



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Título del trabajo: *Mujer, feminismo y medios de comunicación: el caso de Pikara Magazine*

English tittle: *Woman, feminism and media: the Pikara Magazine's case*

Autora

Marta Álvarez Lafuente

Directora

Maite Gobantes Bilbao

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
2016

Resumen

Desde la lucha por la igualdad legal hasta su etapa actual, el feminismo ha recorrido un largo camino. Ahora que hombres y mujeres gozan de los mismos derechos (al menos en el mundo occidental), el feminismo se ocupa de aspectos más concretos (como la brecha salarial) pero sobre todo más sociales, más estructurales. Actualmente, el feminismo no es una, sino varias corrientes que pueden llegar a oponerse entre sí en ciertos aspectos. Sin embargo, es cierto que en general se ha transformado más bien en *transfeminismo*, pues ya no lucha por la igualdad entre hombre y mujer, sino por la igualdad entre todo tipo de colectivos: identidades de género, razas, culturas, etc.

En España, hombre y mujer ocupan porcentajes similares en el sector laboral de los medios de comunicación. Sin embargo, en el discurso de esos medios se siguen manteniendo, aunque de forma sutil, los modelos tradicionales de hombre y mujer. La revista feminista online *Pikara Magazine* supone un giro radical de esa narrativa tradicional.

Palabras clave: Feminismo, medios de comunicación, mujer, España, *transfeminismo*, perspectiva de género, patriarcado, heteropatriarcado, Simone de Beauvoir, teoría *queer*, feminismo científico, feminismo de disidencia, identidades de género, estudio de género, roles de género, brecha salarial, *Pikara Magazine*.

Abstract

Ever since the fight for legal equality till it's current stage, feminism has travelled a long way. Now that men and women hold the same rights (at least in the occidental world), feminism deals with more specific aspects (such as the pay gap) but, overall, it sees to more social, structural problems. Feminism is currently not just one, but several perspectives that may even oppose to one another at some aspects. However, it is true that, in general, it has developed into a short of *transfeminism*, as it fights not just for men-woman equality, but also for equality between all kind of collectives: gender identities, races, cultures, etc.

In Spain, man and women occupy similar percentages in the media job sector. However, these media's narrative perpetuates man and woman traditional roles –although in a subtle way–. Online magazine *Pikara* entails a radical change of that kind of discourse.

Keywords: Feminism, media, woman, Spain, *transfeminism*, gender perspective, patriarchy, heteropatriarchy, Simone de Beauvoir, *queer* theory, scientific feminism, dissident feminism, gender identities, gender study, gender roles, pay gap, *Pikara Magazine*.

ÍNDICE

Introducción	1
1. Feminismo	3
1.1. Conceptos tradicionales asociados a la mujer	3
1. 2. Aproximación al concepto de feminismo	5
1. 3. Los feminismos en la actualidad	8
2. La mujer en España	11
2.1. Situación social y laboral	11
2.2. Mujeres y medios de comunicación	12
2. 3. La mujer en la prensa	14
3. Estudio de caso: Pikara Magazine	17
3.1. Pikara Magazine: cibermedios y feminismo	17
3.2. Análisis temático y semántico	18
1. Vienen a violar a nuestras mujeres (08/01/2016)	18
2. El bebé de Bescansa, el feminismo y la nueva política (17/01/2016)	20
3. No eres tú, es la estructura: desmontando la poliamoría feminista (04/09/2015)	20
4. Colonia: las consecuencias de atribuir la violencia sexual a los refugiados (13/01/2016)	21
5. La maternidad obligada (17/02/2016)	22
6. Adios al macho (29/07/2015)	23
7. Tan feminista que eres (05/09/2015)	24
8. Machismo y medios: lo peor de 2015 (31/12/2015)	24
9. Lo del maquillaje, los tacones y la depilación (28/10/2015)	25
10. La industria oculta de los óvulos (23/03/2016)	26
4. Conclusiones	29
6. Bibliografía	31

INTRODUCCIÓN

La idea que inspiró este trabajo surgió de mi inquietud personal por el papel de los textos (tanto ficciones como discursos mediáticos) en la configuración y perpetuación de la identidad individual y las ideologías y estructuras sociales. Como mujer y estudiante de Periodismo me veo doblemente reflejada en los ámbitos de estudio del presente trabajo: el feminismo y la representación de la mujer en los medios de comunicación. Ha sido una oportunidad para desarrollar mi interés en ambos campos, sobre los que hasta la fecha poseía un conocimiento más bien superficial.

Este trabajo pretende retratar de manera breve pero precisa la situación actual de las mujeres en los medios españoles, tanto el calidad de trabajadoras como de protagonistas de la información. Se trata de un tipo de estudio sobre el que, curiosamente, resulta difícil encontrar análisis actualizados.

El estudio se sostiene en un marco teórico que comprende dos pilares fundamentales. Por un lado, en el capítulo 1 se realiza un recorrido por la historia del feminismo, sus antecedentes y conceptos básicos, hasta llegar a un esbozo de la situación actual del movimiento. El capítulo 2 se centra en la situación de la mujer en España, haciendo especial hincapié en el ámbito laboral, y dentro del mismo, en el sector de los medios de comunicación.

Con este marco teórico como principal herramienta, este trabajo pretende poner de manifiesto cuál es el papel de la mujer en los medios y hasta qué punto sigue (o no) siendo retratada en función de los roles de género. Este trabajo concluye con el estudio de caso de *Pikara Magazine*, revista online autodenominado «feminista subversiva», como ejemplo radicalmente contrario a ese supuesto discurso patriarcal de los medios tradicionales.

Por medio de la consulta de informes oficiales, estudios y autores de referencia en los ámbitos del feminismo y la igualdad laboral, se ha articulado el marco teórico y contextual anteriormente descrito. Con este marco como referencia, se ha procedido a realizar el análisis discursivo de diez textos de la revista online feminista *Pikara Magazine*.

Debido al carácter combativo y polémico del medio, el criterio de selección de esos diez artículos ha sido el número de comentarios: se han escogido los diez artículos que más respuesta han generado en el último año (mayo 2015-mayo 2016). Estos textos han sido sometidos a un análisis temático y semántico, a través del cual se pretende arrojar luz sobre el tipo de discurso y las técnicas narrativas predominantes en *Pikara*.

1. FEMINISMO

1.1. Conceptos tradicionales asociados a la mujer

Los conceptos de masculinidad y feminidad, desarrollados atendiendo a características asociadas al sexo, configuran un horizonte de expectativas culturales. Cada sociedad contribuye a la construcción de la identidad de los individuos que la forman mediante la transmisión de su imagen de masculinidad o feminidad, ya que estos interiorizan el modelo de hombre o mujer de su entorno.

Con el paso del tiempo, las mujeres han conquistado poco a poco derechos que antes les estaban vetados (como el derecho al voto) y que son pasos hacia la igualdad entre géneros. Sin embargo, no es lo mismo la igualdad legal y formal que la igualdad real. Para que esta última sea posible, es necesario un profundo cambio cultural, un cambio que, como apunta Requena, es especialmente difícil en las ciencias sociales, en las que la ideología tiene tanto peso. Es mucho más fácil y cómodo perpetuar los valores que se daban por sentados que reflexionar sobre nuevas posibilidades (Requena, en Gobantes, 2014: 134). Por esto mismo, en los modelos de hombre y mujer de la sociedad occidental continúan arraigados roles de género anticuados y sexistas.

Según De Beauvoir, históricamente el hombre ha construido su identidad por oposición y superioridad respecto a la mujer: «El hombre no asume orgullosamente su sexualidad sino en tanto que es un modo de apropiación del Otro [la mujer]». El determinismo biológico pone de manifiesto que las diferencias entre ambos sexos: la menstruación, fuerza, tamaño, peso... Biológicamente hablando, en muchos aspectos el hombre es «infinitamente privilegiado» en comparación con la mujer (De Beauvoir, 2000: 86).

Dada la tendencia a identificar sexo y género que señala García-Campos, la biología ha servido como excusa para construir una serie de estereotipos de género perpetuados en el tiempo (pensamiento naturalista) y que, «si bien pueden perjudicar tanto a hombres como a mujeres, sin embargo, el pasado y el presente nos muestran que han sido principalmente ellas quienes han sufrido las consecuencias más negativas» (Rivera, 2013: web). Los ejemplos de estereotipos que cita Rivera, como postulaba De Beauvoir, aparecen construidos por oposición mujer/hombre: discapacidad/capacidad, inferior/superior, irracionalidad/racionalidad, fragilidad/fuerza, pasivo/activo, sensibilidad/dureza, subjetividad/objetividad, espacio privado/espacio público, entre otras.

Históricamente, la «debilidad» biológica de la mujer la ha relegado a la vida doméstica y a la función reproductora, mientras el hombre ha ejercido la faceta más trascendental, la realización a través del trabajo físico (De Beauvoir, 2000: 33), que le permite convertirse en el sostén económico del hogar. Aunque este trabajo pase a ser intelectual con la aparición de las profesiones burguesas,

el papel de cabeza de familia sigue estando reservado para el hombre. La mujer está, por lo tanto, subordinada a él, ya no sólo legalmente, sino también económicamente. A su vez, esta dependencia económica impide su emancipación¹.

Si bien en el Renacimiento las mujeres lograron formar parte de ciertas esferas tradicionalmente reservadas a los hombres, como la política, la guerra o la cultura, esta aparente liberación queda restringida a las clases altas. Las mujeres de clase obrera o incluso burguesa (más adelante) siguen sometidas a una rígida moral que las confina en sus hogares y a la sombra de sus maridos, y les niega una educación que pueda ayudarlas a cambiar esa situación. Pensadores de la época, como Helvicio, D'Alambert o Diderot, denuncian esta paradoja (De Beauvoir, 2000: 43-47), si bien otros tantos la defienden, como por ejemplo, Rousseau, que en su obra *Emilio, o de la educación*, publicada a mediados del siglo XVIII, subordinaba la educación femenina a la utilidad que esta pudiera tener para el hombre.

En la historia del cristianismo, también hay múltiples alusiones a la inferioridad moral e intelectual de la mujer respecto al hombre. En el Génesis, Eva cae en la tentación y arrastra consigo a Adán hacia el pecado original que condena a la humanidad. Santo Tomás escribió: «la mujer necesita marido no solamente para la generación, lo mismo que ocurre en los demás animales, sino también para su propio gobierno, pues el varón es más perfecto en cuanto a la razón y más enérgico en valor» (Suma contra gentiles, en Vitale, 1997: 56-57).

