

Las Mujeres y los Medios de Comunicación

Una mirada de veinte años (1989-2009)

Trinidad Núñez Domínguez
Felicidad Loscertales Abril
(Coords.)



Las Mujeres y los Medios de Comunicación

Una mirada de veinte años (1989-2009)

Trinidad Núñez Domínguez

Felicidad Loscertales Abril

(Coords.)

INSTITUTO ANDALUZ DE LA MUJER

SEVILLA

2009

© de la edición: Instituto Andaluz de la Mujer

© de los textos: las autoras

Depósito Legal: SE-5966/2009

I.S.B.N.: 978-84-692-6894-0

Imprime: Tecnographic, S.L.

ÍNDICE

Presentación	9
--------------------	---

BLOQUE I. CREENCIAS Y DISCURSOS

1. Las mujeres y los medios: imagen social e ideas estereotipadas. Una lectura en los últimos 20 años	13
Felicidad Loscertales Abril	
1.1. La presencia de las mujeres en la escena social	13
1.2. Los medios de comunicación, su acción social y su papel en la presencia de las mujeres	19
1.3. ¿Cómo se relacionan las mujeres con los medios?	20
1.4. Los estereotipos se perpetúan. Visibilidad y presencia activa en el mundo de hoy	23
1.5. Veinte años de cambio acelerado. ¿Hacia un nuevo contrato social?	29
Referencias bibliográficas	36
2. Lengua y discurso en los medios de comunicación. Una reflexión desde la perspectiva de género	38
Susana Guerrero Salazar	
2.1. La perspectiva de género en la información	38
2.2. Estereotipos de género en el discurso de los medios de comunicación	40
2.3. Recomendaciones sobre cómo nombrar de modo simétrico a mujeres y hombres	48
2.4. Recomendaciones sobre cómo tratar la información de modo igualitario	51
Referencias bibliográficas	52

BLOQUE II. LA UNIVERSIDAD Y EL GÉNERO

3.	El perfil de las periodistas en Andalucía: Formación y expectativas laborales. Un balance, 1989-2009	57
	M^a Teresa Vera Balanza	
3.1.	Fortalezas y amenazas: capital humano y mercado de trabajo en Andalucía	58
3.2.	La feminización de la profesión: Debilidades u oportunidades. .	61
3.3.	Organizaciones socio-profesionales: de la representatividad a la paridad	69
3.4.	Balance y perspectivas	72
	Referencias bibliográficas	73

BLOQUE III. LAS MUJERES Y LOS MEDIOS

4.	Veinte años, veinte canciones y veinte mujeres (o algunas más). Evolución de la imagen de la mujer andaluza a través de las cantantes y sus canciones	77
	Virginia Guarinos Galán	
4.1.	Mujer, canción y cultura andaluzas	78
4.2.	El poder de la canción de su consumo y la industria alrededor .	81
4.3.	Propuesta metodológica empleada	84
4.4.	Estos 20 maravillosos años	86
	1989. <i>Cántame</i> . María del Monte. Sevillanas.	87
	1990. <i>Qué no daría yo</i> . Rocío Jurado. Canción folklórica.	89
	1991. <i>Se quedó dormido</i> . Las Carlotas. Sevillanas y rumbas. ...	90
	1992. <i>Que se busquen a otra</i> . Isabel Pantoja. Copla.	92
	1993. <i>Enamorarse</i> . Ana Reverte. Copla y alrededores.	94
	1994. <i>Soy mujer</i> . Soles. Sevillanas, rumbas, canción ligera.	95
	1995. <i>La lista</i> . María Jiménez. Canción a flamencada.	97
	1996. <i>Tú me camelas</i> . Niña Pastori. Flamenco pop.	99
	1997. <i>Vengo de la coronela</i> . Laura vital. Cante jondo.	101
	1998. <i>Ojú</i> . Alba Molina y las niñas. Del flamenquito al hip hop. ...	103
	1999. <i>Tocar el cielo</i> . Isabel Fayos. Cantautora flamenca.	105
	2000. <i>Si nos dejan</i> . Tamara. Canción romántica.	106
	2001. <i>La niña</i> . La mala Rodríguez. hip hop.	107
	<i>Corazón congelado</i> . Pastora Soler. pop.	110
	2002. <i>Europe is living a celebration</i> . Rosa. pop.	110
	<i>Aserejé</i> . Kepchup. flamenco-pop.	112
	2003. <i>María se bebe las calles</i> . Pasión Vega. copla y más.	113
	2004. <i>El marío de la cannisera</i> . Rakel Winchester. ¿punk?	115
	<i>Antes muerta que sencilla</i> . María Isabel. ¿pop?	117

2005. <i>Papeles mojados</i> . Lamari de Chabao. <i>chill</i>	118
2006. <i>En lo alto del cerro de palomares</i> . Estrella Morente. Flamenco.	119
2007. <i>Cal y arena</i> . Merche. Pop	120
2008. <i>Nadie más que tú</i> . Vanesa Martín. pop	121
<i>Moussolou</i> . Gala Évora.	122
1986. <i>Estoy mala</i> . Martirio	123
Referencias bibliográficas	128
5. Género, movilidad e innovación. La inclusión digital de la mujer	131
Fernando Contreras Medina	
5.1. Introducción: Desde el imperialismo tecnológico al patriarcado tecnológico	131
5.2. La implementación sexuada de la innovación tecnológica en la sociedad de la información	136
5.3. La imagen femenina de la innovación tecnológica	140
5.4. Intersecciones de género, cultura e innovación	146
5.5. Resumen de lecturas, declaración de propósitos y conclusiones	151
Referencias bibliográficas	153
6. Mujeres directoras. Una radiografía de veinte años de cine español (1989-2009)	156
Trinidad Núñez Domínguez	
6.1. Reflexiones iniciales: ¿directoras de cine visibles?	156
6.2. Mujeres que dirigen: mostrando talentos	163
<i>Ana Belén (M^a Pilar Cuesta Acosta)</i>	163
<i>Oliva Acosta</i>	164
<i>Roser Aguilar</i>	164
<i>Arantxa Aguirre Carballeira</i>	165
<i>Mónica Agulló Laguna</i>	165
<i>Mercedes Afonso Padrón</i>	165
<i>Mercedes Álvarez</i>	166
<i>Marta Arribas Velasco</i>	166
<i>Dunia Ayaso</i>	167
<i>Marta Balletbó-Coll</i>	168
<i>Cecilia Bartolomé</i>	168
<i>Icíar Bollaín Pérez-Mínguez</i>	169
<i>Irene Cardona</i>	170
<i>Isabel Coixet</i>	171
<i>Judith Colell</i>	172
<i>Ana Díez</i>	172
<i>Daniela Fejerman</i>	173

<i>Patricia Ferreira</i>	173
<i>Mireia Gabilondo</i>	174
<i>Yolanda García Serrano</i>	174
<i>Isabel Gardela</i>	175
<i>Ángeles González-Sinde</i>	175
<i>Chus Gutiérrez</i>	176
<i>Ione Hernández Sáenz</i>	177
<i>Arantxa Lazkano</i>	177
<i>Eva Lesmes</i>	178
<i>María Lidón Ibáñez (Luna)</i>	178
<i>Belén Macías</i>	179
<i>Laura Mañá</i>	179
<i>María Miró</i>	180
<i>Pilar Miró Moreno</i>	180
<i>Josefina Molina Reig</i>	181
<i>Mercedes Moncada Rodríguez</i>	182
<i>Julia Montejo</i>	182
<i>Silvia Munt Quevedo</i>	183
<i>Maitena Muruzábal</i>	183
<i>Nuria Olivé-Bellés</i>	184
<i>Inés Paris Bouza</i>	184
<i>Dolors Payás</i>	185
<i>Teresa de Pelegrí</i>	185
<i>Dácil Pérez de Guzmán</i>	186
<i>Ana M^a Pérez de la Puente</i>	186
<i>Silvia Quer</i>	187
<i>Gracia Querejeta</i>	187
<i>María Ripoll</i>	188
<i>Azucena Rodríguez Poveda</i>	188
<i>Maname Rodríguez</i>	189
<i>Mireia Ros</i>	189
<i>Pilar Ruiz Gutiérrez</i>	189
<i>Ana Simón Cerezo</i>	190
<i>Pilar Sueiro</i>	190
<i>Helena Tabernas</i>	191
<i>Mar Targarona</i>	191
<i>Pilar Távora</i>	192
<i>Rosa Vergés i Comas</i>	193
<i>Nuria Villamazán Martín</i>	193
6.3. Radiografía de 20 años de cine dirigido por mujeres	194
Referencias bibliográficas	198

PRESENTACIÓN

En Andalucía se han conseguido importantes progresos en cuanto a la posición social de las mujeres, desde el Instituto Andaluz de la Mujer se viene trabajando para promover la igualdad de derechos y oportunidades entre mujeres y hombres, con el objetivo de avanzar hacia un modelo de sociedad que incorpore nuevas formas de convivencia más democráticas e igualitarias, para ello, también es necesario visualizar las limitaciones que las mujeres siguen encontrando y que obstaculizan su pleno desarrollo en el ámbito público y se oponen a su potenciación económica, educativa, laboral y, de alguna manera, les niega las posibilidades de progresar y de alcanzar la igualdad real y efectiva entre mujeres y hombres.

El uso de una imagen estereotipada de las mujeres, las opiniones y el lenguaje sexista siguen constituyendo el mayor obstáculo para el pleno desarrollo de las propias aspiraciones y capacidades, en tanto que influyen en las decisiones individuales sobre educación, formación, empleo, corresponsabilidad, representación en puestos de responsabilidad y valoración del propio trabajo. Se trata, por tanto, de aclarar el camino a la consecución del proyecto de vida individual, fomentando una imagen diversificada y realista de las posibilidades y aptitudes de las mujeres y de los hombres en la sociedad.

En la lucha contra los estereotipos sexistas es fundamental implicar y sensibilizar a los profesionales de los medios de comunicación, por su responsabilidad en la transmisión de roles y estereotipos y sus efectos sobre la sociedad, por su facultad de equilibrar la imagen de hombres y mujeres en sus contenidos, equilibrio que se reconoce como factor decisivo para erradicar la desigualdad y frenar la violencia de género.

Por ello, los medios audiovisuales de comunicación, tanto públicos como privados, en cumplimiento de su función social, deben velar por el cumplimiento del principio de igualdad de género y la eliminación de todas las formas de discriminación, es una exigencia del nuevo marco legislativo que tenemos, Estatuto de Autonomía para Andalucía, la Ley 12/2007 para la promoción de la igualdad de género en Andalucía, y la Ley 13/2007 de medidas de prevención y protección integral contra la violencia de género.

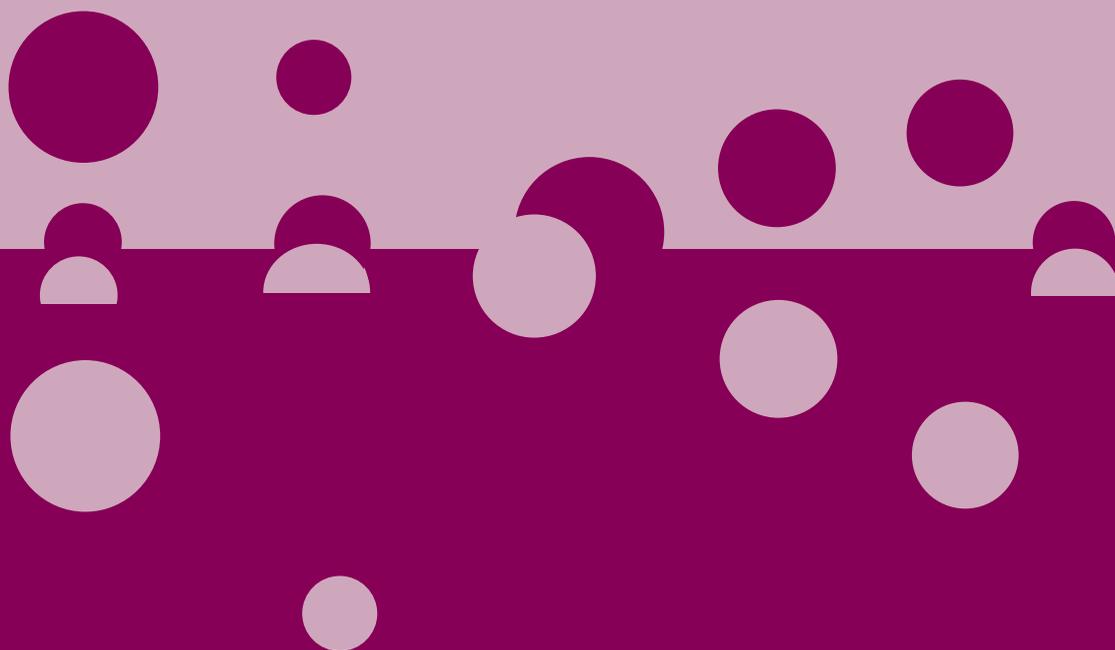
Nos encontramos en un momento intenso de debate sobre las estrategias para garantizar a las mujeres la igualdad de acceso y la plena participación en las estructuras de poder y en la adopción de decisiones. Además, la participación de las mujeres en todos los ámbitos de la vida, es un objetivo de primer orden del Gobierno andaluz, a cuyo fin viene impulsando cuantas medidas legislativas y de sensibilización nos permitan seguir avanzando hacia una sociedad más equilibrada y democrática.

Con esta publicación, “*Las Mujeres y los Medios de Comunicación. Una mirada de veinte años (1989-2009)*” realizada por un equipo investigador de reconocido prestigio, el Instituto Andaluz de la Mujer, en la conmemoración de su veinte aniversario, aprovecha esta ocasión para hacer llegar a la sociedad un importante estudio que plasma la evolución de la posición de las mujeres en los medios de comunicación y que contribuirá a marcar la agenda de las estrategias para impulsar a las mujeres a ocupar posiciones de liderazgo, la transmisión de una imagen de las mujeres y los hombres libre de estereotipos sexistas, y promover la representación equilibrada de mujeres y hombres en los órganos de dirección y decisión de los medios de comunicación social.

En definitiva, ponemos a disposición de la sociedad un análisis sobre la igualdad de género, pionero en nuestro país, que favorecerá la especialización y el estímulo de acciones para la consecución de los avances y logros necesarios en materia de igualdad de mujeres y hombres.

Soledad Pérez Rodríguez
Directora del Instituto Andaluz de la Mujer

BLOQUE I
Creencias y Discursos



1. Las mujeres y los medios: Imagen social e ideas estereotipadas. Una lectura en los últimos 20 años

Felicidad Loscertales Abril
Universidad de Sevilla

“Los medios audiovisuales de comunicación, en cumplimiento de su función social, deben respetar los derechos, libertades y valores constitucionales así como velar por el principio de igualdad de género y la eliminación de todas las formas de discriminación.”

Estatuto de Autonomía para Andalucía de 2007 (artículo 2008)

1.1. LAS MUJERES EN LA ESCENA SOCIAL. VISIBILIDAD Y PRESENCIA ACTIVA EN EL MUNDO DE HOY

Las mujeres, que siempre han estado presentes en la humanidad, hoy se sitúan en otra posición dentro de la escena social. Con dificultades pero con pasos definitivos. Las mujeres estamos presentes en la sociedad desde que el ser humano existe, esto no hace falta ni decirlo, es algo evidente... sin embargo no está tan claro que esa presencia haya sido notable y visible y por ello reconocida.

Es más, parece que entre las virtudes de una mujer estaba la de la discreción, el saber ser humilde, el pasar desapercibida. De ahí el fenómeno de la *invisibilidad* aun por encima de la *presencia*. Ambas igualmente reales y atribuibles a las mujeres a lo largo de mucho tiempo y a lo ancho de muchas circunstancias. Hoy ya no es así: si estamos, estamos y hay que tomar conciencia de quienes somos las mujeres en la sociedad de hoy y de cómo nos presentamos a la vista de la opinión pública. (Loscertales, 2001)

Este es el debate, el tema clave que ahora nos preocupa. Saber cómo hacer nos ver en todas nuestras auténticas dimensiones para saber a qué atenernos. Sencilla y serenamente. Tal como somos y en los roles que hemos de desempeñar. Ni más ni menos de lo que es preciso que se vea y se haga patente para reconocernos a nosotras mismas como parte activa de la ciudadanía y como personas en el más amplio sentido del término. Y así es como se logrará una visibilidad coherente y adecuada. (Loscertales, 2008a).

Bien es verdad que ya hay mucho avanzado pero de esa forma tan desigual que ya en 1949 señalase Simone de Beauvoir en *El segundo sexo* (1998), certificando que hay ya bastantes mujeres que se sienten bien en su vida social y laboral sin tener quejas en tanto que ser mujer represente para ellas un problema u obstáculo. Pero no por ello deja esta autora de ver el grave problema que sigue presente (ella publicó este libro en 1948) porque esas mujeres son las que han tenido oportunidad de disfrutar como un privilegio lo que los hombres tienen de forma “normal”.

Por otra parte, y abundando en lo mismo, el informe de Naciones Unidas para la década de los 80 del pasado siglo afirmaba que aun cuando las mujeres representan más del 50 por ciento de la población mundial, aportan una tercera parte de la fuerza laboral oficial y cumplen con dos tercios de todas las horas de trabajo, poseen menos del uno por ciento de las propiedades y reciben sólo una décima parte de los ingresos mundiales. Así que esta desigual presencia en la acción social es la que abre a lo largo de la última centuria la necesidad de profundizar en los estudios hechos desde la perspectiva del género. Porque ¿qué es ser mujer? Al observar el hecho femenino, y buscar elementos para una aproximación psicosocial a su estudio una primera reflexión puede plantearse en torno a la complejidad y artificialidad del término que se encuentra como un concepto genérico en múltiples estudios e incluso en expresiones generales de la vida cotidiana.

Cuando se habla, en efecto, de “la mujer” parece que se trata de un enfoque exclusivo en el que se la considera como una entidad diferenciada (filosófica, cultural, psicológica) y también se le otorga una nota de uniformidad difícilmente atribuible a un colectivo o grupo humano mucho más allá de la simple caracterización sexual biológica y sus naturales consecuencias. Pues bien, hay que eliminar este concepto y su tendencia a la homogeneidad. No existe “la mujer”, existen “las mujeres” muchas y totalmente diferenciadas. Con una serie de rasgos comunes de tipo biológico pero personas individuales únicas y distintas en su desarrollo vital.

Desde un punto de vista meramente descriptivo y estadístico, las mujeres actuales son más cultas, tienen menos hijos y se incorporan con bastante fluidez y amplitud al mercado de trabajo. Aunque es importante señalar que estos tres datos sólo se encuentran unidos en la que hoy se llama sociedad occidental de cultura “europea” en la que existen nuevas actitudes y escalas de valores que lo van haciendo viable. Posiblemente la aparición de este concepto diferenciado se deba al hecho de que, aunque las mujeres han estado presentes desde siempre en la

sociedad humana, en los momentos actuales su presencia tiene unas especiales características que las hacen distintas. (Loscertales, F. 2006).

Y no se trata de un hecho aislado. Por todas partes, con mayor o menor firmeza la voz de las mujeres se oye y su presencia se hace notar. Desde los despachos del gobierno hasta puestos en las jerarquías militares y eclesiásticas, ambas hasta ahora inexpugnables, las mujeres trabajan, actúan y ofrecen objetivos y estilos de trabajo propios y eficaces.

Todos estos movimientos han despertado un mundo de reflexiones y de comentarios y como una ineludible consecuencia se ha venido trabajando, cada vez con más intensidad, sobre la idea de la *conciliación* entendida como la posibilidad de que todos los miembros de la familia, especialmente la madre y el padre, puedan vivir normal y plenamente la dimensión laboral y la familiar. Al hilo del estímulo extraordinario que su implantación puede representar para todas las mujeres (y también para los hombres), la investigación, la política y, en general toda la opinión pública, hacen sus aportaciones a los nuevos modelos de la mujeres en una nueva sociedad que, ciertamente se quiere más justa y mejor con la presencia activa y comprometida de todas sus mujeres... y todos sus hombres (Loscertales, 2008a).

Hay que reconocer que ser mujer hoy es tomar conciencia de la nueva imagen de una constante presencia porque las mujeres, como ciudadanas del mundo de hoy y miembros activos de la sociedad tienen, al igual que los hombres, que definir y conquistar una identidad propia. Una tarea que no está exenta de dificultades porque a las mujeres les está haciendo falta aprender a desenvolverse con acierto tanto en el ámbito público como en el privado, ya que se trata de poner en práctica modelos de conducta totalmente inéditos a consecuencia de los cuales están cambiando los roles de hombres y mujeres en sus ámbitos vitales de una forma diferente a cuanto se había conocido hasta ahora.

Y así es como podemos afirmar que el feminismo se constituye a lo largo de la historia contemporánea como un impulso educativo hacia el cambio. Teoría filosófica y acción sociopolítica, el feminismo marca las líneas directrices de hoy y de siempre. Las mujeres que siempre han estado presentes en la humanidad ahora se sitúan en otra posición dentro de la escena social, afrontando dificultades y dando pasos definitivos. Efectivamente, una mirada a la historia nos presenta la aparición del feminismo como un definitivo proceso de toma de conciencia de las mujeres acerca de su propia identidad y de los problemas relacionados con ella. Y como todo proceso histórico ha tenido fases y evoluciones. Amelia Valcárcel, las denomina "las tres olas del feminismo" (Valcárcel, 2000, 21).

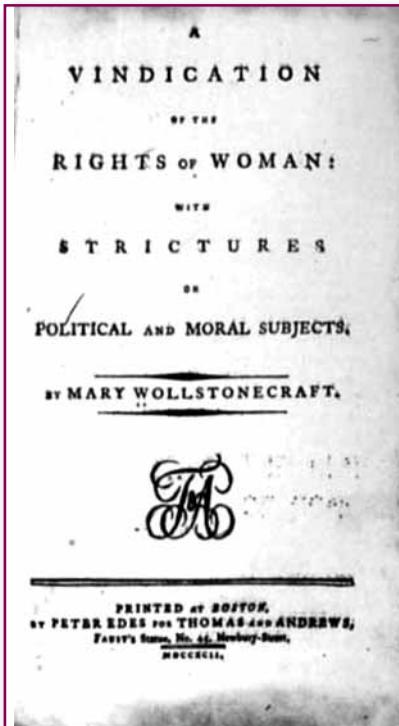
La Primera Ola se produce en el s. XVIII: *Vindicación de la Ciudadanía*.

La Segunda Ola aparece en el s. XIX: *Vindicación del Voto y del Derecho a la Educación*.

La Tercera Ola es la del s. XX: *La consolidación y la búsqueda de la paridad total*.

Ya en siglo XVIII los afanes de la Ilustración llegaron a las mujeres. Escasamente,

porque las “ilustradas” eran escasas, pero aun así, de forma “luminosa”, se empezó a hablar de la vindicación de los derechos de las mujeres. Es la “vindicación de la ciudadanía”. La creadora de este término fue Mary Wollstonecraft que en 1792 publicó *A Vindication of the Rights of Woman*, traducido como *Vindicación de los derechos de la mujer*. De esta forma defendió ante todo la importancia del papel de las mujeres en la sociedad puesto que ellas son las primeras responsables de la educación de la infancia y por lo tanto deben recibir todos los beneficios de la educación más completa. Con eso pretendió rebatir la generalizada creencia acerca de que no era necesario que las mujeres tuvieran acceso a la educación, creencia sostenida igualmente por científicos y políticos. Reforzando sus afirmaciones, hace un llamamiento a lo que hoy llamaríamos “conciliación” ya que afirma que, cuando estuviesen adecuadamente educadas, la mujeres podrían ser algo más que meras esposas: podrían ser “compañeras” de sus maridos.



Junto al nombre de Mary Wollstonecraft nunca se borrará el recuerdo de Louise de Lacombe y Olimpia de Gouges que encabezaron, durante la Revolución Francesa un grupo de protesta aduciendo que la Declaración de Derechos del hombre y del ciudadano se refería simplemente a los derechos de los varones y, en consecuencia, ellas solicitaban una declaración de los derechos de “la mujer y la ciudadana”. Encontraron una cerrada resistencia de aquellos “avanzados” padres de la patria pero en 1793, el 20 de noviembre, consiguieron unos “Derechos de la Mujer” con el lema de “si las mujeres pueden subir al cadalso, también pueden subir a la tribuna”. Fue un bello gesto, pero al parecer esos derechos se perdieron en unos tiempos que todavía no estaban maduros obteniendo tan sólo el de subir a la guillotina.

Una segunda fase del feminismo aparece en el s. XIX. Ahora las protagonistas son denominadas en forma despectiva como “sufragistas”. Son mujeres valientes y atrevidas que reclaman el derecho al Voto sin olvidar el ya reivindicado derecho a la Educación, muy especialmente la Superior. Pedían reformas de matiz político, social y hasta económico, y su movimiento adquirió dimensiones internacionales aunque los destacados focos se localizaron en Inglaterra y Estados Unidos. Los más importantes de sus reivindicaciones fueron las relacionadas con el voto, de ahí el nombre

de sufragismo. Solicitaban una total igualdad en el derecho a votar, por lo cual propugnaban el "sufragio igual" en vez del "sufragio universal".

Los empeños y sufrimientos de las sufragistas han dado fruto y las mujeres pueden votar prácticamente en todas partes y tienen acceso a todo tipo de formación, pero no está tan lejos el tiempo en que Concepción Arenal se tuvo que vestir de hombre para poder entrar en las aulas universitarias.

En la España de 1931 las relaciones de igualdad entre los sexos se empezó a considerar en la redacción de la naciente Constitución (Gómez Aguilar, 2008). Una Comisión nombrada al efecto, presentó en las Cortes (agosto 1931) un primer proyecto en el que el art. 25 decía:

No podrán ser fundamento de privilegio jurídico: el nacimiento, la clase social, la riqueza, las ideas políticas y las creencias religiosas. Se reconoce en principio la igualdad de derechos de los dos sexos.

Clara Campoamor protestó de "en principio" y el texto quedó finalmente así:

No podrán ser fundamento de privilegio jurídico: la naturaleza, la filiación, el sexo, la clase social, la riqueza, las ideas políticas, ni las creencias religiosas. El Estado no reconoce distinciones o títulos nobiliarios.

También se hizo un interesante apunte en el art. 40 que señalaba:

Todos los españoles, sin distinción de sexos, son admisibles en los empleos y cargos públicos, según su mérito y capacidad, salvo las incompatibilidades que las leyes señalen.

Tras estos prolegómenos, y también de la mano de Clara Campoamor, las mujeres vieron reconocido su derecho al voto sin ninguna limitación. Ha quedado para la historia el interesante enfrentamiento dialéctico que mantuvieron Victoria Kent y Clara Campoamor. La primera deseaba ciertas limitaciones al voto femenino por miedo a que inclinasen la balanza hacia las derechas mientras que Campoamor defendía la idea contraria. El 1 de octubre de 1931 la Cámara le dio su apoyo y las mujeres fueron libres para votar.

