeres]. https://twitter.com/LEM_esp/status/1334224793831419905

También es interesante destacar la relación existente entre tres de las ponentes, Macarena Baena, Carolina Pecharromán y Pilar Álvarez, y el Instituto de las Mujeres. A finales de julio de 2022 se celebró un curso de la Universidad Complutense de Madrid, en colaboración con el Instituto de las Mujeres, denominado «Medios de Comunicación, Valores Democráticos y Género», para reivindicar los valores de perspectiva de género en materia de comunicación. Se trata de una evidencia indirecta que nos muestra que estas expertas tienen relación con el Gobierno a través del Instituto de las Mujeres, y que sus valores son difundidos tanto por la institución como por el *lobby*.

Puesto que se trata de un seminario sobre sexismo en los medios de comunicación, la evidencia más directa que podemos hallar se encuentra en que Carolina Pecharromán es la editora de igualdad de RTVE, el ente público, cuyos valores y contenidos son determinados por el Estado. En este sentido, que esta experta sea ponente de esta actividad de la campaña resalta aún más el vínculo entre el *lobby* y Gobierno. En marzo de 2020, RTVE publicó una *Guía de Igualdad*, que dicta lo siguiente: «este manual

responde al compromiso de RTVE con la igualdad entre hombres y mujeres en todas sus actividades». En sus referencias encontramos que se han usado varios documentos del Instituto de las Mujeres para escribir el manual de RTVE.

Volviendo al contenido del seminario, algunas de las propuestas mencionadas fueron: la *importancia del periodismo con perspectiva de género*, *necesidad de formar a las nuevas generaciones de periodistas*, pero también la coeducación desde el inicio de la enseñanza, así como *evitar que la agenda feminista se desdibuje durante crisis sociales que acaparan todo el interés mediático*. Por su parte, la guía aprobada por RTVE señala que «contiene las líneas estratégicas para la incorporación práctica de la *perspectiva de género*² en el trabajo cotidiano de RTVE en todos sus ámbitos». Se mencionan, así, muchas de las ideas recogidas en el seminario de LEM España, como *visibilizar a las mujeres y representarlas adecuada y equilibradamente*, *romper con los estereotipos sexistas*, *promover la diversidad femenina*, tanto física, como funcional y de edad. Además, añade que el Observatorio de Igualdad de RTVE vela por la *lucha contra la violencia de género y el lenguaje sexista*, y que se crea a raíz de la necesidad de *preservar la igualdad entre hombres y mujeres demandado por el Pacto de Estado contra la violencia de género de 2017*. El manual recoge los *principios*, el *lenguaje* y el *tratamiento informativo* que debe darse a sujetos vulnerables en la difusión de información como las *víctimas*.

Las coincidencias entre lo aportado en el seminario de LEM España y la *Guía de Igualdad* de RTVE suponen evidencias indirectas, capaces de subrayar aún más lo ya demostrado anteriormente con el resto de las conexiones entre *lobby* y Gobierno. El Instituto de las Mujeres demostró de forma explícita su interés por el seminario y los valores de LEM, que se han ido plasmando en códigos de conducta periodística tan importantes como el de igualdad de RTVE.

4.3. Webinario «El sexismo en la justicia»

El 5 de noviembre de 2020 tiene lugar la tercera actividad de la campaña, un nuevo seminario bajo el nombre de «El sexismo en la justicia», esta vez

2. En cursiva se muestran las frases o términos que coinciden o muestran similitudes con el discurso de LEM España.

para concienciar sobre el problema en el ámbito jurídico e institucional. El webinar fue moderado por Teresa Nevado, secretaria general de LEM España, y clausurado por Lara Ferguson, asesora del Instituto de las Mujeres. El webinar contó con un grupo de expertas en el ámbito de la justicia: Manuela Carmena, exjueza y ex alcaldesa de Madrid; Teresa Freixes, presidenta de la organización *Citizens pro Europe* y vicepresidenta de la Real Academia de Doctores; M.^a Ángeles Carmona, presidenta del Observatorio contra la Violencia Doméstica y de Género y vocal del Consejo General del Poder Judicial. También intervinieron Pilar Martín Nájera, hasta 2021 fiscal de sala delegada contra la Violencia sobre la Mujer de la Fiscalía General del Estado, y Susana Martínez Novo, abogada y presidenta de la Comisión para la Investigación de Malos Tratos a Mujeres.

Tabla 3. Análisis de «Sexismo en la justicia»

	<i>Recursos / actividades</i>	<i>Tipos de estrategias</i>	<i>Técnicas / herramientas comunicativas</i>	<i>Evidencias influencia / relación LEM y Gobierno</i>
<i>El sexismo en la justicia</i>	Seminario (recurso principal); sin propuestas al final	De información directas (conversación); indirectas / concienciación (campana); <i>monitoring</i> /anticipación	Lenguaje judicial e institucional, persuasivo (argumentación); participación (ronda de preguntas / acto virtual = falta de dinamismo); redes sociales (anuncio Instituto de las Mujeres, evidencias)	Directas (tweets Instituto de las Mujeres; participación vocal Asesora de la Directora Instituto de las Mujeres en el seminario)

Fuente: Elaboración propia.

Si hay una prueba que corrobora de manera explícita la relación entre el *lobby* y el Gobierno es la intervención de Lara Ferguson, asesora del Instituto de las Mujeres. La presidenta de LEM España recalca claramente durante el seminario que la institución dependiente del Ministerio de Igualdad forma directamente parte de la campaña. Además, la integrante del Instituto de

las Mujeres explica que participó en el comité de redacción de las recomendaciones del Consejo de Europa para combatir y prevenir el sexismo entre 2017 y 2018. Esto, que supone prácticamente la base de la campaña, demuestra que la colaboración con el organismo dependiente del Gobierno se ha producido desde el principio. Al final del seminario, la moderadora plantea una continuidad en las relaciones entre el Instituto de las Mujeres y LEM España, lo que evidencia un contacto fluido entre ambos entes. Más allá de la influencia, existe una relación mutua que les permite compartir y promocionar los mismos intereses.

Dado que el acto contó con la participación de Lara Ferguson, asesora del Instituto de las Mujeres, es evidente que la institución anunciaría el seminario vía redes sociales. El siguiente tweet cuenta con 14 retweets y 27 me gusta.

[@InstMujeres]. (4 de noviembre de 2020). *Ya está abierta la inscripción para asistir al webinar 'El sexismo en la justicia', que contará con la participación de...* [Tweet con enlace a Zoom e imagen] <https://twitter.com/InstMujeres/status/1323913313273679874>

4.4. Webinar sobre sexismo en el deporte

El 2 diciembre de 2021, LEM España organizó el cuarto y último seminario de la campaña, esta vez sobre sexismo en el deporte, con el objetivo de poner el foco en los estereotipos en este ámbito. En esta ocasión, las ponentes que participan son reconocidas en el mundo del deporte. En primer lugar, Mar Mas, presidenta de la Asociación para Mujeres en el Deporte Profesional (AMDP); Araceli Ochoa, periodista deportiva en *Futboleras*; y, por último, Pilar Calvo, miembro del equipo olímpico español de tiro.

Tabla 4. Análisis de «Sexismo en el deporte»

	Recursos / actividades	Tipos de estrategias	Técnicas / herramientas comunicativas	Evidencias influencia / relación LEM y Gobierno
Sexismo en el deporte	Seminario (recurso principal); sin propuestas al final	De información directa (conversación); indirecta / concienciación (campana); <i>monitoring</i> / anticipación (propuestas futuras)	Lenguaje persuasivo (argumentación / debate) y sencillo; participación (ronda de preguntas / acto virtual = falta de dinamismo); redes sociales (anuncios y recordatorios LEM; evidencias)	Indirectas (tweet Instituto de las Mujeres sobre Observatorio Igualdad en el Deporte; Ley del Deporte; Guía de Igualdad RTVE)

Fuente: Elaboración propia.

Este seminario, como recurso de la campaña, vuelve a desarrollarse de forma online. En este caso, no se realizan recomendaciones, por lo que solo pueden extraerse las ideas del debate final o de las intervenciones de las ponentes. En redes sociales, LEM España anunció el evento y en marzo de 2021 ya publicó algunos datos sobre la presencia femenina en el deporte:

[@LEM_esp]. (27 de marzo de 2021). *Algunos datos sobre la presencia femenina en el deporte: Solo el 20'7% de los cargos directivos de las entidades...* [Tweet con enlace a *La Vanguardia*] Twitter. https://twitter.com/LEM_esp/status/1375749439151693829

No encontramos ninguna actividad destacable en redes sociales sobre este tema por parte del Ministerio de Igualdad o el Ministerio de Cultura y Deporte. Pero es importante ‘rescatar’ un tweet del Instituto de las Mujeres de 2022, donde se anuncia el nacimiento del Observatorio de Igualdad en el Deporte. Esto puede considerarse una evidencia indirecta de la influencia de las ideas de LEM España en las acciones del Gobierno.

[@InstMujeres]. (19 de mayo de 2022). *Nace el Observatorio de la Igualdad en el Deporte. Más información y nota de prensa #IgualesEnElDeporte.* [Tweet que cita al Consejo Superior de Deportes] <https://twitter.com/InstMujeres/status/1527194843881132033>

En la web del Ministerio de Cultura y Deporte existe un apartado para explicar las acciones de este observatorio, que tiene entre sus objetivos «promover la igualdad real y efectiva entre mujeres y hombres», gracias a políticas diseñadas para combatir la discriminación por razón de sexo, garantizando la igualdad de trato y de oportunidades, y aumentando la presencia de las mujeres en todos los ámbitos deportivos. Por otro lado, la web de este Ministerio incluye un apartado sobre un protocolo para la prevención, detección y actuación frente a la violencia sexual, una cuestión cuya importancia ha sido mencionada en el seminario. Podemos destacar, también, que en 2021 se aprobó el anteproyecto de Ley del Deporte, para introducir medidas por la igualdad y contra cualquier tipo de discriminación.

Por último, resulta pertinente subrayar que la *Guía de Igualdad* de RTVE, mencionada con anterioridad, incluye entre sus actuaciones «promover la cobertura y la emisión de los eventos culturales y deportivos de mujeres en igualdad de condiciones que los masculinos y celebrar públicamente los logros femeninos». Con todo esto, podemos concluir que de nuevo las ideas de LEM España se ven reflejadas en las acciones del Gobierno, aunque en este caso mediante evidencias de carácter indirecto.

4.5. Emisión documento de propuestas contra el sexismo en los medios de comunicación y la justicia

El 23 de diciembre de 2020, el *Lobby* Europeo de Mujeres en España publicaba en su web dos propuestas, una para erradicar el sexismo en los medios de comunicación y otra poniendo el foco en la justicia. Como indican en su web: «Tras los seminarios de análisis de la situación, LEM España ha elaborado sendos documentos de recomendaciones que se entregarán a la Administración Pública Española y al Consejo de Europa en próximos encuentros».

En primer lugar, encontramos las «Propuestas del *Lobby* Europeo de Mujeres en España para erradicar el sexismo de los medios de comunicación españoles». Se trata de un documento breve, de cuatro páginas, y recoge algunas de las ideas comentadas en los seminarios, como que el contexto de la pandemia supone un riesgo para la perspectiva de género en la información. En la propuesta se menciona que estas han surgido del debate del

seminario sobre sexismo en los medios de comunicación del 29 de octubre: *transversalidad en la aplicación de la perspectiva de género a las informaciones*, y cómo esta debe aplicarse también a los formatos periodísticos. Por otro lado, *para evitar la información sexista los periodistas tienen que evitar los clichés en el lenguaje, y se subraya la necesidad de difundir los manuales de comunicación no sexista* –como el ya mencionado de RTVE en nuestro análisis–. También, las informaciones deben apostar por la *desagregación de los datos por sexo*. Es clave reforzar la educación con perspectiva de género, no solo en la comunicación, sino en todas las ramas y especialidades, y que los valores feministas se inculquen desde el inicio del sistema educativo. La formación en este sentido debe continuar con unos contenidos audiovisuales adecuados. Por último, es necesario contar con *agendas de expertas o voces femeninas en las redacciones*, así como implicar a las personas responsables en los medios en la práctica para promover la perspectiva de género.

En segundo lugar, se redactaron también las «Propuestas del *Lobby* Europeo de Mujeres en España para evitar el sexismo en la justicia». Surgen a partir de lo comentado en el seminario sobre sexismo en la justicia y subrayan la necesidad de conocer y poner en práctica toda la legislación de la Unión Europea en materia de igualdad en nuestro país. Por otro lado, se subraya la importancia de los programas del Consejo General del Poder Judicial y del Observatorio contra la Violencia de Género para tratar el sexismo en la justicia, que recoge, entre otras labores, la necesidad de presencia femenina en cargos importantes. En este sentido, es esencial la formación con perspectiva de género, para que los procesos legislativos y judiciales estén libres de estereotipos sexistas. Aunque España es un referente internacional en lo que a planes de igualdad y de lucha contra la violencia de género se refiere, persisten ciertos elementos sexistas en los procedimientos judiciales, que se reflejan en una falta de trato de la violencia económica, por ejemplo. Hay que tener en cuenta la *valoración del riesgo* en los casos de violencia de género, así como *prestar atención a las nuevas formas de violencia (redes sociales y medios telemáticos)*, que son difíciles de localizar y tratar.

Tabla 5. Análisis de «Propuestas contra el sexismo en los medios de comunicación y la justicia»

	<i>Recursos / actividades</i>	<i>Tipos de estrategias</i>	<i>Técnicas / herramientas comunicativas</i>	<i>Evidencias influencia / relación LEM y Gobierno</i>
<i>Propuestas contra el sexismo en los medios de comunicación y la justicia</i>	Propuestas / recomendaciones (recurso principal)	De información directa (carta / documento); indirecta / concienciación (campana); <i>monitoring</i> / anticipación (propuestas)	Lenguaje sencillo, dirigido al Gobierno / instituciones (feedback lobby y poder político); redes sociales (evidencia)	Directas (tweet Instituto de las Mujeres reunión LEM e Instituto de las Mujeres); indirectas (coincidencia propuestas LEM sobre medios y Guía de Igualdad RTVE; coincidencia propuestas LEM sobre justicia y Ley de «Solo sí es sí»)

Fuente: Elaboración propia.

En esta ocasión, las redes sociales no son una herramienta principal de difusión. Pero sí que podemos destacar un tweet del Instituto de las Mujeres, del 11 de diciembre de 2020, antes de la publicación de los documentos, que menciona la reunión que tuvo la directora de la institución con LEM España.

[@InstMujeres]. (11 de diciembre de 2020). *La directora del Instituto de la Mujer, @BeatrizGimenol, se reúne con representantes del @LEM_esp para abordar estrategias para erradicar...* [Tweet] <https://twitter.com/InstMujeres/status/1337344322593808387>

Esto puede llegar a considerarse una evidencia directa del contacto entre el Gobierno y LEM España, y, además, demuestra la influencia del *lobby* para la elaboración de recomendaciones y estrategias. Para las propuestas sobre sexismo en los medios de comunicación, podríamos volver a la *Guía de Igualdad* de RTVE. Recordemos que en ella se mencionaba la *perspectiva de género, luchar contra el lenguaje sexista*, etc. Pero las evidencias, una vez redactadas las propuestas de LEM España, son aún más concretas: «abordar

las informaciones o problemas generales teniendo en cuenta la *desagregación de datos por sexo* y las posibles implicaciones específicas para las mujeres». Por otro lado, el manual también señala que es necesario «Perseguir el equilibrio de mujeres y hombres en las *voces expertas* a las que se acude tanto en programas de entretenimiento como informativos». Las propuestas de LEM España indican la necesidad de difundir manuales de comunicación no sexista, un trabajo realizado por RTVE con su guía.

En mayo de 2022 el Congreso aprobó la conocida popularmente como «Ley de solo sí es sí» (*Ley de Garantía Integral de Libertad Sexual*) donde se especifica cómo debe abordarse el consentimiento en las relaciones sexuales. Aunque no se trata de una evidencia muy directa con respecto a lo expuesto en las propuestas sobre sexismo en la justicia, sí se rastrea un punto de conexión con algunas de las sentencias más polémicas y mediáticas en casos de violaciones y agresiones sexuales, algo que se menciona en el seminario. Una de las propuestas de LEM España dice que los procesos legislativos y judiciales deben estar libres de sexismo y estereotipos. Menciones directas del discurso de LEM España en la ley son las siguientes: «Se adaptarán todas las herramientas y protocolos policiales de trabajo para la recogida de información, la coordinación, la *valoración del riesgo* (la cursiva es nuestra para evidenciar la coincidencia directa con el término empleado por LEM España), la prevención, la atención, el seguimiento y la protección de las víctimas».

Por otro lado, ya se incluye en este proyecto una mención a la *violencia en redes sociales*, especificando la pena que recibirá quien utilice una imagen personal para difundir y ocasionar una situación de «acoso, hostigamiento o humillación». En cuanto a los delitos contra la libertad sexual, la ley recoge el castigo de prisión del responsable de agresión sexual, considerado todo aquel que «realice cualquier acto que atente contra la libertad sexual de otra persona sin su consentimiento», ya que «solo se entenderá que hay consentimiento cuando se haya manifestado libremente mediante actos que, en atención a las circunstancias del caso, expresen de manera clara la voluntad de la persona».

4.6. Recomendaciones «¡Fuera sexismo de nuestras aulas!»

En enero de 2022, LEM España publicó en su web propuestas para erradicar el sexismo en la educación, como última actividad de la campaña. Se trata de una entrada en la web, sin un documento oficial como en los casos anteriores, pero que sigue recogiendo lo expuesto en el primer seminario sobre sexismo en la educación. Las recomendaciones son, por tanto, las mismas que ya mencionamos en el primer análisis: 1) «*Cambiar los currículos para visibilizar a las mujeres [...]*» recogiendo sus aportaciones justo en un momento en el que se estaban discutiendo los nuevos currículos oficiales derivados de la LOMLOE; 2) Orientación académica y profesional sin estereotipos para fomentar las disciplinas STEM entre las niñas; 3) *Educación afectiva-sexual* en Infantil, Primaria y Secundaria atendiendo a la diversidad y como medida de prevención contra la violencia de género; 4) Impulsar en los centros una metodología para la coeducación; 5) Difusión de los materiales coeducativos existentes; y 6) Uso de lenguaje no sexista.»

Tabla 6. Análisis de recomendaciones «Fuera sexismo de las aulas»

	<i>Recursos / actividades</i>	<i>Tipos de estrategias</i>	<i>Técnicas / herramientas comunicativas</i>	<i>Evidencias influencia / relación LEM y Gobierno</i>
<i>Recomendaciones «¡Fuera sexismo de nuestras aulas!»</i>	Entrada en web (recurso principal); propuestas	De información directa (entrada / publicación); indirecta / concienciación (campaña); <i>monitoring</i> / anticipación (propuestas)	Lenguaje sencillo y conciso, brevedad (dificultad análisis técnicas); redes sociales (recordatorio LEM propuestas)	Indirectas (coincidencias entre recomendaciones LEM y Ley LOMLOE / Ley de salud sexual y reproductiva y de interrupción voluntaria del embarazo / Ley Integral para igualdad de trato y la no discriminación)

Fuente: Elaboración propia.