Son numerosos los ejemplos de textos cristianos que abogan por la sumisión femenina (de San Pablo, de San Ambrosio...), pero lo cierto es que práctica ya formaba parte de la estructura social antes de que surgiera el cristianismo. De Beauvoir sitúa lo que califica de «la gran derrota del sexo femenino» en la aparición de la propiedad privada, pues es entonces cuando la mujer deja de ser una igual al hombre (cumplía su función en la tribu como agricultora) para convertirse en una posesión suya en tanto que el hombre ha pasado a ser el dueño de la tierra (De Beauvoir, 2000: 23).

Esta posición subordinada de la mujer está íntimamente ligada con ciertos rasgos psicológicos que se atribuyen tradicionalmente a la feminidad. Según el estudio *Measuring sex Stereotypes: A Multinational Study* (1990), el estereotipo femenino tradicional se caracteriza por el carácter dependiente y la necesidad de cuidados y afiliación. La socialización promueve que la mujer tenga esta relación de vulnerabilidad y dependencia, y al mismo tiempo, de darse por completo a los demás (nutrirlos, comprenderlos, sostenerlos) preocupándose de los intereses del otro, pero nunca de los suyos propios (Chaves, 2012: 8).

¹ Un buen ejemplo es la historia de *Una habitación propia* (1929), novela en la que Virginia Wolf puso de manifiesto el destino de una hipotética hermana de Shakespeare que, tan talentosa como él, quedaría relegada a una vida de miseria y sumisión por las oportunidades que se le negaban debido a su sexo.

Paradójicamente, también se ha asociado a las mujeres su inestabilidad y su carácter superficial y caprichoso. Al igual que sucedía con la paradoja de la educación (o mejor dicho, de la falta de ella), De Beauvoir achaca estas faltas a la posición sumisa a la que el patriarcado relega a la mujer: «Se encierra a la mujer en una cocina o en un tocador, y luego asombra que su horizonte sea tan limitado (...) Encerrándola en los límites de su yo o de su hogar, se le reprocha su narcisismo y su egoísmo con todo su cortejo: vanidad, susceptibilidad, maldad, etc.» (De Beauvoir, 2000: 341-342).

En definitiva, amparada en el determinismo biológico, la historia ha relegado a la mujer a una posición inferior en todos los aspectos: inteligencia, carácter, derechos... Tradicionalmente, la mujer ha sido un mero complemento del hombre. Sirven como ejemplo los versos de Nietzsche en *Así habló Zarathustra*: «Dos cosas quiere el varón auténtico: peligro y juego. Por ello quiere él a la mujer, que es el más peligroso de los juguete. El hombre debe ser educado para la guerra, y la mujer, para la recreación del guerrero: todo lo demás es tontería» (Nietzsche, 1885: 38).

1. 2. Aproximación al concepto de feminismo

El movimiento feminista surge el occidente como respuesta al desequilibrio de derechos (sociales, legales...) que existe históricamente entre hombre y mujer. El objetivo básico del feminismo es suprimir dichos desequilibrios y conseguir una igualdad real entre todos los géneros. El contexto en el que se ha desarrollado el feminismo ha ido evolucionando, y por lo tanto, aunque la meta del movimiento se mantenga, las reivindicaciones principales han ido transformándose a lo largo de los diferentes períodos de la historia, persiguiendo en sus diferentes «olas» los derechos civiles, luego los políticos y finalmente los sociales.

La llamada «primera ola del feminismo» tiene lugar durante el siglo XVIII e inicios del XIX. Durante toda la historia ha habido mujeres que se han negado a ser tratadas inferiores a los hombres, por ejemplo, ya en el XVI María Lejars escribió *La igualdad de los hombres y las mujeres*. Sin embargo, no se puede hablar de un movimiento feminista como tal hasta que no llega la Ilustración. Este periodo, caracterizado por la defensa de valores como la libertad, la educación o el racionalismo, genera un contexto social e intelectual que permite la aparición de los primeros textos y reivindicaciones feministas. Sin embargo, paradójicamente, por concordantes que puedan parecer los valores ilustrados y el feminismo, el movimiento no tuvo éxito. El discurso dominante, que seguía defendiendo la preeminencia del hombre sobre la mujer, ahogó la voz de los ilustrados feministas como Polain de la Barre, autor de *De l'égalité des deux sexes* (1673) y *Traité de l'education* (1674) (Fries, 2008 :1).

Uno de los mejores ejemplos de la hegemonía machista de la revolución ilustrada es la Constitución Francesa de 1791. Este texto, que se considera uno de los símbolos del triunfo de la Revolución

Francesa por excelencia, distingue entre dos categorías de ciudadanos: activos, que podían elegir a los diputados de la Asamblea, y pasivos, sin derecho a voto. Este último grupo estaba formado por hombres sin propiedades y/o analfabetos. A las mujeres no se las contemplaba en ninguna de las dos categorías. Este colectivo también quedaba excluido de la línea de sucesión monárquica y carecía de elegibilidad en caso de regencia (Torremocha, 2015: 1-14).

Ese mismo año, y en parte como protesta a la hipócrita situación de «igualdad» que supuso el advenimiento de la Revolución, Olympia De Gouges escribió *Declaración de los derechos de la mujer y de la ciudadanía*: «La mujer nace libre y permanece igual al hombre en derechos (...) El ejercicio de los derechos naturales de la mujer sólo tiene por límites la tiranía perpetua que el hombre le opone; estos límites deben ser corregidos por las leyes de la naturaleza y de la razón» (De Gouges, en Nora, 2010: 170). Lejos de conseguir cambio alguno en la desigual legislatura, De Gouges fue guillotinada en 1793, año en el que Robespierre terminó también con los clubes y sociedades literarias femeninas (Fries, 2008: 1-2).

En Inglaterra, Mary Wollstonecraft publica en 1792 *Vindicación de los derechos de la mujer*, considerado uno de los textos más destacables de la historia del feminismo. En la línea de De Gouges, Wollstonecraft defiende la necesidad de igualdad entre hombre y mujer, y hace especial hincapié en la educación. En varias ocasiones critica los conceptos propuestos por Rousseau, un autor que, como ya se ha citado anteriormente en este trabajo, había escrito sobre las diferencias naturales entre hombre y mujer que, según él, colocaban a esta en una categoría inferior y limitaba las posibilidades educativas de la mujer a la medida en que estas pudieran acarrearte conocimientos para complacer al hombre (Cobo, 1989: 215-217).

El movimiento sufragista es el más representativo del feminismo del siglo XIX (y principios del XX). El derecho al voto femenino se exigió por primera vez en 1789, en París, pero como ya se ha comentado, en el contexto de la Revolución Francesa no había hueco para las reivindicaciones feministas, y no es hasta el siglo XIX que comienza el movimiento sufragista como tal. En 1832 se presenta la primera petición de voto femenino al Parlamento británico, y en 1848, en Seneca Falls (Nueva York), se redacta la *Declaración de sentimientos*, considerado el texto fundacional del sufragismo americano. El sufragio femenino se aprueba por primera vez en Estados Unidos en 1869, en Wyoming.

Pero regresando a Inglaterra, los mítines y las peticiones a favor del sufragio femenino se sucedieron a lo largo de la segunda mitad del siglo XIX. En 1866 se funda la Sociedad Nacional pro Sufragio de la Mujer, tras la propuesta fallida de la *Ladies Petition*. Sin embargo, el constante rechazo del Parlamento provocó que la entrada del siglo XX trajera consigo un activismo sufragista

más directo: «la táctica que emplearon fue interrumpir los discursos de los ministros y presentarse en todas las reuniones del partido liberal para plantear sus demandas. La policía las expulsaba de los actos y les imponía multas que ellas no pagaban, así que iban a la cárcel. Allí, eran consideradas presas comunes y no políticas como reivindicaban. Aún en la cárcel, no desistieron. Iniciaron una huelga de hambre en prisión (...). Comenzó entonces una espiral de violencia entre las feministas y la policía inglesa» (Varela, 2008: web).

El primer país en aprobar el sufragio femenino fue Nueva Zelanda, y las principales potencias de Europa (Inglaterra, Francia...) siguieron su ejemplo a lo largo de la primera mitad de siglo. En 1948, la Declaración de los Derechos Humanos establece que en su artículo 2 que: «toda persona tiene los derechos y libertades proclamados en esta Declaración, sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición». En 1952, la ONU aprueba la Convención de los Derechos Políticos de la Mujer, que proclama la igualdad entre sexos en todo lo concerniente a política, desde el derecho a voto hasta la elegibilidad en unas elecciones.

Pocos años antes, en 1949, Simone de Beauvoir publica el que se considera uno de los textos clave del feminismo: *El segundo sexo*. Lejos del tono militante de sus predecesoras, Beauvoir presenta un estudio de la relación asimétrica que se ha dado históricamente entre hombre y mujer, relación que la filósofa explica adjudicando a la mujer el papel de «la otra»: el hombre la ve como algo opuesto a sí mismo, que se sitúa en el centro del mundo (De Beauvoir, 2000). Para Varela, el carácter científico y metódico de *El segundo sexo* «inaugura una forma de trabajar que será característica del feminismo de la tercera ola, el carácter interdisciplinar del mismo. El feminismo posterior ya no se dedicará sólo a la reivindicación sino que indagará en todas las ciencias y disciplinas de la cultura y el conocimiento como hizo Simone de Beauvoir» (Varela, 2008, web).

Tal y como postula Varela, este ensayo llega en una época en la que el feminismo se encontraba «desarticulado» tras el triunfo de la causa sufragista. Este triunfo, sin embargo, no erradicó el sexism, pues si bien a la mujer se le habían reconocido ciertos derechos, culturalmente seguía sin aceptarse que ejerciera los mismos papeles que un hombre. En definitiva: «el hecho de que el acceso al voto y a los estudios superiores no se había traducido en una mejora real de la vida de las mujeres» (Gil, 2013: web). Este malestar femenino es el que Betty Friedan etiqueta como «el problema que no tiene nombre» en su obra *La mística de la feminidad* (1963) (Friedan, en Fries, 2008: 5). Friedan representa el feminismo liberal, una de las corrientes que surgen durante la segunda ola, iniciada en los años sesenta del siglo XX, y que tiene como reivindicación principal la integración de la mujer en la sociedad (a todos los niveles: cultural, profesional...).