Por fin, y con ello llegamos a los tiempos actuales, la tercera fase es la que comienza en el siglo XX, y de ella podemos afirmar que aún sigue abierta, porque logrado todo lo anterior, el feminismo, a partir de los años 60-70 del pasado siglo, plantea ya numerosas reformas legales en pro de las mujeres y de su desarrollo profesional. Es un aire igualitario y renovador que se extiende por muchos países, predominantemente por los de cultura occidental. Bien es cierto que a veces estas

leyes no se cumplen (pensemos en las normas que dictan igual salario para igual trabajo) pero, a pesar de las barreras manifiestas o encubiertas que aun deben ser derribadas, se han conseguido mejoras legales como las que permiten acceder a todo tipo de trabajo o la protección de la maternidad. Y siguen siendo muy llamativas las diferencias entre el llamado Primer Mundo y el resto de los países.

También se encuentra ahora en proceso el gran debate ideológico sobre el paso desde el feminismo de la *igualdad* hacia el feminismo de la *diferencia* y la búsqueda del objetivo definitivo que aún se percibe lejano: la “paridad total”, que todavía no se ha logrado. Como resumen se puede afirmar, en palabras de Amelia Valcárcel que “en el feminismo conviven vindicaciones y explicaciones, si bien las primeras han precedido por lo general a las segundas. Es una filosofía política con sus propios clásicos que lleva casi tres siglos a sus espaldas” (Valcarcel, 2000, 22). Estos impulsos han generado un amplio movimiento de cambio social y eso es lo más importante porque aunque se hable continuamente de lucha, una lectura decisiva del feminismo y de las actitudes de las mujeres más avanzadas y preocupadas por estos temas, es la educativa. Enseñar al mundo qué son realmente las mujeres y educar a las nuevas generaciones en la línea adecuada para que la paridad se produzca.

Ese es el gran objetivo porque hay que dejar patente que con relación a los procesos de cambio y de progreso social, se percibe una nueva faceta en el papel que juegan las mujeres en el momento actual. Hay que reconocer que, en este mundo de hoy, la cultura occidental, postindustrial y tecnológica, tiñe con visos de uniformidad amplias zonas del planeta. Y es, precisamente, en esta sociedad contemporánea donde se percibe el giro hacia la construcción de una imagen nueva, rica, renovada y profunda de esa presencia de las mujeres. Presencia que aunque nunca faltó en épocas pasadas, hoy está en la punta de lanza de la actualidad porque las mujeres, al cambiar, contribuyen al cambio social e, incluso lo determinan con la fuerza de su propio cambio.

Y en relación con los procesos de cambio y progreso social, se percibe una nueva y revolucionaria faceta en el papel que juegan las mujeres en el mundo de hoy: Si la mujer ideal había sido definida como la trasmisora de los valores y como la figura que mantenía lo establecido y la tradición, es decir como una instancia conservadora, hay ya que ir cambiando esta imagen, puesto que a través de su propia dinámica de cambio, las mujeres contribuyen, o al menos propicia y favorecen la renovación social. Hoy ya, por una amplia serie de circunstancias, los roles sociales de las mujeres están cambiando velozmente, casi a la cabeza del cambio de los demás aspectos de la sociedad y eso dará mejores oportunidades tanto a las mujeres como a los hombres (Loscertales, 2006). Aunque todavía no son muy abundantes, se ven ya síntomas muy interesantes en las formulaciones publicitarias y las reglamentaciones laborales por citar dos de los territorios donde más duramente se marcaban las desigualdades contra las mujeres.

1.2. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, SU ACCIÓN SOCIAL Y SU PAPEL EN LA PRESENCIA DE LAS MUJERES

¿Qué son los Medios de Comunicación? ¿Cuál es su misión y su protagonismo en el mundo de hoy? Conceptualizados a grandes rasgos y reconociendo el riesgo que implica toda simplificación, podrían mencionarse tres “momentos históricos” definidores de nuevas eras: la *revolución neolítica*, con la aparición de la vida sedentaria y la agricultura; la *revolución industrial*, que señala la hipertrofia del poder científico y el dominio de la materia por la técnica; y, finalmente, la “*revolución de la comunicación*” que ha deshecho los conceptos de distancia y de tiempo, empujando el planeta, construyendo nuevas formas de aproximación, valoración y conocimiento de la realidad y dando paso al nacimiento de nuevas necesidades en lo que se refiere a las interacciones humanas o al conocimiento de la diacronía social: el presente, (ahora se llama “actualidad”), el pasado y el futuro.

Este planteamiento conduce a la consideración de las formas que adquiere el fenómeno actual de la comunicación y el alcance social de estas nuevas dimensiones, concretamente la aparición de los llamados Medios de Comunicación social o “mass-media” cuya presencia en la sociedad que se asoma al umbral del siglo XXI no es inocua ni poco significativa. Antes al contrario, tiene un peso de gran importancia si no totalmente decisivo. Ahora la realidad que se convierte en “noticia” es la única que se valora y el tiempo se mide de forma distinta porque el presente se llama “actualidad” (Loscertales, 2005).

Los medios se integran de tal forma en la dinámica del mundo contemporáneo que no se podrían comprender muchos de los fenómenos de la vida social actual sin su concurso. El juego democrático, por ejemplo, no sería posible sin la libre circulación de la información, ni los conceptos modernos de cultura y educación se entenderían igual sin la presencia activa del “periodismo” y, aunque se discute mucho si los medios crean la opinión pública o la siguen y confirman, en el estado actual de la cuestión es innegable que existe una relación circular e interactiva entre ambos fenómenos.

No nos equivocáramos al señalar que sería imposible en la actualidad deslindar nuestra actual cultura de los medios de comunicación de masas. Ellos, directa o indirectamente, están configurando el entorno vital que nos sirve de referencia. Precisamente por eso, algunos autores llaman la atención respecto a que: “...en realidad, nunca nos encontramos fuera del mundo de los mass-media” (Souchon, 1977, 277). Dentro del hogar y fuera de él, los marcos y referentes de la comunicación mediada son imprescindibles a la ciudadanía para conocer lo que sucede y para entender el mundo en que vive. Para llenar de contenido a la opinión pública y para orientar la conducta social.

Todo esto quiere decir que en la sociedad contemporánea hay un espejo importante, el de los Medios de Comunicación que dan el reflejo de lo que la realidad es,

e incluso de lo que quiere ser. Ellos certifican, son una especie de notario de lo que hay y lo que sucede. No es que lo hagan con la más deseable de las exactitudes, pero no se puede negar que, en el momento actual, las relaciones entre la realidad y lo que de ella cuentan los medios, es algo a considerar porque tiene un significativo peso específico en la vida social y sus maneras de conocer y expresar. En definitiva, las producciones de los medios en el mundo de hoy contribuyen a la estructuración de la mente social respondiendo a demandas muy específicas de la sociedad de masas: crean *opinión*, son tribuna para el *debate*, estimulan la *participación ciudadana* y manejan conductas y pensamientos con la *persuasión*.

Siendo las mujeres uno de los elementos fundamentales de la sociedad actual, los medios de comunicación han establecido con ellas una particular relación que ha dado como fruto una imagen social rica, variopinta y llena de matices... no siempre positivos. Pero lo que verdaderamente interesa destacar es que hoy en día para conocer a personas y colectivos hay que hacerlo a partir de esa *imagen social* que construyen las producciones de los medios. Se trata de un concepto que está muy presente en la Psicología Social: la percepción, el conocimiento social de las personas, atribuciones, los estereotipos como recursos comunicativos, el prejuicio y la discriminación, y tantos otros, son tópicos importantes dentro del gran campo psicossocial en los que podemos encontrar apoyos teóricos para entenderla:

- *Supone una categorización sólida* por medio de la cual la imagen social nos conduce al reconocimiento de las personas que son representadas por ella de forma organizada y asequible.
- *Se genera en la sociedad que rodea a ese grupo de personas a lo largo de un proceso histórico de desigual duración* porque la creación de una imagen social resulta de una compleja síntesis cultural sobre realidades concretas. Por eso diferentes culturas han generado imágenes sociales muy diferentes también acerca de las mismas personas o grupos.
- Su gran potencia estriba en que se acepta y se generaliza siendo *compartida por toda la ciudadanía*.
- *Y puede estar cargada de estereotipos y prejuicios* Con esta afirmación pretendemos reconocer el peso en la imagen social del estereotipo y hasta de la discriminación que procede del prejuicio, aunque nos negamos a creer que ellos sean su componente principal.

1.3. ¿CÓMO SE RELACIONAN LAS MUJERES CON LOS MEDIOS?

Actualmente los medios de comunicación social reflejan y difunden un acercamiento a la realidad y por tanto también una aproximación, una manera de entender a los hombres y las mujeres de hoy. Con ello contribuyen de manera importante al

proceso de socialización del género, a la vez que reflejan la situación de ambigüedad en que se encuentran hoy día muchas mujeres que, ante la rapidez de los avances y transformaciones sociales, ven acrecentada la posibilidad de ejercer roles que van mucho más allá de los tradicionalmente ejercidos por sus antecesoras.

Porque los mensajes que elaboran las diferentes instancias socializadoras son decisivos para la formación, mantenimiento o eliminación de estereotipos de género, según apoyen o no las creencias aceptadas socialmente. Además, generan modelos que influyen en la creación de la identidad social. Modelos que pueden ser interpretados como un espejo donde se refleja la realidad social y la génesis de su dinámica vital. Y una importante realidad es la mencionada situación de ambigüedad en que se encuentran aún hoy día muchas mujeres. Por una parte el reconocimiento constitucional de la igualdad de derechos; por otra, el bagaje cultural arquetípico que a través de mitos y religiones ha sido interiorizado por todos, hombres y mujeres, a lo largo de siglos.

Los estereotipos sociales sobre las mujeres enfatizan la idea de que éstas están dotadas por la naturaleza de diferentes aptitudes que los varones, por lo tanto, siguiendo con esta creencia, lo “natural” es que ellas realicen trabajos y tengan responsabilidades distintas a ellos. De ahí que sea tan importante valorar la presencia de las mujeres en los medios en relación con la pregunta sobre su visibilidad o invisibilidad. Y, en efecto, las mujeres en el afán de acción directa hacia su presencia en la escena social, han entablado un rico y complejo diálogo con los medios de comunicación. Complejo y difícil en ocasiones, puesto que a pesar de la innegable existencia del afán y la acción no se han logrado todavía los objetivos propuestos. Pero aunque haya que reconocer esta dificultad, también está claro que es un diálogo rico y lleno de futuro, como vamos a ver, puesto que las relaciones de las mujeres con los medios tienen muchas variantes (Loscertales, 2007).

Consideraremos a las mujeres en dos grandes grupos: las que son “agentes” y asumen en la creación de los medios protagonismos, decisiones y tareas; y las que son “pacientes”, es decir las que reciben la acción o la influencia de los medios. En el primero de estos grupos hay que destacar, en primer lugar, *las mujeres que dirigen los medios*: Son profesionales muy cualificadas que desempeñan puestos de altura y gran responsabilidad. Efectivamente, ellas son visibles y destacan. Pero son muy pocas las que llegan a estas cimas. Y cuando lo hacen se las considera como excepcionales lo cual relega al ostracismo a las “normales”. Hace poco ha muerto una de estas mujeres, Katherine Graham, que supo guiar a su periódico, el Washington Post por rutas brillantes. Pero sería bueno recordar cómo esta gran dama del periodismo tuvo su oportunidad porque hubo de sustituir a su marido muerto. Como tantas otras...

Nos estamos refiriendo al caso de las mujeres periodistas que desempeñan cargos directivos ya que están, por su oficio, asomadas a una de las zonas más visibles de la escena social, la de los medios de comunicación. Ellas son una parte cada vez

más importante de ese gran espejo que refleja la sociedad actual haciendo al mismo tiempo de fedatario de lo que sucede e influyendo además sobre ello. Porque aunque se dice en los ambientes periodísticos que sus profesionales “*no están para arreglar el mundo sino para contarlo*”, es bien sabido cuán fuerte es su influencia sobre los públicos y audiencias.

En segundo término, también como agentes de primera línea, nombraremos a *las mujeres que trabajan en los medios* y desarrollan en ellos su vida profesional, no dirigiendo, sino en puestos de cualquier otro estatus. Desde la presentadora de un informativo televisivo, a la responsable de documentación, o la que carga con una cámara y graba el programa o las imágenes que lo ilustrarán. Son mujeres en la que se cumple muchas veces la teoría del “techo de cristal”. Sus compañeros varones van a tener mucho más fácil el camino a puestos mejores, mientras que para ellas serán muy duras las exigencias, las condiciones, las restricciones. Es la más dura de las invisibilidades.

En este rico y complejo mundo profesional se mueven muchas mujeres y ocupan muy diversos puestos y funciones. Desde las jóvenes becarias animosas y dispuestas a todo que aprenden, mientras trabajan, la grandeza y la servidumbre de la profesión, hasta esas grandes profesionales, muy escasas pero también muy valiosas, que han logrado romper muchas barreras y ocupan puestos de responsabilidad. Es un amplio colectivo que representa muy dignamente la lucha de las mujeres por una plena vida social, personal y profesional. Se arriesgan a ello con todas las consecuencias y merece la pena destacar sus experiencias y ofrecerlas al aprendizaje de las nuevas generaciones.

Pasando al segundo gran grupo, el de las mujeres “pacientes”, señalaremos *las mujeres que son objeto de la atención de los medios*. A veces las reflejan y a veces las crean: Visibles, claro. Pero ¿cómo se las deja ver? ¿Cuáles son las que se muestran, o de las que se habla? Sería una vana ilusión pensar que viendo la televisión, leyendo la prensa, u oyendo la radio, se pueda saber como es realmente esa parte de la sociedad humana que llamamos “las mujeres”. Los profesionales de los medios (entre los cuales se cuentan también mujeres) seleccionan de entre toda la población, una serie de tipologías y de temáticas que, hipotéticamente, son las que espera y desea el público, ese semidios tirano y manipulable al mismo tiempo.

Numerosos estudios han demostrado que hay una clara estructuración de temas y de situaciones y entornos sociales que son los que se estiman adecuados y hasta “políticamente correctos” para las mujeres cuando han de ser objeto de la atención de los medios. Manteniéndose también la clásica diferenciación de los espacios públicos para los varones y los espacios privados para las mujeres. Se las suele situar en los extremos más llamativos: o son muy felices, en la prensa rosa por ejemplo, o son tremendamente desgraciadas; o son jóvenes (casi adolescentes) bellas y tersas, o son ancianas desvalidas; o las matan sus maridos o son ellas malas y asesinas; o son ricas y poderosas o se debaten en la más triste pobreza...

Estas formas de tratar “mediáticamente” a las mujeres no son en muchas ocasiones acciones pensadas de forma malévola contra ellas sino fruto de la profunda implantación de los estereotipos sociales que determinan socialmente los géneros a partir de la división de los seres humanos en sexos. Otra forma, pues de seguir haciendo invisibles a muchos tipos de mujeres y a muchas de sus características. Se precisaría un importante cambio en las formas de conocer e interpretar la realidad de las mujeres y después en las modalidades expresión al “decirlas”.

Por último, todavía dentro del grupo de “pacientes” están *las mujeres que son público de los medios*: Posiblemente el colectivo más invisible y en apariencia más indefenso, pero también el potencialmente más poderoso si fuera capaz de percibir y valorar la fuerza que pueden poner en activo usando sus posibilidades de acción. Ellas presencian las imágenes que recrean los medios y es preciso que se den cuenta de que lo que dicen los medios de las mujeres y de todo lo que hay en torno a ellas, muchas veces no son realidades sino estereotipos, a veces tan fuertes, que se salen del cauce tolerablemente permitido. Y eso sucede porque los medios pueden llegar a abusar de esa necesidad que tenemos de hacer posible el lenguaje y el intercambio comunicativo. Lo cual nos lleva (y también a los medios) a crear entendimientos comunes que muchas veces son estereotipos.

1.4. LOS ESTEREOTIPOS SE PERPETÚAN EN EL ESCENARIO SOCIAL DE LOS MEDIOS

La presencia social de las mujeres está destruyendo muchas ideas erróneas y abriendo nuevas formas de entendimiento que parecen anunciar una nueva era. Pero, no conviene creer que todo esté ya hecho porque nuevos tiempos a veces sólo significan nuevas formas dejando debajo “lo de siempre”. Y podemos afirmar, a través de nuestras investigaciones (González y Núñez, 2000, Loscertales, 2006) y las de muchas otras autoridades científicas, que a veces los estereotipos sobre las mujeres se siguen reafirmando y como mucho han cambiado de forma de expresión.

En relación con los estereotipos de género nos parece lo más adecuado dar parte de los resultados de un Proyecto I + D, financiado por el Instituto de la Mujer con el Título: “*¿Cómo se ven la Mujeres en Televisión. Análisis de los estereotipos que distorsionan su imagen.*” Fue un trabajo realizado durante tres años (1997–2000) sobre una amplia muestra de documentos de informativos de televisión.

Se analizaron seis años (1990–1995) de los siguientes programas semanales:
 Documentos TV (TV 2),
 Informe Semanal (RTVE 1),
 Los Reporteros (RTVA) y
 Línea 900 (TV2).

El criterio para la selección de los programas se basó en la presencia de los indicadores que se exponen en el cuadro siguiente:

INDICADORES PARA LA SELECCIÓN DE PROGRAMAS

- sexo (aspectos biológicos),
- género (aspectos psicosociales),
- el asunto de que se trata no es posible sin referencia, presencia o acción de mujeres concretas o de “la mujer” en general,
- afecta a una o varias mujeres o a “la mujer”,
- se definen y delimitan (o se habla de) roles sociales de mujeres,
- aparecen mujeres en pantalla de forma significativa (cuantitativa y/o cualitativa.)

A partir de la utilización de estos criterios y después de seleccionados los temas, se trabajó sobre la muestra elegida (la selección fue realizada por el procedimiento de “contraste de jueces–expertos”) con un Análisis de Contenido que dio lugar a diez categorías temáticas que son las que han encuadrado todo nuestro trabajo en este I+D:

CATEGORÍAS TEMÁTICAS para la clasificación de los temas

- 1.- La mujer en la pareja.
- 2.- Estructuras de sexo y género.
- 3.- Roles profesionales.
- 4.- Presencia social activa de la mujer.
- 5.- Monográfico sobre una mujer notable (o presencia importante).
- 6.- Luchas por lograr mejoras.
- 7.- Colectivos marginados.
- 8.- Problemas sociales.
- 9.- La salud en femenino, patologías, etc.
- 10.- Violencia contra el género femenino (o hecha por mujeres).

En el conjunto de los resultados obtenidos podemos destacar cómo, en los programas documentales, aparecen indudablemente estereotipos de género aunque en menos medida que en la publicidad. Los profesionales de los informativos y documentales tienen una intencionalidad muy clara en cuanto a la no discriminación de género, pero a pesar de ello hay muchos estereotipos en los productos mediáticos. Están demasiado arraigados en la mente social como para que no se

escapen y salten al papel o las pantallas. Y, es más, coincidimos en gran parte con Robinson (1975) cuando afirma que es a causa de ciertos estereotipos de género por lo que se elige a una mujer como noticia.

A este respecto hay abundantes datos en nuestro trabajo sobre qué tipo de importancia es la que convierte a una mujer en tema de actualidad y así es como se puede detectar la presencia de ideas estereotipadas en el discurso de muchos medios. Y lo que es más grave: hay muchas ocasiones en que tanto profesionales de la comunicación, como los propios Medios (en las editoriales y propuestas genéricas) queriendo, y creyendo, que hablan en favor de una correcta atención a las mujeres confunden lamentablemente, en este campo, los aspectos del sexo y del género.

El estereotipo se puede definir como una generalización en las atribuciones sociales sobre una persona por causa de su pertenencia a un grupo determinado. Y es una realidad el hecho de que las distintas culturas han elaborado unas definiciones muy claras acerca de las mujeres y de los hombres: “lo que son y lo que deben hacer; qué conductas se esperan de cada uno de estos sexos y cuáles les están vetadas”. Una de las consecuencias más interesantes de este proceso es el hecho de que los propios grupos estereotipados se autoatribuyen las características que el grupo estereotipador les asignó. Con lo cual se convierten ellos mismos, las mujeres en nuestro caso, en sus propios confirmadores y reproductores del estereotipo. Williams & Best (1990) distinguen:

estereotipos de rol:

aquellos que determinan los roles adscritos a cada grupo y cuáles son las cosas permitidas y prohibidas

estereotipos de rasgo:

los más consistentes y básicos, ya que son los que asignan determinadas características psicológicas o rasgos de personalidad a los hombres y las mujeres por el hecho de serlo.

Por lo que se refiere a los *estereotipos de rol*, se les puede encontrar e identificar en los títulos de los documentos informativos: “*Margareth Thatcher: hierro fundido*”, “*La dulce clausura*”, “*las abuelas madres*”, “*Madres de alquiler*”; pero también en el desarrollo de sus contenidos, en las imágenes visuales y hasta en la creación de “imágenes mentales” a través de determinadas construcciones lingüísticas. Los personajes son tratados también de formas especiales según sus roles sociales y, desde luego, también según los estereotipos al uso sobre su género. En la investigación en Medios de Comunicación hay algunos estudios ya

clásicos sobre la forma en que se presentan las imágenes de las mujeres que tienen resultados todavía hoy válidos.

Los *estereotipos de rasgo* se identifican especialmente a través los adjetivos y demás formas de calificación a través del lenguaje de los locutores, voces en off y hasta de la palabra de los personajes en las selecciones emitidas. Son muy significativos, en efecto, los adjetivos dedicados a estereotipar en dos campos diferentes a mujeres y hombres. Suavidad frente a energía, sociabilidad frente a dominancia, sensibilidad frente a dureza... Sin que en nuestro trabajo hayamos podido analizar detalladamente a los hombres, está claro que las mujeres aparecen como más pacíficas, sumisas, seductoras, sensibles, desgraciadas...

Los estereotipos principales que se reproducen en los Informativos no diarios de Televisión según hemos encontrado en esta investigación (para profundizar y matizar la identificación y estudio de los estereotipos trabajó especialmente un grupo de análisis y discusión dentro de nuestro equipo) son los derivados de una base conceptual originaria, un “estereotipo de rasgo” definitorio, que tiñe, desde la noche de los tiempos, las ideas, apreciaciones y consideraciones sobre las mujeres en general y cada una de ellas en particular. Se trata de un error fundamental que confunde lo biológico y lo social y define como un “dogma”, o una tesis científicamente demostrada, que las mujeres están determinadas por la biología a ocupar un puesto social específico. Partiendo de una clasificación de los espacios sociales en públicos y privados, se dictamina que los suyos serían los del ámbito privado.. y si les da tiempo, si se sienten capaces, y no abandonan su verdadero sitio, pueden ir a ocupar uno público.

Tal como lo hemos encontrado, incluso con unos visos de aparente modernidad y justicia, este estereotipo de base, marco para los que le siguen, podría formularse así:

Las mujeres tienen asignada por la naturaleza (biología–sexo) las tareas de reproducción de la especie y cuidado y educación de la prole y mantenimiento del hogar con todos sus integrantes personales y materiales.

Deteniéndonos en esta formulación, puede observarse que, el “determinismo” biológico que define, incluye aspectos sexuales totalmente reales (parir y amamantar) pero también se encuentran en él datos *sociales y de cultura* como criar, educar, mantener...

Como complementos y derivados de esta primera formulación ideal estereotipada, aparecen otros numerosos estereotipos que podríamos denominar secundarios aunque su importancia no sea menor y los impactos que producen tenga a veces devastadores efectos. Citaremos los que nos han parecido más señalados por su importancia y por su influencia en los temas o, incluso, en la elección del argumento y el diseño de los personajes implicados en la confección de determinados productos informativos y documentales.

1. El primero es la definición de los roles de las mujeres y de los varones sobre *una base confusa que mezcla indiscriminadamente los determinantes biológicos con los condicionantes sociales*. Posiblemente esta confusión (que al parecer para él no existía) es la que le hizo decir a Schopenhauer que las “mujeres son unos seres de cabellos largos e ideas cortas”. Este estereotipo desencadena una fuerte carga de sentido en algo que tiene mucho que ver con las atribuciones de “valores” a roles sociales asociados al género. Por lo que respecta a nuestra investigación, puede destacarse aquí el hecho, estadísticamente muy frecuente, de que la voz en off (símbolo de la autoridad) sea de varón.
2. El segundo estereotipo derivado mostraría la creencia en unas *diferentes características psicofísicas en cada género: por ser de uno u otro sexo se está abocado a tener una determinada forma de ser y actuar*. Estas diferencias ante una consideración cuidadosa, resultan, en su mayoría, erróneas e incluso inexistentes. Este estereotipo, muy abundante en la confección del mensaje mediático, se perciben sobre todo en la adjetivación y caracterización de los personajes de los reportajes y documentales que hemos revisado. Así por ejemplo, a una mujer empresaria no se le adjudican adjetivos de los que se le colocarían a un hombre empresario: fuerte, enérgico, agresivo, imperativo..., o se les atribuyen menos veces o con menor intensidad.
3. En relación con este aspecto puede situarse y hasta diferenciarse otro estereotipo con entidad en sí mismo. Sería el tercero: *la importancia del cuerpo y de la apariencia externa en las mujeres*. Es un tema que ellas mismas asumen (¡la autoatribución del grupo estereotipado de nuevo!) porque la sociedad lo impone con una cierta violencia simbólica. Y no sólo se trata de la belleza. La “mujer prototipo” en los medios son *jóvenes, delgadas y de clase media o medio-alta*. Las demás son la excepción: ancianas, enfermas, maltratadas... Y no sólo en la publicidad, aunque es en dónde se ve con más claridad. Porque si se ha de buscar una mujer para una entrevista o para un reportaje en televisión, indudablemente se la buscará del tipo profesional o social que corresponda pero si, por ejemplo, hace falta una médica o una profesora, de entre todas las del Hospital o de la Universidad se procurará elegir a una que, además de profesional, sea joven y de buena presencia.
4. El cuarto estereotipo sería, como una consecuencia más, la asignación indiscutible de “territorios sociales”: *el mundo público para los varones y el mundo privado para las mujeres, es decir la relación entre los géneros y su adscripción al mundo privado y al público como “absolutos”*. Se pertenece definitivamente a uno de estos territorios aunque se pueda visitar el otro. Incluso aunque estas “visitas” sean presentadas como positivas, se trata de un grave error. Preguntas como *¿su marido le ayuda a usted en las faenas de la casa?* reflejan este estereotipo del que participan muchas mujeres asumiendo totalmente esa responsabilidad de las tareas caseras. Y cuando un político dice que ante la

afluencia masiva de las mujeres al mundo laboral hay que dictar leyes que les permitan armonizar la actividad laboral y la vida familiar, también se está perpetuando este estereotipo. Mucho más si lo que se dice es “sus responsabilidades familiares”. Mientras que sólo eran los hombres los que realizaban actividades laborales fuera del hogar, nunca se habló de leyes que armonizaran lo laboral con las responsabilidades familiares que indudablemente no eran de la competencia del hombre de la casa.