En este caso, puesto que no se trata de un documento ni de un seminario, resulta complicado encontrar evidencias para analizar las estrategias y técnicas. La publicación como entrada de la web es el recurso principal, y la estrategia es de información directa, puesto que se trata de una publicación. La estrategia de *monitoring* y anticipación está presente porque se trata de unas propuestas que pretenden impulsar cambios legislativos que eviten problemas futuros en la educación. En cuanto a las redes sociales, no parece haber habido acciones destacables después de eso, más allá de publicar las propuestas en un tweet, que cuenta con 3 retweets y 2 me gusta en su primera publicación.

[@LEM_esp]. (1 de febrero de 2022). ¿Nos dejamos algo? ¿Qué crees que sería necesario para alcanzar un sistema educativo libre de estereotipos sexistas? Puedes leer aquí... [Tweet con enlace a la web del LEM] https://twitter.com/LEM_esp/status/1488499621659914251

Además de las coincidencias con la «Ley Celaá», se han localizado evidencias en el Proyecto de Ley Orgánica por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2010, de 3 de marzo, de Salud Sexual y Reproductiva y de Interrupción Voluntaria del Embarazo. En esta se vuelve a mencionar lo establecido en la reciente regulación del sistema educativo, donde *la educación afectivo-sexual se contempla en todas las etapas educativas, adaptada a la edad del alumnado y contribuyendo al desarrollo integral del mismo*. También se mencionan las etapas de educación sexual para prevenir las infecciones de transmisión sexual, donde se vuelve a indicar la importancia de la educación afectivo-sexual en el currículum escolar. Así, expone que *la educación afectivo-sexual, en todas sus dimensiones, forma parte del currículo durante toda la educación obligatoria, y será impartida por personal que habrá recibido la formación adecuada para ello*.

Por otro lado, podemos destacar también lo expuesto en la Ley 15/2022, de 12 de julio, integral para la igualdad de trato y la no discriminación sobre educación, tanto en la académica como en la no formal: *las administraciones educativas otorgan, en el currículo de todas las etapas educativas, una atención especial al derecho de igualdad de trato y no discriminación*.

En definitiva, desde que se realizó el seminario sobre sexismo en la educación hasta que se plasmaron las propuestas en la web, e incluso posteriormente, podemos ver que las evidencias son clave para entender cómo LEM España ha compartido las ideas con el Gobierno.

5. CONCLUSIONES

LEM España nos muestra a través de su actividad en «Movilízate contra el sexismo» algunas de las tareas y herramientas que los *lobbies* emplean usualmente en el contexto de una campaña. Las seis acciones analizadas se dividen en cuatro seminarios y dos recomendaciones y propuestas. Cada recurso y actividad tiene una finalidad distinta, aunque se repitan algunos puntos. Los seminarios invitan a la ciudadanía a conocer las distintas ideas de las ponentes en los ámbitos de la educación, los medios de comunicación y la justicia. Los seminarios apuestan por estrategias y técnicas homogéneas, predominando las de información directa e indirecta o de concienciación y de *monitoring*.

Por otro lado, las redes sociales han actuado como evidencia y principal herramienta comunicativa de la campaña. Los anuncios y mensajes que se difunden en redes sociales suelen ser efectivos, sobre todo si estos son publicados por el Instituto de las Mujeres, dando voz a las acciones e intereses de LEM España. Así, lo que en el inicio de nuestra investigación parecía casual –como un tweet del PSOE sobre sexismo en educación y el Consejo de Europa–, se transforma en pruebas directas. Por ejemplo, la participación de Lara Ferguson, asesora del Instituto de las Mujeres en el seminario «El sexismo en la justicia». La experta fue una de las integrantes en la redacción de las recomendaciones del Consejo de Europa para erradicar el sexismo. Por ello, el anuncio de la reunión entre LEM España y el organismo con posterioridad al evento subraya un conocimiento de intereses mutuos previo, y no un encuentro de negociación entre partes diferenciadas.

A pesar del poder comunicativo de un seminario y su difusión en redes sociales, lo que realmente tiene un efecto importante son las recomendaciones que se derivan de las conversaciones entre las expertas invitadas. Estas han pasado posteriormente a ser redactadas en un documento oficial capaz de impulsar cambios legislativos que se han acometido desde la llegada al Ejecutivo de Pedro Sánchez. Lo recogido por la «Ley Celaá», la «Ley de solo sí es sí», la Ley de Salud Sexual y del aborto o la de Igualdad, son los ejemplos legislativos más claros de la influencia del *lobby*, rastreándose similitudes entre las recomendaciones de las expertas en la campaña analizada y la posterior redacción de estos textos legislativos.

Tras nuestro análisis, concluimos que LEM España ha influido en la legislación desarrollada recientemente en el Gobierno actual. Las evidencias encontradas demuestran que la relación no siempre es explícita, pero existe y se ha documentado en cuanto a la participación de determinadas ponentes, las interacciones comunicativas en las redes sociales y los fragmentos compartidos en torno a los valores del feminismo institucional. La mala imagen que los *lobbies* transmiten en términos generales justifica una promoción de la conexión *lobby*-Gobierno implícita, en algunas ocasiones, pero que no se oculta completamente.

La relación entre LEM España y el Gobierno es consensuada, todo un pacto de apoyo de intereses y reconocimientos mutuos. El Gobierno puede emplear al *lobby* como difusor de sus mensajes, sabiendo que este acogerá los cimientos de sus propuestas. El *Lobby* Europeo de Mujeres ha encontrado un respaldo considerable en las buenas relaciones con el Instituto de las Mujeres. Y es en esta estable conexión donde podemos ver cómo los intereses en materia de igualdad han conquistado la esfera de lo colectivo y han consolidado esta práctica *lobista* dentro del feminismo institucional en nuestro país.

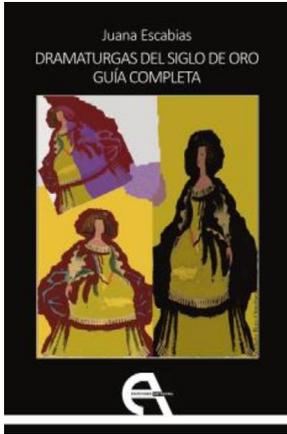
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez Vélez, M. I., y Montalvo Jääskeläinen, F. de. (2014). Los *lobbies* en el marco de la Unión Europea: una reflexión a propósito de su regulación en España. *Teoría y realidad constitucional*, 1(33), 353-378. <https://doi.org/10.5944/trc.33.2014.13025>
- Caldevilla Domínguez, D., y Xifra, J. (2013). Historia de los *Lobbies*: una forma de escribir la historia. *Historia y comunicación social*, 18, 879-92. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44371
- Castillo Esparcia, A., y Almansa Martínez, A. (2012). Interacciones comunicativas entre *lobbies*, sistema político y medios de comunicación. *Temas de comunicación*, 23, 67-87. <https://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/index.php/temas/article/view/675>
- Centro de Investigaciones Sociológicas (2021). *Encuesta sobre tendencias sociológicas*. http://datos.cis.es/pdf/Es3343marMT_A.pdf

- Comisión Europea (s.f.). *Código de Conducta*. Recuperado el 12 de septiembre de 2022, de https://ec.europa.eu/transparencyregister/public/staticPage/displayStaticPage.do?reference=CODE_OF_CONDUCT&locale=es#es
- Comisión Europea (s.f.). *Registro de Transparencia*. Recuperado el 12 de septiembre de 2022, de <https://ec.europa.eu/transparencyregister/public/homePage.do?redir=false&locale=en>
- Comisión Europea (2013). *Report of the role of extra-institutional actors in the democratic system (Lobbying)*. Adopted by the Venice Commission at its 94th Plenary Session (Venice, 8-9 March 2013). [https://www.venice.coe.int/webforms/documents/?pdf=CDL-AD\(2013\)011-e](https://www.venice.coe.int/webforms/documents/?pdf=CDL-AD(2013)011-e)
- Consejo de Administración del Registro de Transparencia (2021). *Informe anual sobre el funcionamiento del Registro de Transparencia 2021 Presentado por el Consejo de Administración del Registro de Transparencia para el Parlamento Europeo, el Consejo de la Unión Europea y la Comisión Europea*. Bruselas.
- Elguero y Merino, J. M. (2017). *Lobby y grupos de presión: análisis regulatorio y estudio en el sector asegurador*. [Tesis Doctoral]. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/49441/>
- García Suárez, A. L. (2021). *El fortalecimiento de la democracia participativa a través del lobby*. [Tesis Doctoral]. <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/33062>
- González Fernández, S. (2020). Aspectos constitucionales para la adecuada regulación de los grupos de interés. *Corts: Anuario de derecho parlamentario*, 33, 311-345. https://www.cortsvalencianes.es/sites/default/files/media/file_author/08_N_Gonzalez_Fernandez_Santiago.pdf
- Haenel, H., Haller, G., Maiani, F., Peters, A., Dijk, P.A., y Chari, R.S. (2013). *Report on the role of extra-institutional actors in the democratic system (lobbying)*. European Commission for Democracy through Law. [https://www.venice.coe.int/webforms/documents/?pdf=CDL-AD\(2013\)011-e](https://www.venice.coe.int/webforms/documents/?pdf=CDL-AD(2013)011-e)
- Lombardo, E., y Verloo, M. (2010). La ‘interseccionalidad’ de género con otras desigualdades en la política de la Unión Europea. *Revista Española de Ciencia Política*, 23, 11-30. https://www.urv.cat/media/upload/arxiu/igualtat/JeanMonnet/2012/lombardo_verloo.pdf
- Marrades Puig, A.I. (2001). Los derechos políticos de las mujeres. Evolución y retos pendientes. *Cuadernos constitucionales de la Cátedra Fadrique Furió Ceriol*, 36-37, 195-214. <https://www.corteidh.or.cr/tablas/r23302.pdf>
- Martínez-Maillo Toribio, F. (25 de abril de 2021). La necesaria regulación del ‘lobby’ en España. *Economist & Jurist*. <https://cutt.ly/642me5u>

- Mulcahy S. (2015). *El Lobby en Europa. Influencia encubierta, acceso privilegiado*. Transparency International España. https://transparencia.org.es/wp-content/uploads/2015/11/lobbying_eu-report_esp_web.pdf
- Oliver González, A. B. (2019a). Análisis y regulación del lobby en la Unión Europea. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 149, 91-108. <https://doi.org/10.15178/va.2019.149.91-108>
- Oliver González, A. B. (2019b). Estudio comparado de la regulación del Lobbying: Reino Unido, Francia y la Unión Europea. *adResearch ESIC International Journal of Communication Research*, 20, 50-65. <https://doi.org/10.7263/adresic-020-04>
- Parlamento Europeo (2020). *Informe anual sobre el funcionamiento del Registro de Transparencia*. Comisión Europea. <https://www.europarl.europa.eu/at-your-service/files/transparency-and-ethics/lobby-groups/es-annual-report-on-the-operations-of-the-transparency-register-2020.pdf>
- Pascual, J., y Uribe-Salazar, C. (2012). El lobby en la prevención de crisis. *Más poder local*, 29, 20-21. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3912600>
- Pascual Trujillo, L. (2016). *La situación actual del lobby en España. Análisis, comparativa y Propuestas*. [Trabajo de Fin de Grado]. <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/34638/retrieve>
- Pineda Cachero, A. (2002). *Lobbies y grupos de presión: de la política a la comunicación. Una fundamentación teórica*. *Laurea Hispalis: Revista internacional de investigación en relaciones públicas, ceremonial y protocolo*, 1, 87-122. <https://idus.us.es/handle/11441/57069>
- Pudrovska, T., y Marx Ferree, M. (2004). Global Activism in «Virtual Space»: The European Women's Lobby in the Network of Transnational Women's NGOs on the Web. *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society*, 11(1), 117-143. <https://doi.org/10.1093/sp/jxh028>
- Ridao, J. (2017). *Los grupos de presión. Análisis de la regulación del lobby en la UE y en España*. Tirant lo Blanch.
- Rubio Núñez, R. (2017). La actividad de los grupos de presión ante el poder ejecutivo: una respuesta jurídica más allá del registro. *Teoría y realidad constitucional*, 40, 399-430. <https://doi.org/10.5944/trc.40.2017.20920>
- Strid, S. (2015). *Gendered Interests in the EU: The European Women's Lobby and the Organization and Representation of Women's Interests*. GlobeEdit.

III. Reviews / Reseñas



Review of / Reseña de: Escabias, Juana.
Dramaturgas del Siglo de Oro. Guía completa. Madrid: Ediciones Antígona, 2022.
166 pp. ISBN: 978-84-18119-71-2

SERGIO MONTALVO MARECA

Universidad Complutense de Madrid-Instituto
Universitario «Seminario Menéndez Pidal»

Madrid, España

sergmont@ucm.es

<https://orcid.org/0000-0002-5238-6860>

El teatro áureo es, sin duda, uno de los terrenos más fértiles de la literatura española, donde se aúnan toda clase de realidades (calidad de los textos, innovación en la forma y en los argumentos, círculos poéticos, escuelas, filias y fobias, visión empresarial,...) que hacen de él un objeto de estudio hartamente interesante para la investigación. Con todo, y a pesar de los numerosos análisis sobre aspectos diversos de la escena del Siglo de Oro, todavía quedan sectores de esta dorada época que no resplandecen cuanto deberían.

Me refiero, por supuesto, al protagonismo femenino. El catedrático Francisco Javier Huerta Calvo (2013) recoge en otro de los trabajos de Escabias una idea especialmente interesante. El profesor complutense recuerda que el panorama escénico de nuestro Siglo de Oro fue uno de los sectores que mejor y más tempranamente abrazaron la inclusión de las mujeres como parte indispensable del panorama dramático (p. 9). A través del influjo italiano, y a diferencia de lo que sucedía, por ejemplo, en Inglaterra, España vivió un gran avance, y tanto las actrices como las directoras –en aquel entonces, autoras de comedias– obtuvieron pronto el reconocimiento merecido por sus trabajos. De este modo, sus nombres adquirieron una importancia

pareja a las de sus compañeros masculinos. Huerta cita, sin pretensión de exhaustividad, a Jusepa Vaca, María Riquelme, Bárbara Coronel o la célebre María Calderón, «la Calderona», pero bien podrían añadirse muchas otras, como Juana de Cisneros o María de Navas, figuras que han inspirado en los últimos años interesantes trabajos de investigación.

No obstante, la figura de las poetas dramáticas ha recibido menor atención durante la historia de nuestra literatura. La autora, Juana Escabias, conoce bien esta realidad, pues ella misma es dramaturga, aunque contemporánea. Además, ha adaptado y dirigido diferentes obras y se ha enfrentado, como investigadora y como docente, al férreo canon, que, como en tantos otros géneros y en tantas otras épocas, le concede una posición excesivamente discreta al trabajo femenino. Escabias, como experta en la figura y obra de Ana Caro de Mallén –a la que dedicó el esfuerzo de su tesis doctoral y sobre la que estrenará una versión de *Valor, agravio y mujer* para la Compañía Nacional de Teatro Clásico esta primavera– rápidamente advirtió que no era posible explicar la obra de la dramaturga andaluza sin abordar también su contexto, es decir, la situación de tantas otras autoras que escribieron, representaron y cosecharon éxitos notables especialmente entre las décadas de 1620 y 1650.

Con todo, la de Escabias es una postura conciliadora. Si bien se duele de la desatención que han sufrido estas mujeres en buena parte de los grandes repertorios sobre el teatro áureo, prefiere enfocarse en reconocer el mérito de todos aquellos trabajos que pusieron sus esfuerzos en rescatar tales figuras y sus obras. Asimismo, lanza una invitación a las nuevas generaciones de la investigación para que continúen desarrollando esta línea de trabajo (p. 13). Así, el valor principal de *Dramaturgas del Siglo de Oro. Guía completa* recae en el esfuerzo por recuperar un listado lo más completo posible de autoras, que existieron y triunfaron, pero no permanecieron. En palabras de su creadora: «pretende ser una guía que sirva como panorámica rápida y completa de esas dramaturgas» (p. 12).

Por otro lado, esta obra ha de recibirse como el fruto de la revisión y la ampliación de un trabajo previo (Escabias, 2013). El título de aquella da cuenta de los dos estados de la investigación que plantea Escabias: *Dramaturgas del Siglo de Oro. Guía básica*. Esta realidad lleva necesariamente a preguntarse cuáles son los cambios que han permitido a su autora pasar

en tan solo una década de lo *básico* a lo *completo*. La respuesta no es sencilla, pero sí es posible advertirla a través de las leves reformulaciones que presenta el nuevo texto.

La nómina de dramaturgas presentada se mantiene apenas sin cambios. Escabias también ha conservado la estructuración primigenia que atendía a dos bloques bien diferenciados. Por un lado, las lectoras y los lectores encontrarán un capítulo dedicado a las escritoras seculares (pp. 17-103), entre las que se incluyen figuras hoy ya reconocidas y explicadas, como Ana Caro, María de Zayas o Ángela de Acevedo (para quien la creadora teatral mantiene la forma Azevedo), pero también otras con menor fortuna: Mariana de Carvajal y Saavedra, Leonor de la Cueva, Juana Teodora de Souza y otras. A cada mujer le corresponde un apartado propio de diversa extensión. Los subepígrafos presentes en cada uno de estos atienden a la misma disposición: contienen una explicación biográfico-literaria de la dramaturga, una recapitulación ordenada de su producción dramática, la relación de ediciones existentes, así como de los manuscritos encontrados y, por último, una bibliografía selecta. La misma disposición servirá para el siguiente bloque.

En este, el de las escritoras religiosas (pp. 105-148), aparecen mujeres que, a excepción de Juana Inés de la Cruz, quedaron olvidadas para gran parte de la crítica literaria. Son, por ejemplo, María de san Alberto, María do Ceo, Marcela de san Félix, Francisca de santa Teresa o Cecilia del Nacimiento. Escabias considera a esta última la escritora del poema *La transformación del alma en Dios*, texto de autoría polémica y que tradicionalmente se ha incorporado a la obra de Juan de la Cruz (p. 110). La dramaturga encuentra en la controversia un motivo más para respaldar la calidad de las obras escritas por mujeres frente a quienes tratan de negársela.

Ambos bloques aparecen flanqueados por dos dramaturgas adicionales: Paula Vicente y María Jesús de Ágreda. A Paula Vicente se le concede el primer capítulo de la obra, «La antecesora» (pp. 15-16). En él, se aborda brevemente su talento para las artes, pues fue actriz y música y escribió *O cerco de Dio*, así como diferentes tratados teóricos de carácter lingüístico. Por su parte, «la santa de Ágreda» también integra su propio apartado, «Escritoras relacionadas con el teatro español del Siglo de Oro» (pp. 151-152), donde se mencionan sus presuntas dotes sobrenaturales, que le permitían «trasladarse al Nuevo Mundo para predicar» (p. 151), capacidad que le causó diferentes

problemas con la Inquisición. Esto, en cambio, no impidió que Felipe IV buscara su consejo para aquellos asuntos relacionados con el teatro.