La diferencia de enfoques hace que en la segunda ola se empiece a hablar de «feminismos» (Cabrera, Vargas, 2014: 21). Por ejemplo, aparece también la corriente radical estadounidense, que se opone a la liberal porque esta «no logra poner de manifiesto y denunciar la estructura de relaciones de poder entre hombres y mujeres, la cual responde al ejercicio del poder masculino presente en todos los contextos de la vida, públicos y privados». (Fries, 2008: 6). El concepto de patriarcado (la dominación del hombre en todas las esferas, que subordina a la mujer por el hecho de serlo) es el pilar central del feminismo radical.

Similar a esta corriente, pero con una metodología más marxista, aparece en Inglaterra el feminismo socialista. Por otro lado, también entra en escena el feminismo de la diferencia, más centrado en estudiar y construir lo que Ávila califica de «esencia cultural femenina» (Ávila, 2009: 42) que en analizar la relación entre el estatus femenino y el masculino. El feminismo de la diferencia tiene como objetivo desligar a las mujeres de su posición como objeto de análisis oprimido por el patriarcado y crear para ellas una conciencia de grupo propia: «si existe un auto-odio y una subestimación, por introyección del discurso del otro, el grupo no puedeemerger ni su lucha levantar cabeza (como el caso de los negros que hubieron de afirmar *Black is beautiful*). Así también, el feminismo de la diferencia cumplió la función de desinteriorizar el menoscenso del opresor» (Amorós, 1994: 6). Es algo similar a lo que ya defendía De Beauvoir en *El segundo sexo*: sin una conciencia de grupo, las mujeres nunca podrían luchar verdaderamente unidas para conquistar la igualdad.

1. 3. Los feminismos en la actualidad

La conciencia de este multiperspectivismo interpretativo es la que da origen en los años noventa a la tercera ola del feminismo, caracterizada por la reflexión (y la investigación) en torno a la cuestión de la identidad (Reverter, 2010: 14-16). Es durante este periodo cuando aparecen nuevas teorías que al cuestionar conceptos como el género difuminan los límites de lo que tradicionalmente se entendía como feminismo.

Un buen ejemplo de este *transfeminismo* es la teoría *queer*. La palabra *queer* tiene muchas acepciones: «marica» o «gay» como sustantivo, «raro» o «torcido» como adjetivo, «desestabilizar», «perturbar» como verbo... Tradicionalmente se ha empleado como insulto, pero a partir de los años noventa comienza a ser el estandarte de un movimiento de orgullo y visibilización de conductas sexuales heteronormativas: la teoría *queer*. Esta corriente tiene sus antecedentes en una serie de estudios realizados durante los años ochenta en torno a la homosexualidad en la Antigüedad, así como en las nuevas propuestas sexualidad y de género como construcción social de Money

(Cabrera y Vargas, 2014: 25) y Foucault, que ya en 1979 calificó el género de «ideal regulatorio», una construcción social (Butler, 2002: 18).

Sin embargo, el origen de la teoría *queer* como tal lo encontramos en *El género en disputa* (1990). En este ensayo, Judith Butler fusiona el interés de los años anteriores por las sexualidades heteronormativas con su propia teoría de la identidad performativa, según la cual es género es un «acto», una construcción «fantasmática» (Butler, 2007: 283-285). Para Butler, el ser humano edifica su identidad de género por imitación de los roles que la sociedad ha construido y a los que tiene que adscribirse; si dichos roles sociales no existieran, tampoco lo haría el género (Butler, 2002: 18). En España, uno de los principales representantes de la teoría *queer* es Paul B. Preciado. En obras como *Manifiesto contra-sexual* (2002) o *Testo Yonqui* (2008) teoriza en contra de la heteronormatividad, exponiendo cómo las estructuras de poder construyen la identidad de los individuos, y dentro de la misma, su sexualidad.

También en los años ochenta y noventa, aunque desde un enfoque completamente distinto, surge la «ciencia sucesora feminista», con su propuesta del conocimiento situado. Esta propuesta defiende que, lejos de la pretensión de objetividad, los estudios científicos siempre han sido, en parte, producto del enfoque de quien los llevaba a cabo, que en su mayoría eran sujetos masculinos, europeos y blancos. Para Haraway, es necesario adoptar una nueva objetividad, una «objetividad fuerte» que reconozca explícitamente el lugar desde el que el sujeto ha producido el conocimiento (Haraway, en Cabrera y Vargas, 2014: 28-29)

Con ciertos estudios del feminismo científico es especialmente crítico el llamado feminismo de disidencia. Iniciado en Estados Unidos por Camille Paglia —*Sexual Personae, Art and Decadence from Nefertiti to Emily Dickinson* (1990)— y Christina Hoff Sommers, —*Who Stole Feminism? How Women Have Betrayed Women* (1994)—, el feminismo disidente se posiciona en contra de lo que denomina «ideología de género»: critica su enfoque victimista, cuestionando la existencia real de una sociedad patriarcal que opprime a la mujer y «reivindica un feminismo liberal y equitativo no obsesionado con las diferencias de género y las diferencias de poder» (León, 2009: 562).

En relación con lo anteriormente señalado sobre los estudios científicos feministas, Sommers realizó una investigación que demostró que ciertos estudios feministas como *Revolution from Within* (sobre la anorexia femenina) o un boletín de la Nacional Women's Studies Association sobre violencia de género habían falseado sus cifras de víctimas para sobredimensionar la situación denunciada y atraer la atención pública. El feminismo disidente defiende también que es absurda la reinención de la historia (de *His Storie* –historia de él– a *Her Storie* –historia de ella–), porque la escasa presencia de la mujer en ella no se dedica a que su papel no fuera reconocido, sino a que,

debido a las condiciones sociales, no había tal papel para ellas (León, 2009: 567). Siguiendo el ejemplo que propone Paglia, «el feminismo no ha encontrado ni una gran pintora o escultora que añadir al canon, ha reanimado la reputación de muchas mujeres menores que no necesitaban ser redescubiertas» (Paglia, en León, 2009 2001: 567)

También polémica es su posición respecto a las violaciones. El feminismo disidente postula que el resto de feminismos consideran la violación no un acto de carácter sexual, sino una imposición de poder del hombre sobre la mujer alentada por la cultura patriarcal. Paglia devuelve cierta responsabilidad a la mujer, y respecto a los casos de violaciones en campus universitarios americanos llegó a decir: «Una chica que se deja caer borracha en una fiesta de la fraternidad está loca. Una chica que sube las escaleras a solas con un hermano de la fiesta de la fraternidad es idiota. Las feministas llaman a esto culpabilizar a la víctima. Yo lo llamo sentido común». (Paglia, en León, 2009: 577).

En España, la principal representante del feminismo disidente, o como ella lo denomina, «el otro feminismo» es Empar Pineda. En su artículo *Un feminismo que también existe* (2006), Pineda muestra su rechazo a la «actitud protecciónista» y «excesiva tutela» que suponen, en su opinión, ciertos aspectos de la ley contra la violencia de género y la ley de divorcio: «Tienden a presentar a los hombres y a las mujeres como dos naturalezas blindadas y opuestas: las mujeres, víctimas, los hombres, dominadores. La imagen de víctima nos hace un flaco favor a las mujeres: no considera nuestra capacidad para resistir, para hacernos un hueco, para dotarnos de poder y no ayuda a generar autoestima (...). Nosotras no deseamos un feminismo revanchista y vengativo, deseamos simplemente relaciones en igualdad, respetuosas, saludables, felices, en la medida en que ello sea posible, relaciones de calidad entre mujeres y hombres» (Pineda, 2006: web).

Tras este breve recorrido por la historia y la evolución del feminismo, parece que el movimiento mantiene su objetivo fundamental: conseguir la igualdad real entre géneros. Sin embargo, y a pesar de que las limitaciones de este trabajo imposibilitan un análisis más extenso de la diversidad de feminismos actuales, ha quedado claro que ese objetivo principal común no es garantía de su unidad como corriente ideológica.

2. LA MUJER EN ESPAÑA

2.1. Situación social y laboral

En el primer apartado de este trabajo se enumeran diversos conceptos que se han asociado a las mujeres en distintos momentos de la historia. También se han hecho algunos apuntes sobre su situación social y laboral a lo largo de la historia. Si bien los avances en ambos campos son innegables, lo cierto es que los roles de género son difíciles de abandonar.

En su tesis doctoral *Representaciones sociales de género: Un estudio psicosocial acerca de lo masculino y lo femenino*, Bruel analiza las diferencias de percepción de los conceptos de hombre y mujer. En una encuesta realizada a 65 alumnos madrileños de entre trece y diecisésis años, Bruel descubrió que la mayoría de los arquetipos de género persistían entre los más jóvenes. Por ejemplo, menos del 25% de los encuestados consideraba que tareas como la mecánica, la reparación grifos o la conducción de camiones pudieran ser desempeñadas por hombres y mujeres por igual. La ingeniería o la mecánica, a sus ojos, quedaban reservadas para los hombres, mientras que más del 70% opinaba que tender la ropa, limpiar la casa, planchar o coser eran ocupaciones exclusivas de las mujeres (Bruel, 2008: 151).

Al inicio del presente trabajo se hacía una distinción entre igualdad legal e igualdad real. España, como otros muchos países, sirve como ejemplo de esta dicotomía. En nuestro país, ambos性os tienen los mismos derechos, e incluso existe una ley específica para garantizar la igualdad: la Ley Orgánica 3/2007 o Ley para la igualdad efectiva de hombres y mujeres, que tiene los siguientes objetivos:

- «Hacer efectivo el derecho de igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres y eliminar cualquier forma de discriminación por razón de sexo, directa o indirecta, en todos los ámbitos, especialmente la derivada de la maternidad y las obligaciones familiares.
- Integrar el principio de igualdad de trato y oportunidades en todas las políticas públicas: laboral, social, educativa, vivienda, cultura, deporte, creación artística, cooperación al desarrollo, salud y acceso a las nuevas tecnologías y a los bienes y servicios.
- Establecer una participación equilibrada (mínimo 40%-máximo 60%) de mujeres y hombres en las listas electorales, en todos los ámbitos de las Administraciones Públicas y en los Consejos de Administración de las empresas» (Ley Orgánica 3/2007, 22 de marzo).