5. Así es como se puede definir el quinto estereotipo, más grave aún que los otros por lo solapado e insidioso que resulta su mensaje. Es el concepto de *la relación de las mujeres con la infancia y la juventud* de las que se las considera responsables por completo. Está claro, en muchos discursos mediáticos que si, por ejemplo, un bebé enferma es la mamá la que ha de faltar al trabajo para atenderle. O que determinadas profesiones de horarios cortos y vacaciones amplias son apropiadas para mujeres porque así pueden seguir atendiendo a sus “responsabilidades propias”. Tan fuertemente arraigada está esta estereotipia en la sociedad que algunos científicos en el terreno de la Pedagogía “*de cuyos nombres no quiero acordarme*”*, han llegado a afirmar que la causa principal del fracaso escolar, de la violencia en las aulas y de la mala adaptación social actual de la infancia y la juventud radica en que las madres abandonaron “sus” responsabilidades familiares para desempeñar profesiones en el “exterior” (del hogar, evidentemente) lo que les hizo descuidar la atención a sus hijos e hijas y su correcta educación y adecuada socialización. Parece que “sólo” las madres son responsables de la educación en el seno de la familia, porque si ellas abandonan se produce la debacle. No daremos desde luego la cita bibliográfica de esta genial idea. Para mayor gravedad, este estereotipo no sólo no se desvanece sino que aumenta, puesto que está apareciendo otro colectivo indefenso y necesitado, el de los ancianos en su fase final, cuyo cuidado está siendo atribuido a “las hijas” frente a la alternativa “cruel” del asilo, aunque eufemísticamente se le llame Residencia.
6. Finalmente nos atreveríamos a presentar el sexto y último de los estereotipos que viene ya insinuándose en algunos de los anteriores. Tiene, además, la falacia de ser como una muestra de apoyo a “la liberación de la mujer”. Con una condescendencia que parece generosa y abierta podría formularse así: *Indudablemente el espacio propio de las mujeres es el mundo privado. No obstante, ello no implica que, sin dejar de atender a esta primera e irrenunciable misión, la modernidad y mujeres quieran “salir” a ocupar espacios públicos y lo hagan si pueden.* Se trata de las mismas ideas dichas de otra forma en relación con

* Léanse: - LANDSHEERE, G. de y BAYER, E. (1974): *Comment les maîtres enseignent.* Bruxelles: Ministère de l'Éducation nationale.
- DUPON, P. (1983): *Education Tribune Libre*, 190, fevrier, pp. 98 y 163.

dimensiones que no tendrían por qué ser de mujeres o de varones, sino de personas: intelectuales (siempre está implícito el “si pueden” como la mención de otra forma de inteligencia ¿quizás menor?); profesionales (no es lo suyo hacer ciertas acciones, ¿es que no está dotada?, pero si quieren hacerlas...) Es decir una mezcla de conceptos absolutamente heterogéneos que no puede hacerse si se quiere ser mínimamente coherente.

En efecto, en muchas expresiones de los informativos se percibe que se entiende la liberación de las mujeres y la justa atención a la presencia de sus demandas, como el hecho de que se le presten las ayudas y asistencias necesarias para que pueda tener una profesión y compatibilizarla con esas funciones a las que no puede renunciar (parece que “por imperativo biológico”) aunque eso se deja latente y no expresado la mayoría de las veces. Quizás porque se entiende que va de suyo, que es algo tan evidente y verdadero que no es preciso volverlo a recordar: todos lo saben.

1.5. VEINTE AÑOS DE CAMBIO ACELERADO ANTE LA MIRADA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ¿HACIA UN NUEVO CONTRATO SOCIAL?

La presencia de las figuras de mujer en la sociedad actual constituye un imaginario simbólico en contraste con la realidad a la que se aproxima reflejándola y consolidándola. Y a las mujeres de esta realidad las entendemos en el más amplio sentido psicosocial: un colectivo, pero no amorfo, sino en el que cada una de las mujeres cuenta por sí misma. Esa certeza nos lleva al interrogante sobre la entidad propia y diferenciada del ser de las mujeres. Y es además algo tan proyectado hacia el exterior que hay que recurrir a la “imagen social” que ofrecen los medios de comunicación porque así se define y explica cómo son vistas las mujeres en esta cultura actual de la información y la comunicación.

Las mujeres hoy en la sociedad de la información se presentan en un importante contingente que, a pesar de un progreso de su propia identidad ya innegable, no tiene todavía una clara conceptualización en la mente social. ¿Se trata de un rol social como cualquier otro? ¿son un colectivo definido por alguna característica homogénea? ¿tienen, acaso, una imagen social determinada? ¿son las mujeres el sostén de la familia? ¿y su caracterización laboral? (Loscertales y Núñez, 2006). Parece adecuado proponer que las reflexiones sobre esta problemática sean acordes con la línea de los Women Studies, un movimiento internacional consolidado desde los años 60–70, que se propone aplicar la perspectiva de género en todos los objetos de conocimiento, propiciando la construcción de una ciencia más equilibrada en lo que se refiere a mujeres y hombres.

En lo que concierne a la sociedad, se generaliza la cultura mediática que democratiza (o generaliza) la información poniéndola al alcance de toda la ciudadanía quizás más de lo que se esperaba, o al menos de forma diferente y no del todo asimilable. El tiempo y el espacio se hacen más pequeños hasta extremos que eran inconcebibles no hace mucho (Loscertales, 2005). Ya podemos tener asequible todo el conocimiento y disponer del mundo a nuestro alcance pero también es preciso reconocer que hay nuevas formas de influencia y hasta de “tiranía o control” en estas nuevas comunicaciones de las que es prácticamente imposible escapar si no se hace un serio y consciente ejercicio de sentido crítico... y eso sí que no está al alcance de toda la ciudadanía.

En lo que concierne a las mujeres, la situación social se ha mejorado de manera acelerada. A este respecto es muy significativo el siguiente texto de R.M. Rilke que, ya en tiempos tempranos, abre hermosos caminos de esperanza:

“La muchacha y la mujer, en su despliegue nuevo y propio, serán sólo transitoriamente imitadoras de las maneras de ser y de no ser masculinas y repetidoras de ocupaciones masculinas. Tras la inseguridad de tales etapas transitorias se echará de ver que las mujeres han pasado por la abundancia y la variedad de tales disfraces (a menudo risibles) sólo para depurar su modo de ser más propio de las influencias deformadoras del otro sexo. Las mujeres, en las que la vida se demora y habita de una manera más inmediata, más fecunda y más confiada, deben haberse transformado en el fondo en personas más maduras, en personas más humanas que el ligero varón, al que no le obliga a sumergirse bajo la superficie de la vida el peso de ningún fruto de su cuerpo, y que, arrogante y apresurado, menosprecia lo que cree amar. Esta humanidad de la mujer, llevada a término entre dolores y humillaciones, saldrá a la luz cuando haya eliminado los convencionalismos de lo exclusivamente femenino en las transformaciones de su condición externa, y los hombres, que aún no llegan a sentirlo hoy, quedarán sorprendidos e impresionados con ello. Algún día (que indudables signos precursores anuncian ya de manera elocuente y brillante a veces en los países nórdicos), algún día existirá la hembra y la mujer cuyo nombre ya no signifique sólo lo contrario de lo masculino, sino algo en sí mismo, algo que no haga pensar ni en completarlo ni en sus límites, sino sólo en vida y existencia: la persona femenina.

Este progreso (muy en contra al principio de la voluntad de los hombres, que se verán superados) transformará la experiencia del amor, que ahora está llena de errores, la cambiará desde su base, transformándola en una relación que se entienda de persona a persona, y ya no de hombre a mujer. Y este amor más humano (que se consumará

con infinita dulzura y delicadeza, y con bondad y claridad tanto al unirse como al desligarse) se parecerá al que vamos preparando entre luchas y esfuerzos, al amor que consiste en que dos soledades se protejan, se delimiten y se cumplimenten una a otra”. (Rilke 2004, 97–98)

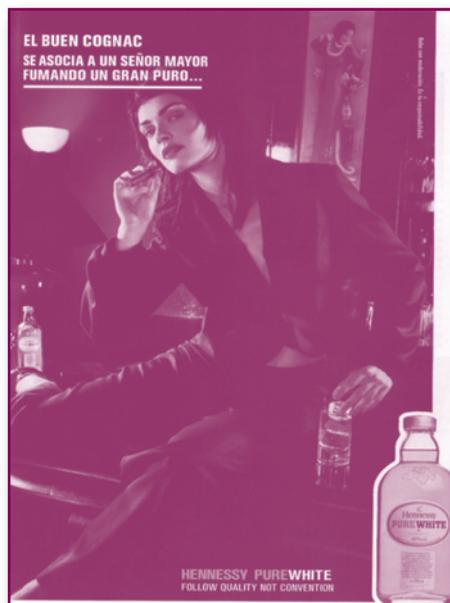
No obstante en ambos casos, las mujeres y la sociedad, una lectura cuidadosa de lo que está sucediendo demuestra que la cosa no es tan simple y queda mucho por andar. En relación con la imagen social de las mujeres lo que si es preciso reconocer y considerar es que, cada vez más, existe una estrecha relación entre la opinión pública y los medios de comunicación y eso tiene mucho que ver con el desarrollo de las visiones estereotipadas y prejuiciosas.

Pero ¿cómo aportan los medios sus datos para la construcción de las imágenes sociales? Lo hacen fundamentalmente con la palabra y con la imagen. González Requena (1995) Se manifiesta con componentes verbales cuando la palabra se hace vehículo de las ideas fuerza, de los contenidos conceptuales... aunque también es expresión de emociones y sentimientos que adquieren carta de naturaleza cuando se les da nombre. A este respecto es muy reveladora una de las contestaciones de Pilar Miró, en una entrevista que le hicieron en EL PAIS (1–XII–1991) en la sección *Luz de Gas*:

“P. ¿Qué hay de hombre en usted?
R. La fortaleza y el trabajo.”

Evidentemente, esta frase no necesita demasiados comentarios: una mujer trabajadora a conciencia y de la brillante calidad profesional de Pilar Miró no se da cuenta de que está perpetuando un claro estereotipo cuando asigna a los hombres la fortaleza y el trabajo. La potencia de las palabras, la pujanza simbólica del verbo como definición y conceptualización de la realidad está también reflejada en la Biblia cuando menciona: “Y dio Adán nombre a todos los ganados, y a todas las aves del cielo y a todas las bestias del campo” (Génesis, 2, 20).

La imagen social se transmite también con imágenes. Y los componentes icónicos aportan a la lógica de las palabras el poder analógico y la rapidez intuitiva con



que se pueden captar las imágenes y sus mensajes. En este campo hay medios de comunicación bien definidos como el cine o la televisión, o actividades complejas como la publicidad que “hablan” predominantemente por medio de imágenes y ejercen una influencia mucho más sutil y profunda de lo que se pueda creer, y que además coge desprevenidos a sus públicos cuando actúa a través de la violencia simbólica.



Pero la imagen social se nutre igualmente de la presencia en directo de las mujeres en la escena pública ¿y qué es esta presencia pública, además de estar realmente allí? es hacer lo que ha decidido para ella la sociedad? o saben ya tomar sus propias decisiones? ¿En esta presencia cuenta la identidad propia? forma parte de la presencia el rol que se desempeña? ¿tener una consideración positiva acaso? o que se hable de esta presencia ya que vivimos en la sociedad de la información? Son puntos para la reflexión y habrá que considerarlos todos. También existen unas aspiraciones no cumplidas en la realidad de las mujeres cuando se asoman a la escena pública. Representan una parte importante de los afanes actuales por la dignidad en la igualdad y se podrían detallar agrupándolas en torno a la necesidad de un trabajo digno y a la búsqueda de una identidad propia y bien definida. Marcan líneas que se enmarcan en el camino que va desde el feminismo de la igualdad al feminismo de las diferencias.

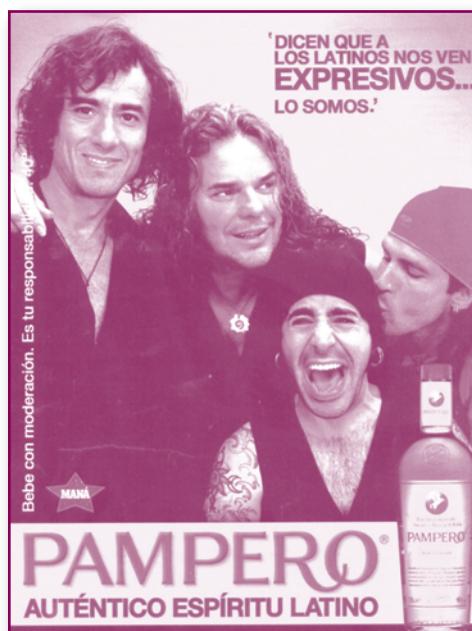
Como contraste, hoy día parece ser que la identidad se convierte en un problema para los hombres cuando las mujeres están definiendo la suya. La idea de lo que tenía que ser un hombre parecía clara por ser la única, pero al plantearse las mujeres la definición de su propia identidad sin la obligada referencia al modelo único masculino, ellos se ha encontrado perplejos: *si no somos el único y perfecto modelo al que todo se refiere... ¿quienes somos entonces?* Sin embargo, el hecho de que las mujeres conquisten su propia identidad llegará a producir un mejor equilibrio social puesto que también los hombres podrán encontrar y definir mejor la suya. Por si mismos y no con el apoyo de una superioridad y una referencia ya insostenibles.

De este nuevo concepto de identidad forman parte las dimensiones laborales y profesionales porque de ninguna manera podrá separarse ya la noción de persona (mujer u hombre) del ejercicio de un trabajo o profesión entendido tanto como una responsabilidad social como un derecho individual. La más destacada de las características en la identidad de las mujeres es, desde luego, la conciencia de sí mismas en tanto que personas con un rol determinado y la aceptación social de estos roles. No hace muchos años concretamente en 195, aunque fuese a título de caricatura simbólica, en la película “La vuelta al mundo en 80 días”, de Richard Todd, la protagonista ¡entra en un club inglés! el sagrado reducto masculino de la época victoriana. Este proceso, que hoy puede parecer algo obvio, ha producido importantes efectos en la autoestima de cada mujer al vivir esta circunstancia y reflexionar sobre ella. (Loscertales F., 2006).

Ya en el mundo real, podemos consignar como algunos de los más recientes de todos estos logros el de la entrada de las mujeres en los puestos jerárquicos de algunas iglesias cristianas (Catherine Jefferts fue elegida el domingo 18 de junio de 2006 obispo presidente de la Iglesia Episcopaliana de EE.UU.) y el de la posibilidad de estar en el ejército no sólo como tropa de a pie sino también en los más altos cargos como lo demuestra la presencia de la señora Chacón al frente del Ministerio de Defensa del gobierno español desde 2008.

Ahora bien, a pesar de todo, no es fácil saber cómo ha sido, en todas sus calidades y matices, la presencia femenina y los roles sociales en los que se ha plasmado a lo largo de la evolución histórica y a lo ancho de la geografía del planeta, porque las formas de organización y los procesos de desarrollo en los distintos pueblos y sociedades han sido tantos y tan múltiples que no hay ninguna posibilidad de generalización que no incluya serios errores. Y aunque se han hecho y se siguen haciendo importantes estudios en culturas diferentes, la mayoría de los trabajos e investigaciones realizados se refieren a la mujer europea, y por extensión a la de ámbitos occidentales.

Por eso hay que tener cuidado con el manejo de los datos que ofrecen los medios de comunicación, porque sería una falta de perspectiva científica pretender reducir de forma absoluta el hecho femenino al ámbito de la cultura occidental y mucho menos a las situaciones socioeconómicas derivadas de los acontecimientos



tos históricos que la han configurado en sus dimensiones actuales. Lo que sí parece lícito, una vez aceptado el presupuesto anterior: “en sociedades distintas las mujeres son distintas”, es el acotamiento de un campo accesible para nuestro trabajo, y ese campo es desde luego el de la historia de nuestra propia cultura que ha dado como resultado el mundo del presente.

Se ha afirmado en muchos foros periodísticos que la gran revolución del siglo XX no fue la revolución comunista sino la revolución de las mujeres y el cambio definitivo de las relaciones entre ellas y los hombres. Y ciertamente así es. Es una revolución seria y profunda que va mucho más allá de una simple reorientación de la sexualidad porque incide en todos los ámbitos de la vida individual y de la panorámica social y profesional. Y no solo de las mujeres, sino también, y por extensión, de los hombres y de la sociedad en pleno. No es un error afirmar que las mujeres se constituyen en las grandes protagonistas del siglo XXI. Hogar, trabajo y liderazgo son los tres grandes escenarios de este protagonismo.

Acerca de lo que es hoy la mujer y de lo que, sobre su futuro, hay en la mente social se puede apreciar un panorama en gran medida positivo y esperanzador aunque todavía haya muchos problemas que solventar y muchas aristas que limar. En consecuencia podríamos afirmar que el progreso de las mujeres es hoy imparable (Loscertales, 2008) y estimamos que hay dos fuertes razones para creerlo así; de una parte porque la actitud general de las mujeres y las expectativas sociales con respecto a ellas manifiestan una *toma de conciencia tanto de los problemas existentes en este campo como de la necesidad y posibilidad de sus soluciones*; y de otra porque, pese a los muchos obstáculos que aún persisten, la acción de las mujeres marca una *decidida línea de progreso hacia la conquista de un equilibrio social* que evite la existencia de dificultades y diferenciaciones, cuando no discriminaciones, por razón del sexo. Se trata además, y esto es de importancia definitiva, de un avance reconocido y alentado ya por amplios sectores de la sociedad.

El mundo actual tiene todavía, ante las mujeres, muchos defectos; sin embargo tiene dos importantes dimensiones positivas que son la Ciencia y la Democracia. La primera, ha proporcionado recientemente enormes adelantos en el conocimiento y en las aportaciones tecnológicas para unas mejores condiciones de vida y salud así como para las estructuras laborales. La segunda, de tipo ideológico y político, se plasma en las propuestas sociales de la igualdad de condiciones y oportunidades para todos los seres humanos sin excepciones. Las leyes que se van preparando, discutiendo y aprobando lo demuestran.

Este afán por dar carta de naturaleza legal a la igualdad entre hombres y mujeres vine de largo en la historia pero se ha acelerado mucho en los últimos tiempos. Podemos señalar en España como una fecha que marca un hito, la creación del Instituto de la Mujer en 1983 que pronto se vería acompañado por instituciones semejantes en las diferentes Comunidades Autónomas. Concretamente en Anda-

lucía, se creó el Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) en 1989 marcando un hito que han servido de pauta para este libro: los últimos veinte años.

Efectivamente, durante el bienio 1988–1990 aparecen también varios planes de igualdad de oportunidades que con desigual fortuna, pero siempre caminando hacia adelante, van propugnando que las mujeres no tropiecen con barreras en su progreso académico, laboral, social o político (Núñez et al, 2007).

Ya entrado el siglo XXI, el Estado promulgó la Ley Orgánica 1/2004 de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género (Gelambí, 2006). Esta Ley vino a reconocer un grave problema aun no resuelto, el de la violencia ejercida contra las mujeres (muchas veces con resultado de muerte) y con la misma preocupación en Andalucía se aprueba la Ley 13/2007 de 26 de noviembre, de Medidas de Prevención y Protección Integral contra la Violencia de Género, BOJA nº 247, de 18 de diciembre (Ruiz Seguí, 2008).

Con una finalidad orientada a promover la conciliación de la vida familiar y laboral de las personas trabajadoras se aprueba la Ley 39/1999 que ya ponía sobre el tapete la necesidad de apoyar a las familias para que las dimensiones laborales no dañasen la convivencia y los objetivos privados del grupo familiar.

En junio de 2006 se aprueba en el Consejo de Ministros el Proyecto de ley Orgánica de Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres. Y posteriormente el 15 de marzo de 2007 el Congreso de los Diputados aprobaba esta Ley en sesión plenaria. Es una Ley muy amplia que se ocupa de eliminar todas las posibilidades de discriminación por razón de sexo para llegar a la tan deseada igualdad. En la misma línea se aprueba en Andalucía la Ley 12/2007 de 26 de noviembre de Promoción de la Igualdad de Género en Andalucía, BOJA nº 247 de 18 de diciembre.

También los medios y sus “lenguajes” son objeto de la atención de la Ley. A título de ejemplo recordaremos como el Consejo de Europa aprueban la Resolución 1557 (2007) sobre *La imagen de las mujeres en Publicidad*. Por su parte el Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) ha creado el Observatorio de la Publicidad no sexista y se ocupa muy activamente de la interacción positiva con los medios de comunicación.

El mismo IAM, edita una revista “*Artículo 14. Boletín de Información y Análisis Jurídico*” que, con una magnífica intención didáctica, ha publicado en su número 27 de mayo de 2008 unos “Criterios para evitar el uso sexista del lenguaje y su procedimiento de aplicación en los escritos y documentos oficiales de los órganos y servicios del Parlamento de Andalucía”. Es fruto de un Acuerdo de la Mesa del Parlamento de Andalucía, sesión del 12 de diciembre de 2007 y se publicó en el B.O. del Parlamento de Andalucía nº 781, 17 de diciembre de 2007 pp.42155–7. Se trata de un documento trabajado a conciencia con unos serios fundamentos lingüísticos y literarios que debería ser conocido por todas las personas e instituciones preocupadas por el tema.

Pero como a nuevos tiempos nuevas formas, la sociedad actual tiene todavía otro nuevo e interesante matiz: las mujeres, presentes pero prácticamente mudas

desde los tiempos más remotos, han decidido cambiar esa forma de presencia para adquirir voz. Y en efecto, han comenzado a hablar y están diciendo muchas cosas. Las están diciendo con voz alta y clara y la sociedad las está oyendo. Su llamada es a todos, hombres y mujeres, mayores y pequeños, situados y marginados... y desde un “*compromiso con el progreso de la humanidad y la defensa de los derechos humanos apostamos por la construcción de un mundo solidario y en paz*”. (Federación de Mujeres Progresistas, 1997, pp. 109). Estas son las palabras iniciales del “Nuevo Contrato Social mujeres–hombres” presentado, en 1999, por la Federación de Mujeres Progresistas en Sevilla, Madrid y Toledo. Bellas palabras para bellas y realistas ideas que se plasman en tres propuestas tan simples como trascendentales:

- Compartir las responsabilidades familiares, construyendo nuevos modelos de familia y promocionando otros estilos de vida pública y privada.
- Compartir el trabajo a base de repartir equilibradamente el empleo y respetar la igualdad en el trato, en el salario y en las condiciones laborales.
- Compartir el poder entendiendo que toda persona debe estar preparada para la toma de decisiones ya que así se podrán generar nuevas ideas y valores que nos lleven a una sociedad más justa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BEAUVOIR, Simone de (1998) *El segundo sexo*, prólogo de Teresa López Pardina, trad. de Alicia Martorell, Madrid: Cátedra.
- GELAMBÍ TORREL, M. (2006) *El proyecto de Ley Orgánica de Igualdad ENTRE Mujeres y Hombres. Un reto y una gran oportunidad para las empresas*. http://www.mes-d.net/grupcies/boletin/ArticuloI_Edic_40.pdf
- GÓMEZ AGUILAR, A. (2008). *Mujeres, política y medios de comunicación*. Sevilla: Fundación audiovisual de Andalucía.
- GONZÁLEZ REQUENA, J. (1988): *El discurso televisivo, espectáculo de la posmodernidad*, Madrid, Cátedra.
- GONZÁLEZ, R. y NÚÑEZ, T., (2000): *Cómo se ven las mujeres en Televisión*. Sevilla: Padilla Editores y Libreros.
- LOSCERTALES, F. (2001): La educación de las mujeres y su presencia activa. Perspectivas múltiples y esperanzas de futuro. En Flecha García y Núñez Gil, *La educación de las mujeres, nuevas perspectivas*. Sevilla, Publicaciones de la Universidad, pp. 53–66.
- (2005). *Los medios de comunicación y las personas. Guía de comunicación social para una lectura saludable*, Madrid, A. de Gobierno de Empleo y Servicios a la Ciudadanía. Dir. Gral. de Igualdad de Oportunidades. Ayto. de Madrid. (Edición no venal).

- (2006). La imagen de la mujer en los medios de comunicación, en PASTOR, Y. (coord.) *Psicología Social de la Comunicación*, Madrid: Pirámide. Pp. 179–191.
 - (2007): Imagen social de las mujeres. (el nuevo rol de una constante presencia. Su imagen en los M.C.M.) en. *X Congreso Nacional de Psicología Social, Vol. II.* en Simposium: “Perspectivas de Género” dirigido por Guil Bozal, A, pp. 1351–1361. Ed. digital.
 - (2008a) El rol profesional de las mujeres ¿es cuestión de imagen social? Un ensayo reflexivo. En Mingorance, P. (Coord.) *El cambio cultural hacia la igualdad de género en la empresa y en la Universidad*. Sevilla: Proyecto Equal. Págs. 135–144.
 - (2008b) La mujer en el siglo XXI. Una visión psicosocial, en Gómez Aguilar, A. (2008). *Mujeres, política y medios de comunicación*. Sevilla: Fundación audiovisual de Andalucía. Pags. 105–119.
- LOSCERTALES, F. y NÚÑEZ, T. (2006). Ser mujer y docente: Una difícil profesión vista desde el cine. *Rev. Psicología Social Aplicada*, Vol. 16, nº 1 y 2 año 2006.
- NÚÑEZ, T. et al (2007) Rompiendo barreras. Las personas y la organización en la empresa andaluza, en A. Estebaranz (Coord.), *Avanzando hacia la igualdad: Argumentos para el cambio*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- ROBINSON, W.P. (1975) *Lenguaje y conducta social*. México: Trillas.
- RILKE, R.M (2004); *Cartas a un joven poeta* Trad. Jesús Munárriz. Madrid, Ed. Hiperion. Ed original: Rilke, R.M. *Letters to a Young Poet*, trans. M.D. Herter Norton (W.W. Norton, New York, 1934).
- RUIZ SEGUÍN, S. (2008) Hacia un nuevo modelo social: los espacios de socialización en el nuevo marco normativo andaluz, en GÓMEZ AGUILAR, A. (2008). *Mujeres, política y medios de comunicación*. Sevilla: Fundación audiovisual de Andalucía. Pags. 97–105.
- SOUCHON, M. (1977): Mass media y educación escolar. En G. Avanzini, *La pedagogía del siglo XX*. Madrid: Narcea, pp. 277.292.
- VALCÁRCEL, A. (2000) *Rebeldes*. Barcelona: Plaza & Janés.
- WILLIAMS, J.E. & Best, D.L. (1990) *Measuring sex stereotypes. A multination study*. Newbury Park, Sage.

2. Lengua y discurso en los medios de comunicación. Una reflexión desde la perspectiva de género

Susana Guerrero Salazar
Universidad de Málaga

2.1. LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LA INFORMACIÓN

Los medios de comunicación junto con la industria publicitaria son unos agentes socializadores muy importantes, pues actúan, para la mayoría de las personas, como fuente de información, ocio y entretenimiento y, como tales, influyen en gran manera en la conformación de nuestra concepción de la realidad, proponiendo pautas de comportamiento y modelos de referencia e influyendo en la conducta social.

Además, los medios informan, destacan y repiten los asuntos que constituyen la agenda social sobre la que la ciudadanía se posiciona. Y no cabe duda de que la manera en que se elabora la información, las opiniones que se emiten y los datos que se suministran... influyen en nuestra percepción de los problemas.