Cierra el recorrido por nuestro Siglo de Oro en clave femenina una sucinta y sincera reflexión de Juana Escabias titulada «Textos por descubrir y piezas anónimas por atribuir» (pp. 153-155). Si bien sirve de colofón a este esperanzador esfuerzo por rescatar de la anonimidad a tantas y tan brillantes creadoras, también recuerda al auditorio cuánto queda aún por hacer y, más importante, por dónde se puede continuar. La autora cita a otra de las grandes expertas en Ana Caro, Lola Luna, y sus descubrimientos de textos inéditos llevados a cabo en los últimos años del siglo pasado. También a otras investigadoras, como María del Carmen Alarcón, que en las últimas décadas se han adentrado en la producción conventual femenina áurea, habitualmente con resultados sorprendentes. La dramaturga tampoco ignora otra de las oscuras lagunas en la investigación del teatro del Siglo de Oro escrito por mujeres: la producción en los territorios novohispanos, que propone como otra de estas sugerentes líneas de trabajo y que avala con los resultados ya obtenidos por quienes lo hicieron antes, por ejemplo, menciona los análisis de Asunción Lavrin, Rosalía Loreto, María Sten o Raquel Gutiérrez Estupiñán.

Por último, el trabajo de la directora, dramaturga y profesora concluye con un valioso aporte de bibliografía general en torno a la creación dramática femenina en el Siglo de Oro (pp. 157-166). Como se indicó antes, esta relación de estudios deriva de la *Guía básica* (2013), aquí contrastada, actualizada y aumentada con las principales novedades de la nueva década (2013-2022). Estas, en total, suman casi un centenar de nuevos testimonios que contribuyen a seguir arrojando luz sobre la cuestión abordada. El listado completo presenta, además de tales novedades, conocidos repertorios y catálogos teatrales elaborados durante los siglos XIX y XX hasta novedosas investigaciones escritas en el último tercio del XX que, en muchos casos, continúan en la actualidad.

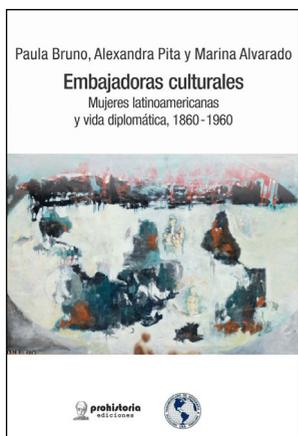
En conclusión, *Dramaturgas del Siglo de Oro. Guía completa* supone un trabajo valioso por diferentes motivos. En primer lugar, lo es porque nace de la reflexión crítica y de la tarea investigadora de una profesional de la literatura que conoce bien el teatro en todas sus dimensiones; en segundo lugar, se trata de un texto con un marcado tinte didáctico —y este rasgo enlaza con el último argumento—, pues aspira a servir de asidero para nuevos análisis

que partan de las conclusiones presentadas por Escabias para asumir nuevas líneas, nuevas ópticas e, incluso, nuevas dramaturgas aún no recuperadas. Esta guía supone, en definitiva, una invitación obligada a desafiar nuestro canon literario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Escabias, J. (2013). *Dramaturgas del Siglo de Oro. Guía básica*. Huerga y Fierro Editores.

Huerta Calvo, F. J. (2013). Prólogo. En J. Escabias, *Dramaturgas del Siglo de Oro. Guía básica* (pp. 9-12). Huerga y Fierro Editores.



Review of / Reseña de: Bruno, Paula, Alexandra Pita y Marina Alvarado. *Embajadoras culturales. Mujeres latinoamericanas y vida diplomática, 1860-1960*. Rosario: Prohistoria Ediciones, 2021. 166 pp. ISBN: 978-987-809-015-3

LORENA PAZ LÓPEZ

The Graduate Center, CUNY
Nueva York, Estados Unidos

loren.paz.lopez@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-9103-7145>

¿Cuál fue la agencia de las mujeres latinoamericanas en la vida diplomática de sus países entre 1860 y 1960? Esta es la pregunta principal que el libro *Embajadoras culturales. Mujeres latinoamericanas y vida diplomática, 1860-1960* coordinado por Paula Bruno trata de responder a lo largo de sus páginas. El volumen es un trabajo relevante y uno de los pioneros que aborda la participación de las mujeres en la diplomacia, un campo desplegado desde hace un par de décadas en Europa y Norteamérica, pero todavía poco explorado en la región latinoamericana. Con el término «embajadoras culturales», acuñado por Bruno y presente en el título del libro, se hace referencia al papel que las mujeres estudiadas ejercieron tanto como mediadoras en la esfera política, como articuladoras de relaciones en el mundo diplomático y como representantes a diferentes niveles de los intereses de sus naciones en el exterior (p. 15).

Para incorporar los estudios de género al ámbito de los estudios diplomáticos estas autoras llevan a cabo dos movimientos principales sobre los que pivota la novedad del enfoque del volumen. Por un lado, amplían la

noción de diplomacia de tal forma que entienden que en el ejercicio de esta «lo personal también es político» y la división entre espacio íntimo o privado y lo público no resulta fructífera para dar cuenta de la labor de las mujeres en la diplomacia (de ahí que en el título esté presente el sintagma «vida diplomática»). Por otro lado, y vinculado a lo anterior, exploran un archivo poco acostumbrado que excede las fuentes institucionales donde encuentran información y datos históricos acerca de las diferentes labores llevadas a cabo por las mujeres en la diplomacia y prestan atención a aspectos poco explorados que ofrecen nuevas perspectivas, como es la relevancia de la performatividad en el ejercicio diplomático. En las dos primeras partes del libro predomina el uso de las fuentes provenientes de la prensa periódica, más concretamente de la crónica social, género discursivo que, como señala Alvarado, resulta fundamental para estudiar las mujeres en la vida diplomática de la época ya que, por un lado, funge como espacio laboral que les permite acceder a un trabajo extradoméstico vinculado con la cultura y la escritura y, por otro lado, es uno de los pocos espacios que dieron cuenta de la presencia de las mujeres en los eventos diplomáticos (p. 105). En la última parte del volumen predomina el archivo de lo privado, con un riguroso examen de la correspondencia personal de las embajadoras que, en palabras de Pita, «revelan los entramados internacionales y permiten detectar redes de y entre diplomáticas y expertas» (p. 130).

El volumen se abre con un estudio preliminar elaborado por Bruno donde se hace una panorámica de la bibliografía existente acerca de los estudios diplomáticos más recientes y, más concretamente, sobre el análisis de la participación de las mujeres en la diplomacia, agrupados en diferentes tendencias que permiten comprender el estado del campo y ofrecen claves de lectura para los capítulos que conforman el libro. *Embajadoras culturales* participa de la línea de pensamiento de la llamada «nueva historia diplomática» –que revisa y trasciende las historias estrictamente institucionales y pone atención en las vivencias de los agentes participantes de tramas internacionales–, dentro de la cual se ha desarrollado la «nueva historia cultural de la diplomacia» que incorpora en sus enfoques los estudios de género. Asimismo, los estudios desarrollados en este libro ponen el acento en los diferentes roles que desempeñaron las mujeres en la vida diplomática, que transitan desde papeles no oficiales como «esposas de» –como el caso

de Guillermina Oliveira César– o el acceso profesionalizado a la actividad –como en el de Gabriela Mistral–. Pero los análisis aquí desarrollados no solamente se ocupan de pensar las oportunidades que los viajes, la posición y el contexto transnacional ofrecieron a estas mujeres, sino que también ponen de relieve las limitaciones y dificultades que –a veces por su género y otras por su nacionalidad– encontraron en sus acercamientos a la esfera diplomática.

En la primera parte de la obra, titulada «Eduarda Mansilla, Guillermina Oliveira César y Ángela Oliveira César. Entre ámbitos diplomáticos y circuitos transnacionales», Bruno analiza cómo estas tres mujeres argentinas vivieron la experiencia diplomática y su relación con los contextos transnacionales proviniendo de una nación todavía reciente cuyo servicio exterior estaba en pleno desarrollo: Eduarda Mansilla y Guillermina Oliveira como esposas de diplomáticos y Ángela Oliveira como participante de acciones católicas cuyas iniciativas devendrían institucionalizadas como símbolo de fraternidad entre naciones. A través de la revisión de un vasto número de crónicas sociales de la prensa de la época y mediante una relectura del canónico texto *Recuerdos de viaje* (1880) de Mansilla y de textos autobiográficos como las memorias del hijo de Mansilla que operan como archivos que contienen información sobre el interior de la vida diplomática, Bruno expone las ventajas y limitaciones que Mansilla y Guillermina experimentaron en sus viajes y actos en el exterior. Estas fuentes permiten dilucidar cómo estas embajadoras diplomáticas fueron vistas y recibidas en el contexto transnacional, cómo los lazos personales podían borrar las distancias culturales, de qué forma cualidades como el carisma, la elegancia o la simpatía tuvieron incidencia en los contextos diplomáticos y qué tipo de redes y contactos supieron tejer durante sus años como agentes de la diplomacia. El caso de Ángela Oliveira le permite a Bruno analizar cómo su iniciativa de emplazar un cristo en la cordillera como símbolo de fraternidad entre Chile y Argentina, poco apoyada a nivel local, alcanza reconocimiento internacional hasta el punto de obtener la nominación al Premio Nobel de la Paz convirtiéndose así en un claro ejemplo de lo que Bruno denomina, siguiendo la terminología de Biltekin, «diplomacia cultural no estatal» (p. 83).

La sección escrita por Alvarado, «Carmen Bascuñán, Emilia Herrera y Amanda Labarca. Entre vínculos familiares, mediaciones y responsabilidades

internacionales», se ocupa de estudiar cómo estas tres mujeres chilenas, antecesoras de Gabriela Mistral, colaboraron en la creación de vínculos entre Chile y otros países, en la articulación de redes de contacto y colaboración con figuras políticas y culturales de relevancia internacional –como el pintor francés Raymond Monvoisin, que retrató a Bascuñán y a Herrera, o los intelectuales argentinos exiliados en el país–. En esta parte Alvarado propone dos términos que resultan fundamentales no solo para entender la problemática de las mujeres chilenas analizadas, sino que devienen fructíferos para pensar en la actividad general de las mujeres en la diplomacia: el concepto «intradiplomacia», entendido como las «estrategias de socialización, legitimación y construcción de redes personales e individuales», y la noción «oficio diplomático» que hace referencia a «las asignaciones adecuadas para ser desempeñadas por las mujeres consortes de quienes encabezan las misiones diplomáticas», entre las que se encuentran, por ejemplo, escribir cartas o recibir invitados (p. 98).

En la tercera y última parte del libro, titulada «Gabriela Mistral, Palma Guillén y Concha Romero. Entre amistades, redes intelectuales y organismos de cooperación», Pita explora la relación entre la diplomática chilena Mistral, y las mexicanas Guillén –primera mexicana en ocupar un cargo diplomático– y Romero –que desarrolló un papel destacado en la Unión Panamericana–. Estas mujeres actuaron como mediadoras a nivel cultural y político entre diferentes regiones americanas y entre Latinoamérica y Europa y Estados Unidos. Las relaciones personales que establecieron entre las tres y con otras mujeres relevantes en la esfera pública del momento, como la argentina Victoria Ocampo o la exiliada española María de Maetzu, repercutieron en el acercamiento y colaboración de sus respectivas naciones. El análisis que Pita realiza basado en la correspondencia privada de estas tres figuras le permite dar cuenta de que, pese a que todas ocupaban cargos diplomáticos oficiales y no eran «esposas de», esto no les garantizó ni un nivel de vida cómodo a nivel económico ni la obtención de cargos de primera categoría. La diplomacia estatal se presentó para estas mujeres como un lugar más hostil que la diplomacia cultural, donde parecían, según el estudio aquí desarrollado, sentirse más cómodas y protegidas.

Embajadoras culturales se presenta como un estudio de análisis riguroso, donde se puede apreciar un diálogo y cohesión entre las tres partes que lo

conforman. El ensayo se establece como una lectura de referencia en el incipiente campo de los estudios de mujeres y diplomacia en América Latina tanto por su enfoque novedoso –que hace hincapié en las interrelaciones entre la esfera pública y la privada y en el carácter performativo del oficio diplomático–, como por el archivo consultado –crónica social, correspondencia personal o textos de carácter autobiográfico– y por las nuevas nociones que despliega para entender la amplia y diversa agencia de las mujeres en la vida diplomática de sus países.



Review of/ Reseña de: Cazorla Castellón, Antonio. *Una mujer inconveniente. El compromiso feminista en la obra periodística de Elvira Lindo*. Almería: Universidad de Almería, 2023. 392 pp. ISBN: 978-84-135-1197-9

GEMMA J. VICIEDO CHECA

Universidad de Almería

Almería, España

gvc724@ual.es

<https://orcid.org/0000-0001-8487-1468>

Desde el título, *Una mujer inconveniente. El compromiso feminista en la obra periodística de Elvira Lindo*, Antonio Cazorla Castellón ha reflejado, basándose en cuarenta y nueve artículos de opinión (1999-2022), la evolución del discurso feminista de Elvira Lindo a lo largo de su carrera periodística. En orden cronológico, esta investigación se ha abordado teniendo en cuenta siete temáticas que, a su vez, evidencian la polivalencia de la autora: la sexualidad femenina, la maternidad, la prostitución, la violencia machista, el machismo estructural, el movimiento feminista y los derechos LGTBI. De este modo, el autor pretende que se reconozca, por un lado, la labor periodística de la creadora de *Manolito Gafotas* en el panorama académico, pues es consciente de que la proyección de los medios de comunicación infravalora su valía. Y, por otro, la lucha feminista que revelan sus textos.

El volumen se abre con un exordio, «Elvira Lindo, articulista». Seguidamente situamos el cuerpo de la obra, compuesto por siete capítulos y un cierre dividido en dos partes: «Lo que queda por explotar», en el que resume de manera brillante el contenido de esas «siete paradas» (p. 346)

que realiza Elvira Lindo y alienta a los investigadores a seguir indagando en su producción, indicando algunas de las líneas de investigación que pueden seguir. Y una rica sección de «Referencias bibliográficas ordenadas por capítulos».

Como hemos adelantado, el primer apartado se titula «Elvira Lindo, articulista». En el mismo, Cazorla se remonta al año 1981 para trazar la trayectoria periodística de la escritora, a la vez que expone sus rasgos más característicos. Siguiendo la estela de Mariano José de Larra, por una parte, Lindo emplea la ironía, la crítica y el compromiso social. Por otra, confronta la realidad norteamericana y la española con el fin de romper estereotipos. Igualmente, destacamos tanto la hibridación entre periodismo y literatura de sus artículos como su intención de crear un lenguaje propio.

En el primer capítulo, «La invisibilidad de la sexualidad de las mujeres», Antonio Cazorla analiza tres artículos escritos entre 2015 y 2018 en los que Elvira Lindo denuncia la escasa información que aportan los medios de comunicación sobre la sexualidad femenina y la falsa creencia sobre la «asexualidad» en la mujer de edad avanzada. Esta es la razón por la que insta a la comunidad femenina a expresar con naturalidad el deseo erótico, aunque es consciente de que, dada la influencia restrictiva del franquismo y el catolicismo, la mujer no tiene un lenguaje sexual femenino satisfactorio.

Otro tema tabú al que alude es la menstruación, concretamente critica en la columna «Ya eres mujer» (2017) la ausencia de referencias en la literatura universal, dado su carácter androcéntrico. No obstante, Elvira Lindo reconoce que la teoría literaria feminista en los años setenta promovió su proyección en la literatura y ennoblece la labor de visibilización de Simone de Beauvoir en *El segundo sexo*, Rosa Montero en *La loca de la casa* o Doris Lessing en *El cuaderno dorado*.

En el segundo capítulo, «La maternidad más allá del esencialismo», se estudian seis artículos publicados entre 2004 y 2017 acerca de la discriminación que experimentan las madres en el ámbito sociocultural y laboral. La autora no niega la maternidad ni reconoce que sea una forma de opresión, como interpreta Simone de Beauvoir desde el feminismo de la igualdad, sino que se centra en el sistema que motiva esta desigualdad entre hombres y mujeres en el entorno laboral.

Siguiendo su propósito de derribar mitos o tópicos discriminatorios, Lindo censura la postura sensacionalista con la que los medios de comunicación tratan a las mujeres. Acentuamos la representación de la «mala madre», que la escritora invita a sustituir por «negligente» para otorgarle un nuevo significado a este estereotipo. Al igual que defiende la desmitificación de los primeros años de la maternidad, asegurando que la mejor etapa es la madurez del hijo o hija.

En cuanto al tratamiento del aborto, entre 2008 y 2022, Lindo ha señalado la necesidad de una ley de plazos y se ha dirigido a los detractores de la interrupción voluntaria del embarazo, aseverando que estas acciones infantilizan a la mujer y coartan su libertad. Asimismo, en su afán de aproximar la cultura estadounidense y la española, advierte que el discurso de Estados Unidos sobre el aborto y la planificación familiar de los sectores más conservadores ha calado en España.

En el tercer capítulo, «La prostitución a debate», el autor revisa los artículos comprendidos entre 2000 y 2016, en los que Elvira Lindo asume una posición abolicionista de la prostitución. De este modo, mantiene que los medios de comunicación y la literatura han contribuido a normalizar la prostitución, a reforzar su vínculo con la delincuencia y a perpetuar estereotipos y roles de género. Cabe destacar que la autora no solo reclama que se adopten más medidas de protección, sino que comencemos a centrarnos en la figura del cliente y del proxeneta.

En «La denuncia de la violencia machista», Antonio Cazorla apunta que los artículos redactados desde 1999 hasta 2019 permiten constatar la evolución de la conciencia feminista de Elvira Lindo, iniciada en la columna «Mar Herrero». En todos ellos distinguimos una temática común: la violencia y el abuso ejercido sobre niñas y mujeres en distintas partes del mundo, que, a su vez, puede enlazarse con el carácter intercultural del feminismo que promueve. Además, Lindo inmortaliza el nombre de algunas víctimas de violencia, como Anita Hill o Ana Orantes, que han supuesto un precedente en la historia de la violencia machista. Y, finalmente, alerta a la ciudadanía de la entrada de la ultraderecha al Parlamento de Andalucía, quienes exigen la erradicación del concepto de «violencia machista».

Seguidamente, en «El machismo estructural», Cazorla reúne artículos escritos entre 2003 y 2017 sobre distintos asuntos. Primero, Lindo homenajea

a las mujeres de la generación anterior a la suya, quienes vivieron la represión de la dictadura y la posguerra. Segundo, reflexiona sobre el sistema de cuotas que se implantó en la política española, reconociendo que, aunque es una medida que pretende enmendar la desigualdad entre hombres y mujeres en los poderes públicos, no ha de ser permanente.