A pesar de esto, existen grandes diferencias entre ambos性os, por ejemplo, en el ámbito laboral. En España, el 49,1% de la población son hombres, y el 50,9%, mujeres. Sin embargo, según los

últimos datos de la Encuesta de Población Activa, correspondientes al primer trimestre de 2016, la tasa de empleo femenina es diez puntos menor que la masculina (54,03% frente a 64,78%). Cabe destacar, además, que el 91,1% del empleo masculino es a tiempo completo, mientras que en las mujeres, esta cifra solo llega al 75,19%.

La diferencia se hace más notable cuanto más se sube en la pirámide corporativa. Según el Instituto de la Mujer, en 2014 solo el 18,22% de los puestos de presidencia o consejo de administración de las empresas del IBEX35 los ocupaban mujeres (solo tres eran presidentas). Esto supone un avance (en el año 2005 ninguna empresa del IBEX35 estaba presidida por una mujer, y solo el 2,09% ocupaba algún cargo en sus consejos de administración), pero está claro que aún queda mucho camino por recorrer hasta alcanzar la igualdad de sexos en las altas esferas corporativas.

Como reflejan estos datos, aunque a las mujeres se les reconocen los mismos derechos y oportunidades que a los hombres, existe una discriminación indirecta hacia el sexo femenino. La Ley para la igualdad efectiva de hombres y mujeres la define como «la situación, disposición, criterio o práctica aparentemente neutra que ponga a las personas en situación de desventaja por razón del sexo, salvo justificación objetiva por una finalidad legítima» (Ley Orgánica 3/2007, 22 de marzo). En la práctica, aunque las mujeres tengan igualdad legal, esta discriminación limita sus posibilidades laborales y les impide (o, para ser exactos, les dificulta) llegar a los puestos más altos.

Esta brecha entre sexos en los cargos de responsabilidad es lo que en retórica feminista se conoce como «techo de cristal», y puede comprobarse en otros aspectos como la remuneración. La última encuesta de estructural salarial del Instituto Nacional de Estadística refleja que en 2013 el salario femenino medio fue de 19.514,58 euros, un 24% inferior de los hombres (25.675,17 euros). Que las mujeres cobren de media tres cuartos de lo que cobran los hombres se debe, en parte, a los factores ya señalados: al mayor número de mujeres que trabajan a jornada parcial en lugar de completa y a la escasa cifra que representan dentro de los puestos de alta responsabilidad. Sin embargo, no se trata solo de eso. Como también revela el informe, en todas las ocupaciones contempladas en la encuesta, las mujeres reciben un salario inferior al de los hombres. En lo que respecta a la remuneración por horas, las trabajadoras a tiempo completo ganaron de media un 13,7% menos por hora que los trabajadores. En la jornada parcial, la diferencia sube hasta el 17,8%.

2.2. Mujeres y medios de comunicación

Los medios de comunicación son empresas, y como tales, no se libran de esta brecha entre hombres y mujeres. Sin embargo, no se trata de empresas cualesquiera: los medios contribuyen a la construcción de la realidad de sus lectores, oyentes o espectadores (Mateos, 2007: 9). Por lo tanto, el sexismoy la baja representación de las mujeres en los medios de comunicación conllevan efectos

particularmente graves: «significa una problemática psicosocial; porque al ser estos [los medios de comunicación] agentes de socialización, tienen una enorme capacidad de influenciar en diferentes aspectos; como el cognitivo, la construcción de la identidad y los valores (...). El sexismio interiorizado en nuestro sistema de valores será llevado a la práctica en nuestra cotidianidad, reflejándose en nuestra forma de ser, pensar, sentir y actuar normalizando actos de discriminación y violencia» (Cuba et al, 2016: 64).

La representatividad de las mujeres en los medios puede referirse a dos aspectos: al tiempo que dedican a hablar de las mujeres (y la forma en que lo hacen) o al número de trabajadoras que forman parte del sector. La hipótesis de la feminización relaciona ambos conceptos: sostiene que una mayor presencia de periodistas mujeres facilitará la transformación de los procedimientos y los contenidos de los medios y los orientará hacia la perspectiva de género. La postura opuesta a esta hipótesis defiende que la creciente incorporación de las mujeres a los medios no tendrá repercusión en el contenido, dado que «los criterios de noticiabilidad no tienen sexo» (Soriano et al, 2005: 38).

En lo que respecta a representatividad laboral, la situación de las periodistas ha mejorado mucho con el paso de los años. Según el informe de 2015 del Proyecto de Monitoreo Global de Medios, en España las mujeres representan el 44% de la plantilla de la prensa, el 59% en radio y el 64% en televisión; frente al 34%, 32% y 58% de 2010. El informe también destaca que el 100% de las presentadoras de los noticiarios televisivos analizados tienen entre treinta y cinco y cuarenta y nueve años, mientras que el 97% de los presentadores tiene entre cincuenta y sesenta y cuatro. Esto puede interpretarse como una casualidad, pero también como un mecanismo de expulsión (Soriani, 2005: 12).

En cuanto al contenido de la información, las mujeres ocupan una porción del espacio informativo considerablemente menor que la dedicada a los hombres. El informe del Proyecto de Monitoreo Global de Medios refleja que solo el 28% de las noticias de los medios tradicionales (prensa, radio y televisión) están protagonizadas por mujeres. En Twitter y en la prensa online la cifra es algo superior: el 33%. En lo que se refiere a las mujeres como fuente de información, suelen ser consultadas como sujetos de las noticias o fuente de opinión popular, y solo en el 9% de los casos se acude a ellas en calidad de expertas.

Los temas más frecuentes en estas noticias son el crimen y la violencia (más del 51% en los medios tradicionales), política y economía. Es curioso lo que sucede con el deporte. Mientras que en Twitter y medios online las mujeres aparecen en el 45% de las noticias de los portales españoles, en prensa, radio y televisión el porcentaje se reduce hasta el 6%. Podrían ponerse muchos ejemplos de

la discriminación de las mujeres en los contenidos deportivos, y aunque se está avanzando en este campo, lo cierto es que siguen dándose este tipo de situaciones.

Sin ir más lejos, el 27 de mayo de 2016 el Athletic femenino organizó una rueda de prensa sobre su posición a la cabeza de la Liga. El evento tuvo que ser suspendido, ya que no acudió ningún medio de comunicación a cubrirlo. Según informa eldiario.es, el director de Juventud y Deportes del País Vasco, Jon Redondo «mostró su preocupación por la creciente mercantilización del cuerpo de las mujeres, con connotaciones sexuales, para aumentar su presencia en los medios, desviando la atención del rendimiento y de los resultados deportivos» (Guenaga, 2016: web).

En su artículo *Los medios y la presentación de género: algunas propuestas para avanzar*, López resalta la importancia de implementar en los medios la perspectiva de género, anteriormente mencionada en este capítulo. Aunque se trata de un concepto amplio, López lo resume en la asunción de la discriminación de género (positiva hacia ellos, negativa hacia ellas) como un hecho y el compromiso de colaboración para erradicar esta desigualdad (López, 2008: web).

Como propone Gallego, la perspectiva de género no es aplicable solo al contenido, sino también al propio proceso de elaboración: tradicionalmente a las periodistas se les ha encargado mayoritariamente la cobertura de las noticias «blandas», y a los hombres de las «duras», lo cual facilita la menor aparición femenina en ciertas informaciones. (Gallego et al, 2002: 239). La perspectiva de género supone un reenfoque no solo de la imagen de la mujer, sino también de la del hombre, superando «el estereotipo del varón faltó de sentimientos, ilustrando asuntos emotivos y de interés humano con imágenes de hombres que sufren» (López, 2008: web).

La ya mencionada Ley de Igualdad efectiva de mujeres y hombres aborda el tema de la representación en los medios en los artículos del 36 al 40 de su título III. Concretamente, los artículos 37 y 36 estipulan la obligatoriedad de los medios públicos RTVE y Agencia EFE de promover dicha igualdad por medio prácticas como el uso del lenguaje «de forma no sexista» o el reflejo adecuado de «la presencia de las mujeres en los diversos ámbitos de la vida social».

2. 3. La mujer en la prensa

Es importante establecer una diferenciación entre «prensa femenina» y «prensa feminista». Aunque haya publicaciones que puedan encajar en ambas categorías, se debe tener en mente que una no siempre implica a la otra, sino, en muchos casos, todo lo contrario. Siguiendo a Fernández Sanz, la prensa femenina es aquella que aborda los temas tradicionalmente asociados a la mujer (hogar, moda, belleza...), si bien no necesariamente tiene que estar dirigida solo a ella, mientras que la

prensa feminista es la que sí se dirige específicamente a las mujeres, pero sin hacer sesgo de intereses, es decir, que trata desde moda hasta deporte (Sánchez, 2008: 219).

Que exista prensa femenina no supone por sí solo un factor positivo para el feminismo. La verdadera clave del avance hacia la igualdad está en el modo de representación, en qué se cuenta y cómo. Sirve de ejemplo la revista *Telva*, fundada en 1963 por la editorial Sarpe, cercana al Opus Dei. *Telva* nació como una revista femenina, pero su reflejo tradicional de la mujer poco tenía que ver con el feminismo, y aunque ha avanzado con los años y sigue siendo una de las revistas femeninas más vendidas, sigue teniendo una ideología alejada de los valores feministas actuales.

La primera revista «feminista» de España fue *Dunia* (1976), que introdujo en el país la imagen de la mujer moderna y progresista ya establecida en otros países como Inglaterra o Francia. La verdadera oleada de prensa femenina progresista llegó a finales de los ochenta, con la entrada de grupos extranjeros en España. Así, aparecieron *Marie Claire 16* (1986), *Vogue* (1988) o *Cosmopolitan* (1990). Esta última fue la precursora de la aparición de temas relacionados con la sexualidad en las revistas femeninas. En 1992 nació *Woman*, una revista enteramente española, pero que seguía la estela de modelos extranjeros.

Pero como ya se ha apuntado, la profusión de revistas para mujeres no suponía necesariamente un avance en la superación de los clichés de género: «Durante el siglo XX, la Prensa Femenina ha adquirido un inmenso poder sobre las mujeres. Ha generalizado la pasión por la moda, favorecido la expansión social de los productos de belleza, contribuido a hacer del aspecto físico una dimensión esencial de la identidad femenina para la mayoría de las mujeres» (Lipovetsky, en Sánchez, 2008: 243).