Aunque no tanto como sería de esperar, en las últimas décadas se han producido cambios relevantes en la imagen que los medios de comunicación dan de las mujeres. No obstante, queda mucho por hacer y, aunque parezca sorprendente, aún hoy los medios de comunicación han de comenzar por tomarse en serio la importante labor que desempeñan en la lucha por erradicar de nuestra sociedad la discriminación sexual y eso, evidentemente, implica un profundo análisis interno.

Así, en lo que se refiere a los contenidos resulta obvio que los temas de género rara vez tienen acogida en las secciones de los periódicos y, por supuesto, es todavía más extraño que se recojan en la primera página (salvo, en ocasiones, cuando se trata de noticias relacionadas con la violencia por razón de sexo). No obstante, resulta más descorazonador que sean muy pocas las noticias que se traten desde

una perspectiva de género, esto es, destacando la diferente posición que ocupan hombres y mujeres en la pirámide social.

Si observamos el lenguaje que utilizan los medios, también descubrimos que las mujeres están invisibilizadas. Desgraciadamente, las recomendaciones¹, órdenes y leyes que se vienen dando a conocer desde hace más de veinte años tanto a nivel internacional, nacional como autonómico², apenas han tenido eco en la práctica periodística. Y los manuales y guías que orientan sobre cómo usar un lenguaje igualitario en el ámbito de la comunicación escasean y tienen poca difusión³.

La ley orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres trata en varias ocasiones sobre la necesidad de un lenguaje igualitario. Refiriéndose a los medios de comunicación (artículo 37), introduce como uno de los objetivos de la programación de la Corporación RTVE “utilizar el lenguaje en forma no sexista”. En el artículo 38 se incorpora este mismo objetivo refiriéndose a la Agencia EFE, organismo que “velará por el respeto del principio de igualdad entre mujeres y hombres y, en especial, por la utilización no sexista del lenguaje”.

La ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía, hace hincapié en “La adopción de las medidas necesarias para eliminar el uso sexista del lenguaje, y garantizar y promover la utilización de una imagen de las mujeres y los hombres, fundamentada en la igualdad de sexos, en todos los ámbitos de la vida pública y privada”⁴. Dentro del capítulo I (“Integración de la perspectiva de género en las políticas públicas”), artículo 9 (“Lenguaje no sexista e imagen pública”) dice: “La Administración de la Junta de Andalucía garantizará un uso no sexista del lenguaje y un tratamiento igualitario en los contenidos e imágenes que utilicen en el desarrollo de sus políticas”. Posteriormente, en el capítulo VII (“Imagen y medios de comunicación”) añade: “Los medios de comunicación social, cuya actividad se encuentre sujeta al ámbito competencial de la Comunidad Autónoma de Andalucía, promoverán la aplicación de un uso no sexista del lenguaje e impulsarán la transmisión de una imagen de las mujeres y los hombres libre de estereotipos sexistas”.

Sin embargo, todavía está por ver que se lleven a la realidad periodística estos aspectos sobre los que tan claramente se ha legislado. Algunos estudios señalan que la situación actual de desigualdad únicamente cambiará si aumenta la presen-

¹ Un resumen de estas recomendaciones puede verse en Guerrero Salazar (2008: 290-298).

² Un resumen de estas órdenes puede verse en Guerrero Salazar (2008: 285-289).

³ Entre estos trabajos, destacamos *Sexismo y redacción periodística. Guía de estilo 2* (Bengoechea y Calero Vaquera, 2003), *Manual de información en género* (López Díez, 2004), *La mujer construida. Comunicación e identidad femenina* (Suárez, 2006), *Guía para un uso igualitario del lenguaje periodístico* (Ayala Castro, Guerrero Salazar y Medina Guerra, 2006), los trabajos realizados por Laviña (editados por la Federación de Mujeres Progresista) y los de Lledó Cunill, citados en la bibliografía.

⁴ Disposiciones generales, Artículo 4, Principios generales, apartado 10.

cia femenina en los puestos de responsabilidad de los medios de comunicación y se equilibra el reparto de los temas; es decir, si dejan de ser las mujeres las que se ocupan de las secciones blandas (Sociedad, Cultura o Espectáculos), mientras que los hombres se encargan de las consideradas duras (Política, Economía o Internacional). Sin embargo, tales planteamientos, además de ser hipotéticos, están muy lejos de ser una realidad, por lo que todo parece indicar que podría ser más efectivo comenzar por introducir en los planes de estudio de la licenciatura de Periodismo la perspectiva de género y organizar cursos de formación para las plantillas de los distintos medios de comunicación.

2.2. ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN EL DISCURSO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El dominio de lo masculino en el ámbito público está tan interiorizado que no somos conscientes del predominio de la mirada androcéntrica que presentan los medios de comunicación, entre otras cosas, porque los parámetros de lo masculino, de tanto repetirse, se han convertido en “modelos de normalidad”.

Si atendemos al discurso periodístico, llaman la atención dos aspectos:

1. Los hombres son juzgados por sus acciones: si son positivas se les aplaude y, si no, se les critica, pero, en ningún caso, se pone en tela de juicio su derecho a estar donde están. Sin embargo, esto no ocurre con las mujeres, que son juzgadas por su apariencia, por sus actitudes, por su adecuación.
2. Los hombres son percibidos en un continuo movimiento, pues hacen, actúan, cambian, evolucionan, construyen... Las mujeres aparecen estáticas, pues de ellas se dicen cómo son, qué parecen o cómo están: bellas, reinas, princesas, brujas, víctimas, seductoras...⁵

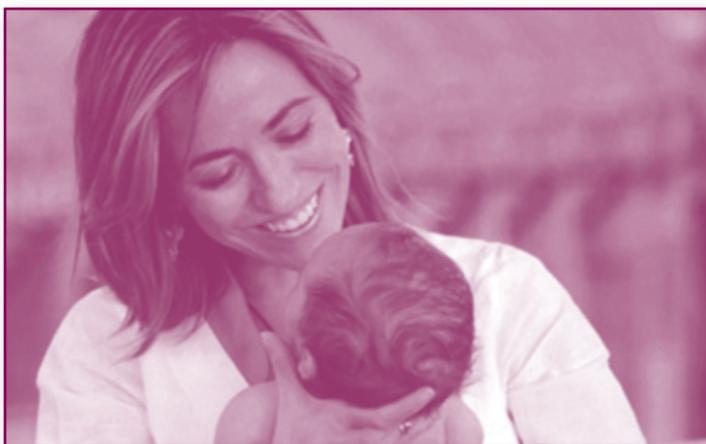
Existen una serie de estereotipos que circulan por todos los medios de comunicación y que tienen un especial reflejo en la prensa, como vamos a comprobar seguidamente:

- a) En general, las fotos retratan a las mujeres de un modo más informal y familiar que a los hombres. Por ejemplo, las fotos en el ámbito político suelen mostrar a los varones con gesto de satisfacción, actitud seria y seguros de sí mismos, mientras que las imágenes femeninas suelen mostrar mucha más cercanía y familiaridad. ¿Cuántas fotos hemos visto de la ministra Chacón con su bebé y cuánta polémica en torno a cómo compatibiliza su vida personal y polí-

⁵ Véase Gallego (2005).

tica? Si aplicamos la regla de la inversión, ¿alguien recuerda ese despliegue mediático cuando algún ministro ha sido padre?

El País vuelve a exaltar la figura de Chacón como “madre y ministra”
(*Periodista digital*, 6/9/08)



(PD).– En Afganistán y el Líbano nuestros soldados se batan el cobre a duras penas en condiciones que rayan la penuria pero aquí a la ministra la prensa amiga le levanta un altar en cada esquina. El valor mediático de Chacón cotiza al alza desde su embarazo y los palmeros de turno no dejan de exaltar su doble rol de madre y ministra como adalid de la mujer progre que pregona ZP. Pero no todas las españolas pican el anzuelo. Muchas han protestado por no gozar de los mismos privilegios que tuvo ella durante su baja de maternidad y exigen mayor igualdad.

b) Las informaciones sobre los hombres giran en torno a su trayectoria profesional, mientras que las de las mujeres se centran en su vida familiar y en su apariencia física, como si realmente la belleza fuera lo más destacado de ellas, con independencia de su categoría profesional. La apariencia y la importancia del cuerpo en las mujeres se ha convertido en una violencia simbólica, de forma que las mujeres valen en virtud de lo bellas que son, están o se conservan y no en virtud de lo que son. Si observamos los medios de comunicación en general y, especialmente la publicidad, veremos que el prototipo de mujer es joven, delgada y de clase media-alta (las demás son una excepción). Constantemente, las mujeres están



siendo miradas y obligadas a mirarse y juzgarse en cuanto a su aspecto físico. Es lo que ocurre en el siguiente ejemplo, cuando el periodista hace alusión a las “piernas hermosas” de la política, dato irrelevante que se nombra en primer lugar y estableciendo un relación copulativa con “su capacidad de trabajo”, como si realmente se tratara de dos rasgos entre los que puede establecerse un paralelismo:

c) Las mujeres aparecen descritas por sus vestimentas y accesorios, en contextos donde estas cuestiones son nimias y restan protagonismo a lo que realmente es importante. Es usual, por tanto, cuando se trata de una política, obviar su gestión y hablar de su traje o de su peinado:

Las ministras españolas, las más ‘glamurosas’
17/04/2008 EFE



Zapatero junto a sus nueve ministras.

FOTO: EFE

La prensa británica elogia hoy el “glamour” del nuevo gabinete del presidente del Gobierno español, José Luis Rodríguez Zapatero, y destaca el estilo de la “nueva casta de mujeres políticas”. “¿Por qué perdemos el concurso de estilo de Eurovisión?”, se pregunta en el diario “The Daily Telegraph” una periodista, según la cual, comparadas con las “Zapettes” y las “Sarkozettes”, como llama a las ministras de Zapatero y del presidente francés, Nicolas Sarkozy, sus colegas británicas son las “reinas del desaliño”.

d) Las mujeres son presentadas como sensiblonas, lloronas... corroborando la estereotipada idea de la debilidad de su sexo. Esto ocurre en la siguiente foto, así como en los comentarios que siguen (“La tristeza de la mejor”, “Amaya Valdemoro, la mejor del torneo, no pudo reprimir la lágrimas tras la derrota”):

LUNES 8
OCTUBRE DE 2007

LAS CHICAS DE EVARISTO PÉREZ, SUBCAMPEONAS TRAS PERDER 68-74

España roza la proeza en el Europeo ante la potente Rusia

El equipo español perdía por 20 puntos en el descanso y fue capaz de ponerse a cuatro a falta de 15 segundos. El mal porcentaje de tiro, la clave de la derrota

JAVIER YARELA
javier.yarela@epa.es

No pudo ser. España rozó la proeza ante las subcampeonas del mundo en un partido de raza, fe y carácter. Las chicas de Evaristo Pérez perdieron (74-68) la final del Eurobasket ante Rusia, como le pasó al equipo masculino, pero a punto estuvieron de dar la sorpresa. Las chicas, lideradas por Amaya Valdemoro, estuvieron cerca de remontar los 20 puntos de desventaja que llevaban en el descanso con una gran defensa que sorprendió al combinado ruso. España logró una medalla de plata que sabe a oro.

AMAYA FUE LA MEJOR DE ESPAÑA
Valdemoro completó su mejor partido del campeonato con 26 puntos y ocho rebotes. Fue la MVP.

La tristeza de la mejor Amaya Valdemoro, la mejor del torneo, no pudo reprimir las lágrimas tras la derrota. El equipo ruso era el contraste.




HEGEMONÍA RUSA

SIN VENGANZA
Segundo título que nos quita Rusia
Las chicas querían ganar por conseguir el título y por vengar la derrota sufrida por los chicos en el Europeo de Madrid. El triunfo de anoche confirma la hegemonía rusa en este deporte.

CINCO PLAZAS
España, clasificada para el preolímpico
El preolímpico mundial, del que saldrán las cinco plazas restantes, lo disputarán Brasil, Argentina, Cuba, Angola, Senegal, Japón, Taiwán, Fiyi, España, Bielorrusia, Letonia y República Checa.

- e) Las mujeres siguen estando ligadas a las tareas domésticas y al cuidado de la familia, como si toda la carga del hogar les correspondiera solo a ellas. Este discurso sigue asignando el mundo público a los varones y el privado a las mujeres, pues no se habla de que sean los hombres los que armonicen su vida pública con la familiar. Así ocurre en el siguiente ejemplo, en el que se le pregunta a una alcaldesa cómo logra compatibilizar su vida familiar con la pública, cuestión que rara vez se le hace a un hombre, perpetuando así la idea de que estos están exentos de responsabilidades familiares y son solo ellas las que tienen que resolver ese tipo de problemas:

¿Ha conseguido compatibilizar bien la crianza de los hijos con su trabajo?
 ¿Y por qué tengo que ser yo sola la que educo a mis hijos y no entre los dos?
 [...] Me niego a aceptar que la mujer que trabaja es que ha abandonado su hogar y la educación de sus hijos (*Mujer de hoy*, 4 al 10-IX-99, pág. 5).

- f) Con demasiada frecuencia, las mujeres aparecen con papeles secundarios y pasivos, como meras acompañantes y no como protagonistas, como ocurre en el siguiente titular, que presenta a Victoria Adams como “La costilla del ídolo”, lo cual, curiosamente, contradice la información del subtítulo (“Victoria Adams es la gran artífice de la proyección mercantil de su marido”):



- g) Es constante la presentación de las mujeres como meros objetos sexuales, como sucede con la siguiente foto y su comentario, en el cual se omite cualquier dato deportivo para centrar la información en un detalle tan insignificante como que una jugadora se ajuste el bañador en un momento del partido (*Marca*, 16-VIII-04, pág. 34).
- h) Las mujeres son sancionadas mediáticamente si se apartan del estereotipo de género, por lo que se las trata de ambiciosas, duras, frías, inflexibles, implacables... Recordemos el sobrenombre “la dama de hierro” con el se conocía a Margaret Thatcher y que ha tenido toda una serie de variantes, como observamos en estos titulares en los que se usa “mujer de hierro” y “Barbie de hierro”... para Condoleezza Rice⁶ e Irene Sáez⁷ respectivamente:

⁶ Condoleezza Rice, secretaria de Estado de los EE.UU. desde el 26 de enero de 2005 al 20 de enero de 2009.

⁷ Irene Sáez, Miss Universo en 1981, emprendió carrera política posteriormente (fue alcaldesa del Municipio Chacao de la ciudad de Caracas y se presentó como candidata a la presidencia de Venezuela).

La nueva mujer de hierro (*El País semanal*, 2-II-03).

La Barbie de Hierro (*La Vanguardia*, 1-II-98).



i) Todavía aparecen imágenes, chistes o frases que fomentan la prepotencia masculina, validando la violencia simbólica. Esta portada, tras dar una noticia importante (que con las dos nuevas presidentas de Liberia y Chile ya son diez los países en los que gobierna una mujer), recurre a un chiste machista que, además de destruir por completo la seriedad de la noticia, no hace sino perpetuar un tópico tan manido como el que las mujeres, a lo largo de la historia, han sido las que realmente han gobernando los hogares:

j) Las mujeres son presentadas como si de un colectivo minoritario se tratara (cuando somos más del cincuenta por ciento de la población). Es lo que sucede en el siguiente ejemplo, donde parece olvidarse que en el masculino genérico “jóvenes” se incluyen también mujeres:

Los jóvenes y las mujeres son las víctimas preferentes de esta modalidad de acoso en el trabajo [...] (*Sur*, 27-VIII-03, pág. 23).

k) Las mujeres aparecen conformando un grupo uniforme, como si todas tuvieran las mismas inquietudes e intereses, por ello la prensa, en muchas ocasiones, se dirige a ellas con el singular “mujer” en vez de la forma plural “mujeres”. Es lo que ocurre en el siguiente titular⁸:

La mujer toma la calle (*Metro directo*, 8-V-06, pág. 5).

l) El ámbito deportivo deja mucho que desear, pues las mujeres aparecen poco y mal representadas⁹ afianzando el estereotipo de que el deporte es cosas de hombres:

- Llama la atención el uso de un lenguaje sexista, como el término *damas* en lugar de *mujeres*, que se sigue empleando en determinados deportes: [...] La competición es por clubes e individual para las categorías seniors, juniors y cadetes en kayak hombres y damas y canoístas masculinos. (www.deporteandaluz.com/revistada/pdf/da_26.pdf).

- El discurso abusa de expresiones como *hombría*, *viril deporte*, *machada*... que excluyen a las mujeres:

El presidente sevillista, José María del Nido, ha asegurado que el conjunto nervionense jugará mañana “con la misma hombría” que ha imposibilitado que el Betis gane este tipo de partidos en los últimos diez años. (www.lukor.com/deportes/noticias/0505/06125828.htm).

Hasta el ex campeón Wálter Tatake Quisbert, que estuvo en el coliseo, elogió a Mamani, una nueva promesa del boxeo. El viril deporte volvió al Borelli y el público respondió al convite (*La Razón*, Bolivia, 22-IV-06).

- La escasa información que se ofrece sobre deporte femenino está muchas veces realizada en comparación con el masculino, por lo que se emplean palabras que ponen en relación lo que hacen las deportistas con sus homólogos masculinos (como sucede con los adverbios *también* y *tampoco* en los siguientes ejemplos):

Las chicas también triunfan (*La Vanguardia*, 17-V-03).

⁸ Ejemplo citado por Vigara Tauste (2008: 150).

⁹ Véase sobre las mujeres en el discurso deportivo Guerrero Salazar (2006: 84-86) y Vigara Tauste (2008).

Las chicas tampoco fallan en su preparación¹⁰ (*Marca*, 18-VIII-02).

– En ocasiones se presenta a las deportistas como meras réplicas de los varones consagrados dentro del mundo deportivo:

La Macijaukas¹¹ del básquet femenino (*Marca*, 21-XI-03).

Isinbayena¹², la Bubka¹³ femenina”, *El País*, 4-III-05).

– Los hombres suelen ser tratados como deportistas, ellas como reinas, princesas, sirenas...:

Las sirenas estarán en Atenas (*El País*, 16-VI-04).

Una rusa de 17 años, nueva reina del tenis (*El País*, 4-VII-04).

En todo el ámbito periodístico, pero con más profusión en el deportivo, las mujeres son nombradas mediante el término *chicas*, el cual, lejos de presentar a las deportistas como profesionales, las infantiliza:

Chicas admirables pero no por televisión

El desmadre del deporte televisado ha tenido esta semana un motivo más de preocupación. El excelente papel de la Selección Española femenina de baloncesto sólo ha podido seguirse por satélite o TDT, con la excepción de la final (*Qué*, 8-IX-07, pág. 5).

En el ámbito deportivo es constante la referencia a la ropa de las deportistas y a si su cuerpo se ha virilizado o no. La siguiente noticia es un ejemplo de un tratamiento penoso de la información. Lo más llamativo es que la mayoría de la información no reza sobre el hecho deportivo, sino sobre el “body” que visten las deportistas que, increíblemente, según el redactor, parece ser la causa de sus victorias. Fijémonos además en las únicas palabras textuales que se reproducen de la capitana (lo poco que tienen que ver con el hecho deportivo en sí):

[...] en un partido menos fácil de lo esperado para nuestras chicas, que llevan lo de ganar como un traje a medida. Les queda también como el ‘body’ con el que juegan, que ya no es objeto de discusión en el equipo. Se van adaptando poco a poco al radical cambio –que ellas mismas aprobaron– y los resultados están ahí: dos victorias y dos paseos con su nueva y ya famosa indumentaria.

“Austral se está portando muy bien con nosotros y cada vez nos sentimos mejor con nuestro nuevo traje”, comenta Betty Cebrián, la capitana de la selección, que ayer logró cuatro puntos ante las caribeñas (*Marca*, 18-VIII-02).

¹⁰ La noticia versa sobre la segunda victoria consecutiva del equipo femenino, y este hecho debería haber sido el que se destacara en el titular.

¹¹ Arvydas Macijauskas, jugador profesional de baloncesto, considerado uno de los mejores tiradores del mundo.

¹² Yelena Gadzhiyevna Isinbáyeva, atleta rusa especializada en salto con pértiga, actual campeona olímpica, mundial y europea de esta prueba.

¹³ Sergéi Nazárovich Bubka, atleta ucraniano de salto con pértiga, campeón olímpico en 1988 y campeón mundial en varias ocasiones. Entrenador de Isinbáyeva.

2.3. RECOMENDACIONES SOBRE CÓMO NOMBRAR DE MODO SIMÉTRICO A MUJERES Y A HOMBRES

- a) Evitando tratar a las mujeres de un modo más familiar, pues, con frecuencia, al hombre se le nombra solo por el apellido, mientras que, en el caso de la mujer, es usual que su apellido aparezca precedido del nombre o que solo aparezca este, incluso a veces en diminutivo:

*Estuvieron Gutiérrez y Auxi.



Estuvieron Antonio Gutiérrez y Auxiliadora Márquez.

- b) Evitando tratar a las mujeres de modo vulgar, como cuando se antepone el artículo a sus nombres o apellidos:

*La Pantoja



Isabel Pantoja

*La Esteban...



Belén Esteban

- c) Evitando tratar a las mujeres por su condición sexuada, lo cual no ocurre con los hombres, que suelen ser nombrados por su profesión, estatus social, nacionalidad, etc.:

*Participaron tres abogados y dos mujeres.



Participaron tres abogados y dos abogadas.



Participaron tres hombres y dos mujeres.

- d) Evitando ocultar la identidad social o profesional de las mujeres cuando se emplean aposiciones redundantes que tienen como núcleo el sustantivo *mujer*, seguido del término que alude a su profesión:

*Las mujeres periodistas



Las periodistas

*Las mujeres deportistas



Las deportistas

e) Evitando tratar a las mujeres como dependientes del varón, por sus relaciones de parentesco o afectivas en general, evitando expresiones como *señora de, mujer de, esposa de, hija de, viuda de, hermana de, madre de*. Estas formas de denominar a las mujeres conllevan un tratamiento desigual, pues hace que parezca que carecen de identidad. En muchos casos incluso ni aparece el nombre propio:

*Apareció la mujer de Luis.



Apareció Carmen.

La dependencia del mentor se visibilizada en expresiones como “las ministras de Zapatero”, “las ministras de Berlusconi”, donde se cuestiona el poder de estas mujeres, las cuales parecen obligadas a ejercer un voto de obediencia a aquel de quien dependen.

f) Evitando tratar a las mujeres en segundo lugar. Esto ocurre cuando se hace referencia expresa a los dos sexos y se presenta sistemáticamente en primer lugar el masculino, consolidando así la idea de que un sexo es prioritario con respecto al otro. Para evitar esta asociación lo mejor es simultanear el orden de presentación:

Es un llamamiento a hombres y mujeres, niños y niñas, abuelos y abuelas...



Es un llamamiento a mujeres y hombres, niños y niñas, abuelas y abuelos...

g) Evitando tratar a las mujeres como seres homogéneos. Esto sucede cuando se abusa del singular *mujer* en lugar de *mujeres*, favoreciendo la idea de que todas somos y queremos lo mismo, aportando así un concepto uniforme de la mujer, que adolece de una gran pobreza analítica:

El avance de la mujer.



El avance de las mujeres.

h) Evitando que las mujeres concretas con sus logros queden ocultas bajo el género femenino *mujeres*, que presenta a estas como una colectividad a la que el ‘ser mujer’ es lo único que las representa y las homogeniza:

Las mujeres dan el salto (*El País*, 10-II-03).



Las deportistas dan el salto.

A veces se prefiere el singular *mujer* antes que presentar por su nombre y apellido a la persona en cuestión, como responsable única de los actos de los que se informan:

Una mujer llega al poder en África (*El País*, 12-XI-05).



Ellen-Johnson Sirleaf llega al poder en África.

Esta manera de aludir a las mujeres, además de producir la ocultación de su individualidad, conforma la idea de que ellas son “lo otro”, lo opuesto a la voz masculina que narra la información. Si aplicamos la regla de inversión observamos que nunca se diría “un hombre llega al poder”. Se dice de las mujeres porque todavía lo que hacen se transmite como algo excepcional.

- i) Evitando presentar a las mujeres como objeto observado y no como sujeto agente, por ello se las juzga tanto si muestran una identidad distinta a la masculina o, si por el contrario, adoptan sus maneras. Se les podrá exigir responsabilidades por su actuación pero no por su apariencia o por su actitud. Hay que asumir que las mujeres son sujetos que actúan y que deben ser representadas informativamente en igualdad, respetando, si ellas lo eligen, su derecho a la diferencia (atuendo, aspecto, peinado, complementos...) sin que ello se convierta en un factor sancionador.

La ministra, que acudió al entierro con un elegante traje negro, dio el pésame a los familiares.



La ministra dio el pésame a los familiares.

- j) Evitando que las mujeres sean tratadas de modo diferente en relación a su vida privada. De ellas conocemos su estado civil, si son madres, si tienen dificultades para conciliar la vida familiar, si han tenido que renunciar a algunas cosas... Estos temas se obvian en el caso de los hombres. Habría que incorporar las mismas preguntas y los mismos datos en la representación informativa

tanto de hombres como de mujeres, de este modo, se empezará a considerar que ellos tienen igualmente responsabilidades familiares.

k) Evitando que los mecanismos discursivos a la hora de describir los perfiles femeninos sean distintos a los que se utilizan para los masculinos (pues aumentan los elementos lingüísticos valorativos, los adjetivos... cuando se trata de mujeres).

l) Evitando que las fotos y los pies de fotos sean valorativos y muy connotativos cuando se trata de mujeres.