Tercero, analiza los excesos de la corrección política en Estados Unidos y su influencia en España, para, a continuación, detenerse en la acusación de misoginia de Anna Caballé en su *Breve historia de la misoginia* (2006) por su personaje femenino de *Tinto de verano*. No obstante, como se demuestra a lo largo de esta obra, la escritora, a través del humor, tiene la intención de subvertir los estereotipos femeninos, nunca de perpetuarlos. Por último, Lindo censura el paternalismo, la invisibilización y la ocupación de todos los espacios del hombre, adoptando la terminología feminista norteamericana: *manspreading* y *mansplaining*.

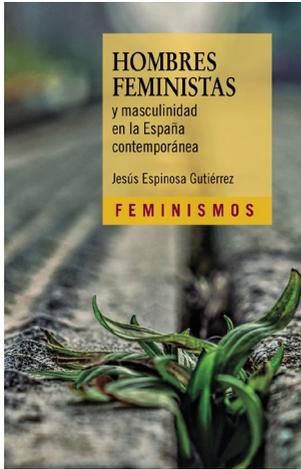
En el sexto capítulo, «El movimiento feminista», se han seleccionado nueve artículos producidos entre 2008 y 2019. En ellos, Elvira Lindo mantiene que tanto la cultura patriarcal como el propio movimiento feminista han avivado la segregación de sexos. La periodista enumera algunas de las tareas pendientes que estos colectivos debieran llevar a cabo, esto es, la erradicación de las raíces machistas, la eliminación de la brecha salarial y el techo de cristal, el lenguaje sexista, la revalorización de la maternidad y la reeducación del varón para subvertir la masculinidad más tradicional.

Asimismo, reprocha la ausencia de presencia femenina en las estructuras de poder, poniendo como ejemplo a la Real Academia Española, así como la hibridación entre el feminismo y el capitalismo, que está originando la mercantilización de lemas feministas. También distinguimos su homenaje a las mujeres que contribuyeron a la elaboración de la Constitución, reconociendo, a su vez, que el feminismo debiera asumir una conciencia de clase que rememore la labor de aquellos que no pertenecen a las élites profesionales.

En el último capítulo, «El compromiso con los derechos LGTBI», Cazorla examina las columnas de opinión elaboradas por la periodista desde 2007 hasta 2021 donde defiende el respeto y la aceptación a la diversidad. Lindo evoca algunos episodios en los que se condena al colectivo a la marginación y al ostracismo por parte de la Iglesia y determinados sectores políticos.

Además de reprochar la falta de empatía de los sectores del feminismo hacia el colectivo trans.

En definitiva, Antonio Cazorla Castellón ha llevado a cabo una excelsa recopilación de textos en los que completa la mirada de género de Elvira Lindo –dominada por la empatía y la sororidad–, explorando diferentes teorías feministas y aportando un extenso apartado final de referencias bibliográficas. Aunque señala la dificultad que conlleva insertar a la escritora en una corriente teórica del movimiento concreta. Asimismo, es particularmente plausible desde el punto de vista académico que el autor trate de despertar el interés del lector por la figura de Elvira Lindo e invite al resto de investigadores a continuar su pesquisa.



Review of/ Reseña de: Espinosa Gutiérrez, Jesús. *Hombres feministas y masculinidad en la España contemporánea*. Madrid y Valencia: Cátedra y Publicacions de la Universitat de València, 2022. 400 pp. ISBN: 978-84-376-4501-8

FRANCISCO JIMÉNEZ AGUILAR
Universidad del País Vasco/Euskal Herriko
Unibertsitatea
Leioa, España
franciscojesus.jimenez@ehu.es
<https://orcid.org/0000-0002-6194-5089>

No sin razón la alianza entre el feminismo y los hombres despierta suspicacias. El machismo y diversas interpretaciones niegan categóricamente que los varones puedan ser sujetos feministas. De forma sucinta, unas posturas se basan en el sexismo realmente existente de las comunidades masculinas y patriarcales, mientras otras lo hacen en la creencia de que existe un elemento esencial que impide a los varones mantener relaciones igualitarias. Cosa distinta son otras posiciones basadas en la evidencia histórica que demandan liderazgos, organizaciones y espacios exclusivamente femeninos. Es importante recordar que todos los hombres no estuvieron en contra de los avances en derechos y libertades femeninas, del mismo modo que todas las mujeres no han actuado –ni se les ha reconocido actuar– en un sentido feminista siempre. La historia de la igualdad de género no puede entenderse sin unos y otros, siempre y cuando se esté dispuesto a reconocer la diversidad de ambos. Dicho esto, no cabe duda de que la responsabilidad de esta desigualdad recae del lado masculino, ¿pero qué sucede con el cambio? Aunque

defendamos que las mujeres deban liderar la transformación social, ¿deben hacerlo sin la solidaridad masculina?

Son estos planteamientos los que permiten situar *Hombres feministas y masculinidades en la España contemporánea* (2022), un esfuerzo historiográfico inédito hasta la fecha en este país. En las últimas décadas, las historiadoras han llevado a cabo enormes avances en la historia del feminismo. El reciente XXI Coloquio Internacional de la Asociación Española de Investigación de Historia de las Mujeres (AEIHM) fue una buena muestra de ello. No obstante, son aún escasos los acercamientos al lugar de los varones en el movimiento feminista. ¿Cuáles han sido las claves que han posibilitado la gestación de una obra así? Una de ellas es la madurez de la historiografía del feminismo. Esta ha permitido reconstruir su historia, protagonistas y objetivos. Intelectualmente, también ha tenido mucho que ver la influencia anglosajona y francesa, dada la formación académica de Jesús Espinosa Gutiérrez y la supervisión de la catedrática María Jesús González Hernández, gran especialista en la historiografía británica. Sin olvidar la militancia de su autor en la rama cántabra del Movimiento de Hombres por la Igualdad, que desde finales del pasado siglo viene proponiendo formas *noviolentas* de masculinidad. Creo que estos tres elementos permiten entender el interés por el tema, su diálogo con distintas tradiciones de pensamiento y el claro fin de reflexionar desde la historia y el activismo sobre el papel de los hombres en la lucha por la igualdad de género, prestando especial interés a sus límites y potencialidades.

El título de este trabajo abarca un periodo de tiempo más amplio que el abordado en sus páginas. En realidad, la cronología va desde la Primera República hasta el inicio de la Guerra Civil (1873-1936). El texto establece a su vez una división en dos partes, una historiográfica y otra de análisis propiamente histórico de esta época. La última parte le ha llevado a realizar una relectura de las fuentes políticas de este periodo (conferencias, monografías, periódicos y revistas, entre otras) que la historia de las mujeres precedente ignoró o no consideró por su autoría. Se trata de una lectura a «contrapelo» del movimiento feminista y de las culturas políticas españolas, pues rescata voces obviadas y aborda una faceta de personajes bien conocidos que no había sido tan discutida como su compromiso por la igualdad con

las mujeres. El creciente interés por el pasado del feminismo ha facilitado esta tarea, pero esto ha requerido de un concienzudo giro de perspectiva.

Para lograr este viraje, la primera parte tiene como objeto definir el concepto de «hombre feminista» y su desarrollo en otros casos occidentales como los de Alemania, Estados Unidos, Francia y Reino Unido. En estos dos primeros capítulos no solo realiza un ejercicio meramente conceptual, sino también historiográfico que le lleva al estado de la cuestión sobre la genealogía del uso de la palabra feminista y su adjetivación al «primer sexo». Así, Espinosa Gutiérrez señala que los primeros usos de esta palabra en el siglo XIX remitieron a aquellos varones que por su psicología o su acción política no se amoldaban a los modelos de masculinidad dominantes. Por otro lado, retorna a la distinción entre los conceptos de «profeminista» y «feminista» a partir de las investigaciones de Michael Kimmel en torno a los grupos de hombres igualitarios. Tras desgranar los argumentos del archiconocido sociólogo estadounidense, opta por hablar de «feministas», basándose en su posicionamiento coetáneo en favor de los cambios, aunque tuvieran que lidiar al mismo tiempo con su aparente fidelidad a los tipos de masculinidad hegemónicos. Esto le sirve para operar con una categoría de feminista «sin prejuicios» que, precisamente, le permite incidir en la necesidad del estudio de los procesos de subjetivación y las condiciones históricas que generaron estas actitudes feministas, por más que a ojos del presente no puedan considerarse plenamente como tales.

La segunda parte se centra en las distintas culturas políticas de todo el arco ideológico en las que tomaron parte tales hombres feministas. En cada uno de sus capítulos, en un orden más o menos cronológico, atiende a los posicionamientos de personajes como el liberal Cristóbal de Castro, el krausista Adolfo González Posada, el socialista Santiago Valentí i Camp o el anarquista Francesc Ferrer i Guàrdia. Estudia los argumentos de cada uno sobre el amor libre, la coeducación, el acceso a la universidad, la familia, la participación en el mercado de trabajo o el voto. Indudablemente, como refleja su propio autor, no puede hablarse de ninguno de estos hombres como un feminista *per se*. Eso requeriría un trabajo biográfico y prosopográfico mucho más ambicioso de lo que las fuentes disponibles posiblemente ofrecen en la mayoría de los casos, que aun así merecería la pena intentar. Sea como fueran, este posicionamiento político les conecta a muchas contemporáneas

que desde las mismas culturas políticas o las asociaciones femeninas defendieron y lucharon por una mayor libertad para las mujeres. Cabe preguntarse a partir de aquí si otros personajes, que con dificultad puedan adscribirse a una de estas corrientes ideológicas, fueron a su vez feministas. Tal vez artistas, científicos, profesionales liberales o religiosos que realizaron intervenciones en pro de las mujeres y representaron otros modelos de masculinidad desde los medios convencionales de la esfera política liberal o espacios sociales alternativos.

Entre las principales conclusiones de esta monografía está el papel copartícipe de los hombres en el auge del feminismo en España. Aun cuando siguieran siendo «hombres», muchas mujeres demandaron su apoyo –también para actuar de forma autónoma a ellos–, reconocieron su valor político y supieron ver sus límites, reflejando así otras formas de crítica feminista desde el activismo. El autor tampoco se contenta con un ejercicio simplificador a la hora de caracterizarlos. Los presenta ante algunas de sus contradicciones dentro de una serie de regímenes y órdenes de género. La caballerosidad, el paternalismo o la coeducación pudieron relajar la desigualdad, pero en ningún caso cuestionaron la ubicua hegemonía del varón. Es más, muchas veces la actualizaron a las nuevas condiciones culturales, económicas y políticas decimonónicas y del periodo de entreguerras. Esta es una de las grandes potencialidades de esta obra que no se limita a un catálogo de «acciones feministas» realizadas por varones, sino que se pregunta por su lugar de enunciación, sus estrategias, su finalidad y el impacto de estas actitudes en la masculinidad y las relaciones constitutivas de la diferencia sexual.

De ahí que el trabajo realice tal esfuerzo por teorizar la idea de «hombre feminista» en la historia. Creo que el haber establecido una clasificación provisional de los distintos hombres feministas podría haber permitido comprender su evolución histórica, a la par que explicar en el presente las actitudes masculinas ante el movimiento feminista y las masculinidades hegemónicas en el pasado. Ahí sí que habría tenido cabida cualquier apreciación relativa al grado y al tipo de «feminismo» de los protagonistas de estas páginas. Obviamente, este esfuerzo requiere de una investigación de mayor recorrido que el propio Jesús Espinosa Gutiérrez emprendió en su tesis doctoral y que deberá continuar en el futuro. No por casualidad este libro engrosa el catálogo de la colección *Feminismos* de las editoriales Cátedra

y Publicacions de la Universitat de València. De ahora en adelante, ya no podrá escribirse una historia política contemporánea ajena al machismo de sus protagonistas ni una historia del feminismo español que no sea cada vez para más gente.



Review of/ Reseña de: Navas Ocaña, Isabel y Dolores Romero López. *Ciberfeminismos, tecnotextualidades y transgéneros*. Vizcaya: Universidad de Almería y Ediciones Complutense, 2023. 396 pp. ISBN: 978-84-669-3792-4

PATRICIA GARCÍA SÁNCHEZ-MIGALLÓN

Universidad Nacional de Educación a Distancia
Madrid, España

pgsanchezmigallon@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1135-6574>

Tras el atrayente título *Ciberfeminismos, tecnotextualidades y transgéneros* las editoras Isabel Navas Ocaña y Dolores Romero López han reunido dieciséis contribuciones académicas que reflexionan en torno a la literatura digital en español escrita por mujeres. Esta literatura se ha ido acrecentando en las últimas décadas gracias a una pluralidad de voces que han permitido la proliferación de temas, motivos y géneros propios del formato digital, el cual permite la fluidez y la configuración de la identidad propia de nuestro tiempo de manera impecable. Todo el volumen posee una reseñable perspectiva transatlántica, si bien centrada en la producción hispánica, que enriquece la visión y las relaciones entre las diferentes autoras, cuyas creaciones se han visto influidas por la cosmovisión que abunda en el medio digital. Las diferentes colaboraciones se agrupan en cuatro bloques temáticos bien diferenciados; en un primer lugar, encontramos precisamente un apartado denominado «Cartografías transatlánticas», que cuenta con las aportaciones de Maya Zalbidea, Ana Cuquerella, María Isabel Morales, Claudia Kozak y Thea Pitman, donde colectiva y progresivamente realizan un recorrido

panorámico desde las creadoras y los proyectos más pioneros, por ejemplo, la colección *International Electronic Literature by Women Authors 1986-2022*, hasta la vanguardia más actual donde se establece una genealogía de mujeres creadoras unidas bajo la idea de un constructo relativo basado en la ética feminista del cuidado. Además, este bloque asienta las bases teóricas y críticas que explican fenómenos como el paso del hipertexto al algoritmo, las diferentes estrategias de apropiación textual o el universo de las redes sociales. En este recorrido también se pone de manifiesto la evolución creativa que acaece desde los años 2000 hasta la actualidad y se reflexiona sobre los temas más tratados en la literatura digital escrita por mujeres: la soledad, el aislamiento, el suicidio, las críticas sociales en clave feminista o la falta de espiritualidad. Por otro lado, se constata la tensión existente en esta literatura entre la creatividad del presente y los discursos culturales heredados y la progresiva incorporación de medios audiovisuales, en una búsqueda flagrante de un «arte total» que aglutine texto, imagen y sonido. Igualmente, se profundiza en el grado de implicación de la literatura digital en español en la búsqueda de nuevas identidades multiculturales y transnacionales, que a menudo dialogan con los conceptos heredados de memoria, historia, cuerpo o feminidad, y se reflexiona sobre la entidad propia del ciberfeminismo como movimiento activista.

En segundo lugar, encontramos un bloque denominado «Con voz propia», pues la reflexión en torno a la práctica artística se realiza tanto por parte de las propias creadoras, como es el caso de este bloque, que cuenta con las contribuciones de Belén Gache, María Mencía, Tina Escaja y Alex Saum, como por parte de la crítica, como se verá en el bloque sucesivo. Belén Gache realiza un repaso de su obra y de su trayectoria y analiza las similitudes entre su propia circunstancia y las de Mary Shelley y Ada Lovelace, con quienes se siente muy identificada. María Mencía presenta su último proyecto de arte digital interactivo, *Voces invisibles. Mujeres víctimas del conflicto colombiano*, a través del cual pretende crear una memoria colectiva del conflicto a partir de los testimonios de mujeres colombianas que lo vivieron. Por su parte, Tina Escaja invita a la meditación sobre la pandemia del COVID y, a partir de testimonios anónimos que cuentan experiencias personales relacionadas con la pandemia, busca construir un poema que no sea un CAPTCHA; en definitiva, ahonda nuevamente en la relación entre el ser humano y la

tecnología, revisitada tras los lazos establecidos en pandemia. En último lugar, Alex Saum explica en primera persona sus varios proyectos poéticos, que se basan en recolectar datos a partir de encuestas y utilizarlos con fines artísticos, a la vez que calibra y sopesa qué hacen con estos datos las grandes corporaciones cuando los «donamos» alegremente en plataformas como Youtube. Tal y como ella apunta, para la mayoría de las usuarias continúa siendo invisible esta mano algorítmica y, por lo tanto, el funcionamiento de las tecnologías de inteligencia artificial; así, Alex Saum invita e interpela a una profunda reflexión sobre la relación entre la corporalidad y el mundo digital y entre el capitalismo tardío y la creatividad digital, al mismo tiempo que contribuye con sus creaciones a la genealogía de mujeres creadoras de literatura digital. En este sentido, podemos apuntar una característica que aúna a las cuatro creadoras del bloque: su implicación social y su deseo transformador a partir de la literatura.

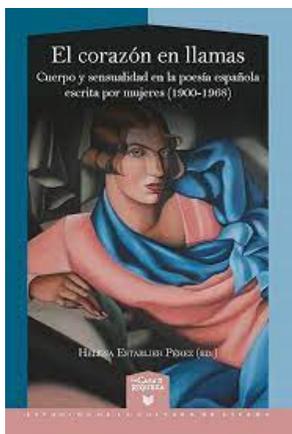
En tercer lugar, se encuentra el bloque llamado «Las voces de la crítica», en el cual las investigadoras Gioconda Marún, Yolanda de Gregorio, Laura Lozano, María Teresa Vilariño, Miriam Borham y Daniel Escandell analizan la obra de las autoras del segundo bloque, con lo cual se produce un muy sugestivo e interesante diálogo entre crítica y autoras. Se inicia el bloque con el análisis de la obra de Belén Gache y se pone de manifiesto su voluntad de quebrantar los principios de la semiótica tradicional y de reinventar los signos poéticos. Se continúa con una revisión de la poética de María Mencía, donde se profundiza en la idea de la integración de lo visual en su obra, más allá de la dimensión lingüística del texto. Asimismo, se conceptualiza su poesía como instrumento de memoria colectiva de la historia del exilio republicano español. Se prosigue con la revisión del concepto de poesía digital y el cuestionamiento del canon literario desde el medio digital a partir del análisis de la producción código-oleatoria de Tina Escaja y, finalmente, se concluye el bloque con el reconocimiento de la obra de Alex Saum, caracterizada por la reivindicación intercultural y la insumisión contrahegemónica, incluso a veces en contra de sus propios intereses.

En último lugar, encontramos el bloque «Las autoras y sus lectoras», dedicado a explorar la relación entre lectoras y autoras en la actualidad a través de la red. Primeramente, encontramos la aportación de Azahara Sánchez sobre la creación y la difusión de la obra de Megan Maxwell; el

punto de partida es la redefinición del concepto de autoría y del concepto de lectura, pues, en el caso de Maxwell sus lectoras, las llamadas «Guerreras», no solo leen el texto, sino que contribuyen a su configuración gracias a sus aportes a través del contacto digital con la autora. Seguidamente, observamos el artículo de Liao Liang en el que se ocupa de las plataformas digitales y las comunidades virtuales creadas en Wattpad. A través de un análisis de caso de la ficción *Golpeada*, una ficción serial que versa sobre el maltrato hacia la mujer, analiza el poder transformador de la literatura a nivel global a partir de Wattpad, así como de la sociedad gracias al compromiso social de gran parte de su comunidad.