Es decir, la supremacía de la prensa femenina sobre la prensa feminista en realidad está perpetuando los roles de género. Como explica Menéndez en su estudio *La evolución de la prensa femenina en España: de La Pensadora gaditana a los blogs* (2012), estas publicaciones se convierten en herramientas al servicio de la feminidad normativa: «Se apoya en una concreta imagen corporal (belleza como dulzura y juventud) y en la naturaleza buena y pura del alma (...) la belleza juvenil, la coquetería o las normas estéticas sobre peinado, adorno, depilación, moda y otras cuestiones de lo físico» (Menéndez, 2012: 5).

Dentro del mercado de las revistas femeninas, cabe destacar las revistas para adolescentes, que si bien traducen el trinomio belleza-amor-hogar a belleza-amor-amigos/famosos, al menos suelen introducir una mayor variedad de temas (Menéndez, 2012: 32). Introducen una imagen de chica independiente, aunque siempre enfocada al consumismo.

Como objeto de la información en la prensa generalista, el estudio *Presencia e imagen de la mujer en la prensa española* (Davara et al, 2012) que analiza las primeras páginas de diferentes medios² expuso que las mujeres aparecían como protagonistas de alguna de las noticias en el 51,3% de los casos. Estas noticias solían ser de corte político o institucional, seguido de otros temas como sociedad, cultura y violencia de género³. Sin embargo, a pesar de esta aparente paridad informativa, el estudio también revela que a la aparición de las mujeres en las noticias no siempre se les dedica la misma importancia: solo en el 24,6% de los casos se sitúan en la primera página informaciones donde a la mujer le se concede «mucho o medio protagonismo». Vendría a corresponderse con la diferencia que establecen Sánchez-Alonso et al (2009) entre «protagonismo» y «mera presencia».

El estudio *La mujer (in)visible: la construcción de la identidad femenina a través de la fotografía en El País y El Mundo* (Marín y Ganzabal, 2011) destaca dos prototipos de representación de la mujer: como víctima y como «madre/acompañante/esposa de», dos tipologías que ya recogió Mateos (2007: 12-14). El papel de víctimas o marginadas supone entre el 21% y el 25% de las apariciones femeninas analizadas⁴. Tan solo en entre el 2,5% y el 6,20% de las veces aparecen únicamente en calidad de madres o esposas. Sin embargo, sigue siendo un porcentaje significativo en comparación con la proporción de hombres representados como padres o esposos (Marín y Ganzabal, 2011: 58). Sirve como ejemplo del apunte de Mateos: «Es habitual escuchar preguntas a mujeres entrevistadas en los medios de comunicación del tipo ¿le resulta difícil compaginar la vida familiar con la vida laboral?, cuestión que rara vez escuchamos se le formule a un hombre. En consecuencia podemos decir que continúa la rémora de la mujer asociada al ámbito doméstico por encima del profesional» (Mateos 2007: 13).

En definitiva, aunque la inclusión profesional de las mujeres en el ámbito periodístico ha mejorado considerablemente en los últimos años, ciertos aspectos aspectos tradicionales asociados al género femenino persisten en las informaciones protagonizadas por mujeres. Estos aspectos son los que integran la llamada «feminidad normativa», y están relacionados sobre todo con el interés por temas como la moda o la belleza.

² *El País*, *El Mundo*, *El Correo*, *La Voz de Galicia*, *Heraldo de Aragón*, *Levante*, *El Norte de Castilla*, *Diario Sur*, *La Provincia* y *20 Minutos*.

³ La información deportiva es en la que menos espacio ocupan las mujeres: solo el 1,6%.

⁴ El corpus del análisis lo conforman veintiocho números de *El País* y veintiocho de *El Mundo*, los correspondientes a las siguientes semanas: del 31 de agosto al 6 de septiembre de 2009, del 5 de octubre al 11 de octubre de 2009, del 16 de noviembre al 22 (también de 2009), y del 28 de diciembre de 2009 al 3 de enero de 2010. En total se analizaron 821 fotos; 420 de *El País* y, 401 de *El Mundo*.

3. ESTUDIO DE CASO: *PIKARA MAGAZINE*

3.1. *Pikara Magazine*: cibermedios y feminismo

La crisis económica española golpeó durante a la prensa, un sector que ya pasaba por un mal momento. El propio modelo de negocio tradicional estaba (y está) pasando por su propia crisis ante la dificultad de encontrar nuevas fuentes de ingresos para adaptarse a la gratuidad informativa de los cibermedios (Berganza, 2016:180). Según las estimaciones de la Asociación de Prensa de Madrid, entre 2008 y 2012 (APM, 2014: 93-95), periodo en el que se creó *Pikara* (2010), se cerraron en España 2.367 periódicos y 1.089 revistas. Frente a la crisis del modelo tradicional (Casero-Ripollés, Cullell-Marc, 2013: 684), algunos periodistas vieron el periodismo digital como una nueva opción.

Entre 2008 y 2014 se lanzaron 454 medios creados por periodistas. Entre ellos se encuentran importantes diarios generalistas (*Público*, *El Confidencial* o *Diario.es*), pero lo cierto es que la web favorece la fragmentación de audiencias (Campos, en Martínez-Fernández et al, 2015: 43), dando lugar a medios especializados. Uno de ellos fue *Pikara Magazine* (2010), una de las cuatro únicas publicaciones «de mujeres»⁵ fundadas entre 2008 y 2014, junto con *Mujeresyicia.com* (2008), *Rose* (2013) y *Thewomentimes.es* (2013) (APM, 2014: 86-87).

La prensa en Internet se sitúa ya como la segunda fuente informativa de los españoles: el 49% de se informa a través de webs y apps de periódicos (tras el 76% que alcanzan los informativos de TV generalista), y el 28% consulta webs y apps de medios digitales. Estos medios digitales acusan la crisis económica en mayor medida que la prensa tradicional, debido a los insuficientes ingresos por publicidad (APM, 2014: 75). La prensa digital está intentando complementar sus fuentes de ingresos mediante otras técnicas como las suscripciones o la venta de contenido, pero lo cierto es que aún no ha encontrado un modelo que le resulte plenamente sostenible.

Como ya se ha indicado, *Pikara Magazine* se creó en 2010. Fue fundada por las periodistas June Fernández, Lucía Martínez Odriozola, Itziar Abad y Maite Asensio Lozano, y forma parte de la asociación sin ánimo de lucro EME Komunikazioa. Las actuales coordinadoras son June Fernández y Andrea Momoitio.

En su página *¿Qué es Pikara?* definen los tres pilares del medio: la perspectiva de género, entendida no como temas por y para mujeres, sino como un periodismo con mirada feminista, el periodismo de calidad, que contextualiza e interpreta, el compromiso social optimista, feminista, antirracista, anticapitalista y el estilo fresco y dinámico.

⁵ Según la clasificación de la APM.

Pikara es un ejemplo de *transfeminismo*: no solo defiende fin de los roles de género, sino también del binarismo hombre-mujer. Pretende visibilizar la diversidad de identidades de género, y también apoyar a colectivos discriminados no solo por motivos sexuales, sino también raciales, culturales, generacionales, lingüísticos etc. Se trata de un periodismo posicionado que no tiene miedo a declararse como tal: «El enfoque que predomina en los medios generalistas no es neutro, sino que se guía por los intereses de una ínfima parte de la población. Nosotras no camuflamos nuestros intereses bajo ese barniz de neutralidad: queremos poner nuestro granito de arena a favor de la igualdad y la diversidad. Eso sí, desde el rigor periodístico y la independencia».

En este medio podemos encontrar todo tipo de temas, desde política internacional hasta cultura, pero siempre desde el enfoque analítico y feminista que describen en su ideario. Sin embargo, la web no está dividida en las típicas secciones de un diario (Nacional, Internacional, Economía, etc.) sino en las siguientes: Cuerpos (Salud, identidades, emociones, sexo), Ficciones (cultura, arte, saberes), Planeta (ecología, solidaridad, derechos, consumo), En red (activismo, redes, feminismo, medios), Voces (memoria, historias, entrevistas, opinión). Se trata de una clasificación flexible, y a menudo los artículos tienen un carácter transversal que abarca varias secciones.

La redacción física se sitúa en Bilbao, pero no todo el equipo trabaja desde allí. *Pikara* cuenta con nueve editoras y veintiún redactores (aunque ellas los definen como *Redactoras*, ya que solo dos son hombres). Cuenta, además, con equipo de ilustración y tres traductoras, ya que la revista puede leerse también en inglés, en vasco, en catalán y en gallego. Además del equipo habitual, *Pikara* admite la participación de sus lectores, cuyas colaboraciones publica sin editar y advirtiendo que no se hace responsable de su contenido.

Pikara obtiene sus ingresos por publicidad, por venta de contenido (*merchandising* y revistas en papel) y por las aportaciones de los usuarios a través de donaciones de Paypal y de la plataforma de *crowdfunding* Verkami. En su página *Publicidad y tarifas* exponen que su medio llega a más de 150.000 personas al mes, y establecen su compromiso social, coherente con la línea editorial. Apuestan por el apoyo a las PYMES y a los proyectos que fomenten la igualdad, rechazando anuncios de partidos y sindicatos y, por supuesto, contenidos discriminatorios de cualquier tipo o que promuevan «cánones de belleza normativos como sinónimo de éxito».

3.2. Análisis temático y semántico

1. *Vienen a violar a nuestras mujeres* (08/01/2016)

Comentarios: 293

Secciones: En red, Opinión.

Género: Opinión.

Número de palabras: 1.716

Etiquetas: *Purplewashing*,

Autora: Brigitte Vasallo.

racismo, violación.

Temática: Social, internacional. Denuncia las violaciones y otras agresiones sexuales que tuvieron

lugar en Nochevieja en la ciudad de Colonia. Pero no carga solo contra los hechos, sino también contra la política racista de *purplewashing*⁶ que llevaron a cabo muchos medios.

Tesis: El *purplewashing* consiste en disfrazar de feminista la condena de un conflicto (en este caso, las violaciones de Colonia) situando el origen de lo sucedido en la raza de los agresores, en lugar de denunciar su verdadero origen: la cultura de la violación perpetuada por el modelo hegemónico de masculinidad de «todo el mundo globalizado».

Tono: Defiende la gravedad de la situación por sí misma, por su valor humano, por encima de las cifras⁷. Cabe destacar que critica directamente el estilo poco comprometido de otros medios concretos como *El País* o *El Mundo*, «siempre reacios a nombrar como tal la violencia de género».