2.4. RECOMENDACIONES SOBRE CÓMO TRATAR LA INFORMACIÓN DE MODO IGUALITARIO

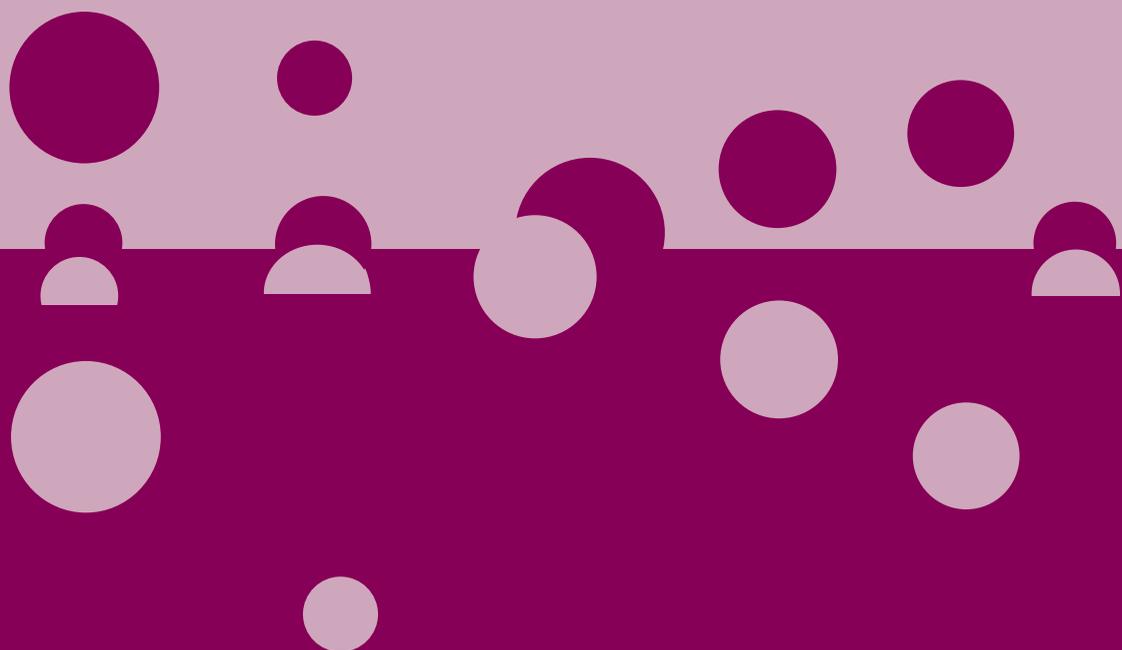
- a) Desagregando por sexos e incorporando la perspectiva de género a las estadísticas. La infografía en este sentido se hace muy interesante, pues los gráficos muestran claramente las situaciones de desigualdad o desequilibrio.
- b) Contando con las preferencias de las mujeres. Llama la atención el desarrollo que se le presta a temas deportivos, como el fútbol, con respecto a la maternidad.
- c) Visibilizando a las mujeres en el discurso, cuidando no solo el fondo sino también la forma del mensaje, o lo que es lo mismo, empleando los procedimientos antisexistas de los que dispone nuestra lengua. De este modo, contrarrestaremos la sobrerrepresentación masculina.
- d) Mostrando a las mujeres a través de las imágenes en aquellos ámbitos donde no suelen estar, por ejemplo, deportes o profesiones tradicionalmente masculinas. Del mismo modo, se puede visibilizar a los hombres cuidando de personas menores o mayores.
- e) No trivializando los temas relacionados con las mujeres.
- f) No ocultando sus éxitos profesionales.
- g) No abundando en la apariencia física o en detalles externos (sombreros, ropa, maquillaje...).
- h) No tratándolas como objetos sexuales o glamourosos.
- i) No reduciéndolas al entorno familiar, al hogar, como meras compañeras de hombres.
- j) Contando con las expertas, pues el hecho de que sean varones la mayoría de las fuentes y las referencias contribuye a fomentar la idea de que la autoridad es masculina.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AYALA CASTRO, M. C., Guerrero Salazar, S. y Medina Guerra, A. M.^a (2006): *Guía para un uso igualitario del lenguaje periodístico*. Málaga: Diputación de Málaga.
- BENGOECHEA, M. y CALERO VAQUERA, M.^a I. (2003): *Guía de estilo 2. Sexismo y redacción periodística*. Valladolid: Junta de Castilla y León.
- CASTREJANA, V. y LAVIÑA, C. (2002). *La mirada dual (lenguajes sexistas en los libros de estilo de El País y Abc)*. Madrid: Federación de Mujeres Progresistas.
- GALLEGO, J. (2005): “Él hace. Ella es. Representación de hombres y mujeres en los medios de comunicación”, *Género y comunicación*, 7, págs. 39–55.
- GUERRERO SALAZAR, S. (2001): “Medios de comunicación y estrategias lingüísticas no sexistas”, *Isla de Arriarán. Revista cultural y científica*, XVII, junio, págs. 405–417.
- (2006): “el discurso sexista de los medios de comunicación”, en R. Cremades García y E. A. Núñez Cabezas, *Lectura, escritura y comunicación*, Málaga: Vg ediciones, págs. 81–106.
 - ((2006): “evaluación normativa e impacto de género”, en F. Pau i Vall y J. Pardo Falcón (coords.), *la evaluación de las leyes. xii jornadas de la asociación española de letrados de parlamentos*. Madrid: Tecnos, págs. 188–193.
 - (2006): “palabras que discriminan”, *donde dice... Revista de la fundación del español urgente*, II, 5, octubre–diciembre, págs. 13–14.
 - (2008): “cambiar el lenguaje sexista”, en F. Loscertales Abril y T. Núñez Domínguez (coords.), *Los medios de comunicación con mirada de género*, Sevilla, instituto andaluz de la mujer, págs. 285–298.
- HERNÁNDEZ ALONSO, N. (2003): “El deporte femenino y sus particularidades”, en *el lenguaje de las crónicas deportivas*. Madrid: Cátedra.
- LAVIÑA, C. y MEJÍA, P. (2000): *Dime cómo hablas... y te diré cómo piensas. Guía para un lenguaje no sexista en la comunicación*. Madrid: Federación de Mujeres Progresistas.
- (2001): *Guía para la detección y corrección del lenguaje sexista en la comunicación (casos sexistas de castilla la mancha)*. Madrid: Federación de Mujeres Progresistas.
 - (2002): *Aprender a detectar y superar el sexismo en los medios de comunicación*. Madrid: Federación de Mujeres Progresistas.
- LLEDÓ CUNILL, E. (1999): *Cómo tratar bien a los malos tratos. Manual de estilo para los medios de comunicación*. Sevilla: Instituto Andaluz de la Mujer.
- (2006): “Sobre las palabras y las violencias en la prensa”, en *la violencia en la imagen y en la palabra*. León: Adavas, Junta de Castilla y León, págs 9–40.

- LÓPEZ DÍEZ, P. (ed.) (2004): *Manual de información en género*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Instituto de la Mujer.
- SUÁREZ, J. C. (2006): *LA MUJER CONSTRUIDA. COMUNICACIÓN E IDENTIDAD FEMENINA*. SEVILLA: Eduforma.
- VICENTE, S. y LAVIÑA, C. (2005), *género, mujer y televisión*. Madrid: Federación de Mujeres Progresistas.
- VIGARA TAUSTE, A. M.^a (2008): “Periodismo deportivo en España: sexismo discursivo y discriminación de género”, en S. Guerrero Salazar y E. A. Núñez Cabezas, *Nuevas tendencias de la lengua española en los medios de comunicación*. Málaga: vg-ediciones, págs. 113–160.

BLOQUE II
La Universidad y el género



3. El perfil de las periodistas en Andalucía: formación y expectativas laborales. Un balance, 1989–2009¹⁴

M^a Teresa Vera Balanza
Universidad de Málaga

España es uno de los países de la Unión Europea con más larga trayectoria en la enseñanza universitaria del Periodismo. Eso supone tanto una ventaja, por la posibilidad de contar con una tradición que permite aclarar las incertidumbres venideras, como un lastre para una formación que a menudo ha desgajado lo profesional y lo académico, en una actividad que hasta hace poco tiempo privilegiaba el autodidactismo frente al aprendizaje académico. Con todo ello emprendemos el proceso de convergencia de nuestras disciplinas al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) donde no debemos desaprovechar la ocasión para adecuar los contenidos a los imperativos de las transformaciones tecnológicas y al cambio de paradigma comunicativo. Pero especialmente, para atender a los indicadores que ya se van haciendo alertas respecto a la configuración de una profesión feminizada, que no igualitaria.

Los estudios universitarios del Periodismo en España se inician en la Universidad de Salamanca en 1887. Con la llegada del siglo XX, Rafael Mainar publica *El arte del periodista* (1906) un compendio que resume la *mecánica del oficio* representada en prácticas, hábitos y tendencias que han superado el siglo de vida con excelente salud. Tanto es así que la conclusión de la obra alude a que el periodismo morirá “cuando ya no haya adelantos que propagar, injusticias que denunciar, débiles a quien amparar, fuertes a quienes contener, entuertos que enderezar, aspiraciones

¹⁴ Una versión de esta investigación fue presentada en el Congreso Políticas de comunicación y cultura en Europa, organizado por la European Communication Research and Education Association (ECREA) 2nd European Communication Conference Barcelona 2008, 25-28 noviembre de 2008.

que defender, teorías que discutir, verdades que investigar, leyes que combatir y hombres que mejorar”¹⁵,... con una sutil diferencia, el periodismo que Mainar entendía, ahora hay que adjetivarlo para distinguirlo: periodismo social, periodismo ciudadano, periodismo para el cambio social.

Posteriormente, la Dictadura de Franco crea sus propios órganos de enseñanza del periodismo, uno directo, la Escuela Oficial de Periodismo (1941) y otro indirecto auspiciado por la Conferencia Episcopal en 1960. A partir de la década de los 70, y en función del cambio de rumbo tecnocrático nacen las Facultades de Ciencias de la Información en Madrid y Barcelona.

Las Facultades andaluzas, las de Sevilla y Málaga, nacen respectivamente en 1989 y 1992, aunque ya insertas en un contexto democrático y en un marco estructural más conforme a la creación de medios de comunicación descentralizados -en el sector audiovisual- así como a la proliferación de diarios. Justo en este sentido se inscribe el Decreto de mayo de 1991 que regula las enseñanzas oficiales universitarias de comunicación divididas en tres titulaciones: Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas, vigente hasta hoy.

Así, es esa generación de profesionales formados en las universidades andaluzas la que en estos momentos integran los staff redaccionales y ocupan -en orden a sus méritos y capacidades, suponemos y anhelamos- los puestos de decisión.

3.1. FORTALEZAS Y AMENAZAS: CAPITAL HUMANO Y MERCADO DE TRABAJO EN ANDALUCÍA

Respecto a la composición de nuestro alumnado, las tendencias que se vislumbraban en origen se corroboran en la actualidad. Igualmente, nuestras Facultades son verdaderos viveros de profesionales que se decantan en demasía por el trabajo de producción en medios de comunicación, obviando las opciones del autoempleo o de la incorporación a gabinetes de comunicación en el sector público o privado, y en empresas pequeñas o medianas. En segundo lugar, este perfil profesional viene condicionado por la diferente estructura del sistema de medios en cada una de las provincias andaluzas, lugares de procedencia de nuestro alumnado, y especialmente por las diferencias entre el área occidental y la oriental, el litoral y el interior, etc. Todas estas variables inciden directamente sobre las posibilidades laborales de nuestros egresados y, consecuentemente, no estiman la búsqueda de empleo más allá de la región, cuya estructura mediática se caracteriza por:

¹⁵ MACIÁ BARBER, Carlos, Reseña bibliográfica a *El arte del periodismo*. Barcelona: Destino, 2005, p. 226. En *Doxa comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, nº 4, pp. 261-264.

1. el asentamiento de los grandes grupos mediáticos de comunicación en Andalucía, especialmente Vocento¹⁶ y la edicionalización de las cabeceras nacionales: *ABC de Sevilla, El País y El Mundo*.
2. la existencia de dos grupos autóctonos: uno, Federico Joly y Cia.¹⁷ fortalecido en las provincias y otro provincial, Publicaciones del Sur, S.A.¹⁸, en intersección territorial con el primero.
3. la hegemonía audiovisual del ente público Radiotelevisión de Andalucía (RTVA) que contribuyen a la configuración de un panorama endogámico, ideal para el diseño experimental pero letal para las promociones que salen al mercado de trabajo.

Con todo, el alumnado de nuestras Facultades se viene adecuando a la tendencia general que desde hace dos décadas marca la feminización de estos estudios¹⁹. Si para el territorio nacional las mujeres licenciadas en Periodismo constituyen el 65 %, en Andalucía la distribución es más heterogénea. Tomando tres calas temporales, la de los cursos académicos 1995/1996, 2000/2001 y 2005/2006 en función de la trayectoria de estas Facultades ha mostrado una progresión, los más altos porcentajes en el curso académico intermedio y un descenso luego, como sigue:

Porcentaje de licenciadas en Periodismo		
	UNIVERSIDAD DE SEVILLA	UNIVERSIDAD DE MÁLAGA
1995/1996	No desagrega	64.75%
2000/2001	64.94%	66.12%
2005/2006	62.89%	63.02%

Fuente: Memorias estadísticas. Elaboración propia

El resto de titulaciones muestran comportamientos dispares en ambas universidades: desde la práctica paridad (en torno al 55%) en Comunicación Audiovisual hasta la cuasi-feminización en la licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas donde se supera el 70%.

¹⁶ El grupo multimedia Vocento actúa a través de la Corporación de Medios de Andalucía, S.A. (*Ideal* en Almería, Granada y Jaén) y Prensa Malagueña, editora de *Sur* (Málaga).

¹⁷ Dentro del grupo están *Diario de Cádiz, Diario de Jerez, Diario de Sevilla, Europa Sur, El Día de Córdoba, Huelva Información, Granada Hoy y Málaga Hoy*.

¹⁸ Comprende a *Cádiz información, Jerez Información, Puerto información, El Faro de Algeciras y San Fernando Información*.

¹⁹ El 65% del total para el estado español, según el *Informe anual de la profesión periodística 2007*. Madrid: Asociación de la Prensa, 2008.

El acceso al tercer ciclo de los estudios universitarios marca una nueva diferencia a favor de las mujeres (55%) pero impone un gap en torno a los 10 puntos con respecto al total de las licenciadas. El dato determina una realidad ineludible y que no es otra que el interés por acceder al mercado de trabajo, si bien en unas condiciones de trabajo que no son precisamente óptimas –becas o colaboraciones– aun peores cuando se eternizan como forma habitual de relación laboral.

Así, según el estudio inédito realizado en 2005 por la Consejería de Empleo de la Junta de Andalucía y las Asociaciones de la Prensa, la tasa de temporalidad está en una media del 26 %, que llega al 60% en el colectivo de menores de 25 años. Por sectores²⁰, son las agencias informativas las que presentan mayores porcentajes de profesionales mujeres (71%). La agencia EFE en Andalucía cuenta con 6 delegadas en las ocho provincias y Europa Press con 7; si bien es cierto que Málaga y Córdoba constituyen una excepción en el caso de ambas agencias²¹. En las emisoras de radio el porcentaje es del 67%, en las revistas el 66.7% y el 62.3% en la prensa; la ratio en las televisiones es casi equiparable mientras que los medios más masculinizados son precisamente los más emergentes: Internet (75% de varones)²² y los gabinetes de comunicación (57.4% de profesionales varones).

Pese a la contundencia de los porcentajes, los efectos se multiplican cuando engarzamos variables: por ejemplo, la que aglutina sexo y cohortes más jóvenes para explicar la temporalidad, o la que define el llamado *efecto tijera* en el campo de la comunicación institucional donde la abrumadora presencia femenina en la especialidad de Relaciones Públicas se diluye y casi desaparece en cuanto observamos la composición de los gabinetes de comunicación.

Con todo, la estructura del sector en Andalucía posee sus propias particularidades debidas a la amplitud del territorio y a la diversidad económica y productiva. Son más de 500 empresas las que se dedican a la comunicación en Andalucía, y de ellas las tres cuartas partes son pequeñas y medianas (con menos de 20 trabajadores); así, a la atomización se añade el tamaño, variables que inciden en la capacidad para adaptarse a las transformaciones y a las particularidades de cada territorio, pero también en el mantenimiento de jornadas laborales flexibles en función de las necesidades productivas. Si la autogestión favorece las estrategias de conciliación, el autoempleo impone unas jornadas difícilmente compatibles con cualquiera otra actividad. A todo se suma la falta de regulación laboral para los pro-

²⁰ Informe anual de la profesión periodística 2007. Madrid: Asociación de la Prensa, 2008.

²¹ Agenda de la Comunicación de Andalucía. Consejería de Presidencia, Junta de Andalucía, 2008. <http://www.juntadeandalucia.es/agenda>.

²² La presencia de profesionales en la dirección de medios digitales en Andalucía corresponde a Milagros Cañas (Ceres TV Digital), Victoria Cabrera García de Paredes (CiberSur), Brenda Macías Paris (Digital Agrario) y Elena Torres Martínez (Teleprensa). Agenda de la Comunicación de Andalucía. Consejería de Presidencia, Junta de Andalucía, 2008. <http://www.juntadeandalucia.es/agenda/mediosdigitales>.

fesionales de las televisiones y radios locales o la precariedad de los profesionales insertos en los grupos mediáticos hegemónicos²³. En este panorama, la acción conjunta parece ser una de las opciones más factibles para subvertir una situación que devalúa el sector y somete a sus profesionales: desde la tutela de los poderes públicos y el compromiso efectivo de los medios públicos hasta la asociación de medios y trabajadores, como la Asociación de Emisoras Municipales de Radios y Televisiones de Andalucía (EMA/RTV) hasta la de profesionales mediante las Asociaciones de la Prensa, la Federación Andaluza de Asociaciones de la Prensa, el Sindicato de Periodistas de Andalucía y, más concretamente, la Asamblea de Mujeres Periodistas de Andalucía, creada en 2005 y con filiales en Cádiz, Almería, Málaga y Sevilla.

3.2. LA FEMINIZACIÓN DE LA PROFESIÓN: DEBILIDADES U OPORTUNIDADES.

Igual que Suecia, España es el país que mayor número de licenciadas en Periodismo aporta al mercado de trabajo. Tanto es así que contribuimos a presentar un panorama que, al menos en cifras globales, podría calificarse como de feminizado. No es extraño pues desde el siglo XIX las mujeres nos incorporamos a las redacciones periodísticas y la propia vindicación profesional ya convirtió en feministas a nuestras antecesoras, pues se trataba no solamente de desempeñar un oficio o profesión no tradicional sino de reivindicar el derecho a escribir, a que la palabra tuviera credibilidad en un mundo de hombres y proyección en la opinión pública. Ser periodista, como ser escritora o maestra, era el instrumento más eficaz para divulgar y defender la causa de las mujeres; eran caminos diferentes para metas similares y trayectorias vitales confluentes: unas, en periódicos orientados a la mujer, que trataban los temas que se consideraban tradicionalmente de su interés, como son la familia, la moda, el hogar y las actividades cívicas, sociales y de caridad; otras, intentando trabajar en periódicos que trataban temas de interés para el público en general, que en realidad eran eminentemente masculinos. Esa escisión, que más bien es estratégica, nos acompañará hasta nuestros días si bien ahora se denomina emponderamiento, entendido como un proceso mediante el cual las mujeres incrementan su capacidad para configurar sus propias vidas y su entorno, una evolución en la concientización de las mujeres sobre sí mismas, en su estatus y en su efica-

²³ Las inspecciones realizadas por la Consejería de Empleo tipifican las principales denuncias en la falta de inscripción en el sistema de Seguridad Social, diferencias de cotización a falta de convenios colectivos aplicables especialmente en el ámbito de las productoras audiovisuales, o propiamente la falsedad en las figuras contractuales aducidas: becarios, autónomos o colaboradores.

cia en las interacciones sociales²⁴. Circunscrito al ámbito periodístico reconstruye la propia trayectoria de la profesión y de algunas –pocas– profesionales que se inicia con el ingreso en el medio, el ejercicio de los géneros de opinión y, por último, la toma de decisiones. Fue el caso de Carmen de Burgos²⁵ (1867–1932), de Margarita Pérez de Celis²⁶ (1830 ó 1840–1882), de María Josefa Zapata y Cárdenas (1822 ó

²⁴ SCHULER, Margaret Poder y empoderamiento de las mujeres. Bogotá: Tercer Mundo editores y Fondo de Documentación Mujer y Género de la Universidad Nacional de Colombia, 1997, pp. 2-3. Cit. en VALLES RUIZ, Rosa M^a “Mujeres periodistas: empoderamiento restringido” en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, año XLVIII, n^o 197, mayo-agosto 2006, pp. 137-147.

²⁵ Escritora, periodista y pedagoga, nacida en Rodalquívir. Casada con Arturo Álvarez, hijo del gobernador de Almería, allí, por primera vez, entra en contacto con el mundo gráfico colaborando en la *Almería Bufa*. Tras su divorcio, ingresó en la Escuela Normal de Maestras de Guadalajara en 1901. En 1905 consiguió una beca para ampliación de Estudios en el extranjero y en 1907 fue comisionada para desempeñar la Cátedra de Economía Doméstica en la Escuela de Artes e Industrias de Madrid. Ese mismo año se traslada a la Escuela Normal Superior de Maestras de Toledo. En 1911 fue nombrada profesora especial de la Escuela de Artes y Oficios de Madrid.

Su producción literaria y articulista es numerosísima y abarca un amplio temario que, como en otras trayectorias profesionales, se iniciaba en Belleza y economía doméstica y culminaba en Política. Carmen de Burgos luchó siempre por los principios republicanos, la inserción de la mujer en la vida pública y el sufragio, y con este fin fundó en 1920 la Cruzada de las Mujeres Españolas, a imagen de la creada en Portugal por su gran amiga, la dirigente feminista Ana de Castro. Cerebro intelectualmente inquieto, en 1908 había fundado la Alianza Hispano Israelita, publicando en su órgano de difusión la *Revista Crítica*. Su trabajo como colaboradora lo desarrolló, entre otras, en las siguientes publicaciones: *La España Artística*, *La Educación*, *Album Ibero-Americano*, *La Correspondencia de España*, *El País*, *ABC*, *Feminal*, *La Alhambra*, *El Liberal*, *Tribuna Pedagógica*, *Por esos mundos*, *La Esfera*, *El Turbión*. Fue redactora de *El Heraldo* y *El Nuevo Mundo* de Madrid. Fue miembro activo de la Asociación de la Prensa y de la Sociedad de Escritores y Artistas, Ateneo, Protección de la Infancia y «otras sociedades científico literarias». Fue también la primera mujer corresponsal de guerra en España.

El día 9 de octubre de 1932 falleció en Madrid, cuando participaba en una reunión política del Círculo Radical Socialista. Su último aliento fue para vitorear a la República. Vid. BALLESTEROS GARCÍA, R. M^a. “Carmen de Burgos” en *Mujeres de Andalucía*. Instituto Andaluz de la Mujer, 2001.

²⁶ Ambas editan a partir de 1856 *El Pensil Gaditano*, bajo la dirección de la propia Margarita, con colaboraciones que dan el tono fourierista al rotativo que conocería una segunda época al año siguiente como *El Pensil de Iberia*. Las dificultades económicas y la censura hicieron que el periódico estuviese sometido a apariciones y desapariciones continuas y a cambios en el título. Pasados unos años reaparecerá con el nombre de *La Buena Nueva* consiguiendo, estas dos mujeres, mantener su edición apenas unos meses.

Desde las páginas de *El Pensil Gaditano*, se defendía y reivindicaba el progreso humano y la necesidad de superar las diferencias sociales. Respecto de las mujeres, se reclamaba la igualdad en la relación entre sexos y se denunciaba la doble explotación de la mujer trabajadora. Algunas de las ideas difundidas en sus páginas, como la superación del matrimonio burgués, al cual no atribuía más papel que el de “una compraventa entre progenitor y marido”, provocaron que en 1859 el Obispo de Cádiz denunciara la incompatibilidad de la publicación con la religión católica y se clausura la Revista. ESPIGADO TOCINO, G., «Precursoras de la prensa feminista en España: María Josefa Zapata y Margarita Pérez de Celis», en VERA, Teresa y RAMOS, Dolores (eds.), *Mujer, cultura y comunicación. Entre la historia y la sociedad contemporánea*, Coloquio Universidad de Málaga, 10-12 de mayo de 1995, Málaga Digital, 1998, pp.171-175.

1823–1878), de Rosa Butler y Mendieta [1821–?] ²⁷, de Josefa Moreno y Nartos [1820–?] ²⁸ entre otras muchas pioneras cuya importancia exige el rescate de sus trayectorias vitales y profesionales.

Volviendo a la actualidad y siguiendo las pautas de la sociología de la producción de noticias–newsmaking–, a las rutinas productivas y a los valores profesionales que actúan como filtros en la cobertura e interpretación de la realidad, hemos de añadir los condicionantes individuales –sexo, edad, clase social, educación, actitudes políticas y orientaciones religiosas– y los aspectos organizacionales ²⁹. En la fusión de lo micro y lo macro podemos comprender integralmente el proceso de producción y distribución de mensajes informativos. Es en esa encrucijada donde aprehendemos el espacio de la comunicación como espacio de poder estructural, donde las dinámicas –por ejemplo, la incorporación mayoritaria de las mujeres a la profesión– se ven condicionadas por engranajes que aluden a la autoridad como valor asexuado o que cuestionan incluso la legitimidad de esa situación presentando estos casos como anomalías ³⁰: acciones coyunturales o extraordinarias, men-

²⁷ Escritora y poeta nacida en Jaén en junio de 1821. Colaboró con sus trabajos en las publicaciones sevillanas *El Regalo de Andalucía*, *La España Literaria*, *El Álbum de las bellas* y en la publicación feminista dirigida por la fourierista Margarita Pérez de Celis *El Pensil Gaditano*. En *El Pensil* colaboraron mujeres como María Josefa Zapata, Rosa Marina, Aurora Naldas y Adela de la Pesia. La vida de esta publicación feminista/fourierista pasó por muchas vicisitudes y cambios de título. En su etapa final como *El Pensil de Iberia*, Butler desaparece de la lista de colaboradoras tras el secuestro del número 7 de la publicación por orden gubernamental.

Anteriormente Butler había colaborado con *La Mujer*, publicación editada por un grupo de feministas moderadas nucleada en torno a María Verdejo y Durán y en la que colaboraron también Josefa Moreno y Nartos, Ángela Grassi, Amalia Fenollosa, Vicenta Villaluenga, Robustiana Armiño de Cuesta, Venancia López Villabrile, Ángela Morejón y María Francisca Díaz. Entre las obras de Butler destacamos el libro titulado *La noche y la Religión* (1849), dedicado a Tomás García Luna, fechado en Alcalá de Guadaíra (20 de junio) y *La creación del mundo*, un ensayo épico, editado en Madrid, en 1883. Vid. BALLESTEROS GARCÍA, R. M^a. “Rosa Butler” en *Mujeres de Andalucía*. Instituto Andaluz de la Mujer, 2001.

²⁸ Escritora y Poeta nacida en Baeza (Jaén). Publicó versos en periódicos de su localidad natal y en publicaciones de Granada y Madrid. Según Simón Palmer era una mujer de gran belleza y cultura. Apenas esos datos personales, y que murió joven. La mayoría de su producción es poética. Dedicó poesías a su amiga E. de D. en *La Alhambra* de Granada. Según indica Fagoaga, Josefa aparece vinculada en 1845 al núcleo liderado por Gertrudis Gómez de Avellaneda manifestado en el semanario madrileño *Gaceta de las Mujeres*, con el subtítulo redactado por ellas mismas, y que marca la aparición de prensa de mujeres. Junto a Moreno y Nartos colaboraron en la publicación, entre otras, Carolina Coronado y la malagueña Dolores Gómez de Cádiz de Velasco. Su firma aparece de nuevo en *La Mujer*, publicación madrileña que ve la luz en 1851. Vid. BALLESTEROS GARCÍA, R. M^a. “Josefa Moreno Nartos” en *Mujeres de Andalucía*. Instituto Andaluz de la Mujer, 2001.