Cabe destacar que adicionalmente a los cuatro bloques ya señalados, se puede leer una completísima introducción realizada por las editoras que demuestra el interés, el cuidado y el detalle con el que han realizado su labor. De igual forma, al final encontramos las biobibliografías de todas las colaboradoras, último testimonio de la red colectiva que se construye, o más bien se afianza, gracias a esta publicación.

Para concluir, es preciso apuntar las buenas prácticas académicas de las que se hace gala a lo largo de todas las contribuciones, por ejemplo, el uso de un lenguaje inclusivo que contribuye a normalizar esta práctica dentro del ámbito académico. Baste añadir que, tal y como se desprende de la lectura de la obra, la literatura digital en español escrita por mujeres vislumbra un cautivador recorrido futuro.



Review of / Reseña de: Establier Pérez, Helena (Ed.). *El corazón en llamas. Cuerpo y sensualidad en la poesía española escrita por mujeres (1900-1968)*. Madrid: Iberoamericana-Vervuert, 2023, 421 pp. ISBN: 978-84-9192-343-5

AZAHARA SÁNCHEZ-MARTÍNEZ

Universidad de Almería, Almería, España

azaharasm@ual.es

<https://orcid.org/0000-0002-8792-5772>

La poesía está inevitablemente marcada por la historia. No existe verso que no esté modulado por el devenir de una vida concreta ubicada en un específico momento histórico. Y cada vida se materializa en un cuerpo, de hombre o de mujer, ensalzado o reprimido, cuidado o roto. La voz poética femenina, la que nace y se proyecta desde un cuerpo de mujer con su propia interpretación del mundo, ha tenido que batallar siempre contra una construcción social que, en principio, era excluyente y que, con el tiempo, fue derivando en todo un imaginario de imposiciones restrictivas que mermaban sus posibilidades expresivas. Mas no todas las poetisas concibieron su escritura del mismo modo. Las tensiones internas derivadas de su particular forma de confrontar una realidad estrecha se concretaron en reivindicaciones dispares de la identidad femenina a partir de su poética, algunas más transgresoras y otras más sugerentes o tímidas.

En *El corazón en llamas. Cuerpo y sensualidad en la poesía española escrita por mujeres (1900-1968)* encontramos un exhaustivo análisis de la inscripción del cuerpo y la sexualidad femenina en la obra poética de algunas de

las principales poetas del pasado siglo. Helena Establier Pérez, editora de este ambicioso volumen colectivo, proporciona en su esmerada introducción tanto las circunstancias sociales e históricas que moldearon la labor poética de las autoras examinadas en sus páginas como el contexto epistemológico de la investigación.

De este modo, la nómina de poetas se circunscribe a once nombres, nacidas todas ellas antes de la Guerra Civil española y cuyo corpus poético seleccionado no se extiende más allá de 1968, año en el que la crítica coincide en ubicar el inicio de nuevas vías poéticas. Todas estas poetas comparten, por tanto, escenario histórico, un periodo convulso azotado por una guerra y que culminó en una dictadura que impuso un modelo de mujer plegado a las exigencias de una sociedad patriarcal de raigambre cristiana. Desde una perspectiva de género y en aras de rescatar para la historia literaria a las poetas de la primera mitad del siglo XX, las investigadoras y los investigadores que participan en este volumen, entre ellos la propia Helena Establier, examinarán las distintas manifestaciones textuales de las que se sirvieron estas autoras para reivindicar su identidad a partir de sus versos.

De un total de trece capítulos, los dos primeros revisarán el marco cultural e historiográfico que ha dificultado la inclusión de estas poetas en el canon literario. Ángel Luis Prieto de Paula en «Mujeres en el Parnaso: mecanismos de borrado y elisión en la conformación del canon» realiza un interesante estudio diacrónico, centrado en tres momentos relevantes de la creación poética, que visibiliza las distintas estrategias de exclusión de las poetas de la historia literaria. Su análisis desemboca en las primeras décadas del pasado siglo, donde la publicación individual quedó marginada por el auge de las revistas y las antologías que, en este último caso, soslayaron sistemáticamente las contribuciones femeninas. Según Prieto de Paula, ya desde el presente, «la lucha contra esa invisibilidad está hoy en marcha» (p. 69).

Por su parte, en «Las poetas en la cultura y la historiografía españolas de la primera mitad del siglo XX», José María Ferri Coll brinda, precisamente, un análisis de la participación de estas poetas en la vida literaria española y concluye que su presencia fue notable y constante en distintas publicaciones, de modo que existe un desajuste en cuanto a su peso en la configuración de un canon que se ha ido componiendo en manuales, estudios e historias literarias. Examinados, de este modo, los obstáculos que las poetas tuvieron

que sortear, en el tercer capítulo titulado «Imaginarios del cuerpo en las poetas españolas contemporáneas (1900-1936)» Melissa Lecointre se centra en la obra poética femenina de preguerra para arrojar luz sobre las variadas estrategias compositivas que estas autoras desplegaron con el fin de confrontar el tradicional imaginario del cuerpo femenino y reivindicar un espacio propio, no ajeno a tensiones y contradicciones, en la configuración de su propia sexualidad e identidad femenina.

Los capítulos restantes individualizarán las vías de incorporación del cuerpo y la sexualidad femenina a la obra lírica de once poetas que asumieron estrategias dispares para reivindicarse como mujeres en iguales circunstancias históricas. Isabel Navas Ocaña, en el cuarto capítulo de la obra titulado ««¿Si la luna estará enamorada?»: cuerpos y máscaras en la poesía modernista de Lucía Sánchez Saornil» ofrece, en este sentido, un minucioso examen de la obra lírica de Saornil menos atendida por la crítica debido al interés académico por su corpus ultraísta. A este respecto, Navas Ocaña examina los primeros años de creación de la autora en los que su poesía se circunscribe al llamado «modernismo epigonal», desde donde también Saornil proyecta su deseo erótico en conflicto con la heteronormatividad sexual.

La presencia de la herencia modernista hispánica no solo la observamos en Sánchez Saornil, también hubo otras poetas que, como ella, subvirtieron los imaginarios corporales femeninos al asimilar el modernismo desde su posición de mujeres. Este es el caso de la poeta que Christine Arkinstall analiza en «Cuerpos poéticos y creatividad modernista en los mundos naturales de Elisabeth Mulder», el quinto capítulo de la obra. Arkinstall se interesa por la forma en la que Mulder parte en sus dos primeros poemarios de la poética modernista y decadentista para cuestionarse y apropiarse de los estereotipos patriarcales sobre la feminidad para, a través de sus versos, reinterpretarlos en clave femenina.

A la transgresión poética de Saornil y Mulder podemos incorporar los versos de la poeta que Marina Bianchi aborda en el capítulo VI titulado ««De mi cuerpo a tu cuerpo»: el ímpetu del amor oscuro en la poesía de Ana María Martínez Sagi». El análisis de Bianchi explora las estrategias discursivas para desafiar los roles femeninos de una poeta que publicó antes y durante el franquismo y que tuvo que reinventar sus propios códigos poéticos para

expresar su sentir amoroso durante una dictadura que castigaba duramente la homosexualidad.

También hubo, no obstante, poetas que, a diferencia de las anteriores, usaron estrategias compositivas menos explícitas para expresar el deseo amoroso, como valerse de la naturaleza para metaforizar la propia sexualidad, y que, por tanto, no rompieron con el canon imperante. Este es el caso de las dos poetas que Roberta A. Quance explora en «Juego de equilibrios: mar, deporte y deseo en la primera poesía de Concha Méndez y Josefina de la Torre». Mas el peso del modelo de mujer abnegada y sumisa, en términos sociales y literarios, perturbaba la paz interior de otras muchas poetas que quedaron atrapadas en internas luchas entre el deseo, la pasión o las expectativas profesionales y la ideología católica en la que habían sido educadas. El trabajo de Helena Establier Pérez titulado «La criatura incinerada: cuerpo y espiritualidad en la poesía de Concha Espina» se ocupa del conflicto de esta reconocida poeta en el capítulo VIII.

En «La poesía de Rosa Chacel: sensualidad y recuperación del mundo clásico» Laura Palomo Alepuz reflexiona sobre una poeta que supone otro ejemplo de contención en cuanto a la expresión poética de la corporalidad. Palomo Alepuz concluye a partir del análisis de dos poemarios fechados en las décadas de los treinta y los cuarenta, pero inéditos hasta 1978, que Chacel se sirve del clasicismo y el culturalismo para atenuar la sexualidad y el deseo de sus versos; pero que no por ello dejan de ser elementos esenciales de su obra poética. Tras este noveno capítulo, se da paso al estudio de cuatro poetas que publicaron después de la Guerra Civil.

En el capítulo X, titulado «Dar cuerpo al pensamiento: texto y representación corporal de la mujer en la poesía de Ángela Figuera», María Payeras Grau brinda un análisis pionero, desde la perspectiva de género que vertebra este volumen, de los siete poemarios de Figuera compuestos entre 1948 y 1962. Presenciamos, pues, en este estudio la evolución de la poeta desde un individualismo intimista hasta una visión más existencialista e histórica, sin abandonar nunca la inscripción transgresora de la propia sexualidad en su obra. Esta evolución poética también se evidencia en otra de las poetas de posguerra analizadas en esta obra. De este modo, en ««No me exijas virginidad alguna»: la poesía erótica de Susana March», Sharon Keefe Ugalde

analiza el erotismo y la corporeización de una poética subversiva y desafiante, en sus inicios, y resignada en su etapa final.

Elia Saneleuterio Temporal, por su parte, realiza una importante contribución a la visibilización de las poetisas del franquismo. En «Amparo Conde Gamazo: rasgos de una poesía sin cuerpo desde los años cuarenta» esta investigadora rescata del olvido a una poeta con un extenso corpus creativo casi desconocido por no haber sido difundido por los cauces editoriales tradicionales. En la obra de Conde Gamazo encontramos una voz poética sin marcas de género que eleva, por tanto, el cuerpo por encima del binomio hombre/mujer para no transgredir la ideología imperante.

Por último, el capítulo XIII nos acerca a la poeta más joven de las analizadas en esta obra. En «Sensualidad y sugerencia discursiva en la lírica de María Victoria Atencia» María Isabel López Martínez detalla la consciente atenuación de los temas femeninos que realiza la poeta mediante técnicas de sugerencia para despojar su poética de condición sexual alguna, todo ello sin perjudicar la evidente carga sensual de sus versos, lo que le permitió a Atencia publicar en la prestigiosa colección Adonáis junto a los más reconocidos poetisas de su tiempo.

Esta obra colectiva representa, sin atisbo de duda, un valioso aporte para la historia literaria española. El enfoque de la investigación, desde los postulados de la Crítica Literaria feminista y los estudios de género, permite un análisis de la poesía escrita por mujeres durante las primeras décadas del siglo XX muy pertinente y necesario en el momento en el que se concibe este volumen. Porque el cuerpo de la mujer no desaparece aún en las condiciones más ingratas, es sabio recuperar la obra de aquellas que lo hicieron visible de la forma más hermosa posible, mediante sus versos.

OPEN-ACCESS POLICY

Feminismo/s offers immediate access to the journal's contents, without any embargo period, and is granted upon the belief that free access to research results can help foster global knowledge exchange. In this sense, *Feminismo/s* follows the open access policy defined by the Budapest Declaration (BOAI, 2002): « free availability on the public internet, permitting any users to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of these articles, crawl them for indexing, pass them on as data to software, or use them for any other lawful purpose, without financial, legal, or technical barriers other than those inseparable from gaining access to the internet itself».

Feminismo/s is a non-profit scientific journal and, therefore, does not include the payment of any fee for submission of manuscripts or any other fee for the publication of articles.

HOW TO SUBMIT A MANUSCRIPT

Submissions must meet the following requirements:

1. All articles must be *original* and *unpublished*. No articles under review by another journal will be taken into consideration.
2. Manuscript must be submitted via the journal's platform, which requires authors to [log into the platform](#) or [create their user profile](#) if they do not have one.
3. Manuscripts must be in English or Spanish.
4. Authors must provide their name and surnames, email address (preferably an institutional email address), professional affiliation, country and [ORCID](#) identifier.

5. In the «Comments for the Editor» section of the submission form authors must disclose any personal or financial connection that may influence the conclusions of the manuscript. Otherwise, they must declare that there is no conflict of interest involved.

6. Submitted files must be **anonymised**. Microsoft Word (.docx) or Open Document (.odt) file formats required.

7. If the submitted manuscript is part of a research study having received funding, the following details must be provided in the «Supporting Agencies»: funding entity, project code, etc. This information must not appear in the submitted file for the sake of anonymity.

EDITORIAL GUIDELINES AND STYLE

Author Guidelines

Feminismo/s publishes two types of work: research articles and book reviews. The Editorial Board establishes the general rules described below.

The journal does not charge any fee for submissions, nor does it charge for the publication of articles.

Papers are accepted in English or Spanish.

In order to submit an article, authors must [Login](#) or [Register](#) if they have not previously done so.

RESEARCH PAPERS

At the start of the manuscript, the following elements must be provided:

- Title: clear, concise and informative. In it, authors are advised to include the keywords that indicate the topic of the article and avoid acronyms or extremely specific terms.
- Abstract: between 250 and 350 words. It must state the objectives, design, methods, main results and most relevant conclusions from the study.

- Keywords: at least eight, they must clearly indicate the topic of the article and be frequently used in the relevant field of study.

If the manuscript is not in English, the title, abstract and keywords must also appear in English.

The recommended structure for research papers is as follows: introduction, methodology, results, discussion, conclusions and bibliography:

- Introduction. This section must state the basis and purpose of the study. Citations should be provided only when strictly necessary. No data or conclusions from the study must be included. The introduction must not contain a detailed literature review.
- Methodology. When describing the research methods used in the study, authors must be as detailed as they see fit. They must provide sufficient information on the empirical work conducted, as this will allow others to understand and replicate the process. Previously published sources and methods must be succinctly described, with relevant citations, unless such sources and methods have been modified. When appropriate, this section must describe the methods for calculating sample size as well as the sampling methods used in each case. The type of analysis (documentary, critical, statistical, etc.) must be stated. If an original methodology is employed, it will be necessary to indicate the reasons for using it, as well as potential limitations.
- Results. Results must follow a logical sequence and appear within the text or in tables or figures (without repeating data). It is advisable to highlight relevant remarks.
- Discussion. A summary of the findings must be provided. Authors must relate their own observations to other relevant studies and indicate the contributions and limitations of their and others' studies. Data or other material already discussed in other sections must not be repeated again in detail. Authors must specify the inferences made from the findings and their limitations, including those inferences that could be useful for future research.
- Conclusions. This section must summarise the main points that can be drawn from the results and discussion.

- Bibliography. This section must appear after the discussion and conclusions. Authors must be listed in alphabetical order and APA format (7th edition) is required.

Text length required for research papers (which must be unpublished): 9,000 words, including notes, charts and reference lists. Any exceptions must be justified and authorised by the Editorial Board.

Font: Times New Roman, 12 pt. Text justification and 1.5 spacing required. The first line of each paragraph must be indented.

Section headings must be in bold and capitalised. Arabic numerals must be used for numbering section (1, 2, 3, etc.) and subsection (1.1, 1.2, 1.3, etc.) headings. Subsection headings must be in bold and lowercase.

Footnotes (font: Times New Roman, 10 pt) must be included only when strictly necessary, exclusively for additional information and never for bibliographic references. Footnote marks must appear before punctuation marks.

Photographs and images must be provided in digital format. They must not be included in the text. TIFF format and 300 dpi required. Whenever referred to in the text, they must be properly identified.

Only images, drawings, photographs, figures, tables, charts, etc. created by the authors of the article are accepted. Authors can also use rights-free images, etc. or those under Creative Commons licences allowing for them to be reused and listing the allowed uses. Rights-protected images, charts, etc. can be used as long as the authors of the article have requested and secured the relevant authorisation from the creators of such images, charts, etc.

BOOK REVIEWS

- Reviews of recently published books (from the last two years) will have a maximum length of 1,500 words, specifying the author or editor, title, place of publication, publisher, date of publication, ISBN and number of pages.
- A complementary file, an image of the main cover of the reviewed publication is advisable.
- Authors must follow the instructions of the section [Citation and Referencing Guidelines](#).

Checklist for preparing submissions

As part of the submission process, authors are required to check that their submission meets all the elements shown below. Submissions that do not comply with these guidelines will be returned to the authors.

1. The submission has neither been previously published, nor is under consideration for another journal (or an explanation has been provided in Comments to the Editor)
2. Microsoft Word (.docx) or Open Document (.odt) file formats are required.
3. Whenever possible, Digital Object Identifiers (DOIs) should be provided for reference purposes.
4. The text is 1.5 line spacing; uses a 12-point font; employs italics, rather than underlining (except for URL addresses); and all illustrations, figures, and tables should be placed in the corresponding place within the text, rather than at the end of the article
5. The text adheres to the stylistic and bibliographic requirements outlined in the [Authors Guidelines](#), which appear in [About the Journal](#).
6. If submitted to a peer-reviewed section of the journal, the instructions are in [Ensuring Anonymous Review](#).
7. The text complies with the standards outlined in [Citation and Referencing Guidelines](#).

CITATION AND REFERENCING GUIDELINES

Journal articles must follow the APA citation and referencing system (7th edition). Submitted articles that fail to follow this system will not be subject to evaluation.

You can check the APA rules in <https://apastyle.apa.org/>

HOW TO PROPOSE A MONOGRAPHIC SERIES

The proposal for a monographic series for *Feminismo/s* journal should be submitted to the journal's main contact (revistafeminismos@ua.es) with the following information:

1. Provisional title of the monographic series.
2. A comprehensive CV of its coordinator/s.
3. A description of the objectives and justification of the relevance of the dossier topic (300 words).
4. A provisional list of participants in the volume, along with a short biography and bibliographical review of each of them, with the titles of the planned works and a brief summary of each one where the intended objectives are included (150 words).
5. Proposals will be considered by the Editorial Board of *Feminismo/s* within a maximum period of one month from the date of receipt.

PEER REVIEW PROCESS

- 1) Original papers are firstly assessed by the Editorial Board of the journal on their suitability to the fields of knowledge and the requirements established for authors by the journal.
- 2) The Editorial Board sends out the original documents (without the name of the author) to two external reviewers. On these views, the Editorial Board decides on rejecting or accepting the article or to apply for modifications by the author. Authors are given a detailed and reasoned notification where the content of original reports (edited) is exposed with specific indications for modifications if appropriate. *Feminismo/s* can send authors the original reports submitted, either complete or in part and always anonymously.
- 3) The report submitted by reviewers includes:
 - a) a global assessment of both the article and abstracts.

- b) a quantitative evaluation of quality (good | acceptable | insufficient) according to these five criteria: originality and interest of the topic; relevance in relation to current research in the area; methodological rigour; significant and updated bibliography; clear expository style.
- c) a final recommendation: publish | ask for modifications | reject.