La denuncia y la crítica al *heteropatriarcado* son la base del artículo. Vasallo utiliza un tono contundente impactante y directo. Es algo que se aprecia desde el propio titular, *Vienen a violar a nuestras mujeres*. Dentro del texto, este estilo sin tapujos con sentencias tan rotundas como «La cultura de la violación no conoce fronteras» o «Todos los hombres del mundo globalizado, desde que nacen, son alentados a violar».

La autora interpela al lector ya desde el subtítulo, formado por una cadena de preguntas retóricas. Tras el tono crítico y duro de todo el artículo, Vasallo cierra con una conclusión que, si bien no es optimista, sí que supone casi una incitación a la acción reforzada por el paralelismo⁸.

Lenguaje: Expresiones de un registro más directo y coloquial («El porno online más chusco», «te pones caliente», «le quita morbo al asunto»), y a veces incluso vulgares («dejarnos follar», «son unas calientapollas provocadoras que desean que las soben por todas partes»⁹).

Conceptos clave del feminismo: violencia sexual, *purplewashing*, violencia de género, feminismo, cultura de la violación, mirada de género, masculinidad hegemónica, masculinidad violenta, sexualización, sociedades patriarcales, imaginario de la violación, asesinato machista, lesbófobo, LGTBI-fóbicos, macho, hembrista, políticas represivas, identidades aliadas, sexo, género, mujeres.

Corriente feminista: Transfeminismo científico. Vasallo emplea el término *feminismo* para referirse a una ideología que defiende no solo la igualdad de género, sino también la igualdad entre

⁶ Véase punto siguiente: **Tesis**.

⁷ «Mil, noventa o cinco no cambia el hecho de que hubo agresiones y de que es escandaloso que se sigan produciendo».

⁸ «Necesitamos alianzas urgentes para parar esto (...) Para que denunciar(...) para que podamos (...) para que siempre salga en los periódicos (...)».

⁹ Esta expresión no pertenece a la autora, sino que es una cita dentro del artículo. Aún así, resultaría impactante y muy llamativo encontrar una cita como esta en un medio más tradicional.

razas¹⁰. El artículo denuncia que el origen del conflicto no es la raza, como reflejan otros medios, sino el patriarcado.

2. *El bebé de Bescansa, el feminismo y la nueva política* (17/01/2016)

Comentarios: 78

Número de palabras: 1.917

Autora: Beatriz Gimeno.

Secciones: Opinión, Voces.

Etiquetas: Carolina Bescansa,

Corresponsabilidad, Derechos,

Feminismos, Maternidad, Podemos,

Política.

Género: Opinión.

Temática: Nacional, social, política. La decisión de la diputada Carolina Bescansa de ir a trabajar al Congreso con su bebé recién nacido, y el debate que ello generó.

Tesis: El cambio generacional afecta también al feminismo. Ha de entenderse que la separación entre esfera pública y privada «ya no opera», y que el hecho de ser madre no se entiende igual en la anterior generación de feministas que en la actual.

Tono: Más conciliador que el de otros muchos artículos de *Pikara*. Pretende hacer comprensibles todas las posturas implicadas, aunque sin renunciar a posicionarse sobre el tema y a transmitir dicha posición de manera clara.

Lenguaje: Emplea un registro neutro y respetuoso, nada provocador. Se dirige a las lectoras en femenino y situándose en el mismo grupo que ellas («*nuestras* vidas van con *nosotras*»), y en dos ocasiones emplea el genérico en x, un recurso gramatical típico de los nuevos femeninos y empleado para representar a todo el espectro de géneros, no solo al binomio femenino-masculino.

Conceptos clave del feminismo: feministas, exigencias productivistas, esfera reproductiva, activismo social, esfera pública, esfera privada, ellos y ellas, antifeminista, madre, desigualdad, igualdad, avance social.

Corriente feminista: De las corrientes descritas en el apartado teórico, se adaptaría más a la teoría *queer*. La autora se declara en contra de conceptos como el instinto maternal como algo intrínseco en la mujer, y además emplea el genérico en x.

3. *No eres tú, es la estructura: desmontando la poliamoría feminista* (04/09/2015)

Comentarios: 55

Número de palabras: 2.884

Autora: Coral Herrera Gómez.

Secciones: Opinión, Cuerpos.

Etiquetas: Amor, Poliamor.

Género: Opinión.

Temática: Sociológica, psicológica. ¿Qué tiene de bueno (y de no tan bueno) el poliamor frente a la monogamia?

¹⁰ «Europa no se ha vuelto feminista con el Año Nuevo, sino que sigue siendo tan racista como siempre (...) Tan inútil será el feminismo que no atienda a opresión de raza, como una lucha antirracista que no atienda al género».

Tesis: El poliamor no es la solución al encorsetamiento de la monogamia. Lo ideal sería poder variar de un tipo de relación a otra en función del momento vital y de las demás personas implicadas. Sin embargo, esto exige un cambio emocional que va mucho más allá y es más difícil que la mera aceptación lógica. Este proceso de cambio, condicionado por la herencia patriarcal, será más fácil en tanto que sea un cambio colectivo, aunque al final siempre será un proceso individual.

Tono: Transmite la tesis con una sutil ironía (p. ej: «poliamor buenrollista-feliciano»), pero esta no se apropia del tono general del texto. A pesar de la ligera frustración que le produce a su autora su dificultad para seguir (a veces) su propia tesis, transmite un todo optimista respecto a la posibilidad de cambio.

La autora se dirige a las lectoras, o al menos, emplea el femenino genérico, y las incluye en el mismo grupo que a si misma, ya que todo el texto está desarrollado en segunda persona del plural.

Lenguaje: Como se aprecia en el apartado siguiente, los conceptos feministas relacionados con la identidad sexual y de género tienen mucho peso en este artículo. El registro utilizado es culto.

Conceptos clave del feminismo: ética amorosa (monogamia, poliamor, poliamoría feminista, cultura amorosa), patriarcado (patriarcado capitalista posmoderno, maternidad patriarcal, democracia patriarcal, opresión patriarcal, ideología patriarcal, *heteropatriarcal*), mundo igualitario, sexualidad (sumisas, deseo sexual, promiscuas, heterosexual, lesbianas, bisexuales, identidades, diversidad sexual), masculinidad, feminidad, *queer*, estado de género, libertad, jerarquías, estructura, industria cultural (mitos, carga cultural), luchas de poder.

Corriente feminista: *Queer*. Defiende la identidad sexual como algo mutable y no binario, como un espectro.

4. Colonia: las consecuencias de atribuir la violencia sexual a los refugiados (13/01/2016)

Comentarios: 42

Autora: María González Gorosarri

Etiquetas: -.

Número de palabras: 786

Secciones: Análisis, Planeta.

Género: Reportaje.

Temática: Social, internacional. Al igual que el artículo de Vasallo¹¹, denuncia el enfoque racista de los medios a la hora de tratar las agresiones sexuales sucedidas en Colonia en Nochevieja de 2015.

Tesis: En lugar de poner el acento en el problema global que suponen la violencia sexual y el machismo, los medios tradicionales prefieren desviar la atención hacia el origen de los atacantes

¹¹ Véase *Vienen a violar a nuestras mujeres*.

que, en el caso concreto de Colonia, eran en su mayoría árabes. Se convierte así el problema en algo racial.

Tono: Más objetivo e impersonal que el de Vasallo, si bien es cierto que se trata de un artículo de análisis y no meramente de opinión. Como tal, los datos tienen un mayor peso y la autora los emplea sobre todo en la primera mitad del artículo. La segunda es más interpretativa, y por lo tanto tiene una cierta carga subjetiva, si bien no llega al nivel que encontramos en *Vienen a violar a nuestras mujeres*. Tras toda la estructura argumentativa, concluye incitando a la reflexión del lector¹².

Lenguaje: Directo y conciso. Utiliza un registro neutro, muy alejado de las expresiones tan llamativas que emplea Vasallo, lo cual no significa que González Gorosarri no sea tajante en sus términos («esa exposición racista de lo ocurrido», «los movimientos fascistas han incrementado»).

Conceptos clave del feminismo: Agresiones sexistas, violencia sexual, mujeres, hombres, feministas, racista, fascista, islamofobia.

Corriente feminista: Aunque el tono sea menos beligerante, la tesis de este artículo es la misma que la de *Vienen a violar a nuestras mujeres*, y por el mismo motivo podría decirse que se adscribe a la corriente *transfeminista* de feminismo científico.

5. *La maternidad obligada* (17/02/2016)

Comentarios: 41

Secciones: Cuerpos, Opinión.

Género: Opinión.

Número de palabras: 1.277

Etiquetas: Maternidad, Roles,

Autora: Barbijaputa.

Sexismo, Tabúes

Temática: Social. Presión social para que toda mujer se convierta en madre.

Tesis: la cultura hegemónica «obliga» a las mujeres (que no a los hombres) a pensar que solo estarán completas si llegan a ser madres, y si, una vez lo son, a relegar todos los aspectos de su vida a la maternidad.

Tono: La tesis se reitera a lo largo de todo el artículo, pero la función predominante es la apelativa. Hay párrafos compuestos casi por entero de interrogaciones retóricas dirigidas al lector, ya no tanto para hacerle reflexionar sino para guiarle a hacia la conclusión que la propia autora propone. También está bastante presente la función emotiva, reflejada en las múltiples ocasiones en las que la autora se incluye a sí misma en el texto con anécdotas personales¹³.

¹² «¿Por qué se estremece la sociedad sólo cuando se dice que los agresores son extranjeros?».

¹³ «He visto esa culpa en mis abuelas, en mi madre, en mis tíos, en mis amigas (...) En mí misma. Casi siempre creo que no quiero ser madre, pero ese “casi siempre”, ¡ay!, ¿estoy realmente segura? (...).»

Lenguaje: coloquial, casi conversacional, y con abundancia de adjetivos que refuerzan el carácter subjetivo del artículo («personas traumatizadas», «silenciosos acompañantes», «decisión estigmatizada», «pobres mujeres»...).

Conceptos clave del feminismo: Maternidad/ no maternidad (madre, padre, no maternidad estigmatizada), mujer, hombre, rol, normalizado.

Corriente feminista: *Queer*, pues se opone a los roles y la construcción de identidades de género construidas por la cultura y la historia.

6. *Adios al macho* (29/07/2015)

Comentarios: 37

Secciones: Ficciones, Música.

Género: Semblanza.

Número de palabras: 2.258

Etiquetas: Masculinidad, Música,

Autor: Carlos Bouza.

Riot grrrl.

Temática: Cultural, musical. El lado feminista del ícono Kurt Cobain.