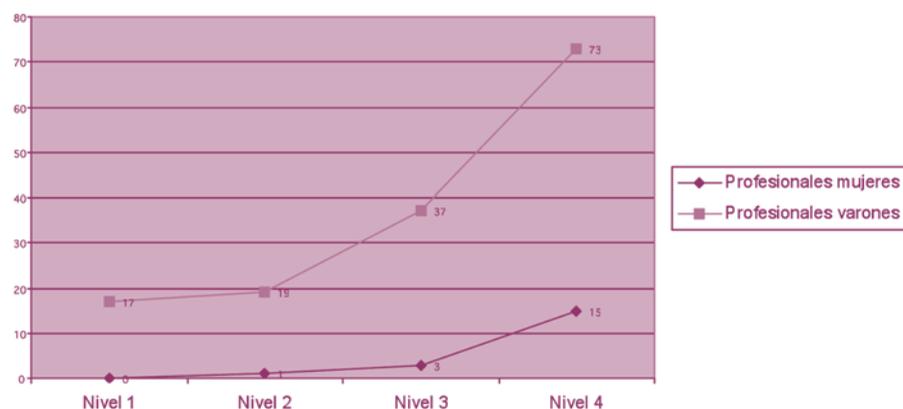
²⁹ LOZANO, José Carlos “Newsmaking y getekeeping: cómo se producen las noticias” en IGARTUA, J.J. y MUÑIZ, C. (eds.) *Medios de comunicación, inmigración y sociedad*. Salamanca: Universidad, 2007, pp. 17-34.

³⁰ PELETEIRO, Isabel y GIMENO, Antonio. *La situación de la mujer en la toma de decisiones*. Madrid: Instituto de la Mujer, 1999, p. 98. Cit. en MENÉNDEZ MENÉNDEZ, M^a Isabel. *El 4º poder ¿un poder de mujeres?*. Oviedo: Milenta Muyeres, 2003.

tores o protectores varones, competencias inusuales, rentabilidad política o imitación de modelos masculinos.

En consecuencia, la composición de los staff redaccionales en los diarios en Andalucía revela la importancia creciente de la variable sexo, que se diluye en combinación con la adscripción a los distintos niveles de responsabilidad que son, objetivamente, los estratos que aseguran la capacidad para intervenir en la agenda mediática. El análisis de Isabel Menéndez³¹ sobre el staff de una muestra de 17 periódicos presentaba una distribución desigual ya no sólo en los porcentajes totales, con un 12 % de mujeres frente al 88% de varones en puestos de responsabilidad, sino segregada a partir del tercer nivel de decisión, en los puestos de jefaturas de redacción, coordinadores y, luego, jefaturas de sección.

Staff diarios Andalucía 2000



FUENTE: M^a Isabel MENÉNDEZ *El 4º poder ¿un poder de mujeres?* y *Agenda de la Comunicación*, 2000. Elaboración propia

La evolución temporal con otra cala una década después y a partir de la información publicada en la *Agenda de la Comunicación* (2008) manifiesta, asimismo, tanto persistencias como discontinuidades. Ciertamente se ha ampliado el número de diarios a 41, pero se ha reducido el staff directivo como consecuencia del reajuste general de las plantillas y, sobre todo, por la concentración en grupos multimedia que comparten inversiones y personal, así como por la expansión de los grupos nacionales. Igualmente, los niveles 3 y 4 se han reducido, indicador sintomático de la tendencia global a la homogeneización del producto y, consecuentemente, de sus

³¹ MENÉNDEZ MENÉNDEZ, M^a Isabel. *op. cit.*, p. 85.

manufacturadores, y, asimismo aunque en un orden simbólico, a la ausencia de interlocutores³² a la hora de discernir quién construye la información. Precisamente, esos recortes son los que más han afectado a las profesionales mujeres que precisamente se acumulaban en esos niveles, cuya importancia es fundamental en una estructura comunicativa esencialmente provincial, comarcalizada o local en el sentido de proximidad al público. Afortunadamente, encontramos ya a varias profesionales dirigiendo diarios (Laila González Santiago en *La Voz de Cádiz* y Magdalena Trillo en *Granada Hoy*. Redactoras jefe en *El Puerto Información* (Cádiz), *Sur* del Campo de Gibraltar, *Granada Hoy*, *La Opinión de Granada*, *Jaén*, *Ideal* (Jaén), *ABC* de Sevilla, *Diario de Sevilla*, *El Correo de Andalucía*, las ediciones para Andalucía de *El Mundo* y *El País*, así como en la coordinación para Andalucía de *Cinco Días*.

Igualmente, la presencia de las mujeres es notable en las redacciones de los gratuitos, como la jefatura de redacción de *Metro Directo Sevilla*, si bien la estructura concentrada de estos medios las sitúa preferentemente en el nivel inferior. Precisamente este dinamismo se ha visto bruscamente cercenado en los últimos meses: la reducción de aproximadamente el 10% del personal del Grupo Joly, el expediente de 4 de febrero de 2009 de liquidación presentado por el periódico gratuito *Metro* tras el de regulación de empleo que en diciembre acabó con 28 puestos de trabajo, o el ERE del Grupo Zeta que afecta a 530 trabajadores y trabajadoras, de los que ocho serían de *Diario Córdoba* y otros ocho en *Onda Mezquita TV*,... y todo ello en plantillas ya menguadas.

Así, las exiguas muestras, su escasa capacidad para incidir en los contenidos y en los enfoques noticiosos adoptados e, hipotéticamente, la aptitud de colaboración en aquellos entornos a los que se accede sin referentes y se aprende por ósmosis (Breed, 1955), vaticinan que la capacidad de estas profesionales queda aún más reducida que su presencia. Como afirma Franquet³³, “las mujeres abrazan de forma similar a los hombres las rutinas profesionales que guían el proceso de búsqueda, selección, confección y presentación de las noticias”; probablemente es así pero tampoco hemos tenido modelos alternativos.

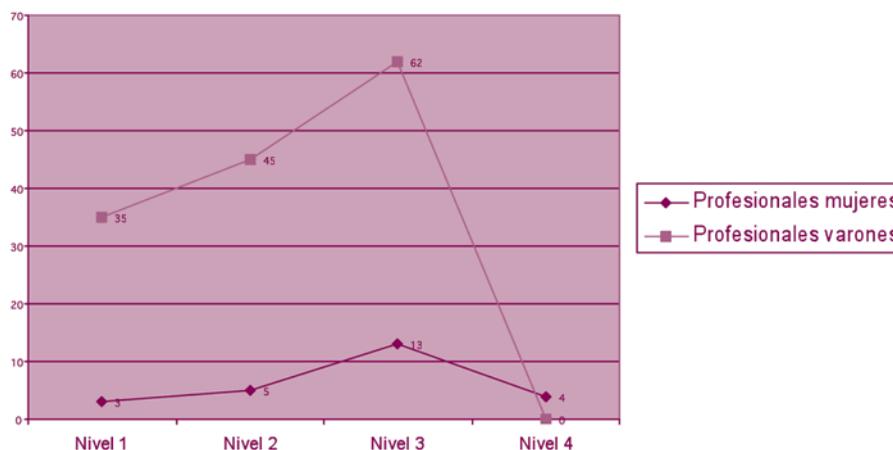
El contrapunto a esta situación lo hemos buscado en el sector más emergente de estas últimas décadas, el audiovisual, especialmente representado en el caso del Ente Público Radio Televisión de Andalucía (RTVA). En primer término porque su estructura organizativa permite establecer la correspondencia entre niveles; en segundo lugar porque su configuración global y su carácter público la presenta como marco general para la puesta en práctica de políticas e igualdad de oportunidades

³²MORENO SARDÁ, Amparo; SIMELIO I SOLÀ, Núria; ROVETTO GONEM, Florencia; BUITRAGO LONDOÑO, Alfonso. “Periodismo y ciudadanía plural: problemas, rutinas y retos”, en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, nº 13, 2007, pp. 157-168.

³³FRANQUET, Rosa. *La mujer sujeto y objeto de la información radiotelevisiva*. Barcelona: Instituto de la Mujer y Universidad Autónoma de Barcelona, 1989, p. 162.

en el acceso y promoción en el empleo –tal y como se viene haciendo en los entes públicos de los sistemas nacionales de las radiotelevisiones europeas desde la década de los 80–; en último término, por su capacidad prospectiva para ensayar políticas paritarias de comunicación.

Staff diarios Andalucía 2005



FUENTE: *Agenda de la Comunicación*. Ministerio de la Presidencia, Secretaría de Estado de Comunicación, 2008. Elaboración propia

De esta manera se ha conformado el staff directivo de la RTVA, donde la participación femenina se inició constituyendo el 6.60% con una única representación, que se incrementa a dos en 2004 y 2005, tres en 2006, cuatro en la actualidad. Como sintomático, y tal y como se ha aducido respecto a los contenidos y al cumplimiento de las funciones recogidas en el Estatuto, la dirección del segundo canal de la RTVA ha sido encomendada a las profesionales. Igualmente, la Dirección de Canal Sur TV, el área comercial y la recién creada dirección de Antena de Canal Sur Radio. El cuadro que sigue corrobora lo que Amelia Valcárcel³⁴ denomina como *techo de cristal*, esto es, el conjunto de prácticas y maniobras que dan como resultado que las mujeres sean desestimadas por los sistemas de cooptación; es decir, cuando a los elementos expertos –que se esgrimirían para la libre concurrencia o meritocracia– concurre un criterio no experto de adecuación superior al que se denomina perfil.

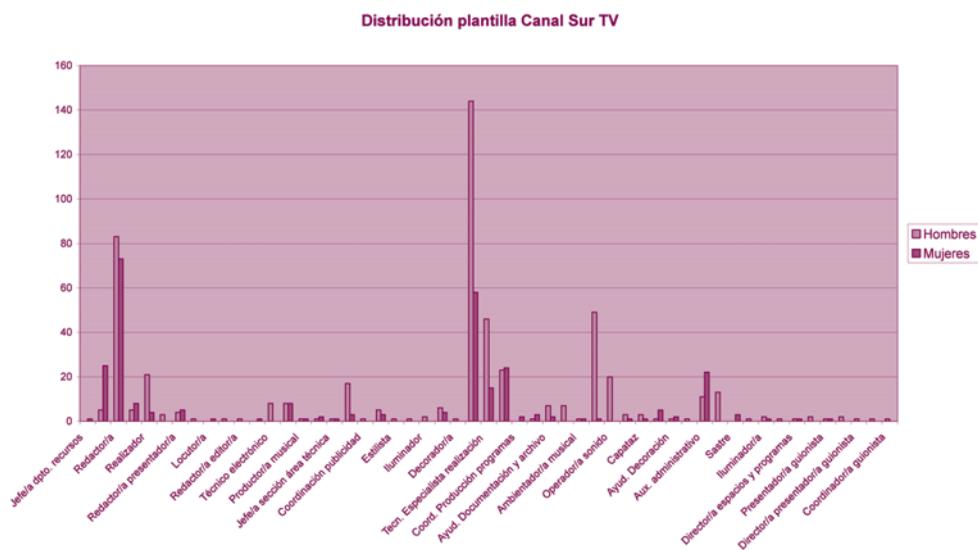
³⁴ VALCÁRCEL, Amelia. *La política de las mujeres*. Madrid: Cátedra, 1997, p. 98.

	2001 a 2003	2004	2005	2006	2007
Dirección General	Rafael Camacho Ordóñez	Rafael Camacho Ordóñez	Rafael Camacho Ordóñez	Rafael Camacho Ordóñez	Rafael Camacho Ordóñez
Dirección Canal 2 Andalucía	Cristina Álvarez	Marisa Doctor Morillo	Marisa Doctor Morillo	Marisa Doctor Morillo	Marisa Doctor Morillo
Dirección Canal Sur TV	Juan José Fernández Trevijano	Inmaculada González Fernández	Inmaculada González Fernández	Inmaculada González Fernández	Inmaculada González Fernández
Dirección Canal Sur Radio	Manuel Casal López	Manuel Casal López	Manuel Casal López	Manuel Casal López	Manuel Casal López
Secretaría General	Carlos Rosado Cobián	Carlos Rosado Cobián	Carlos Rosado Cobián	José Antonio del Saz Díaz de Mayorga	José Antonio del Saz Díaz de Mayorga
Dirección Comercial	Jorge Baldosa Pellicer	Jorge Baldosa Pellicer	Jorge Baldosa Pellicer	Dolores Álvarez García	Dolores Álvarez García
Dir. Gestión de la Producción	Ramón Alberca Ruiz	Ramón Alberca Díaz	Ramón Alberca Díaz	Ramón Alberca Díaz	Ramón Alberca Díaz
Director de Antena	Joaquín Durán Ayo	Joaquín Durán Ayo	Joaquín Durán Ayo	Joaquín Durán Ayo	Joaquín Durán Ayo
Dir. Servicios Informativos	Antonio Ramírez Garrido	Antonio Ramírez Garrido	Antonio Ramírez Garrido	Antonio Ramírez Garrido	Antonio Ramírez Garrido
Dir. Emisiones y Continuidad	José Luís Pereñíguez Arenas	José Luís Pereñíguez Arenas			
Dir. Organización y Recursos Humanos	Carlos Salazar Murillo	Carlos Salazar Murillo	Carlos Salazar Murillo	Carlos Salazar Murillo	Carlos Salazar Murillo
Dir. Área Económica, Financiera y de Control	Emilio Merlo Navarro	Emilio Merlo Navarro	Emilio Merlo Navarro	Emilio Merlo Navarro	Emilio Merlo Navarro
Dir. Técnica	Antonio Blasco Blas	Antonio Blasco Blas	Antonio Blasco Blas	Antonio Blasco Blas	Antonio Blasco Blas
Jefatura relaciones públicas	Juan María Casado Salinas	Ángel Fernández Millán	Ángel Fernández Millán	Ángel Fernández Millán	Ángel Fernández Millán
Dir. Servicios jurídicos	Carlos Millán Raynaud	Carlos Millán Raynaud	Carlos Millán Raynaud	Carlos Millán Raynaud	Carlos Millán Raynaud
Dir. Andalucía Televisión	-	-	-	-	Ricardo Llorca González
Dir. Antena de Canal Sur Radio	-	-	-	-	Margarita Huertas Castellanos

Fuente: Memorias RTVA. Elaboración propia.

La nueva estructura organizativa de la Radiotelevisión de Andalucía responde a las exigencias del nuevo marco legal por la que su director y Consejo de administración son elegidos a propuesta del Parlamento de Andalucía y por una mayoría parlamentaria de tres quintos³⁵. Elegido el 12 de noviembre de 2008 con los votos de PSOE e IU el nuevo director general de la RTVA, el resto del organigrama se ve reforzado no tanto por las permanencias, que son numerosas, sino por las novedades y la estratégica ubicación: la Dirección de Informativos de Canal Sur TV es ocupada por Pilar Vergara Jiménez, la Subdirección de Informativos por Susana Aguilar Matos y la Dirección de Producción Informativos por Teresa Sáiz Álamo. En Canal Sur Radio, la Jefatura de Programas, de Informativos y de Estrategias la detentan Araceli Limón Ruiz, Pilar Pastrana Casado e Inés Alba Cordero, respectivamente. Evitando esencialismos que asignan roles y comportamientos a las personas exclusivamente por su sexo biológico, asistimos, esperanzadas pero alertas, a una nueva época.

Celebramos, insistimos, la progresión pero aventuramos que un corte transversal aminora las expectativas de cambio a medida que profundizamos en la composición de las plantillas y que exponen claramente otro de los resquicios más inclementes del sistema: la discriminación indirecta mediante las diferencias sala-



³⁵ Ley 18/2007, de 17 de diciembre, de la radio y televisión de titularidad autonómica gestionada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA). Expresamente, la Disposición Adicional Tercera, entiende la Presencia o composición equilibrada de hombres y mujeres en el sentido de las personas de cada sexo no superen el sesenta por ciento ni sean menos del cuarenta por ciento.

riales o la imposibilidad para progresar dentro de los respectivos sectores profesionales. Así, el análisis realizado en 2000³⁶ corrobora nuestra hipótesis.

Las cifras más ajustadas se sitúan en las actividades centradas en la producción y en la administración, divergen en las tareas directivas y técnicas y se van asimilando en las tareas intermedias de asistencia al cuerpo técnico especializado. Aún masculinizadas las actividades de realización, la electrónica y el sonido, en todas sus categorías salariales; feminizadas aparecen las áreas administrativas y la actividad de documentalista; más equiparadas, como consecuencia de la integración de los profesionales formados ya en los niveles medios y universitarios, las labores de ayudante de producción y la de redactor o redactora.

3.3. ORGANIZACIONES SOCIO-PROFESIONALES: DE LA REPRESENTATIVIDAD A LA PARIDAD

Paradójicamente, la experiencia acumulada ha permitido a las profesionales de la comunicación aprehender el hecho de que las circunstancias individuales –el sexo, la edad, la situación laboral,...– se articula directamente con los aspectos organizacionales de las rutinas productivas. Como una suerte de meta-reconocimiento, la experiencia vital y profesional permite afrontar de forma diferenciada también la producción de la información, pues recordemos que precisamente fue en la Conferencia Mundial de las Mujeres de Beijing (1995) donde por vez primera coincidieron dos demandas básicas: la conciliación entre la vida personal y la profesional y la necesidad de una mayor y mejor representación de las mujeres en los medios. Como afirma Van Dijk³⁷, el sesgo ideológico de los periodistas se puede observar en sus visiones del mundo respecto a cuatro cuestiones: la pobreza en los países ricos y sus causas, el racismo cotidiano, especialmente entre las élites, el etnocentrismo cultural y la posición de las mujeres en sus propias sociedades. Tanto más, abundamos nosotras, cuando coinciden sujeto, objeto y mediador informativo.

Con todo, vamos comprobando la aproximación en proyectos como el Global Media Monitoring³⁸ (2005) que tasaba en un 21 % las mujeres que eran a la vez fuentes de información para un porcentaje similar de reporteras. Sin duda se mejoraban los datos de los lustros anteriores pero, alarmantemente, el 70% de las protagonistas de la información eran menores de 50 años. Luces y sombras de una situación que, desde luego, es amenazante porque los mecanismos de discriminación son más sutiles aunque más arraigados: los contenidos parecen esclerotizados, man-

³⁶ JORGE ALONSO, Ana. *Mujeres en los medios, mujeres de los medios. Imagen y presencia femenina en las televisiones públicas: Canal Sur TV*. Barcelona: Icaria, 2004.

³⁷ VAN DIJK, Teun. *Ideología y discurso. Una introducción multidisciplinar*. Barcelona: Ariel, 2003.

³⁸ <http://www.whomakesthenews.org>.

teniéndonos en la periferia informativa, estereotipificando el movimiento de mujeres y el feminismo; las redacciones están copadas ya no por los varones sino por los valores androcéntricos; las condiciones laborales desalientan las reivindicaciones, y el conjunto de todo ello permite la defensa y la legitimación del dominio.

Afortunadamente, también sabemos que un cambio de dirección es posible y oportuno. Por la lógica mercantil, la pérdida en el número de lectores impele a los diarios a ensayar nuevas fórmulas y a segmentar públicos y, precisamente son las mujeres el target más atractivo porque es el más extenso. Los valores solidarios pasan, indefectiblemente por el reconocimiento de idénticos derechos y deberes para mujeres y hombres; los flujos demográficos endógenos y exógenos imponen una mirada informativa más amplia, más plural y más humana³⁹. El compromiso de los profesionales de la información –mujeres y hombres– habrá de pasar por entender esa realidad e informar de ella. Ahora bien, el propio proceso de reconocimiento de otras realidades pasa asimismo por identificar las propias circunstancias vitales y profesionales.

Como los estudios de Soriano, Cantón y Díez (2005) para Cataluña o de Natalia Papí Gálvez (2004) para la Comunidad Valenciana que contribuyen esencialmente a la línea de trabajo sobre sociodemografía de la profesión en el ámbito regional, en Andalucía intentamos sistematizar las contribuciones individuales que se han realizado hasta ahora, circunscribiéndose a medios o a territorios concretos. A mediados de los 90 ya se detectaban cambios en la configuración de las redacciones periodísticas andaluzas. En 1995, la locutora de Radio Nacional de España e investigadora Pepa Mesa⁴⁰ entrevistó a 38 de las 50 mujeres que por entonces trabajaban en la radio malagueña (Cadena COPE, Radio Popular de Málaga, Cadena Ser, Canal Sur Radio, Antena-3, Onda Cero y Radio Nacional de España) para construir un perfil caracterizado por una media de edad de 33 años, de cultura media, con uno o ningún hijo, nacida en Málaga o en Andalucía, procedente de la clase media-media ideológicamente progresista y amante de su profesión, a la que había accedido ya mediante una formación especializada que no aún universitaria. Si políticamente no se decantaba por la militancia activa, se mostraba interesada en la participación en organizaciones profesionales y sindicales.

Precisamente, una de aquellas informantes, la periodista Teresa Santos, presidía hasta ahora la Asamblea Malagueña de Mujeres Periodistas, aunque las reivindicaciones siguen siendo las mismas: situación laboral, conciliación, ética profesional y discriminación. Esta iniciativa, materializada en noviembre pasado

³⁹ MORENO, Amparo; ROVETTO, Florencia; BUITRAGO, Alfonso *¿De quién hablan las noticias?: Guía para humanizar la información*. Barcelona: Icaria, 2008.

⁴⁰ MESA MONTES, M. Josefa. "Situación Socio-Laboral de la Mujer en la Radio malagueña", en VERA BALANZA, María Teresa (ed.), *Mujer, cultura y comunicación. Entre la historia y la sociedad contemporánea*, Málaga: Málaga Digital, 1998, pp. 19-23.

acaba de afrontar un serio revés; nacida como Asamblea de Mujeres Periodistas de Andalucía se ve abocada a sección de trabajo ante los problemas más graves, asegura la FAPE, de crisis generalizada en el sector; una vez más las reivindicaciones de las mujeres se posponen, aún cuando las ejecutivas provinciales son paritarias. Cuestión de legitimidad.

PROVINCIA	PRESIDENCIA	SECRETARÍA GENERAL
ALMERÍA	Covadonga Porrúa Rosa	José Antonio Belda González
CÁDIZ	Fernando Santiago Muñoz	Fabián Santana Gil
CAMPO DE GIBRALTAR	Estanislao Ramírez Barjacoba	Rosario Pérez Villanueva
CÓRDOBA	Manuel Fernández Fernández	
GRANADA	Antonio Mora Saavedra	Helena Mateos Gálvez
HUELVA	M ^a José Maestre Lobo	Ana Belén Carranza Delcán
JAÉN	José Manuel Fernández Ruiz	María Aldea Bustos
JEREZ DE LA FRA.	Eva Nicasio Jaramillo	
MÁLAGA	Andrés García Maldonado	Rafael Salas Gallego
SEVILLA	Ana M ^a Carvajal Llorens	Pilar Suriñach Muñoz
FEDERACIÓN ANDALUZA DE ASOCIACIONES DE PERIODISTAS	Fernando Santiago Muñoz	M ^a José Gómez-Biedma Gutiérrez

Fuente: Agenda de la Comunicación de Andalucía, 2008

Es evidente que la situación ha cambiado y que se ha producido un relevo generacional. Así, el Informe sobre la situación de los periodistas realizado por la Asociación de la Prensa de Cádiz⁴¹ confirmaba que el 65% de las periodistas se habían incorporado entre 1997 y 2003. El objetivo es ahora la consolidación de las posiciones de liderazgo⁴² en un contexto de soterrada reacción donde se impone, como afirma Susan Faludi⁴³, el dilema de elegir entre la justicia pública y la felicidad privada, la libertad para decidir por sí mismas su identidad, en lugar que ésta sea de-

⁴¹ Periodistas en Cádiz. Informe sociológico sobre la profesión periodística en la provincia de Cádiz. Disponible en <http://www.prensacadiz.com/periodistascaiz.asp>.

⁴² RASTROLLO HORRILLO, M.Á. y GÓMEZ TORRALBA, R. "Informe sobre la situación laboral de las mujeres en los medios. La profesión periodística desde la perspectiva de género". En *Informe Anual de la profesión periodística*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid (APM), 2006.

⁴³ FALUDI, Susan Reacción. *La guerra no declarada contra la mujer moderna*. Barcelona: Anagrama, 1993, p.9 y 25.

finida, una y otra vez, por la cultura de la que forman parte y los hombres con los que conviven.

Con una estrategia transversal, el Sindicato de Periodistas de Andalucía (SPA), creado hace exactamente una década inserta la paridad en una estrategia conjunta que pasa por la regulación de la profesión y de las prácticas en empresas y por una profunda reforma democrática de los medios, los privados y los públicos que pasa por la creación de una autoridad colegiada, competente e independiente. Sin duda no es casual que sus sindicatos fueron en origen mayoritariamente mujeres, así como su ejecutiva actual. Consecuente con esas circunstancias, el Sindicato está realizando en la actualidad unas encuestas para conocer las condiciones laborales en la que ejercen su trabajo los profesionales andaluces y cuyos ítem se entrecruzan, indefectiblemente, con la conciliación, la satisfacción respecto al desempeño del trabajo y las expectativas profesionales de mujeres y hombres. Sus resultados se conocerán en este mismo año; la trayectoria histórica del SPA está siendo reconstruida por su secretaria de organización, Cristina Prieto.

3.4. BALANCE Y PERSPECTIVAS

Como otras tantas veces, el análisis de la situación y las propuestas de futuro pasan por re-de-construir las bases que las sustentan; de ahí que el hilo de nuestra argumentación no pueda presentarse de manera unidireccional y haya de remitirse siempre a la perspectiva temporal que posibilita conmemoraciones: la de la creación del Instituto Andaluza del Mujer y la de la Facultad de Comunicación de Sevilla, y que exige balances: qué se ha logrado y qué demandamos.

También en este momento estamos discutiendo sobre la profesión periodística, sobre la formación de los y las profesionales, sobre el aprendizaje de competencias y capacidades, la transmisión de valores inherentes a unos modelos transformados de periodismo que incide más en la mediación que en la transmisión, que, además, nos permitan desarrollar nuestra labor profesional en este espacio o en otros más amplios y globales y también para lograr unos planes de estudio que no solamente modifiquen la estructura formal, sino que incida en los contenidos, los cambios en los valores de uso y la transformación de los referentes de género.

Los perfiles profesionales así lo reclaman, el compromiso con una comunicación participativa lo demanda. El marco normativo es propicio tras la promulgación de la Ley de Igualdad entre mujeres y hombres en Andalucía⁴⁴ y legítima muchas de nuestras propuestas, mas la coyuntura laboral es crítica, por eso una vez más volvemos

⁴⁴ La Administración de la Junta de Andalucía fomentará las acciones que contribuyan al desarrollo de valores y prácticas que fomenten la igualdad de mujeres y hombres en los medios de comunicación social y en la publicidad.