COVERAGE DISSEMINATION AND PRESENCE IN DATABASES

The journal is indexed in ESCI (WOS), DOAJ, REDIB, Gender Watch (Proquest), InDICES-CSIC, ERIH PLUS, MLA, CIRC, MIAR, Latindex, Dialnet, Ulrich's, Dulcinea, Google Scholar, SHERPA/ROMEO, RUA, DICE, REBIUN, RESH, OCLC WorldCat, Copac, SUDOC and ZDB/EZB.

GENDER EQUALITY POLICIES

Feminismo/s offers a platform for expression and critical debate in the fields of gender studies and feminist theory. Therefore, the journal is steadfastly committed to implementing gender policies and promoting equality between women and men in society at all levels:

- The composition of the Editorial Team and the Advisory Board, made up mostly of women, as well as gender representation among manuscript reviewers, are proof of the journal's efforts to encourage women's participation and visibility in academia.
- The journal's contents, objectives and methodologies promote a critical analysis of gender relations in a heteropatriarchal society and seek to shed light on how the power relations underlying gender-based discrimination are organised and manifested in the sociocultural and scientific spheres.
- The Editorial Team of *Feminismo/s* makes sure that all research works avoid gender stereotypes and biases whereby men are regarded as the

universal point of reference, biological differences are exacerbated or socially constructed differences are seen as natural.

- The journal ensures that the sex variable is considered in published research of any kind concerning persons, animals, tissues or cells, which involves:
 - Reflecting and making well-founded decisions on sample composition by sex and providing information about the sex of the subjects analysed.
 - Analysing existing differences within each sex and presenting results disaggregated by sex.

Researchers interested in publishing in this journal should consult the [practical guide for the inclusion of the gender perspective in research contents](#).

- Likewise, the editorial policies of *Feminismo/s* include the requirement to use inclusive language in all articles, in order to take into account the presence and situation of women in society and in accordance with the principle of gender equality. The Editorial Team requires authors to use gender-neutral terms or explanatory phrases rather than masculine terms to refer to classes or groups of individuals, whether male or female, to omit references to the subject or, if none of the above is possible, to make reference to both women and men in the text. For further details and recommendations, researchers interested in publishing in this journal should consult the [University of Alicante's inclusive language guide](#).

PUBLICATION ETHICS AND MALPRACTICE STATEMENT

The publication of articles in a peer-review journal is a direct reflection of the quality of the work of their authors, and the commitment and qualifications of the researchers who act as reviewers. Therefore *Feminismo/s* is a publication committed to the ethical principles of scientific activity on the following terms:

1. Publication and authorship

All manuscripts must include a list of references, and indicate whether they have received financial support. Works must be free of plagiarism or scientific fraud. Illustrative cases* of plagiarism and scientific fraud can be consulted in a non-exhaustive list below:

- Plagiarism: literal copy without quoting and referencing the source; substantial copying (research materials, processes, tables...); paraphrasing or reproducing ideas without citing the source and/or changing the original meaning; text-recycling (reusing a published own text) without indicating the source, and abusive paraphrasing even quoting the source.
- Scientific fraud: no recognition of all the participating researchers in the study, simultaneous submission to several publications, the division of a work in different parts ('slices') that share the same hypotheses, population and methods, as well as the use of false or unproven data. Finally, the authors should disclose potential conflicts of interest to the journal when a manuscript is sent.

* Source: <http://www.ethics.elsevier.com/>

2. Authors' Responsibility

- The manuscripts submission to *Feminismo/s* involves reading and acceptance of the journal publishing guidelines, including participation in an anonymous peer-review process.
- All authors signing a work must have contributed significantly to its development and must agree both with the end result and with the manuscript submission for evaluation.
- Manuscripts must acknowledge all authors who have participated in their elaboration.
- Data used in the article must be real and authentic
- The authors assume the obligation to retract/correct when possible errors are later detected.
- Articles must be original and cannot be sent simultaneously to any other publication.

3. Review Process

All articles submitted to the journal are subjected to a peer review process with the following characteristics:

- The selection of reviewers is done according to rules and principles based on both their qualification and the quality of their scientific production.
- The review process will be totally anonymous both for authors and for reviewers. Manuscripts and reviews will be treated confidentially.
- Reviewers will take into account for their evaluation criteria the respect for the ethical principles that are essential in scientific research.
- The judgments expressed in the reviews should be objective.
- Authors and reviewers should disclose all relationships and funding sources that could generate potential conflicts of interest.

4. Editors' Responsibilities

- The editorial board has the responsibility and authority to accept or reject a manuscript based on the peer reviews.
- The editorial board will reveal any relationships or funding sources that could potentially be considered conflicts of interest regarding the rejection or the acceptance of manuscripts.
- The journal only accepts manuscripts when reasonably certain of compliance with editorial standards.
- The editorial team is committed to preserve the anonymity of the reviewers so that they can never be associated with the reviewed manuscripts.

5. Publishing ethical Issues

The editorial board is committed to:

- Monitoring and maintaining the publishing ethics.
- Maintaining the integrity of the academic record.
- Avoid publishing plagiarized or fraudulently prepared material.
- Be willing to publish corrections, clarifications, retractions and apologies when needed.

- Provide support in the process of retracting articles.
- Perform all actions required to meet the standards of intellectual and ethical commitment.

6. Plagiarism policy

Feminismo/s Editorial Board is responsible for checking that the works submitted are original and do not incur plagiarism. The University of Alicante uses a software programme called Turnitin for this purpose. It is a tool that prevents and avoids academic and professional plagiarism by proving the similarities of a document with multiple sources of information (Internet, scientific articles and its internal database) and identifying non-original content translated from English. Additionally, the Editorial Board has a number of free plagiarism detection programs available on the UA website, such as DOCODE, Copyscape, Plagium, The Plagiarism Checker, Dupli Checker, Plagiarisma, TinEye, Antiplagiarist (<https://biblioteca.ua.es/en/investiga-y-publica/pi/plagiarism.html>)

The Editorial Board reserves the right to withdraw any work received, accepted or already published if plagiarism, falsification or duplicate publication is detected, as well as the various cases of scientific misconduct listed above. Likewise, it promotes the publication of corrections or retractions in the face of detected errors.

DISCLAIMER

Regarding the provisions in articles 138-143 of the Spanish Law on Intellectual Property, the publication of a work prejudicial to those rights shall be the responsibility of the author. The editorial board of *Feminismo/s* is not responsible, in any case, for the credibility and authenticity of the works. In the same way, the opinions and facts expressed in each article are the sole responsibility of the authors and *Feminismo/s* does not necessarily agree with them.

COPYRIGHT WARNING

Authors who publish in *Feminismo/s* agree to the following terms:

1. Authors will retain the rights on their work, even if they will be granting *Feminismo/s* a non-exclusive right of use to reproduce, edit, distribute, publicly communicate and show their work. Therefore, authors are free to engage in additional, independent contracts for non-exclusive distribution of the works published in this journal (such as uploading them to an institutional repository or publishing them in a book), as long as the fact that the manuscripts were first published in this journal is acknowledged.
2. Authors assure that *Feminismo/s* is the first medium that publishes their work and guarantee that while it is being assessed for possible publication in our journal, it has not been submitted or will be submitted to other media.
3. Works are published under a 4.0 Creative Commons Attribution license (CC BY 4.0), unless otherwise specified, which means that the material can be shared and adapted as long as it is attributable to the author, the first medium published and a link to the license is provided. Likewise, any modification on the original work must be reported
4. Authors are allowed – and encouraged – to publish their works electronically after publication in *Feminismo/s* (as well as in institutional repositories, on its website...) in order to achieve fruitful exchanges and more citations of the work ([See The Effect of Open Access, in English](#)).

POLÍTICA DE ACCESO ABIERTO

Feminismo/s se ofrece a la comunidad investigadora en acceso abierto inmediato a su contenido, sin ningún tipo de periodo de embargo, basado en el principio de que ofrecer al público un acceso libre a las investigaciones ayuda a un mayor intercambio global de conocimiento. En este sentido, *Feminismo/s* sigue la política de acceso abierto definida por la Declaración de Budapest (BOAI, 2002): «disponibilidad gratuita en la Internet pública, para que cualquier usuario la pueda leer, descargar, copiar, distribuir, imprimir, con la posibilidad de buscar o enlazar todos los textos de estos artículos, recorrerlos para indexación exhaustiva, usarlos como datos para software, o utilizarlos para cualquier otro propósito legal, sin barreras financieras, legales o técnicas, distintas de la fundamental de ganar acceso a la propia Internet».

Feminismo/s es una revista científica sin ánimo de lucro y por tanto no contempla el abono de ninguna tasa por presentación/envío de manuscritos ni tampoco ninguna cuota por la publicación de artículos.

CÓMO PRESENTAR UN ORIGINAL

Los requisitos que han de tener los trabajos remitidos son:

1. Todos los trabajos enviados deben ser *originales e inéditos* y no hallarse en proceso de aceptación por otra revista.
2. Los trabajos deberán remitirse a la plataforma de la revista. Para ello, es necesario **Iniciar sesión** en la misma o **Registrarse**, si no se ha hecho con anterioridad.
3. Se aceptan trabajos en inglés o español.

4. La persona autora facilitará su nombre y apellidos, dirección de correo electrónico (preferiblemente institucional), filiación profesional y país, e identificador **ORCID**.
5. Las personas autoras deberán de hacer constar en el apartado «Comentarios para el editor/a» del formulario de envío cualquier vínculo de orden personal o económico que pueda ser susceptible de influir en las conclusiones de un original, o en caso contrario, declarar la no existencia de conflictos de intereses.
6. El trabajo se remitirá en un fichero de texto *anonimizado* en formato Microsoft Word (.docx) u Open Document Format (.odt).
7. Si el trabajo enviado a la revista proviene de una investigación que ha recibido financiación, se deberá indicar en el apartado «Agencias de apoyo» la entidad financiadora, el código de proyecto, etc. Esta información no deberá aparecer en el archivo enviado para garantizar el anonimato del manuscrito.

NORMAS EDITORIALES Y DE ESTILO

Directrices para autoras/es

La revista *Feminismo/s* publica dos tipos de trabajos: artículos de investigación y reseñas de libros. El Consejo de Redacción establece las normas generales que se describen a continuación.

La revista no cobra tasas por envío de trabajos, ni tampoco cuotas por la publicación de sus artículos.

Se aceptan trabajos en inglés o español.

Para poder enviar un artículo las/los autoras/es deben **Iniciar sesión** o **Registrarse** si no lo han hecho con anterioridad.

ARTÍCULOS DE INVESTIGACIÓN

Los artículos de investigación comenzarán con los tres siguientes elementos:

- Título: será claro, conciso e informativo. Es conveniente que contenga las palabras clave que definen la temática del artículo y que

prescinda de acrónimos o términos demasiado específicos de un campo concreto.

- Resumen: tendrá una extensión de entre 250 y 350 palabras y dará cuenta de los objetivos, el diseño, los métodos, los principales resultados y las conclusiones más relevantes de la investigación.
- Palabras clave: se facilitará un mínimo de 8 palabras claves que identifiquen claramente la temática del artículo y que sean comunes en el área de conocimiento correspondiente.

Estos tres elementos se facilitarán, además, en inglés, si esta no fuera la lengua del artículo.

Respecto a la estructura, se recomienda que los artículos de investigación contengan la siguiente información: introducción, metodología, resultados, discusión, conclusiones y bibliografía:

- Introducción. Debe incluir los fundamentos y el propósito del estudio, utilizando las citas bibliográficas estrictamente necesarias. No incluirá datos o conclusiones del trabajo presentado. No debe realizarse una revisión bibliográfica detallada.
- Metodología. Será presentada con la precisión que sea conveniente, aportando información suficiente sobre el trabajo empírico realizado, al objeto de permitir la comprensión del proceso de elaboración y su replicabilidad. Fuentes y métodos previamente publicados deben describirse solo brevemente y aportar las correspondientes citas, excepto si se han hecho modificaciones en los mismos. Cuando así proceda, se describirá el cálculo del tamaño de la muestra y la forma de muestreo empleada en cada caso. Se hará referencia al tipo de análisis documental, crítico, estadístico, etc. empleado. Si se trata de una metodología original, será necesario exponer las razones que han conducido a su empleo y describir sus posibles limitaciones.
- Resultados. Aparecerán en una secuencia lógica en el texto, tablas o figuras, no debiendo repetirse en ellas los mismos datos. Se procurará resaltar las observaciones importantes.
- Discusión. Resumirán los hallazgos, relacionando las propias observaciones con otros estudios de interés y señalando las aportaciones y limitaciones de unos y otros. No deben repetirse con detalle los datos

u otro material ya comentado en otros apartados. Se mencionarán las inferencias de los hallazgos y sus limitaciones, incluyendo las deducciones para una investigación futura.

- Conclusiones. Resumirán las ideas que se pueden extraer de los resultados y su discusión.
- Bibliografía. La bibliografía debe aparecer a continuación de la discusión y conclusiones, según el orden alfabético de las personas autoras y siguiendo el estilo basado en las normas APA 7.^a ed.

Los artículos de investigación, que deberán ser inéditos, tendrán una extensión máxima de 9.000 palabras con las notas, cuadros y referencias bibliográficas inclusive, salvo excepciones justificadas, previa autorización del Consejo de Redacción.

Deberán estar escritos con letra Times New Roman 12. El texto se presentará debidamente justificado y con un interlineado de 1,5. La primera línea de cada párrafo irá sangrada.

Los diferentes apartados del texto se ordenarán siguiendo la numeración arábica (1, 2, 3,...) y el título de cada uno de ellos irá en letra mayúscula y en negrita. Los subapartados se enumerarán de la siguiente manera: 1.1, 1.2, 1.3, etc. y sus títulos irán en minúscula y en negrita.

Las notas al pie, escritas con letra Times New Roman 10, se reducirán a lo indispensable, se utilizarán solo para información suplementaria y en ningún caso serán bibliográficas. La llamada en el texto irá antes del signo de puntuación.

Las fotografías e imágenes se entregarán en formato digital, separadas del texto, en formato TIFF, con una calidad de 300 puntos por pulgada. Deben ir identificadas convenientemente según sean citadas en el texto.

Las imágenes, dibujos, fotografías, figuras, tablas, gráficos, etc. que ilustran los artículos deberán ser obra de los autores o autoras del artículo o, en caso contrario, deberán estar libres de derechos, o bajo licencias Creative Commons que permitan su reutilización e indiquen los usos que pueden hacerse de estos. Si los autores y autoras utilizasen imágenes, gráficos, etc. protegidos por derechos de autor, deberán haber solicitado y obtenido la autorización de los creadores o creadoras de dichas imágenes, gráficos, etc.

RESEÑAS DE LIBROS

- Las reseñas de libros de reciente publicación (de los dos últimos años) tendrán una extensión máxima de 1.500 palabras, especificándose el autor o la autora o editor/a, título, lugar de publicación, editorial, fecha de publicación, ISBN y número de páginas.
- Es aconsejable el envío, como un archivo complementario, de una imagen de la cubierta principal de la publicación reseñada.
- El autor/la autora seguirá las instrucciones del apartado **Normas de citación y referencias**.

Lista de comprobación para la preparación de envíos

Como parte del proceso de envío, las autoras/los autores están obligadas/os a comprobar que su envío cumpla todos los elementos que se muestran a continuación. Se devolverán a las autoras/ los autores aquellos envíos que no cumplan estas directrices.

1. El envío no ha sido publicado previamente ni se ha sometido a consideración por ninguna otra revista (o se ha proporcionado una explicación al respecto en los Comentarios al editor/a).
2. El archivo de envío está en formato Microsoft Word (.DOCX) u Open Document Format (.ODT).
3. Siempre que sea posible, se proporcionan los identificadores DOI para las referencias.
4. El texto tiene interlineado de 1,5; 12 puntos de tamaño de fuente Times New Roman; se utiliza cursiva en lugar de subrayado (excepto en las direcciones URL); y todas las ilustraciones, figuras y tablas se encuentran colocadas en los lugares del texto apropiados, en vez de al final.
5. El texto se adhiere a los requisitos estilísticos y bibliográficos resumidos en las **Directrices del autor/a**, que aparecen en Acerca de la revista.
6. Si se envía a una sección evaluada por pares de la revista, deben seguirse las instrucciones en **Asegurar una evaluación anónima**.
7. Cumple con las normas recogidas en **Normas de citación y referencias**.

NORMAS DE CITACIÓN Y REFERENCIAS

La revista se acoge al sistema APA para la citación y referenciación en el texto, así como para la elaboración de la lista final de referencias bibliográficas. No se someterá a evaluación ningún artículo no adaptado a APA.

Las normas están disponibles en <https://apastyle.apa.org/>

CÓMO PROPONER UN DOSIER MONOGRÁFICO

La propuesta de un dossier monográfico para la revista *Feminismo/s* se hará llegar por correo electrónico al contacto principal de la revista (revistafeminismos@ua.es) y contendrá la siguiente información:

1. Título provisional del dossier monográfico.
2. Un C.V. completo de la coordinadora/del coordinador (o de las coordinadoras/los coordinadores) del mismo.
3. Una descripción de sus objetivos y una justificación de la oportunidad del tema del dossier (300 palabras).
4. Un listado provisional de participantes en el volumen, acompañado de una breve reseña bio-bibliográfica de cada una/uno de ellas/os, de los títulos de los trabajos previstos y de un breve resumen de cada uno donde se incluyan los objetivos previstos (150 palabras).
5. Las propuestas serán consideradas por el Consejo de Redacción de *Feminismo/s* en el plazo máximo de un mes a partir de la fecha de recepción de las mismas.

PROCESO DE EVALUACIÓN POR PARES

- 1) Los originales recibidos son valorados, en primera instancia, por el Consejo de Redacción de la revista para decidir sobre su adecuación a las áreas de conocimiento y a los requisitos que la revista ha publicado para los/las autores/as.
- 2) El Consejo de Redacción envía los originales, sin el nombre del autor o de la autora, a dos revisores/as externos/as al Consejo Editorial. Sobre esos dictámenes, el Consejo de Redacción decide rechazar o aceptar el artículo o solicitar modificaciones al autor o a la autora del trabajo. Los/las autores/as reciben una notificación detallada y motivada donde se expone, retocado, el contenido de los informes originales, con indicaciones concretas para la modificación si es el caso. *Feminismo/s* puede enviar a los/las autores/as los informes originales recibidos, íntegros o en parte, siempre de forma anónima.
- 3) El informe emitido por los/las revisores/as incluye:
 - a) una valoración global del artículo y de los resúmenes.
 - b) una valoración cuantitativa de la calidad (buena | aceptable | insuficiente) según estos cinco criterios: originalidad e interés del tema; pertinencia en relación con las investigaciones actuales en el área; rigor metodológico; bibliografía significativa y actualizada; pulcritud formal y articulación expositiva.
 - c) una recomendación final: publicar | solicitar modificaciones | rechazar.

COBERTURA, DIFUSIÓN Y PRESENCIA EN BASES DE DATOS

La revista está indizada en ESCI (WOS), DOAJ, REDIB, GenderWatch (ProQuest), InDICES-CSIC, ERIH PLUS, MLA, CIRC, MLAR, Latindex, Dialnet, Ulrich's, Dulcinea, Google Scholar, SHERPA/ROMEO, RUA, DICE, REBIUN, RESH, OCLC WorldCat, Copac, SUDOC y ZDB/EZB.