Tesis: Kurt Cobain siempre estuvo marcado por el racismo y el machismo de su ciudad natal. Se reveló contra ello con su música y su arte, pero debido a sus métodos controvertidos, no siempre fue interpretado como el feminista que en realidad pretendía ser.

Tono: La semblanza feminista que Bouza hace de Cobain está teñida de admiración y cierto tono de melancolía hacia el que él considera un artista incomprendido por muchos en la defensa de sus ideales.

Lenguaje: Este tono casi elegíaco se plasma en un uso muy concreto de cierto tipo de adjetivación («estilo tosco e inflamado», «oscuras reflexiones», «angustia punzante») y en ciertas metáforas («aliento poético de un bicho raro», «torbellino de ira y miedo») que pretenden transmitir la angustia vital y el aislamiento de Cobain. No faltan las expresiones malsonantes y transgresoras («que odie a los (...) maricones», «simples *bitches*», «utilizando nuestro coño»¹⁴).

Conceptos clave del feminismo: Feminismo (feminista, machista, empoderamiento femenino, igualdad), racismo (antirracista), homofobia (anti-homófobo, homosexualidad, gay, maricones), hombre (macho, masculinidad brutal), mujer (niña, niñata, *bitches*), *riot grrrl*, femenino (feminidad), cultura patriarcal (sexismo, neoliberalismo salvaje, androcéntrico, alienación), violación (abuso sexual, asalto sexual, antiviolación).

¹⁴ Siempre aparecen como citas de terceros, pero como sucede en *Vienen a violar a nuestras mujeres*, la mera elección de esas declaraciones ya es significativa de por sí.

Corriente feminista: *Queer*. El autor ha escogido a Cobain no solo porque considera que luchaba contra el sexism, sino también porque desafiaba las barreras entre masculinidad y feminidad.

7. *Tan feminista que eres* (05/09/2015)

Comentarios: 36

Secciones: Opinión, En red.

Género: Opinión.

Número de palabras: 826

Etiquetas: Feminismos,

Autora: Barbijaputa.

feministómetro.

Temática: Social. Las críticas que recibe una feminista ya por parte del machismo sino de otras feministas que entienden la corriente de manera distinta.

Tesis: Existen múltiples corrientes feministas con distintas opiniones sobre mil y un detalles (depilación, piropos, masculino genérico...). En ocasiones, ciertas feministas parecen olvidar que «el verdadero enemigo es el patriarcado», en lugar de otras feministas con las que discrepan en algunos asuntos.

Tono: Directo y sarcástico, conciliador entre feminismos y duro con el patriarcado.

Lenguaje: La autora usa un registro coloquial («gilipollas», «machitroll») y lleno de expresiones y metáforas sarcásticas («Me quitan el carné de feminista», «no me odio, ya lo siento (...) Perdón por eso también»). Dichas metáforas tienen un carácter tajante, que deja muy clara la tesis a lo largo de todo el texto, y especialmente en la frase de cierre: «el enemigo se llama patriarcado, y se empalma cada vez que nosotras, rodeadas de lodo, nos señalamos con desprecio una mota de polvo en el hombro».

Conceptos clave del feminismo: Feminismo (compañeras feministas), prostitución, Machismo (paternalista, *machitroll*), sororidad, plural masculino/femenino, patriarcado.

Corriente feminista: El posicionamiento en contra del paternalismo en la visión de las prostitutas como indefensas y frágiles sería un concepto que encajaría en el feminismo de la disidencia, opuesto a la victimización de la mujer que realizan otras corrientes. Sin embargo, el feminismo de la disidencia cuestiona en cierto modo la existencia actual de una sociedad patriarcal, algo que claramente la autora del artículo sí considera una realidad. Resulta difícil encuadrar *Tan feminista que eres* en una corriente concreta, dado que el objetivo del artículo es precisamente denunciar como las disidencias entre feminismos suponen a veces piedras contra el propio tejido de la lucha por la igualdad.

8. *Machismo y medios: lo peor de 2015* (31/12/2015)

Comentarios: 33

Número de palabras: 1.605

Autora: Patricia Reguero.

Secciones: Análisis, En red.

Etiquetas: -

Género: Reportaje.

Temática: Social, medios de comunicación. Ranking de los que considera las diez informaciones más machistas de España en 2015.

Tesis: Los medios tradicionales tienden a invisibilizar la figura de la mujer (como víctima, como deportista, como política) y recurren a eufemismos o a *victim blaming* a la hora de abordar los casos de violencia de género.

Tono: La indignación de la autora es evidente durante todo el artículo. Es crítica y tajante contra medios concretos, y sus denuncias van acompañadas en ocasiones de cierta ironía («este titular es muy goloso», «se ha ganado un lugar de honor en este ranking»...).

Lenguaje: Sin recurrir a expresiones vulgares o malsonantes, como otros artículos, el lenguaje utilizado es impactante y duro, y se mueve en el campo semántico del asesinato y la violencia («asesino», «asesinato», «violencia machista»...), en contraposición a los eufemismos que critica en otros medios («morir», «fallecer», «perder la vida»...).

Conceptos clave del feminismo: Feminazi, lesbiana, machismo (relato machista), violencia de género (violencia machista, víctima, *victim blaming*), *statu quo*, invisibilizar, teoría feminista, hombre, mujer.

Corriente feminista: Feminismo científico. Aunque no lo dice de manera explícita, carga contra conductas (culpabilización de la víctima, invisibilidad de la mujer, cosificación de las políticas o deportistas...) que son fruto del androcentrismo cultural de los medios.

9. Lo del maquillaje, los tacones y la depilación (28/10/2015)

Comentarios: 33

Número de palabras: 993

Autora: Barbijaputa.

Secciones: Opinión, Cuerpos.

Etiquetas: Belleza, depilación, Feminidad, Sexismo, tacones, violencia simbólica.

Género: Opinión.

Temática: Social, cultural, estética. La polémica de la depilación, el maquillaje o los tacones como algo incompatible con el feminismo.

Tesis: La depilación o el maquillaje son emblemas de conflicto entre feministas. La autora considera que las mujeres no son realmente libres de depilarse, maquillarse o ponerse tacones o no, porque son producto de la educación patriarcal que dice que son acciones necesarias para alcanzar la belleza. Pero aunque asuman esa restricción de su propia cultura, que decidan querer seguir ese canon de atractivo no significa que no sean igualmente feministas, porque «porque no somos

feministas que sólo intentan encajar en los cánones de esta belleza: somos feministas a pesar de estos».

Tono: La autora está en cierto modo resignada a que su propia mentalidad la somete a cánones patriarcales (en este caso, de belleza) que ella misma decide no combatir. Sin embargo, no presenta un tono derrotista, sino irónico y conciliador. Incluye a todas las mujeres en un grupo («tenernos», «nosotras», «nos imponen»...) y las anima a tomar conciencia de esa unidad en lugar de dividirse internamente por temas como la depilación o el maquillaje.

Lenguaje: coloquial, casi conversacional («un tío», «nos perdonan la vida»...) e incluso con algún vulgarismo («nos joden»), con hipérboles que muestran su ironía («Ser feminista es lo que tiene, que te opriime todo», «una invención misógina de Satán»).

Conceptos clave del feminismo: Feminismo, patriarcado (opriime, censura, obligación social, obligatoriedad elegida, sociedad patriarcal), mujer, hombre, libertad.

Corriente feminista: Su incidencia en que las «obligaciones sociales» de los cánones de belleza son más duras con las mujeres que con los hombres podría considerarse una perspectiva de feminismo científico: «las modas que se nos imponen a nosotras duelen más, son más caras, más engorrosas y más restrictivas».

10. La industria oculta de los óvulos (23/03/2016)

Comentarios: 28

Autora: Beatriz Gimeno.

Etiquetas: -

Número de palabras: 1.924

Secciones: Opinión, Cuerpos.

Género: Reportaje.

Temática: Científica, social, económica. El negocio de la «donación» de óvulos, cómo es el proceso y qué supone para las mujeres someterse a él.

Tesis: En España no se presta la suficiente atención a la industria de la compraventa de óvulos. Es eso, una compraventa que provoca un desequilibrio sexual (pues la producción de óvulos es limitada y su extracción conlleva un proceso innecesario en el caso del esperma) y social (ya que quienes se prestan suelen pertenecer a un estrato económico más bajo). La publicidad del negocio promueve la desinformación en torno a la extracción que no solo es dolorosa, sino también peligrosa.

Tono: Crítico y de denuncia. Sostiene su denuncia en los datos y en el ataque a la estructura de desequilibrio en las relaciones de poder económico y sexual.

Lenguaje: La autora emplea un registro culto y preciso («punción», «ulterior gestación», «clomífenos», «tromboembolismo»). En lo que respecta al género, redacta en femenino genérico. De manera acorde a la crítica central de su tesis, su léxico se mueve en la semántica de la estructura social («posiciones de poder», «hegemónico», «desigualdad estructural»...).

Conceptos clave del feminismo: Feminismo, mujeres, práctica social (modas culturales), representación, relaciones de poder (relaciones de género, poder masculino, desigualdad estructural, desigualdad de género, sesgo de género, posiciones de poder, hegemónico, despoder, desigualdad), capitalista (lógica utilitarista, discurso anticapitalista), invisibilizar, desinformación interesada, prostitución.

Corriente feminista: Feminismo científico. La autora hace hincapié en cómo el negocio de la materia prima biohumana es injusto y peligroso para las mujeres y no para los hombres, y también en que la publicidad establece un sesgo de género en el modo de promocionarlo¹⁵.

¹⁵«A las mujeres se les habla de generosidad, de posibilitar que otras puedan ser madres, se las señala como mujeres comprometidas con la justicia social y con la maternidad (...) En el caso de los varones, por el contrario, no se menciona ningún tipo de sentimiento altruista, sino que más bien se busca dar una imagen divertida y desenfadada de la donación».