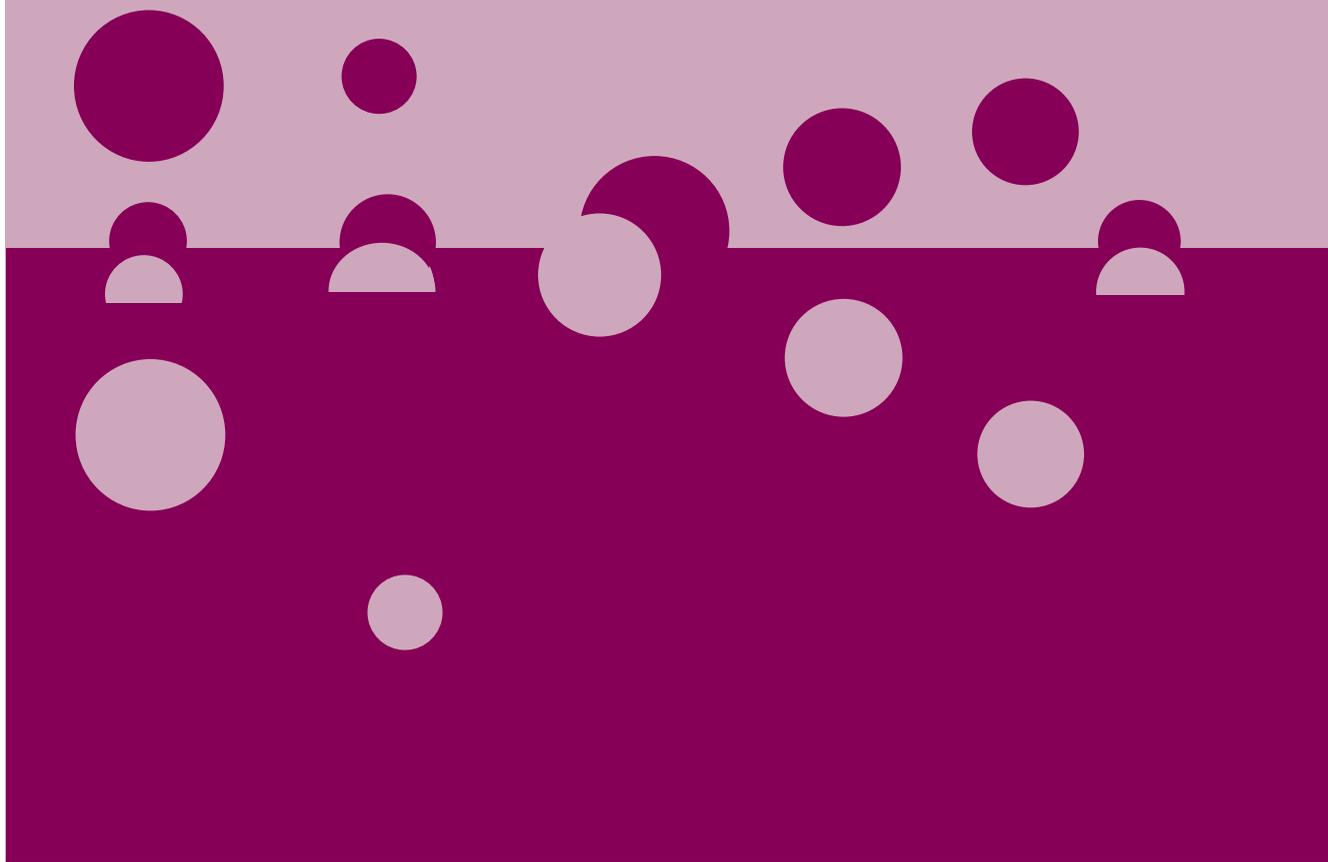
a poner nuestras esperanzas en los medios públicos. Aquellos que –permítaseme la anécdota– durante este último fin de semana, aún disponiendo de la fuente han protegido la identidad –su rostro, su nombre, su domicilio– de una joven menor de edad que convivía con el asesino confeso de Marta del Castillo. Que luego la chica y su madre hayan negociado y realizado entrevistas con diversos programas de televisión ejemplifica el amplio camino que aún nos queda por recorrer: a la profesión, a los medios, a los poderes públicos, a los progenitores, ... Ojalá nos encontremos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CANEL, M. J., RODRÍGUEZ, R. y Sánchez-Aranda, J. J. (2001): *Periodistas al descubierto. Retrato de los profesionales de la información*. Madrid: CIS.
- DIEZHANDINO, P.; BEZUNARTEA, O. y Coca, C. (1994): *La élite de los periodistas*. Servicio editorial de la UPV.
- GARCÍA DE CORTÁZAR, M. y GARCÍA DE LEÓN, M.A. (2000): *Profesionales del periodismo. Hombres y mujeres en los medios de comunicación*. Madrid: CIS.
- HUMANES, M.L. “Evolución de roles y actitudes. Cultura y modelos profesionales del periodismo”. *Telos*, nº 54.
– “La profesión periodística en España”, *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 4, 1998. <http://www.ehu.es/zer/zer4/humanes12.html>
- MARTÍN SABARÍS, R. M. y AMURRIO VÉLEZ, M. (2003): “¿Para qué sirven los periodistas? percepciones de los y las profesionales de radio y televisión del País Vasco”. *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 14, pp. 11–27.
- ORTEGA, F. Y HUMANES, M.L. “Periodistas del siglo XXI. Sus motivaciones y expectativas profesionales” <http://www.ucm.es/info/per3/cic/cic6.htm>
– (2000): *Algo más que periodistas*. Ariel.
- PAPÍ GÁLVEZ, Natalia. ¿Maternidad y periodismo?. La conciliación de la vida familiar y laboral en la prensa diaria valenciana. En *Comunicación e Xénero*, ISBN 978-84-690-4140-
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2413661>
- Periodistas en Cádiz. Informe sociológico sobre la profesión periodística en la provincia de Cádiz*. Disponible en <http://www.prensacadiz.com/periodistascadiz.asp>
- SORIANO, Jaume.; CANTÓN, M^a José; DÍEZ, Mercé (2005): “La pseudofeminización de la profesión periodística en España”, *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 19, pp. 35–52.
- WEAVER, D. (ed.) (1998): *The global journalist. News people around the world*. New Jersey, Hampton Press, Inc.

- WEAVER, D. y WILHOIT, G. (1996): *The american journalist in the 1990's. U. S. news people at the end of an era*. New Jersey, Laurence Erlbaum Associates.
- (1991): *The american journalist. A portrait of U.S. news people and their work*. Bloomington, Indiana University Press.
- ZIAMOU, Theodora (2000). *Report Women Make The News: A Crack in the “Glass Ceiling”*. París: UNESCO.

BLOQUE III
Las mujeres
y los Medios de Comunicación:
relaciones y consecuencias



4. Veinte años, veinte canciones y veinte mujeres (o algunas más). Evolución de la imagen de la mujer andaluza a través de las cantantes y sus canciones

Virginia Guarinos Galán
Universidad de Sevilla

“Que veinte años no es nada”
Volver (Carlos Gardel y Alfredo Le Pera, 1935)

La celebración del veinte aniversario del Instituto Andaluz de la Mujer se sitúa en un año donde muchas mujeres cumplen los mismos años: la señora Asociación de la Prensa de Sevilla, la señorita Facultad de Comunicación y las gemelas Radio y Televisión Andaluzas (RTVA). Siendo origen de la autora de este capítulo el de la Comunicación y los estudios de género vinculados a televisión y radio, es inevitable celebrar este cumpleaños cantando. El “cumpleaños feliz” que dedico a todas ellas se acompaña en este capítulo con el encendido de veinte velas musicales, veinte canciones y veinte artistas que nos ayudarán a explicar cómo, a través de estas mujeres andaluzas de relevancia nacional, se ha podido contribuir a hacer evolucionar la imagen de la mujer andaluza en el resto del territorio español y cómo ha contribuido a la generación de prototipos para las propias mujeres andaluzas.

Aun no pudiendo ser exhaustivos, tampoco queremos no dejar constancia del gran número de artistas andaluzas que están en activo. No obstante, se han seleccionado aquellas mujeres que han tenido importancia por diversos motivos en la evolución que nos hemos marcado trazar. Algunas de las mujeres seleccionadas sirven para representar a todo un grupo de cantantes con estilos parecidos o iguales. Encontrarán mujeres de todas las edades, de casi todas las tendencias musicales y de estilismo, desde las niñas prodigio hasta las abuelas, desde las serias y profundas hasta las discotequeras, desde las que están fuera de los circui-

tos comerciales hasta las *top* de listas de ventas y descargas. Cultura popular, folklore, aspecto de modernidad, idiosincrasia de mujer andaluza, de mujeres andaluzas siguiendo la máxima de la Teoría Feminista de la no existencia de un estudio de la mujer sino de las mujeres en su variedad, aunque en este caso el elemento común es el de su relación con Andalucía.

4.1. MUJER, CANCIÓN Y CULTURA ANDALUZAS

Las mujeres que se asoman en estas páginas forman parte de la cultura andaluza. Como decía Edgar Morin las sociedades existen y las culturas se forman y perpetúan a través de las interacciones cerebrales y emocionales de los individuos. El vehículo de trasmisión de todo ello es el lenguaje, que sirve para transmitir los conocimientos que se han asimilado, las aptitudes imitadas, en definitiva, nuestra memoria histórica, que conforman una conciencia colectiva, un imaginario social, una representación de nuestra colectividad. Las canciones y las mujeres que las interpretan en tanto personajes y constructos pensados para hacer esa transmisión serán en nuestro capítulo un elemento más, de parte de ese lenguaje que emplea Andalucía para manifestarse y también para proponerse, para hacerse a sí misma y para darse a los demás.

No son muy comunes los estudios de música y género. Hoy por hoy es imprescindible la lectura del libro de Pilar Ramos (2003), *Feminismo y música*, donde ella misma en la introducción lo califica como “libro raro” no por ser sobre feminismo sino por relacionar feminismo y música. En el primer capítulo se hace un repaso completo de las publicaciones sobre música y género en el ámbito anglosajón y de los incipientes estudios en esta materia sobre mujeres compositoras e intérpretes, reivindicando especialmente el escaso número de profesoras de composición existentes. Por otra parte, no sólo es extraño este tipo de estudios, también lo es en referencia a la música popular, al menos a la música de consumo. Si además intentamos tender un puente entre música de consumo y mujer, el panorama, por frívolo para algunos, resulta de nimias cifras de investigación, muy posiblemente por desprecio a un objeto de estudio efímero y lucrativo. En cualquier caso, se hace también necesaria la reivindicación de este tipo de estudios sobre todo al tener en cuenta la repercusión mediática y el alcance que puede llegar a tener una canción en la actualidad, más para determinado tipo de público oyente muy influenciado, todo ese sector de mujeres preadolescentes, adolescentes y jóvenes, quienes suelen encontrar en estos productos (no sólo en los valores de las canciones, también en la construcción mediática de la cantante) una referencia prototípica imitable.

De los pocos trabajos que pueden servirnos de referencia, encontramos el de la musicóloga Paloma Muñoz sobre mujeres en las músicas populares en Colombia. La autora, convencida, como nosotros, de que “la música cumple un papel

identitario y de cohesión social” (2005: 362), utiliza un *corpus* de sesenta y siete canciones de diversos géneros, no de mujeres cantantes, como se hará aquí, sino de solistas o grupos, pero analizando el papel de la mujer en los diversos temas musicales. Tras el análisis, llega a la conclusión de que el papel de la mujer en las canciones de su país es un papel marginal, bien es verdad que con ciertas diferencias con respecto al nivel económico y cultural del que parte o refleja la canción: cuanto más marginal es el género musical, más marginal es el papel de la mujer, queda fuera de un universo preferentemente masculino. Juan Gómez Capuz (2004), por su parte, ha trabajado sobre las letras del *pop* español en busca de recursos retóricos. Él mismo también resume que a pesar de la idea de escasa calidad y banalidad de las letras del *pop*, tras un análisis de temas de Duncan Dhu, Mecano, Gabinete Caligari, Cómplices, Alejandro Sanz, La oreja de Van Gogh y Amaral, llega a la conclusión de que muchas de ellas pueden tener cierta calidad literaria y también inquietud social, demostrando que las letras del *pop* son una excelente muestra de literatura marginal. No vamos a afirmar que la canción de consumo pueda ser entendida como la nueva literatura oral, pero tampoco vendría mal recordar que son muchos los cantantes que adaptan obras literarias, poemas, o que recuperan canciones del cancionero popular de transmisión oral, muchos de ellos vinculados a la cultura infantil. Así lo afirma Eva Mariñas (2006) en un trabajo sobre música, literatura y cultura de masas.

En las mujeres cantantes andaluzas se observará una evolución que nos aleja de esta misma conclusión citada de Paloma Muñoz, no tan lejana en nuestras letras en la canción de folklóricas, situación alentadora que hace que también la imagen de la mujer andaluza y sus representantes artistas cantantes haya salido en estos veinte años, “poquito a poco” como diría Chambao, de una situación anclada en una tradición tópica oscura para adentrarse en una modernidad clara con paso muy firme e irreversible, pero sin perder sus señas identitarias. En comparación, son numerosos los dedicados a mujeres en la copla, incluso existe uno de un tema que consideramos básico en la construcción de la imagen audiovisual, el de Presentación Ríos (2007) sobre la indumentaria y actitudes corporales en la canción española.

Algunas de ellas son raperas, hiphoperas, reflejo y testimonio vivo de una realidad que existe en Andalucía, que ya no es sólo la de volantes y lunares, si es que alguna vez lo fue así. Los movimientos sociales, las tribus urbanas también existen en nuestra Comunidad Autónoma, aunque parezca que muchos se resistan a creerlo. Como en cualquier otra comunidad o país, en las grandes ciudades andaluzas hay barrios periféricos y, en ellos, jóvenes rebeldes contra la exclusión social que padecen, y no sólo chicos, también mujeres que padecen esta doble marginalidad y que elevan sus voces y sus cuerpos enteros para advertir que existen y que no les gusta lo que tienen y ven por encima de ellas. La cultura *rap*, como “leguaje de los bordes”, de las fronteras, estudiada por Celso Rosa (2007) para el caso de São

Paulo, encuentra su espejo en la tendencia andaluza: marca social de exclusión, acompañada de un estilo de baile y otro de vestir, con letras relacionadas con la amistad, el capitalismo, el mundo de la droga y un fuerte sentido de identidad dentro de la exclusión. Otra marca es la del “repentismo”, la improvisación, fenómeno también propio de la cultura popular (Díez-Pimienta, 1998).

Y no sólo tenemos *hip hop* o *rap* puros, también muchos otros ritmos fusionados con otros de nuestras raíces, sin complejos, como parte de nuestra idiosincrasia. La música fusión ha tenido mucho éxito de producción y ventas en las últimas décadas, en especial la música mediterránea, polémico concepto. Los etnomusicólogos rechazan esta etiqueta de “música mediterránea” al entender que la multiplicidad, por la amplitud geográfica, impide poder encontrar una mínima homogeneidad entre la gran variedad existente, partiendo de la idea de que este concepto es “una noción para la publicidad y los agentes de viajes: un repertorio o una categoría de actuación dirigida sobre todo a los turistas. Es un concepto de mercadotecnia que ofrece una ilusión de coherencia, y es especialmente útil para recaudar fondos para los festivales de música” (Plastino, 2005: 15).

Y junto a la fusión de ritmos, también tenemos fusión de textos. La intertextualidad musical, la referencia a otras canciones en el interior de una, elementos que recuerdan a otras, podemos encontrarlos en algunos casos, recuérdese el famoso *Aserejé*. No nos quedamos fuera de ninguno de los fenómenos musicales más contemporáneos. Esta misma intertextualidad es entendida como esquema narrativo musical que en nuestros días recurre al tópico musical con intenciones cínicas e irónicas en la hibridación propia postmoderna de la era global (López Cano, 2005). Pero si la fusión nos caracteriza no es sólo por modernidad sino por ancestralidad. El propio flamenco, independientemente de las polémicas sobre sus orígenes o sus filiaciones y vinculaciones a otras comunidades autónomas, según afirman algunos estudiosos, sólo podría darse en Andalucía por la zona geográfica apropiada para fusionar culturas. Rolf Bäker apunta que sólo podría generarse aquí por las raíces árabes y judías existentes, pero que, hoy por hoy, no es exclusivo de Andalucía: con dos protagonistas, el gitano y el pobre, el flamenco se convierte en el emblema de la marginación social, del “lumpen proletario” andaluz, una expresión sonora trágica que aproxima al cante jondo, según él, a la representación de la Sicilia de España (visión muy próxima al tópico de la Andalucía trágica según nuestro parecer), además de suponer un canto “reivindicativo de la cultura andaluza, se mezclaba la queja de la decadencia que sufrió Andalucía tras la caída de Al-Andalus” (2005: 112). Sobre la relación entre el flamenco y la cultura andaluza, Bäker afirma que son dignos de mención los siguientes aspectos (2005: 117):

- *La reciprocidad de las identificaciones, es decir, el flamenco sirve en la misma medida para construir una identidad andaluza como Andalucía o lo andaluz sirven para crear una identidad flamenca.*
- *La creación de las identidades, tanto la andaluza como la flamenca, funciona a*

través de la construcción de un “otro” y la oposición de las dos entidades. Así el flamenco se convierte en marcador de identidad andaluza frente a otras entidades geográfico–culturales, y su carácter andaluz distingue al flamenco de otras expresiones musicales. El respectivo “otro”, a su vez, puede ejercer una influencia en el propio que será valorada de manera positiva o negativa según los respectivos cánones estéticos, ideológicos, etc. En cuanto al flamenco o a Andalucía, el elemento árabe, por ejemplo, puede presentar en el discurso una contribución positiva al desarrollo histórico, mientras que se rechazan ciertas mixturas con estilos populares.

- *Las identidades se crean, por supuesto, no sólo a nivel nacional, sino en una multitud de niveles que afectan sólo a partes de las sociedades nacionales. En el caso del flamenco, la discusión acerca de la participación de payos y gitanos en la creación de cante, toque y baile pone en duda la consistencia y coherencia de la lectura nacional–andalucista del flamenco a causa de la oposición marcante entre gitanos y “(los demás)” andaluces.*

Se entiende por ello que los especialistas consideran que el flamenco no es patrimonio cultural exclusivo andaluz a pesar de su nacimiento en la zona. Y en esta dirección hay que afirmar que entre las cantantes que analizamos encontramos que todas y cada una de ellas, aun perteneciendo a estilos muy diferentes al flamenco puro, muestran una tendencia a aflamencar sus voces y quiebros en la interpretación de sus canciones, sean flamencas, coplas, e incluso canciones hiphoperas. Y esto es un rasgo de fuertes raíces en nuestra cultura. Bien es cierto, por el contrario, que hay otras artistas no andaluzas, sí gitanas, que también aflamencan sus temas: las hermanas Flores (Lolita y Rosario, madrileñas), las hermanas Salazar (Azúcar Moreno, extremeñas), o sin ser gitanas ni andaluzas, sí descendientes de familias andaluzas, como Malú (María Lucía Sánchez Benítez, madrileña, hija y sobrina respectivamente de Pepe y Paco de Lucía) o Rosario Mohedano (madrileña, sobrina de Rocío Jurado).

4.2. EL PODER DE LA CANCIÓN DE SU CONSUMO Y LA INDUSTRIA ALREDEDOR

Se referenciaba en el apartado anterior la posibilidad de reciprocidad de identificaciones y de identidad en relación al otro. Si las canciones y las cantantes que vemos aquí contribuyen a incrementar el acervo de lo andaluz entre nosotros mismos y a proponerse como una imagen para “los otros” no andaluces, es, sin duda alguna, gracias al poder mediático de la canción de consumo y la industria que la rodea.

Pensamos que es muy importante la televisión para la conformación de menta-

lidades y la generación de estereotipos o modificación de los anteriores, y, lo que es más, para la construcción de prototipos imitables propuestos a una sociedad. No obstante, la canción comercial, la masiva, la preparada para que llegue al mayor número de oyentes, no sólo se transmite por televisión (programas de actuaciones, entrevistas, anuncios de tonos y politonos para móviles, anuncios de promoción de discos, conciertos en cadenas temáticas), tiene a su servicio la radio (en fórmula musical o generalista y, como la televisión, con actuaciones, entrevistas, publicidad, conciertos en directo o diferido...), internet (con todo lo anterior más las páginas *webs* de los cantantes, de la productora discográfica, de los clubs de fans, de los *blogs* personales, de las redes sociales), la cartelería, el *marketing* directo, en vivo en centros comerciales, las firmas de discos, los espectáculos de conciertos en gira, la música puesta en tiendas de ropa, complementos, librerías, supermercados...

Con tantos y tantos canales de difusión el producto que se ofrezca debe ser un órgano compacto, cuidado en todos los aspectos, sin fisuras ni falta de coherencia, no sólo en el aspecto estrictamente musical, de música y letra, también en la construcción del personaje que es el intérprete y su esfera de acción, el mundo imaginario creado a su alrededor: el físico, el estilo y la filosofía de vida que rodea cualquiera de sus mensajes. En entrevistas de promoción, en fotos y diseños de carátulas de cds, en *merchandising* de camisetas y otros elementos puestos a la venta en conciertos, en los videoclips musicales. Estética y talante del producto, además de ser auditivos por las canciones, son principalmente visuales. La retención visual es fluida porque apela a la identificación primaria básica y la retentiva en la memoria es casi tan alta como la de la propia canción, a base de audiciones reiteradas. La construcción de una imagen visual para el producto y una tendencia marcada constituyen además píldoras informativas que van quedando en el archivo mental de los receptores. Y esto construye Historia. El suma y sigue de cantantes de un mismo origen denotado por sus estilos y canciones conforman un grupo etiquetable como andaluz que va en progresión y evolucionando. Woodside afirma que “en el día a día el paisaje sonoro y la música popular adquieren nuevos significados que estimulan una identidad y memoria colectivas. Por esto, el historiador tiene en las expresiones sonoras un campo poco explorado pero útil para comprender el intercambio simbólico y cultural de una comunidad (...) Se busca identificar el valor histórico del paisaje sonoro y la música popular y discutir la idea de que estos son universos simbólicos analizables desde una perspectiva semio-histórica, (...) de la existencia e historicidad de diversos discursos sonoros y la manera en que pueden ser considerados como documentos históricos” (2008: s/p). No nos cabe duda: las mujeres cantantes andaluzas (como también los cantantes masculinos y los de otras regiones o países) construyen en sus evoluciones una imagen de la propia evolución o estancamiento de Andalucía, tanto o más que las campañas de la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía (muy hermosas y con voces de cantantes mujeres andaluzas, por cierto).

Pero todo lo que tiene una cara, tiene una cruz. El objetivo de todo el despliegue que acompaña a un cantante es el de ayudar a vender una canción y, por ello, debe recrear un mundo apetecible para el oyente/consumidor deseado. La naturaleza moderna de todos estos procedimientos, posteriores a la época de reivindicaciones feministas, podría hacer suponer que la mujer como personaje es representada en ellos de forma menos patriarcal que en los veinte años anteriores a los que tratamos, pero sería una hipótesis no confirmable. La necesidad del estudio de los estereotipos de género en la música de consumo es un hecho y debe ser extendido a la representación como confirmación o no que de ello se hace en los *clips* musicales. Además, un artículo de Pilar Ramos, una de las pioneras en la investigación de música y género en España (2003) desde una perspectiva científica como ya se ha visto, en la Revista del Instituto Andaluz de la Mujer, *Meridiam*, afirma que la canción ha contribuido a nuestra educación sentimental e identidad sexual más de lo que parece, que hay constructos mediáticos industriales como Madonna o las Spice Girls, que lo paralingüístico es tan importante como la letra de la canción, o, lo que es lo mismo, que es tan importante lo que se canta como quién y cómo lo canta. El ejemplo del que hace uso dice que “un corrido tradicional cantado por Chavela Vargas subvierte, de manera muy consciente para ella y para su auditorio, todas las connotaciones machistas que pudiera tener” (2004: 47). Las folklóricas españolas, de profundo cristianismo y sumisión al régimen franquista y a los hombres, a través de la copla profieren discursos no feministas claramente; mientras que esas mismas canciones en boca e interpretación de Martirio pueden adquirir un significado muy diferente.

De todo ello se deduce que un análisis de género de la canción de consumo debe cubrir al menos las letras de las canciones y la iconografía del cantante o el grupo. No se ha de olvidar tampoco la presencia de la mujer como artista, trabajadora del mundo de la música. Y los datos históricos indican que también en el mundo de la canción, como en el cine, la mujer es un objeto para ser expuesto a la vista, ya que como dice Ramos “en la historia de la música popular occidental, como en la música culta, las mujeres han tenido un mayor protagonismo como intérpretes que como compositoras (2004: 48–49). Las mujeres en la música son cantantes en su mayoría pero no compositoras o intérpretes de instrumentos. Y dentro de los estilos musicales también hay discriminaciones, en tanto que las mujeres han despuntado más en el *pop* que en el *rock*, por ejemplo, tradicionalmente más masculino, el *rap* o el *heavy metal*. Estos problemas también tienen que ver con la industria alrededor de la canción gastronómica, que llamaba Umberto Eco. Por cada videoclip que quiera erigirse como microrrelato audiovisual, signo de la fragmentación postmoderna, artístico sin más, hay cincuenta que hacen una propuesta visual atractiva con un cuerpo también atractivo que mostrar.

Traemos aquí este juego reflexivo en busca de la evolución de la imagen de la mujer andaluza a través de las cantantes mujeres y sus productos siguiendo una

propuesta metodológica. Aunque un trabajo complementario sería también el de análisis de cantantes hombres en cuanto a los contenidos de sus canciones y la presencia de la mujer en ellas, consiguiendo un análisis global que invitara a concluir sobre el género, la canción, Andalucía y la construcción de una identidad en diacronía en estos veinte años de consolidación autonómica (cumplimos treinta en 2010).

4.3. PROPUESTA METODOLÓGICA EMPLEADA

Woodside apuesta por la música como documento sonoro para la Historia y así lo entendemos. Buscando objetos de estudio como paisaje sonoro, objeto sonoro y marca sonora, nuestra metodología observará la canción. Un paisaje sonoro, como lo definiera Schafer (1977) es cualquier campo acústico que pueda ser estudiado como un texto y que se construya por el conjunto de sonidos de un lugar específico, ya sea de un país, una ciudad, un barrio, una tienda, un centro comercial, una oficina, un programa de televisión, una canción o la pista sonora de una cinta. Nuestros paisajes sonoros serán las canciones, consideradas espacios determinados en donde todos los sonidos tienen una interacción intencional o accidental con una lógica interior y con referentes externos sociales de donde es producido, funcionando como indicador de las condiciones que lo generaron y de la tendencia y evolución de la sociedad de la que emana.

Agrupamos los elementos que Woodside propone para la historicidad de una pieza musical en:

- Cuestiones técnicas. Técnicas de grabación y reproducción, soporte sonoro, edición, etc. La importancia y el impacto de la tecnología en la evolución de la música popular contemporánea y la imagen del producto final es incontestable (Adell, 2004).
- Cuestiones estrictamente musicales: géneros, estilos, instrumentación y diseño sonoro.
- Temas y motivos de las letras: contenidos de los relatos o poemas contenidos en las letras de las canciones. Y además añadimos
- El intérprete-cantante. Su tipo de voz, su imagen, su actitud y
- Los productos relacionados con la publicidad del producto que vende: discos y carátulas, videoclips, espectáculos en vivo (conciertos), apariciones en programas de tv...

A partir de todo ello, establecemos el siguiente método de seguimiento en cuanto a las cuestiones que nos interesan desde la perspectiva del análisis del dis-

curso y análisis narrativo (sin olvidar que igualmente sería interesante y necesario investigar sobre la evolución de las mujeres escritoras de letras de canciones, compositoras, arreglistas, músicos, técnicos, productoras musicales, organizadoras de eventos musicales...) para que el trabajo sobre estos veinte años de la mujer andaluza en la música fuera realmente completo.