POLÍTICAS DE IGUALDAD DE GÉNERO

La revista *Feminismo/s* constituye un espacio de expresión y debate crítico en el ámbito de los Estudios de Género y de la Teoría Feminista, y por tanto, su compromiso con las políticas de género y con la igualdad entre mujeres y hombres en nuestra sociedad es incontrovertible a todos los niveles:

- La composición del Equipo Editorial y del Consejo Asesor, integrados en su mayoría por mujeres, así como la nómina de personas evaluadoras, responde al principio de la revista de incentivar la participación y la visibilidad de las mujeres en el ámbito académico.
- Los contenidos, los objetivos y las metodologías de la revista promueven el análisis crítico de las relaciones de género en la sociedad heteropatriarcal, y tratan de revelar cómo las relaciones de poder que subyacen a la discriminación por razones de género se configuran y materializan en el ámbito sociocultural y científico.
- El Equipo Editorial de *Feminismo/s* vela por que todos los trabajos de investigación eviten los estereotipos y los sesgos de género que adoptan lo masculino como referente universal, exacerbando las diferencias biológicas o naturalizan las diferencias socialmente construidas.
- La revista garantiza que cualquier tipo de investigación publicada sobre personas, animales, tejidos o células contemple la variable sexo, es decir:
 - Reflexiona y decide fundamentadamente sobre la composición por sexos de las muestras e informa del sexo de los sujetos investigados.
 - Analiza las diferencias existentes dentro de cada uno de los sexos y presenta los resultados desagregados por sexo.

A este respecto, se recomienda al personal investigador interesado en publicar en la revista la consulta de la [Guía práctica para la inclusión de la perspectiva de género en los contenidos de la investigación](#).

- De la misma manera, entre las políticas editoriales de *Feminismo/s* se encuentra el uso imperativo de un lenguaje inclusivo en todos sus artículos, que tenga en cuenta la presencia y situación de las mujeres

en la sociedad y que sea acorde con el principio de igualdad entre los sexos. A este respecto, el Equipo Editorial vela por la sustitución del masculino genérico para designar a todos los individuos de la clase o el grupo, sean hombres o mujeres, por términos de valor genérico o sintagmas explicativos, por la omisión de referencias al sujeto y, cuando nada de lo anterior es posible, por el uso de fórmulas desdobladas. Para un desarrollo más concreto de alternativas y propuestas de uso, se recomienda al personal investigador interesado en publicar en la revista la consulta de la [Guía para un discurso igualitario en la Universidad de Alicante](#).

PRINCIPIOS ÉTICOS DE PUBLICACIÓN

La publicación de artículos en una revista con revisión por pares es un reflejo directo de la calidad del trabajo de sus autoras/es, y del compromiso y cualificación de los investigadoras/es que actúan como revisoras/es. Por ello *Feminismo/s* es una publicación comprometida con los principios éticos de la actividad científica en los siguientes términos:

1. Publicación y autoría

Todos los artículos deben incluir un listado de referencias, así como indicar si han recibido apoyo económico. Los trabajos deben estar libres de plagio o fraude científico, cuyos supuestos* se enumeran de manera no exhaustiva a continuación:

- Plagio: copia literal sin entrecomillar y citar la fuente; copia sustancial (materiales de investigación, procesos, tablas...); parafrasear o reproducir ideas sin citar la fuente y/o cambiando el significado original; reutilizar y enviar textos propios ya publicados sin indicar la fuente y el parafraseo abusivo incluso citando la fuente.
- Fraude científico: no reconocimiento de todas/os las/los investigadoras/es participantes en la elaboración del trabajo, el envío simultáneo a varias publicaciones, la división de un trabajo en partes diferentes que comparten las mismas hipótesis, población y métodos, así como

la utilización de datos falsos o no probados. Finalmente, las/los autoras/es deben declarar a la revista los potenciales conflictos de interés cuando envían un trabajo.

* Fuente: <http://www.ethics.elsevier.com/>

2. Responsabilidad de las/los autoras/es

- El envío de trabajos a *Feminismos/s* supone la lectura y aceptación de las normas editoriales y de publicación de la revista, incluida la participación en un proceso anónimo de evaluación por pares.
- Todas/os las/los autoras/es que firman un trabajo deben haber contribuido de manera significativa a su elaboración y deben estar de acuerdo con el resultado final y con el envío del trabajo para su evaluación.
- Los trabajos deben reconocer a todas/os las/los autoras/ que han participado en su elaboración.
- Los datos utilizados en el artículo deben ser reales y auténticos.
- Las/los autoras/es asumen la obligación de corregir y/o retractarse ante posibles errores detectados posteriormente.
- Los artículos han de ser inéditos y no pueden ser enviados simultáneamente a ninguna otra publicación.

3. Proceso de revisión

Todos los artículos enviados a la revista se someten a un proceso de revisión por pares con las siguientes características:

- La selección de los revisores se realiza en función de normas y principios previos basados tanto en su cualificación como en la calidad de su producción científica.
- El proceso de revisión será totalmente anónimo tanto para las/ los autoras/es como para las/los revisoras/es. Los artículos y sus revisiones serán tratados confidencialmente.
- Las/los revisoras/es consideran, entre sus criterios de evaluación, el respeto a los principios éticos esenciales en la investigación científica.
- Los juicios expresados en las revisiones deben ser objetivos.

- Tanto autoras/es como revisoras/es deben revelar las relaciones y fuentes de financiación que puedan generar potenciales conflictos de intereses.

4. Responsabilidades de las editoras/editores

- El equipo editorial tiene la responsabilidad y la autoridad para aceptar o rechazar un artículo basándose en las revisiones.
- El equipo editorial revelará en su caso las relaciones o fuentes de financiación que puedan ser potencialmente consideradas como conflictos de intereses respecto a los artículos que rechaza o acepta.
- Sólo se aceptarán los artículos en los que existe una evidencia cierta sobre el cumplimiento de las normas editoriales.
- El equipo editorial se compromete a preservar el anonimato de las/los revisoras/revisores de manera que nunca puedan asociarse con los artículos revisados.

5. Cuestiones éticas de publicación

El equipo editorial se compromete a:

- Vigilar y preservar los principios éticos de publicación.
- Mantener la integridad del expediente académico.
- Evitar la publicación de material plagiado o elaborado de manera fraudulenta.
- Estar abierto a la publicación de correcciones, clarificaciones, retractaciones y disculpas siempre que sea necesario.
- Ofrecer apoyo en el proceso de retractación de artículos.
- Realizar todas las acciones necesarias para cumplir los estándares de compromiso intelectual y ético.

6. Política anti-plagio

El Consejo de Redacción de *Feminismo/s* es responsable de comprobar que los trabajos presentados sean originales y no incurran en plagio. La Universidad de Alicante cuenta con software específico a tal efecto, como *Turnitin*, una herramienta para prevenir y evitar el plagio académico y profesional que

comprueba las similitudes de un documento con múltiples fuentes de información (Internet, artículos científicos y con su base de datos interna) e identifica el contenido no original traducido del inglés. Adicionalmente, el Consejo de Redacción tiene a su disposición, a través de la página web de la UA una serie de programas gratuitos de detección del plagio, tales como DOCODE, Copyscape, Plagium, The Plagiarism Checker, Dupli Checker, Plagiarisma, TinEye, Antiplagiarist (<https://biblioteca.ua.es/es/investiga-y-publica/pi/plagio.html>)

El Consejo de Redacción se reserva el derecho de retirar cualquier trabajo recibido, aceptado o ya publicado en caso de constatarse plagio, falsificación o publicación duplicada, así como los diversos supuestos de fraude científico anteriormente enumerados. Del mismo modo, promueve la publicación de correcciones o retractaciones frente a errores detectados.

AVISO LEGAL

A efectos de lo estipulado en los artículos 138-143 de la Ley de Propiedad Intelectual, la publicación de un trabajo que atente contra dichos derechos será responsabilidad de la autora o del autor. El equipo editorial de *Feminismo/s* no se hace responsable, en ningún caso, de la credibilidad y autenticidad de los trabajos. Del mismo modo, las opiniones y hechos expresados en cada artículo son de exclusiva responsabilidad de sus autoras/es y *Feminismo/s* no se identifica necesariamente con ellas/os.

AVISO DE DERECHOS DE AUTOR/A

Las/los autoras/es que publican en *Feminismo/s* están de acuerdo en los siguientes términos:

1. Las/Los autoras/es conservan los derechos sobre sus trabajos, aunque ceden de forma no exclusiva los derechos de explotación (reproducción, edición, distribución, comunicación pública y exhibición) a la revista. Las/los autoras/es son, por tanto, libres de hacer acuerdos contractuales adicionales

independientes para la distribución no exclusiva de la versión de la obra publicada en la revista (por ejemplo, alojarlo en un repositorio institucional o publicarlo en un libro), siempre que medie un reconocimiento de su publicación inicial en esta revista.

2. Las/los autoras/es aseguran que *Feminismo/s* es el primer medio que publica su obra y garantizan que mientras se encuentra en fase de valoración y posible publicación en nuestra revista no se ha enviado ni enviará a otros medios.

3. Los trabajos se publican bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento 4.0 (CC BY 4.0), salvo que se indique lo contrario, lo cual significa que se puede compartir y adaptar el material siempre que medie atribución del autor/a, del primer medio que publica y se proporcione un enlace a la licencia. Igualmente hay que indicar si se han realizado cambios.

4. Se permite y alienta a los/las autores/as a publicar su obra electrónicamente tras su publicación en *Feminismo/s* (como en repositorios institucionales, en su página web...) con el fin de lograr intercambios productivos y conseguir que la obra logre mayor citación ([véase The Effect of Open Access, en inglés](#)).

POLÍTICA D'ACCÉS OBERT

Feminismo/s s'ofereix a la comunitat investigadora en accés obert immediat al seu contingut, sense cap tipus de període d'embargament, basat en el principi que oferir al públic un accés lliure a les investigacions ajuda a un major intercanvi global de coneixement. En aquest sentit, *Feminismo/s* segueix la política d'accés obert definida per la Declaració de Budapest (BOAI, 2002): «disponibilitat gratuïta en la Internet pública, perquè qualsevol usuari la pugui llegir, descarregar, copiar, distribuir, imprimir, amb la possibilitat de cercar o enllaçar tots els textos d'aquests articles, recórrer-los per a indexació exhaustiva, usar-los com a dades per a programari, o utilitzar-los per a qualsevol altre propòsit legal, sense barreres financeres, legals o tècniques, diferents de la fonamental de guanyar accés a la pròpia Internet».

Feminismo/s és una revista científica sense ànim de lucre i per tant no contempla l'abonament de cap taxa per presentació/enviament de manuscrits ni tampoc cap quota per la publicació d'articles.

COM PRESENTAR UN ORIGINAL

Els requisits que han de tenir els treballs remesos són:

1. Tots els treballs enviats han de ser *originals* i *inèdits* i no estar en procés d'acceptació per altra revista.
2. Els treballs hauran de ser remesos a la plataforma de la revista. Per a fer-ho, és necessari **iniciar-hi sessió** o **registrar-s'hi**, si no s'ha fet amb anterioritat.
3. S'accepten treballs en anglès o en castellà.

4. La persona autora facilitarà el nom i cognoms, adreça de correu electrònic (preferiblement institucional), afiliació professional i país, i identificador **ORCID**.
5. Les persones autores hauran de fer constar en l'apartat «Comentaris per a l'editor/a» del formulari d'enviament qualsevol vincle d'ordre personal o econòmic que pugui ser susceptible d'influir en les conclusions d'un original, o en cas contrari, declarar la no existència de conflictes d'interessos.
6. El treball serà remès en un fitxer de text *anonimitzat* en format Microsoft Word (.docx) o Open Document Format (.odt).
7. Si el treball enviat a la revista prové d'una investigació que ha rebut finançament, s'haurà d'indicar en l'apartat «Agències de suport» l'entitat finançadora, el codi de projecte, etc. Aquesta informació no haurà d'aparèixer en l'arxiu enviat per a garantir l'anonimat del manuscrit.

NORMES EDITORIALS I D'ESTILS

Directrius per a autores/autors

La revista *Feminismo/s* publica dos tipus de treballs: articles d'investigació i ressenyes de llibres. El Consell de Redacció estableix les normes generals que es descriuen a continuació.

La revista no cobra taxes per enviament de treballs, ni tampoc quotes per la publicació dels articles.

S'accepten treballs en anglès o espanyol.

Per a poder enviar un article les autores o els autors han d'iniciar **sessió** o **registrar-s'hi** si no ho han fet amb anterioritat.

ARTICLES D'INVESTIGACIÓ

Els articles d'investigació començaran amb els tres elements següents:

- Títol: serà clar, concís i informatiu. És convenient que continga les paraules clau que defineixen la temàtica de l'article i que prescindisca d'acrònims o termes massa específics d'un camp concret.

- Resum: tindrà una extensió d'entre 250 i 350 paraules i donarà compte dels objectius, el disseny, els mètodes, els principals resultats i les conclusions més rellevants de la investigació.
- Paraules clau: es facilitarà un mínim de 8 paraules claus que identifiquen clarament la temàtica de l'article i que siguin comunes en l'àrea de coneixement corresponent.

Aquests tres elements seran facilitats, a més, en anglès si aquesta no fora la llengua de l'article.

Pel que fa a l'estructura, es recomana que els articles d'investigació continguin la informació següent: introducció, metodologia, resultats, discussió, conclusions i bibliografia:

- Introducció. Ha d'incloure els fonaments i el propòsit de l'estudi, i ha d'utilitzar les cites bibliogràfiques estrictament necessàries. No inclourà dades o conclusions del treball presentat. No ha de realitzar-se una revisió bibliogràfica detallada..
- Metodologia. Serà presentada amb la precisió que siga convenient, i haurà d'aportar informació suficient sobre el treball empíric realitzat a fi de permetre la comprensió del procés d'elaboració i de replicar-hi. Fonts i mètodes prèviament publicats han de ser descrits només breument i aportar-hi les corresponents cites, excepte si s'hi han fet modificacions. Quan pertoque, es descriurà el càlcul de la grandària de la mostra i la forma de mostreig emprada en cada cas. Es farà referència a la mena d'anàlisi documental, crítica, estadística, etc. emprada. Si es tracta d'una metodologia original, serà necessari exposar les raons que han conduït a l'ús i descriure-hi les possibles limitacions.
- Resultats. Apareixeran en una seqüència lògica en el text taules o figures, i no s'hi hauran de repetir les mateixes dades. Es procurarà ressaltar-hi les observacions importants.
- Discussió. Resumiran les troballes, relacionaran les observacions pròpies amb altres estudis d'interès i assenyalaran les aportacions i les limitacions dels uns i els altres. No han de repetir-se amb detall les dades o altre material ja comentat en altres apartats. S'hi esmentaran les inferències de les troballes i les limitacions, incloent-hi les deduccions per a una investigació futura.

- Conclusions. Resumiran les idees que es poden extraure dels resultats i la seua discussió.
- Bibliografia. La bibliografia ha d'aparèixer a continuació de la discussió i les conclusions, segons l'ordre alfabètic de les persones autores i seguint l'estil basat en les normes APA 7a ed.

Els articles d'investigació, que hauran de ser inèdits, tindran una extensió màxima de 9.000 paraules amb les notes, quadres i referències bibliogràfiques inclusivament, excepte excepcions justificades, amb l'autorització prèvia del Consell de Redacció.

Hauran d'estar escrits amb lletra Times New Roman 12. El text es presentarà degudament justificat i amb un interlineat d'1,5. La primera línia de cada paràgraf tindrà sagnat.

Els diferents apartats del text s'ordenaran seguint la numeració aràbiga (1, 2, 3,...) i el títol de cadascun estarà en lletra majúscula i en negreta. Els subapartats s'enumeraran de la següent manera: 1.1, 1.2, 1.3, etc., i els títols estaran en minúscula i en negreta.

Les notes al peu, escrites amb lletra Times New Roman 10, es reduiran a allò indispensable, s'utilitzaran només per a informació suplementària i en cap cas seran bibliogràfiques. La crida en el text serà abans del signe de puntuació.

Les fotografies i les imatges es lliuraran en format digital, separades del text, en format TIFF, amb una qualitat de 300 punts per polzada. Han d'anar identificades convenientment segons siguen citades en el text.

Les imatges, dibuixos, fotografies, figures, taules, gràfics, etc. que il·lustren els articles hauran de ser obra dels autors o les autores de l'article, o en cas contrari hauran d'estar lliures de drets o sota llicències Creative Commons que en permeten la reutilització i indiquen els usos que se'n poden fer. Si els autors i les autores utilitzaren imatges, gràfics, etc. protegits per drets d'autor, hauran d'haver sol·licitat i obtingut l'autorització dels creadors o les creadores d'aquestes imatges, gràfics, etc.

RESSENYES DE LLIBRES

- Les ressenyes de llibres de recent publicació (dels dos últims anys) tindran una extensió màxima de 1.500 paraules, i s'hi especificarà

l'autor/a o l'editor/a, el títol, el lloc de publicació, l'editorial, la data de publicació, l'ISBN i el nombre de pàgines.

- És aconsellable l'enviament, com un arxiu complementari, d'una imatge de la coberta principal de la publicació ressenyada.
- L'autora o l'autor seguirà les instruccions de l'apartat **Normes de citació i referències**.

Llista de comprovació per a la preparació de trameses

Com a part del procés de la tramesa, els/les autor/ autores estan obligats/des a comprovar que la tramesa complisca tots els elements que es mostren a continuació. Se'ls retomaran aquells enviaments que no complisquen aquestes directrius.

1. L'enviament no ha sigut publicat prèviament ni s'ha sotmès a consideració per cap altra revista (o s'ha proporcionat una explicació sobre aquest tema en els Comentaris a l'editor/a).
2. L'arxiu d'enviament està en format Microsoft Word (.DOCX) o Open Document Format (.ODT).
3. Sempre que siga possible, es proporcionen els identificadors DOI per a les referències.
4. El text té interlineat d'1,5; 12 punts de grandària de font Times New Roman; s'utilitza cursiva en comptes de subratllat (excepte en les direccions URL); i totes les il·lustracions, figures i taules es troben col·locades en els llocs del text apropiats, i no al final.
5. El text s'adhereix als requisits estilístics i bibliogràfics resumits en les **Directrius de l'autor/a**, que apareixen en l'apartat Sobre la revista.
6. Si s'envia a una secció avaluada per experts de la revista, cal seguir les instruccions de l'apartat Assegurar **una avaluació anònima**.
7. Compleix amb les normes arreplegades en **Normes de citació i referències**.

NORMES DE CITACIÓ I REFERÈNCIES

La revista s'acull al sistema APA per a la citació i referenciació en el text (7a edició), així com per a l'elaboració de la llista final de referències bibliogràfiques. No se sotmetrà a avaluació cap article no adaptat a APA.