4. CONCLUSIONES

1. Tras revisar los últimos informes y estadísticas oficiales, queda claro que, si bien la mujer está integrada en el mercado laboral, su situación dista de ser igualitaria. Aunque es cierto que durante los siglos XX y XXI se han producido avances, aún hay datos, como la brecha salarial o el reparto de los puestos directivos, que demuestran la desigualdad entre sexos.
2. El panorama de la mujer en los medios de comunicación es a priori mejor que en otros sectores. Sin embargo, los medios son uno de los pilares que articulan la desigualdad, pues aún persisten en su narrativa sutiles mecanismos de invisibilización de la mujer. Aunque se está avanzando hacia un discurso más igualitario, en general se siguen promoviendo los roles tradicionales de feminidad y masculinidad, aunque de manera más sutil.
3. *Pikara* se presenta como un proyecto *transfeminista*, y tras el análisis de diez de sus textos se demuestra que, efectivamente, no defiende solo la igualdad entre sexos, sino también entre razas, culturas etc. Este medio aboga por la representación del espectro de identidades de género frente al binomio hegémónico hombre-mujer.
4. Las voces de los colaboradores de *Pikara* representan el abanico de feminismos actuales (científico, disidente, *queer*...). Debido a esto, resulta difícil, si no imposible, señalar una única corriente ideológica del medio más allá del *transfeminismo* que se reconoce en todos los textos analizados.
5. En *Pikara* encontramos también una amplia variedad de temas y de enfoques, resultantes de la amalgama de feminismos que se acaba de apuntar. Sin embargo, hay un punto en común, la mirada de género, el análisis que relaciona todos los artículos con sus causas estructurales, que en *Pikara* siempre se relacionan con la ideología *heteropatriarcal* hegémónica en el mundo globalizado. El tono crítico y la condena de ese *heteropatriarcado* están presentes en todos los textos analizados.
6. La revista se define como «feminista subversiva», no convencional. Este espíritu se traduce, estilísticamente hablando, en la preferencia por el lenguaje coloquial, tajante e inclusivo (por ejemplo, mediante el uso del genérico femenino o en x). Resulta especialmente llamativa la naturalidad con la que integra en sus textos expresiones vulgares e incluso maldiciones, ya sea por medio de citas de terceros o por la propia voz discursiva.
7. En su definición del medio, *Pikara* se desmarca de la «falsa neutralidad». De los textos analizados se desprende que se trata de un tipo de prensa claramente ideológica; no hay artículo

en el que no proliferen los conceptos feministas desde el propio *feminismo* hasta *patriarcado*, *identidades de género*, *LGBT-fobia*, *violencia sexual*, *victim blaming*, *purplewashing*...

8. Dentro de la variedad de géneros periodísticos disponible en *Pikara* (entrevistas, opinión, reportajes, noticias...) los artículos más comentados, y por lo tanto, los que más interés han generado en el público, son los textos de opinión. Pero estos comentarios no vienen solo de militantes feministas, sino que con frecuencia los emiten lectores con posturas contrarias y que generan debate. Es común encontrar que la causa de ese debate es la opinión de un hombre que se opone a la de una autora, y que es descalificada tanto por su oposición como por el hecho de que quien la emita sea un hombre. En ambos casos los comentarios suelen ser extensos, argumentados, aunque no faltan las descalificaciones (a autoras y a lectores involucrados en el debate), que van desde ironías (p. ej: «estas “brillantes” feministas») hasta insultos¹⁶.

16 «Pijaprogre», «machista», «xenófobo», «montaña de mierda», «pija estúpida», «hembristas hijas de puta», «feminzani»...

6. BIBLIOGRAFÍA

- Amorós, C. (1994). *Feminismo: igualdad y diferencia*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Asociación de la Prensa de Madrid, (2014). *Informe Anual de la Profesión Periodística 2014*.
- Asamblea General de las Naciones Unidas (1948). *Declaración de los Derechos Humanos*. París: ONU. Disponible en: <http://www.un.org/spanish/aboutun/rights.htm>
- Ávila, M. (2009) *Teoría e historia del movimiento feminista. Sociología y estrategias de igualdad*. Universidad de Castilla-La Mancha. Disponible en: <https://www.uclm.es/profesorado/mafrances/Presentaciones.pdf>.
- Beauvoir, S. D. (2000). *El segundo sexo*, Madrid: Cátedra/Universitat de València/Instituto de la Mujer.
- Gobantes Bilbao, M. (2014): *El texto y el abismo. Diálogos con González Requena*. Sans Soleil Ediciones, 2014.
- Bruel, T. (2008). Escala de roles de género. *Representaciones Sociales de Género: Un estudio psicosocial acerca de lo masculino y lo femenino*. Madrid: Facultad Autónoma de Madrid, 150-168.
- Butler, J. (2002). Introducción. En *Cuerpos que importan: sobre los límites materiales y discursivos del "sexo"*. Buenos Aires: Paidós, 17-49.
- Butler, J. (2007). Conclusión: de la parodia a la política. En *El género en disputa*. Barcelona: Ediciones Paidos ibérica, 277-289.
- Cabrera, M. y Vargas, L. (2014). Transfeminismo, decolonialidad y el asunto del conocimiento: inflexiones de los feminismos disidentes contemporáneos. *Universitas Humanística*, (78), 19-37. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.UH78.tdac>.
- Casero-Ripollés, A., & Cullell-March, C. (2013). Periodismo emprendedor. Estrategias para incentivar el autoempleo periodístico como modelo de negocio. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19, 681-690.
- Chaves, A. R. (2012). Masculinidad y feminidad: ¿De qué estamos hablando?. En *Revista Electrónica Educare*, 16, 5-13.
- Cobo, R. (1989). Mary Wollstonecraft: un caso de feminismo ilustrado. *Reis*, (48), 213-217.
- Cuba et al (2016). Reflexiones sobre la presencia del sexismo en los medios de comunicación. *Revista de investigación de estudiantes de Psicología "JANG"*, 4(2), 49-66.

- Davara, J. et al (2010). Presencia e imagen de la mujer en la prensa española. *Cuadernos de Periodistas*, (21), 107. Disponible en www.apmadrid.es/images/stories/Publicaciones/106-119MUJER.pdf.
- Fries, L. (2008) *Desarrollo y evolución del(los) Feminismo(s)*. FESGénero. Disponible en: <http://www.fesgenero.org/index.php?page=feminismo-y-teorias-de-genero>.
- Gallego, J. et al (2002) La prensa diaria por dentro: mecanismos de transmisión de estereotipos de género en la prensa de información general. En *Analisi: quaderns de comunicació i cultura*, (28), 225-242.
- Gil, S. (2013) Mutaciones al interior del feminismo. *Cuadrivio*. Disponible en: <http://cuadrivio.net/dossier/mutaciones-al-interior-del-feminismo/>.
- Instituto Nacional de Estadística. (2016). Encuesta de Población Activa. Primer trimestre 2016.
- Instituto Nacional de Estadística. (2015). Encuesta Anual de estructura salarial. Año 2013.
- León, A. (2009). ¿Disidencia dentro del feminismo?. *Revista Internacional de Sociología*, 67(3), 559-588.
- Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres (No. 71). BOE.
- López, P. (2008). Los medios y la representación de género: algunas propuestas para avanzar. *Feminismos*, (11) 95-108 Disponible en: <http://hdl.handle.net/10045/9000>
- Guenaga, A. (2016) Ningún medio de comunicación va a la rueda de prensa del Athletic femenino, líder de la Liga. *Diario.es*. Disponible en: http://www.eldiario.es/norte/euskadi/medios_de_comunicacion-prensa-Athletic-femenino-Liga-invisibilizacion_0_520747959.html
- Marín, F., & Ganzabal, M. (2011). La mujer (in) visible: la construcción de la identidad femenina a través de la fotografía en *El País* y *El Mundo*. *Enl@ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 8(3), 51-67.
- Mateos, R. et al (2007). 2. Las mujeres y los medios de comunicación. En *La presencia de estereotipos en los medios de comunicación: análisis de la prensa digital española*. Madrid: Consejería de Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid, 8-31.
- Menéndez, M. I. M., & Maz, M. F. (2013). La Evolución de la prensa femenina en España: de La Pensadora Gaditana a los blogs. *Comunicació: revista de recerca i d'anàlisi*, 25-48.
- Media Monitoring Africa,. (2015). Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2015. España. Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana.

- Ministerio de Sanidad y servicios sociales e igualdad. *Instituto de la Mujer y para la Igualdad de oportunidades*. Consultado en abril de 2016: <http://www.inmujer.gob.es/estadisticas/portada/>
- Nora, I. (2010). Un reencuentro de la historia del movimiento feminista, a la sazón del bicentenario de la independencia y el centenario de la revolución. En: T. Geraldes, ed., *Derechos, libertades y sociedad de la información*, Morelia: Centro de investigaciones jurídicas y sociales. Facultad de Derecho y Ciencias Sociales UMSNH, 169-192.
- Pikara Magazine*. (2010). Consultado en mayo de 2016: pikaramagazine.com.
- Pineda, E. (2006). Un feminismo que también existe. *El País*. Disponible en: http://elpais.com/diario/2006/03/18/opinion/1142636413_850215.html.
- Reverter, S. (2010). El feminismo: más allá de un dilema ajeno. Castellón: Universitat Jaume I. Disponible en: <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/30857>.
- Rivera, A. (2013). *Los estereotipos de género en el Derecho y su impacto en la pobreza de las mujeres en América latina*. Disponible en: http://www.mufm.fr/sites/mufm.univ-toulouse.fr/files/evenement/symposium/ponencias/aline_rivera_maldonado_0.pdf.
- Sánchez, M. F. (2009). Evolución de las publicaciones femeninas en España. Localización y análisis. *Documentación de las Ciencias de la Información*, (32), 217-244. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64912212009>.
- Sánchez-Alonso, O. et al (2009). Mujeres, prensa, e invisibilidad: la cuantificación de un olvido. *Palabra Clave*, Nº 2, Vol. 12, 301-314.
- Soriano, J. et al (2011). La pseudofeminización de la profesión periodística en España. *Zer-Revista de Estudios de Comunicación*, 10(19), 35-52.
- Torremocha, M. A. (2015) *Constitución francesa 1791*. I. E. S. Las Musas: Madrid. Disponible en: www.ieslasmus.org/geohistoria/constitucionfrancesa1791.pdf.
- Varela, N. (2005). *Feminismo para principiantes*. Ediciones B. Disponible en: <http://www.sci-cat.org/documents/cap-ii-iii-iv-sobre-la-historia-del-feminisme-feminismo-para-principiantes-n-varela.pdf>.
- Vitale, L. (1997). III. La condición de la mujer en la colonia y la consolidación del patriarcado. En *La mitad invisible de la Historia Latinoamericana. El protagonismo social de la mujer*. Buenos Aires: Sudamericana/Planeta, 49-62.
- Willians J.E y D.L. Best (1990) *Measuring sex Stereotypes: A Multinacional Study*. Londres: Sage Publications.