Les normes estan disponibles en <https://apastyle.apa.org/>

COM PROPOSAR UN DOSSIER MONOGRÀFIC

La proposta d'un dossier monogràfic per a la revista *Feminismo/s* es farà arribar per correu electrònic al contacte principal de la revista (revistafeminismos@ua.es) i contindrà la informació següent:

1. Títol provisional del dossier monogràfic.
2. Un CV complet de la coordinadora o del coordinador (o de les coordinadores o coordinadors) del monogràfic.
3. Una descripció dels objectius i una justificació de l'oportunitat del tema del dossier (tres-centes paraules).
4. Una llista provisional de participants en el volum, acompanyada d'una breu ressenya biobibliogràfica de cadascun o cadascuna dels o les participants, dels títols dels treballs previstos i d'un breu resum de cadascun en el qual s'inclouen els objectius previstos (cent cinquanta paraules).
5. Les propostes seran considerades pel Consell de Redacció de *Feminismo/s* en el termini màxim d'un mes a partir de la data de recepció.

PROCÉS D'AVALUACIÓ PER EXPERTES/EXPERTS

1) Els originals rebuts són valorats, en primera instància, pel Consell de Redacció de la revista per a decidir sobre l'adequació a les àrees de coneixement i als requisits que la revista ha publicat per als autors o les autores.

2) El Consell de Redacció envia els originals, sense el nom de l'autor o de l'autora, a dos revisors/es externs/es al Consell Editorial. Sobre eixos dictàmens, el Consell de Redacció decideix rebutjar o acceptar l'article o sol·licitar modificacions a l'autor o a l'autora del treball. Els/les autors/as reben una notificació detallada i motivada en què s'exposa, retocat, el contingut dels informes originals, amb indicacions concretes per a la modificació, si escau. *Feminismo/s* pot enviar als/a les autors/es els informes originals rebuts, íntegres o en part, sempre de forma anònima.

3) L'informe emès pels/per les revisors/es inclou:

- a) una valoració global de l'article i dels resums.
- b) una valoració quantitativa de la qualitat (bona | acceptable | insuficient) segons aquests cinc criteris: originalitat i interès del tema; pertinència pel que fa a les investigacions actuals en l'àrea; rigor metodològic; bibliografia significativa i actualitzada; netedat formal i articulació expositiva.
- c) una recomanació final: publicar | sol·licitar modificacions | rebutjar.

COBERTURA, DIFUSIÓ I PRESENCIA EN BASES DE DADES

La revista està indexada en ESCI (WOS), DOAJ, REDIB, Gender Watch (Proquest), InDICES-CSIC, ERIH PLUS, MLA, CIRC, MlAR, Latindex, Dialnet, Ulrich's, Dulcinea, Google Scholar, SHERPA/ROMEO, RUA, DICE, REBIUN, RESH, OCLC WorldCat, Copac, SUDOC i ZDB/EZB.

POLÍTiques D'IGUALTAT DE GÈNERE

La revista *Feminismo/s* constitueix un espai d'expressió i debat crític en l'àmbit dels estudis de gènere i de la teoria feminista i, per tant, el seu compromís amb les polítiques de gènere i amb la igualtat entre dones i homes en la nostra societat és incontrovertible a tots els nivells:

- La composició de l'Equip Editorial i del Consell Assessor, integrats majoritàriament per dones, així com la nòmina de persones avaluadores, respon al principi de la revista d'incentivar la participació i la visibilitat de les dones en l'àmbit acadèmic.
- Els continguts, els objectius i les metodologies de la revista promouen l'anàlisi crítica de les relacions de gènere en la societat heteropatriarcal, i intenten revelar com les relacions de poder que són a la base de la discriminació per raons de gènere es configuren i es materialitzen en l'àmbit sociocultural i científic.
- L'Equip Editorial de Feminismo/s vetla perquè tots els treballs de recerca eviten els estereotips i els biaixos de gènere que adopten el masculí com a referent universal, exacerben les diferències biològiques o naturalitzen les diferències construïdes socialment.
- La revista garanteix que qualsevol tipus d'investigació publicada sobre persones, animals, teixits o cèl·lules té en compte la variable sexe, és a dir:
 - Reflexiona i decideix fonamentalment sobre la composició per sexes de les mostres i informa del sexe dels subjectes investigats.
 - Analitza les diferències existents dins de cadascun dels sexes i presenta els resultats desagregats per sexe.

En relació amb tot això recomanem al personal investigador interessat a publicar en la revista la consulta de la [Guía práctica para la inclusión de la perspectiva de género en los contenidos de la investigación](#).

- De la mateixa manera, entre les polítiques editorials de *Feminismo/s* hi ha l'ús imperatiu d'un llenguatge inclusiu en tots els articles, que tinga en compte la presència i situació de les dones en la societat i que estiga d'acord amb el principi d'igualtat entre els sexes. En aquest sentit, l'Equip Editorial vetla per la substitució del masculí genèric per a designar tots els individus de la classe o el grup, siguen homes o dones, per termes de valor genèric o sintagmes explicatius, per l'omissió de referències al subjecte i, quan això no és possible, per l'ús de fórmules desdoblades. Per a un desenvolupament més concret d'alternatives i propostes d'ús, recomanem al personal investigador

interessat a publicar en la revista la consulta de la [Guia per a un discurs igualitari en la Universitat d'Alacant](#).

PRINCIPIIS ÈTICS DE PUBLICACIÓ

La publicació d'articles en una revista amb avaluació d'experts és un reflex directe de la qualitat del treball dels/de les autors/es i del compromís i la qualificació dels/de les investigadors/es que actuen com a revisors/es. Per això *Feminismo/s* és una publicació compromesa amb els principis ètics de l'activitat científica en els termes següents:

1. Publicació i autoria

Tots els articles han d'incloure una llista de referències, com també indicar si han rebut suport econòmic. Els treballs han d'estar lliures de plagi o frau científic. Els supòsits* de plagi i frau científic són els esmentats a continuació:

- Plagi: còpia literal sense usar les cometes i citar la font; còpia substancial (materials d'investigació, processos, taules...); parafrasejar o reproduir idees sense citar la font o canviant el significat original; reutilitzar i enviar textos propis ja publicats sense indicar la font i parafrasejar de manera abusiva fins i tot citant la font.
- Fraus científics: no reconeixement de tots/es els/les investigadors/es que participen en l'elaboració del treball; l'enviament simultani a diverses publicacions; la divisió d'un treball en parts diferents que comparteixen les mateixes hipòtesis, població i mètodes, com també la utilització de dades falses o no provades. Finalment, els/les autors/es han de declarar a la revista els potencials conflictes d'interès quan envien un treball.

* Font: <http://www.ethics.elsevier.com/>

2. Responsabilitat dels/de les autors/es

- L'enviament de treballs a *Feminismo/s* implica la lectura i l'acceptació de les normes editorials i de publicació de la revista, incloent-hi la participació en un procés anònim d'avaluació d'experts.
- Tots/es els/les autors/es que signen un treball han d'haver contribuït de manera significativa en l'elaboració i han d'estar d'acord amb el resultat final i amb l'enviament del treball perquè siga avaluat.
- Els treballs han de reconèixer a tots/es els/les autors/es que hi han participat.
- Les dades utilitzades en l'article han de ser reals i autèntiques.
- Els/les autors/es assumeixen l'obligació de corregir o retractar-se davant possibles errors detectats posteriorment.
- Els articles han de ser inèdits i no poden ser enviats simultàniament a cap altra publicació.

3. Procés de revisió

Tots els articles enviats a la revista se sotmeten a un procés d'avaluació d'experts amb les característiques següents:

- La selecció dels/de les revisors/es es fa d'acord amb les normes i els principis previs basats tant en la seua qualificació com en la qualitat de la seua producció científica.
- El procés de revisió serà totalment anònim tant pels/per els autors/es com pels/per les revisors/es. Els articles i les revisions seran tractats confidencialment.
- Els/les revisors/es consideren, entre els criteris d'avaluació, el respecte als principis ètics essencials en la investigació científica.
- Els judicis expressats en les revisions han de ser objectius.
- Tant autors/es com revisors/es han de revelar les relacions i les fonts de finançament que puguen generar potencials conflictes d'interessos.

4. Responsabilitats dels/de les editors/es

- L'equip editorial té la responsabilitat i autoritat per a acceptar o rebutjar un article basant-se en les revisions.

- L'equip editorial revelarà, si escau, les relacions o les fonts de finançament que puguen ser potencialment considerades com a conflictes d'interessos pel que fa a l'acceptació o el rebuig dels treballs.
- Només s'acceptaran els articles en els quals hi ha una evidència certa sobre el compliment de les normes editorials.
- L'equip editorial es compromet a preservar l'anonimat dels/de les revisors/es de manera que mai puguen ser associats/des amb els articles revisats.

5. Qüestions ètiques de publicació

L'equip editorial es compromet a:

- Vigilar i preservar els principis ètics de publicació.
- Mantenir la integritat de l'expedient acadèmic.
- Evitar la publicació de material plagiat o elaborat de manera fraudulenta.
- Estar obert a la publicació de correccions, aclariments, retractacions i disculpes sempre que siga necessari.
- Oferir suport en el procés de retractació d'articles.
- Fer totes les accions necessàries per a complir els estàndards de compromís intel·lectual i ètic.

6. Política antiplagi

El Consell de Redacció de *Feminismo/s* és responsable de comprovar que els treballs presentats siguen originals i no incorreguen en plagi. La Universitat d'Alacant compta amb programari específic a l'efecte, com Turnitin, una eina per a prevenir i evitar el plagi acadèmic i professional que comprova les similituds d'un document amb múltiples fonts d'informació (Internet, articles científics i la seua base de dades interna) i n'identifica el contingut no original traduït de l'anglès. Addicionalment, el Consell de Redacció té a la seua disposició, a través de la pàgina web de la UA, una sèrie de programes gratuïts de detecció del plagi, tals com DOCODE, Copyscape, Plagium, The Plagiarism Checker, Dupli Checker, Plagiarisma, TinEye, Antiplagiarist (<https://biblioteca.ua.es/va/investiga-i-publica/pi/plagi.html>).

El Consell de Redacció es reserva el dret de retirar qualsevol treball rebut, acceptat o ja publicat en cas de constatar-s'hi plagi, falsificació o publicació duplicada, així com els diversos supòsits de frau científic enumerats anteriorment. De la mateixa manera, promou la publicació de correccions o retraccions dels errors detectats.

AVÍS LEGAL

A l'efecte de l'estipulat en els articles 138-143 de la Llei de Propietat Intel·lectual, la publicació d'un treball que atempte contra aquests drets serà responsabilitat de l'autora o de l'autor. L'equip editorial de *Feminismo/s* no es fa responsable, en cap cas, de la credibilitat i autenticitat dels treballs. De la mateixa manera, les opinions i fets expressats en cada article són d'exclusiva responsabilitat de les seues autores/autors i *Feminismo/s* no s'identifica necessàriament amb elles/ells.

AVÍS DE DRETS D'AUTOR/A

Les/els autores/autors que publiquen en *Feminismo/s* estan d'acord en els termes següents:

1. Les/els autores/autors conserven els drets sobre els seus treballs, encara que cedeixen de forma no exclusiva els drets d'explotació (reproducció, edició, distribució, comunicació pública i exhibició) a la revista. Les/els autores/autors són, per tant, lliures de fer acords contractuals addicionals independents per a la distribució no exclusiva de la versió de l'obra publicada en la revista (per exemple, allotjar-la en un repositori institucional o publicar-la en un llibre), sempre que intervinga un reconeixement de la seua publicació inicial en aquesta revista.
2. Les/els autores/autors asseguren que *Feminismo/s* és el primer mitjà que publica la seua obra i garanteixen que mentre es troba en fase de valoració

i possible publicació en la nostra revista no s'ha enviat ni enviarà a altres mitjans.

3. Els treballs es publiquen sota una llicència de Creative Commons Reconeixement 4.0 (CC BY 4.0), llevat que s'indique el contrari, la qual cosa significa que es pot compartir i adaptar el material sempre que intervinga atribució de l'autor/a, del primer mitjà que publica i es proporcione un enllaç a la llicència. Igualment cal indicar si s'hi han fet canvis.

4. Es permet i encoratja als autors/ autores a publicar la seua obra electrònicament després de la seua publicació en *Feminismo/s* (com en repositoris institucionals, en la seua pàgina web...) amb la finalitat d'aconseguir intercanvis productius i aconseguir que l'obra aconseguisca major citació (vegeu [The Effect of Open Access](#), en anglès).

Números anteriores publicados

- Feminismo/s 1.** *Feminismo y multidisciplinariedad.* Helena Establier (coord.)
- Feminismo/s 2.** *Imagin/ando a la mujer.* Pilar Amador Carretero (coord.) y Mónica Moreno Seco (ed.)
- Feminismo/s 3.** *Mujer y participación política.* Mónica Moreno Seco y Clarisa Ramos Feijóo (coords.)
- Feminismo/s 4.** *Writing, memoirs, autobiography and history.* Silvia Caporale Bizzini (coord.)
- Feminismo/s 5.** *Habitar / escribir / conquistar el espacio.* Teresa Gómez Reus (ed.)
- Feminismo/s 6.** *Violencia estructural y directa: mujeres y visibilidad.* Carmen Mañas Viejo (coord.)
- Feminismo/s 7.** *Hélène Cixous: Huellas de intertextos.* Maribel Peñalver Vicea y Rosa María Rodríguez Magda (eds.)
- Feminismo/s 8.** *Mujeres y derecho.* Nieves Montesinos Sánchez y M.^a del Mar Esquembre Valdés (coords.). Nieves Montesinos Sánchez (ed.)
- Feminismo/s 9.** *Género, conflicto y construcción de la paz. Reflexiones y propuestas.* Eva Espinar Ruiz y Eloisa Nos Aldás (coords.)
- Feminismo/s 10.** *Medicines i Gènere. El torsimany necessari.* Elizabeth Mora Torres, Albert Gras i Martí (coords.)
- Feminismo/s 11.** *La representación/presencia de la mujer en los Medios de Comunicación.* Sonia Núñez Puente (coord.) y Helena Establier Pérez (ed.)
- Feminismo/s 12.** *Mujeres en democracia.* Nieves Montesinos Sánchez y M.^a del Mar Esquembre Valdes (coords. y eds.)
- Feminismo/s 13.** *Mujeres y diversidad funcional (discapacidad): construyendo un nuevo discurso.* Carmen Mañas (coord.)
- Feminismo/s 14.** *Género y nuevas tecnologías de la información y la comunicación.* Eva Espinar Ruiz (Coord.)

- Feminismo/s 15.** *¿Feminismo de la igualdad y feminismo de la diferencia?* Elena Nájera (Coord.)
- Feminismo/s 16.** *Género e imagen del poder en la historia contemporánea.* Mónica Moreno Seco y Alicia Mira Abad (Coords.)
- Feminismo/s 17.** *La arquitectura y el urbanismo con perspectiva de género.* María-Elia Gutiérrez-Mozo (Coord.)
- Feminismo/s 18.** *Salud pública desde la perspectiva de género: Hitos e innovación.* María Teresa Ruiz Cantero (Coord.)
- Feminismo/s 19.** *Mirada/s trans/identitarias.* Ángel Amaro (Coord.)
- Feminismo/s 20.** *La Diosa y el poder de las mujeres. Reflexiones sobre la espiritualidad femenina en el siglo XXI.* Angie Simonis (Coord.)
- Feminismo/s 21.** *Mujeres, actividad física, deporte y ocio.* Juan Tortosa Martínez y Lilyan Vega Ramírez (Coords.)
- Feminismo/s 22.** *Ecofeminismo/s: Mujeres y Naturaleza.* Lorraine Kerslake y Terry Gifford (Coords.)
- Feminismo/s 23.** *Todo sobre mi familia. Perspectivas de género.* Adrián Gras-Velázquez (Coord.)
- Feminismo/s 24.** *Género y humor en discursos de mujeres y hombres.* G. Angela Mura y Leonor Ruiz Gurillo (Coords.)
- Feminismo/s 25.** *Violencia escolar y género.* Almudena Iniesta Martínez (Coord.)
- Feminismo/s 26.** *Feminismos en las sociedades árabes.* Eva Lapiedra Gutiérrez (Coord.)
- Feminismo/s 27.** *Comunicación y relaciones de género: prácticas, estructuras, discursos y consumo.* Alejandra Hernández Ruiz y Marta Martín Llaguno (Coords.)
- Feminismo/s 28.** *Laicidad y creencias.* Nieves Montesinos Sánchez y Beatriz Souto Galván (Coords.)
- Feminismo/s 29.** *La (in)visibilidad de las mujeres en la Educación Superior: retos y desafíos en la Academia.* Marcos Jesús Iglesias Martínez e Inés Lozano Cabezas (Coords.)

- Feminismo/s 30.** *Dramaturgia femenina actual. De 1986 a 2016.* Eva García-Ferrón y Cristina Ros-Berenguer (Coords.)
- Feminismo/s 31.** *Dossier monográfico: Sexo y bienestar. Mujeres y diversidad.* Carmen Mañas Viejo y Alicia Martínez Sanz (Coords.)
- Feminismo/s 32.** *Dossier monográfico: MAS-MES: Mujeres, Arquitectura y Sostenibilidad - Medioambiental, Económica y Social.* María-Elia Gutiérrez-Mozo (Coord.)
- Feminismo/s 33.** *Dossier monográfico: Estado actual de la investigación en Literatura francesa y Género: balance y nuevas perspectivas.* Patricia Martínez-García y Jone Martínez-Palacios (Coords.)
- Feminismo/s 34.** *Dossier monográfico: Diálogos entre la democracia participativa y la interseccionalidad. Construyendo marcos para la justicia social.* Ángeles Sirvent Ramos (Coord.)
- Feminismo/s 35.** *Monographic dossier: A critical practice of thinking otherwise: Bacchi, Gender and Public Policy Analysis.* Angela O'Hagan (Coord.)
- Feminismo/s 36.** *Monographic dossier: Departures and Arrivals: Women, Mobility and Travel Writing.* Raquel García-Cuevas García y Sara Prieto García-Cañedo (Coords.)
- Feminismo/s 37.** *Monographic dossier: Modern Woman of the Silver Age Spain (1868-1936): Dissents, Inventions and Utopias.* Dolores Romero López (Coord.)
- Feminismo/s 38.** *Monographic dossier: Women, Sexual Identity and Language.* Isabel Balteiro (Coord.)
- Feminismo/s 39.** *Miscellaneous section*
- Feminismo/s 40.** *Monographic dossier: Black Women's Writing and Arts Today: A Tribute to Toni Morrison.* M. Gallego Durán (Coord.)
- Feminismo/s 41.** *Monographic dossier: Rethinking Motherhood in the 21st Century: New Feminist Approaches.* María Dolores Serrano Niza & Inmaculada Blasco Herranz (Coords.)



INSTITUT UNIVERSITARI
D'INVESTIGACIÓ
D'ESTUDIS DE GÈNERE
INSTITUTO UNIVERSITARIO
DE INVESTIGACIÓN
DE ESTUDIOS DE GÉNERO



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Vicerektorat d'Investigació
Vicerrectorado de Investigación

FEMINISMOS/S 42