La propuesta metodológica de análisis que hemos seguido ha atendido a:

- Construcción mediática del producto–intérprete: su aspecto físico, su estilismo, su circuito de exhibición (conciertos, revistas, programas), faceta pública y privada, lo que se da a conocer de su intimidad, de su persona; en definitiva qué imagen da como ser humano, qué imagen como mujer y qué imagen como artista.
- Contenidos de sus letras. Revisión de las letras de sus canciones. Qué dicen, a quién hablan (en la canción) y cómo lo dicen, con qué actitud. Hay también un a quién se habla más allá de la ficción de la letra: el público al que se dirige.
- Estilo musical al que pertenece o por los que va pasando en su evolución.
- Productos audiovisuales que lo acompañan y forjan una imagen general del cantante: carátulas de discos y fotos, en general oficiales, protagonismo y actitud en la interpretación de videoclips musicales de sus obras.

La importancia del cotejo de todas las partes deriva de la tendencia a la confusión entre al vida y la canción, entre el producto y la persona. Es el mismo hecho que confundir un personaje de ficción con su actor. No se puede olvidar que estamos ante productos mediáticos vendibles y, aunque no son entes ficcionales como los personajes de un film o de una serie de televisión, también construyen sus personalidades o las construyen para ellos. Véase hasta qué punto puede llegarse en el trabajo, no sobre cantantes pero sí sobre actrices, de Karen Hollinger (2006). Un vistazo general sobre nuestra memoria colectiva es suficiente si pensamos en el programa Operación Triunfo (primero en RTVE y luego en Tele 5). Todos hemos sido testigos de las evoluciones sufridas por principiantes hasta convertirse en artistas, unas veces para bien, otras para mal: Edurne pasó de chica ingenua a chica mala, Bisbal de cantante regional de bodas y fiestas de pueblo a cantante internacional. Rosa, con sus múltiples cambios, no ha conseguido ser facturada como producto de éxito mundial, a pesar de haber ganado el concurso. Caso inverso es el de May Meneses, la vocalista de Nena Daconte, despreciada en el concurso, renovada fuera de él y convertida en éxito nacional a pesar de haber sido expulsada la primera en su edición. Este tipo de programas han dejado al descubierto todo el entramado del *back stage* que existe detrás de la industria discográfica y del espectáculo.

4.4. ESTOS 20 MARAVILLOSOS AÑOS

En este apartado se hará una puesta en valor tras el repaso de estos veinte años, sus mujeres y algunas de sus canciones año a año. No queremos dejar ninguna fuera y siendo conscientes de que por fechas algunas cantantes ya no están en activo, e incluso alguna ni siquiera está, no pueden aparecer en esta relación. Pero tampoco sería justo olvidar nombres de mujer que han sido fuentes donde han bebido las mujeres seleccionadas para aparecer aquí. No se puede dejar de citar nombres como los de Lola Flores y su hermana, Carmen Flores, Juanita Reina, Carmen Sevilla, Antoñita Moreno, La Niña Antequera, La Niña de la Puebla, La Paquera de Jerez, Paquita Rico, La Perla de Huelva, Marifé de Triana, Encarnita Polo, Marujita Díaz y algunas más cuyos nombres irán surgiendo en las siguientes páginas.

La presencia de la tonadilla, la canción folklórica o la copla (Román, 1993) en los cuarenta años de franquismo y el uso que de ello se dio como bandera de una realidad inexistente de Andalucía feliz, romántica y despreocupada, tópico exportable, desemboca de modo natural en una presencia alta de mujeres andaluzas cantantes en el panorama musical español durante todo este periodo. Ahora bien, iniciada la democracia, vueltas las aguas a sus cauces, las cantantes andaluzas se han ido manteniendo en un número más que digno en comparación con otras comunidades autónomas españolas.

Pero estos últimos veinte años son dignos de estudio en tanto que cualitativa y cuantitativamente el aumento de las mismas ha sido espectacular. Han sido los años definitivos del paso de una manera a otro modo de estar en el panorama musical español. La estética de la mujer andaluza ha cambiado muy positivamente, también sus estilos musicales y las historias contadas en sus canciones.

Por encajar en su momento las cantantes y canciones que tratamos (1989–2009), recordemos que la década de los 90 del siglo XX estuvo dominada por los éxitos en español de Luz Casal (dos veces en el número 1 con *Entre mis recuerdos* y *Piensa en mí*), Rosana (*El talismán* y *A fuego lento*), Mónica Naranjo (*Desátame* o *Sobreviviré*), Laura Pausini (*Se fue*), Rosario (*Mi gato*, *Qué bonito*), Sergio Dalma (*Bailar pegados*), Café Quijano (*La Lola*), Amistades Peligrosas (*Estoy por tí*), Marta Sánchez (*Soldados del amor*), Ella Baila Sola (*Amores de barra*), Tam Tam Go (*Atrapados en la red*), Luis Miguel (varios éxitos), Malú (*Aprendiz*), y podríamos seguir con La Unión, Duncan Dhu, Los Sencillos, Modestia Aparte, Los Ronaldos, Miguel Bosé, Pedro Guerra, Gloria Estefan, Chayanne...

Del mapa europeo se pueden recordar los éxitos de las *boy/girls bands* del tipo Spice Girls (*Say you'll be there*, *Wannabe*), Locomía, Take That (*Back for good*), N Sync (*Pop*, *Bye bye*), Hanson (*Mmmmbop*) o 5ive, New Kids on the Block... Los rockeros tuvieron su espacio con *Smells like teen spirit* o *In bloom*, de Nirvana, *American woman* o *Fly away*, de Lenny Kravitz, Guns'n'Roses, Suede, Fatboy Slim, Metallica o The Cure. El europop sale con Aqua, Eiffel 65, Sash!...

A febrero de 2009, de la lista de los 100 cantantes españoles más buscados en Internet, la primera mujer es Amaia Montero (solista hasta hace poco de La oreja de Van Gogh) con el número 10 (precedida por orden por Enrique Iglesias, Alejandro Sanz, Julio Iglesias, Joan Manuel Serrat, Plácido Domingo, David Bisbal, Joaquín Sabina, Raphael y Miguel Bosé). Hay que esperar al número 22 para encontrar a una mujer andaluza: Rocío Jurado. Más andaluzas están en el 23, Marisol, Tamara en el 24 (de cuatro mujeres buscadas, tres son andaluzas), Niña Pastori en el 32, María Carrasco en el 67, Alba Molina en el 72, Rosa López en el 99 e Isabel Pantoja en el 100. Son sólo una muestra de las muchas encontradas.

1989. *Cántame*. María del Monte. Sevillanas.

Las dos décadas analizadas comienzan con el año 1989. Sin duda es el año de María del Monte Tejado Algaba, María del Monte⁴⁵. Es de Sevilla, cantante de copla y sevillanas, y comienza su carrera tras ganar un concurso de televisión, *Gente Joven*. La fama le llega con su segundo disco *Cántame Sevillanas*. Desde entonces han sido numerosos los discos de platino conseguidos, sobre todo en su primera época. Su aspecto físico es el típico de mujer andaluza dedicada a estas canciones de copla y alterna el vestido de fiesta con el traje típico andaluz.

Es una mujer mediática, con otras dedicaciones no musicales que la han llevado a ser muy querida por su simpatía en televisión, en sus colaboraciones como presentadora de programas, llegando a tener, como también lo hiciera en la radio autonómica, un magazine diario en Canal Sur Televisión. “La reina de las sevillanas”, título de uno de sus discos, canta básicamente al amor, también a Sevilla, a Andalucía y al Rocío. Cuenta con unas marcas identitarias muy fuertes sobre lo andaluz dentro del tópico de la Andalucía romántica. Los perfiles de mujer reflejados en sus canciones son patriarcales, si bien es característica de su imagen carecer de explotación visual sensual del perfil femenino, ni de ella misma ni de las mujeres representadas o sugeridas en sus canciones.

De entre las muchas formas de amor que aparecen en las canciones folklóricas y en la copla, el amor correspondido es uno de ellos (Guarinos, 2008). En este caso se habla de un tópico de canción cantada por mujer, el del amor romántico. Está dicho en primera persona y relatado a un narratario en segunda persona, hombre, al que se recuerda el principio de un amor, aún correspondido. Con escasa carga de sensualidad, y una letra muy blanca, el episodio amoroso narrado cobra especial interés por el contexto sugerido espacialmente hablando, para el que hay que ser un

⁴⁵ Es miembro de la Academia de TV y su ficha es http://www.academiav.es/academicos_ficha.php?id=112.

oyente competente. Se hace referencia a un paisaje, a un lugar concreto y a unas circunstancias de acción que encajan con la cultura andaluza, un episodio sobradamente conocido por los andaluces que sí tienen las claves de lectura: es un amor surgido en el camino de ida de la peregrinación hacia El Rocío. Éste es un *locus* habitual en la copla, en la canción folklórica y el flamenco, que veremos en varias ocasiones en su vertiente lúdica y en su vertiente religiosa. Se mezclan pues dos elementos tópicos, uno de ellos identitario, la celebración religiosa popular andaluza y el amor heterosexual entre jóvenes peregrinos.

CÁNTAME

Yo iba de peregrina y me cogiste de la mano.
Me preguntaste el nombre, me subiste a caballo.
Fuimos contando las flores que salen nuevas en mayo,
y me di cuenta enseguida que estabas enamorado.
Estribillo
Cántame, me dijiste cántame, cántame por el camino y
agarrada a tu cintura te canté a la sombra de los pinos.
Mirando estabas para el cielo en la mitad de La Raya.
Me acariciaste el pelo, me besaste en la cara.
Sonrojé miré para el cielo para no mediar palabra
y soltaste un te quiero que se me clavó en el alma.

Estribillo.
Cuando la noche caía y el frío más se calaba,
tu sonrisa busqué en la sombra para recrearme en tu cara.
Tú cogiste la guitarra y yo canté por sevillanas,
y bailaron las estrellas que desde el cielo nos miraban.
Estribillo.
Me despertaste temprano, aún quedaban estrellas.
Los dos rompimos llorando cuando saltaron la reja.
Es mi virgen del Rocío la que a la puerta se asoma,
Viva la madre de Dios, viva esa Blanca Paloma.
Estribillo.

La representación de los personajes también es tópica. Se construye a una mujer pudorosa que se sonroja y que aprovechando la oscuridad busca la visión del rostro del amado, hecho muy comentado en cine por ser usado por modelos patriarcales de mujer: la que es mirada descaradamente por el personaje hombre pero que no puede mirar o no debe hacerlo. El personaje masculino aparece decidido, tomando la iniciativa, cortejando y besando. Y ambos cantan y bailan, tópico de nuevo de los nativos de esta tierra, aunque encajados en el contexto rociero puede ser síntoma de una actividad tematizada en su lugar adecuado.

Tanto para hombre como para mujer, este texto, ejemplifica el tipo de música lúdica para todo tipo de público, preferentemente maduro, al que va dirigido el trabajo de la cantante sevillana. Las sevillanas *Cántame*, del álbum *Cántame sevillanas* (Senador), de Rafael González-Serna, llegan en un año 1988 y se expanden en el siguiente, año del *boom* de las sevillanas en todo el país, con la consabida proliferación de academias de baile en todo el territorio español y locales para practicar y enseñar lo bien que se había aprendido. María del Monte no acostumbra a acompañar su actuación con baile por sevillanas, manteniéndose dentro de una sobriedad interpretativa, pero las sevillanas en sí mismas son consideradas tradi-

cionalmente el baile popular español del cortejo y la seducción, donde el hombre deja hueco para que la mujer muestre sus encantos.

1990. Qué no daría yo. Rocío Jurado. Canción folklórica.

Poco se puede decir que no se sepa. Rocío Mohedano⁴⁶ es de Chipiona (Cádiz). Resumir su biografía sería titánico e inútil, tanto más cuanto ya está escrita (Soto, 2006 y Burgos, 2007). Su estilo musical y su estilismo personal han sido poliédricos y multiformes como corresponde al del perfil de una mujer con una amplia carrera en la música. Ha cantado todos los estilos siempre, desde *pop* en inglés hasta flamenco puro pasando por la combinación de “quejíos” con tonalidades jazzísticas. Su apariencia, no obstante, ha estado siempre vinculada a la de mujer de canción española, combinando batas de cola con trajes de fiesta en los escenarios y en las fotografías de promociones y discos. De entre las letras de sus canciones han destacado muchas de profundo sentido patriarcal, de sumisión al hombre, de pasión por él, de dependencia por amor, de autohumillación... Pero también cuenta con canciones reivindicativas. Los sentimientos de mujer–madre y de mujer–hija, como en todas sus compañeras de copla, están muy presentes en cada una de sus etapas.

Sin ser una mujer (no ella sino su construcción como cantante) que haya supuesto una presencia básicamente sensual, sí es cierto que ha sido capaz de exponer su feminidad, dentro de unos límites, siempre dentro de la sugerencia más que de lo explícito. Canciones como *Si amanece y ves* han dado cuenta de ello en sus interpretaciones. Sus temas son discursos de mujer dirigido a público femenino y algunos de ellos poseen gran fuerza de rencor, de dolor y agresividad verbal hacia el hombre: “Es un gran necio, un estúpido, engreído, egoísta y caprichoso...” La canción emblema de Rocío Jurado por haber sido oída en todo el globo es *Como una ola*; sin embargo, hemos seleccionado este tema por ser el que más se ha puesto y usado como banda sonora en los reportajes de sus últimos días.

Compuesto por José Luis Perales, este tema es un lamento por el tiempo pasado y por la añoranza del comienzo a la vida. Pertenece al álbum *Rocío de luna blanca* (Emi) y la fotografía de la carátula del disco presenta a una mujer en plenitud de sensualidad, alejada de los tópicos iconográficos andaluces, una imagen que ha ido siendo abandonada por la cantante conforme avanzaba su carrera para convertirse en una imagen de dama de la canción más sobria, como corresponde a su nivel internacional, al estilo Julio Iglesias en versión hombre, sobre todo en América Latina. Esta mujer, que tantas otras canciones nos ha regalado con la construcción de personaje fuerte de carácter, como “paloma brava”, se muestra en esta canción algo vencida.

⁴⁶ <http://www.rociojuradolamasgrande.com/>.

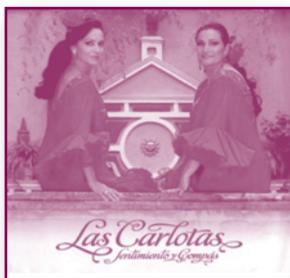
Cantada en primera persona también contiene una buena dosis de perfil autobiográfico, es la añoranza de la niñez y la juventud perdidas, de un tiempo alegre y sin problemas. Dirigida a un interlocutor indeterminado, es una especie de monólogo interior no narrativo, sino expresivo, de manifestación de un sentimiento. Aunque aparecen en el tema elementos aplicables a muchas personas, cotejando su biografía es evidente que los lugares y situaciones a las que se refiere tienen mucho que ver con ella. Se habla de una playa, de una calle y una plaza, de una madre que llama a una niña, que son su madre, su pueblo y su playa, Chipiona. Se habla de una feria, de un traje típico andaluz y de un tablao para bailar sevillanas, únicos elementos que situarían la acción de la añoranza en Andalucía. No es el único tema de la artista donde deja ver su vida personal en las letras. La chipionera se ha caracterizado por contar en sus canciones sus sentimientos como hija, como en este caso, como madre, como esposa y como mujer trabajadora.

QUÉ NO DARÍA YO

Qué no daría yo, por empezar de nuevo
a pasear por la arena de esa playa blanca.
Qué no daría yo, por escuchar de nuevo
esa niña que llega tarde a casa.
Y escuchar ese grito de mi madre
pregonando mi nombre en la ventana
mientras yo deshojaba primaveras
por la calle mayor y por la plaza.
Qué no daría yo, por empezar de nuevo,
para contar estrellas desde mi ventana.
Vestirme de faralaes y pasear la feria
para sentir el beso de la madrugada
y volar a los brazos de mi padre

y sentir ese brillo en la mirada
para luego alejarme lentamente
a un tablao a bailar por sevillanas.
Qué no daría yo, por escaparme
a un cine de verano
en donde alguien me diera
el primer beso de amor.
Qué no daría yo, por sentarme
junto a él en ese parque
viendo cómo se ponía el sol.
Qué no daría yo, ay,
por sentarme junto a él en ese parque
y oyendo el ruido del mar,
y oyendo el ruido del mar.

1991. *Se quedó dormido*. Las Carlotas. Sevillanas y rumbas.



Se debe un lugar especial para estas dos hermanas, Carlota y Carmen García⁴⁷, de Sanlúcar de Barrameda (Cádiz), que también celebran en 2009 su vigésimo aniversario profesional con un recopilatorio: *Veinte años de Carlotas*. Con diecisiete trabajos discográficos en el mercado, casi todos con la firma sevillana Senador, se sitúan en una zona fronteriza entre las tonadilleras y las cantaoras, menos abundantes. Sus canciones son básicamente rumbas y sevillanas y ritmos bailables pero

⁴⁷ <http://www.lascarlotas.com/>.

también son la pareja de mujeres que interpretan sevillanas para escuchar. Este tipo de cante de ritmo lento es adecuado para enviar en las letras mensajes más profundos, con sentimientos más rotundos y es en este subgénero donde más han destacado las Carlotas, con contenidos muy vinculados al sentir de mujer: la niña moderna que viene tarde, que viene sola, que no tiene novio y pasa la madrugada en la calle, la preocupación de la madre, el sentimiento de amor fraternal entre ellas, el amor al hombre... *Esta niña viene tarde*, de Miguel Moyares, es la sevillana en la que habita la preocupación de madre, cuyo autor también hizo para ellas la dedicada a su madre biológica real en el álbum *Con aires de patio* (1997), titulada *A mi madre*. Las sevillanas *Hermanas* pertenecen al mismo autor en el disco *La sonrisa de otra luna* (2000).

Su presentación visual suele situarse en espacios explícitos de entornos muy andaluces y su vestimenta, del mismo modo, es representante de trajes típicos de flamenca, mantones, flores, pendientes grandes y coloridos. Sus rostros y el color de su pelo además acompañan para reiterar elementos que denotan un origen andaluz forjado genéticamente.

El tema que se lee a continuación, de J.M. Évora e Isidro Muñoz, autores del disco completo del año seleccionado para ser representado por ambas *Por primavera*, refleja un conjunto paisajístico ya habitual y comentado en estas páginas y, del mismo modo, muy típico andaluz.

.....

SE QUEDÓ DORMIDO

El sueño se fue a la una
y a las dos no se encontraba.
El sueño vino a las cuatro
cuando ya el lirio soñaba.
Estribillo
Se quedó dormido
el lirio en los brazos
de la Virgen del Rocío.
Pastora, que no te llore.
Mécelo, corazón mío.
Quién corre, corre que corre
por pinares y entre dunas,

su madre lleva una nana
pa cantársela en su cuna.
Estribillo
El aire lleva en sus manos
una camiseta blanca.
La luna que cuenta cuento
y una nana en su garganta.
Estribillo
Caballitos en Doñana
y una barca por el río,
galopa y rema la nana
siempre buscando El Rocío
Estribillo

.....

Con sus raíces gitanas sanluqueñas, las Carlotas cantan aquí metafóricamente a un lugar, a El Rocío. Es interesante este tema como emblema de muchas otras sevillanas y rumbas que humanizan a la Virgen del Rocío y le atribuyen acciones y sentimientos humanos. En este caso la Virgen acuna en sus brazos, canta una nana. La función de las folklóricas, o el uso de las nanas o referencias a ellas, está vinculada a la función catártica de la canción de cuna como ejemplo de lamento de la mujer oprimida, según algunos autores (Tejero, 2002). Una especie de solidaridad femenina hace que muchas mujeres cantantes contengan en sus canciones a una

Virgen del Rocío madre, como ellas. La belleza, y la extrañeza, que puede presentar esta obra radica en la nocturnidad de su paisaje y en el vacío humano del mismo. No se trata de un Rocío de romería bulliciosa, sino de un paisaje, el de las marismas naturales de la zona, de pinos, de dunas, de río, de lirios... simbólica flor relacionada en su color morado con el sufrimiento y su uso en la Semana Santa en la cultura andaluza.

1992. Que se busquen a otra. Isabel Pantoja. Copla.

Si al hablar de Rocío Jurado se conjuraba una serie de elementos biográficos, lo mismo puede decirse de Isabel Pantoja, la tonadillera viva más importante en el momento como atestigua su aparición en toda la bibliografía especializada (Román, 1993 y Blas-Sánchez, 1996). De Sevilla, trianera, procede de una familia vinculada al cante desde su padre o su hermano a otros familiares⁴⁸. Su biografía es, desgraciadamente, bien sabida por todo el territorio español, quiera o no saberlo en tanto que es objeto, por cuestiones extraprofesionales, de páginas y planos televisivos y de internet a propósito de su vida privada muy a su pesar. Su discografía arroja muchísimos trabajos dentro del género de la canción española. La copla con sevillanas, rumbas, baladas aflamencadas, etc. conforman un género que ella transmite con la imagen de la folklórica tradicional. Y así en su trayectoria larguísima han tenido cabida referencias propias como madre, como hija, como amiga, como esposa, como enamorada. Como en otras mujeres comentadas, su caracterización es la típica regional o la de dama elegante vestida de fiesta. Pero su imagen personal de diario es muy conocida dentro y fuera del personaje cantante folklórico, por el escarnio sufrido en determinado tipo de programas televisivos y publicaciones impresas, circunloquios que empleamos para evitar escribir la palabra periodismo. La evolución de dicha imagen completa de folklórica ha pasado de la juventud alegre y exultante a la de maternidad y viudedad sufrida para desembocar en una madurez de desengaños y de desgaste personal.

Como Rocío Jurado, ha sido actriz de películas musicales, como *Yo soy esa* (Luis Sanz, 1990) y *El día que nació yo* (Pedro Olea, 1991), donde hacen de cantantes también y llevan vidas de copla en melodramas eternos. Ha explotado en su juventud su sensualidad sobradamente y su imagen ha ido evolucionando conforme lo ha ido haciendo su vida personal. También en las letras de sus canciones se ha observado un crecimiento desde la seguridad en sí misma del *Ahora me ha tocado a mí*, con esa cierta soberbia que da la juventud, hasta este *Que se busquen a otra*, muestra del hastío de un entorno hostil. Quizás no es esta canción la más repre-

⁴⁸ <http://www.isabelpantoja.es/>.

sentativa de su carrera, desde la del “pan tostaíto migaíto con café” (*Garlochí*, con letra de Rafael de León y música del maestro Solano, del disco *Que dile y dile*, 1975), pasando por *Marinero de luces* (de José Luis Perales, 1985: un millón de copias vendidas, la más exitosa de sus treinta y ocho trabajos discográficos), pero sí es, sin duda, la que más desearía ella que sucediera.

.....

QUE SE BUSQUEN A OTRA

Que se busquen a otra
y que olviden mi nombre para siempre,
los que no me han querido,
los que me han perseguido
y me han hecho llorar.
Que se busquen a otra
porque yo estoy herida
y aún me siento paloma
y deseo volar.
Que me dejen la luna para mirarla
y la noche desnuda para besarla.
Que me dejen el aire para ver si respiro,
que me dejen mis penas para llorarlas,
que me dejen el tiempo para olvidarlas,
que me dejen el beso de una gota de lluvia
que acaricie mi cara.
Que se busquen a otra
y que olviden mi rostro para siempre
los que me han enseñado
el sabor más amargo

y me han hecho sufrir.
Que se busquen a otra,
porque yo ya no puedo
soportar este juego
y prefiero vivir.
Que se miren desnudos en el espejo,
que se arranquen del alma
lo que les quema,
y que lancen la piedra a un espacio vacío.
Que me dejen la copla para cantarla
y un lugar en silencio para el olvido.
Que me dejen un sueño
para andar por la vida.
Que me dejen la luna para mirarla
y una noche desnuda para besarla.
Que me dejen el aire para ver si respiro,
que me dejen mis penas para llorarlas
y un minuto de tiempo para olvidarlas.
Que me dejen el beso de una gota de lluvia
Que acaricie mi cara...

.....

El uso de la primera persona convierte la canción en un monólogo, una declaración de intenciones, muy propio de las coplas que transmiten siempre no hechos de terceras personas sino hechos que implican directamente al personaje que las canta (que no a la persona), aunque tienda a confundirse y en este caso sea así más que nunca. Con deseos de lirismo más que de narración, este tema no encuentra referencias andaluzas ni en su contenido ni en el estilo musical de balada cantada con rabia en algunos pasajes, con cansancio en otros. Los campos semánticos en los que se mueve el tema pueblan el paisaje de dos colores opuestos: de tristeza, de llanto, de amargura, de olvido, de heridas, por un lado; por otro de lunas, de besos, de lluvia amable, de vuelo libre, de sueño, de vida. Las personas que intervienen en el lanzamiento del mensaje son tres: la primera emisora, la cantante; el tú oyente al que se dirige el tema; el ellos, plural indefinido de quienes se habla y a quienes se reprocha la creación de un mundo oscuro de donde la protagonista quiere salir.

1993. *Enamorarse*. Ana Reverte. Copla y alrededores.

Ana Zamora Martín⁴⁹ es de Los Corrales (Sevilla). Su aspecto es muy diferente a las anteriores, dedicándose a la copla o alrededores. Su palo fuerte es la colombiana. Va vestida de calle y no ha explotado nunca su aspecto físico de mujer. Aunque en sus letras hay igualmente homenajes a El Rocío y al amor, y también tiene sevillanas, no obstante no es la estrella rutilante. Su aspecto más pausado, más concentrado, se acomoda mejor a su faceta de

cantautora, de parecido perfil al que da Isabel Fayos. Con veintiocho discos en el mercado, no tiene nada que envidiar a las anteriores en producción a pesar de ser mucho menos conocida, por ser menos mediática, menos personaje vendible.



ENAMORARSE

Enamorarse
es compartir un corazón que va a estallar.
Enamorarse es rozar la mirada y sentir que despierta un gigante.
Enamorarse es vibrar con detalles que fueron insignificantes, es hablar con el alma y decir que hermoso es amarte.
Enamorarse...
Enamorarse es emocionarse con un beso en cualquier parte.
Enamorarse es llenar de esperanza tu vida aunque todo te amargue.
Enamorarse es tener la ilusión cada día de conquistarte.
Es soñar un futuro y que seas lo más importante.
Eso es enamorarse.
Enamorarse

es jugar con tu cuerpo desnudo agarrado a mi vera.
Es hacer el amor cada noche sin poner fronteras.
Enamorarse, enamorarse, enamorarse
es practicar lo prohibido contigo, es una quimera, el delirio que más que un delirio es el fuego que quema.
Todo eso es enamorarse.
Enamorarse es no encontrar una razón para olvidarte.
Enamorarse es el miedo, los celos, el llanto y a veces odiarte.
Enamorarse es discutir por pequeñas cuestiones que son el motivo para reconciliarnos y hacernos sentir más unidos.
Eso es enamorarse.

En este año de 1993, Ana Reverte gana el festival de la OTI, que junto con el de Eurovisión, es uno de los dos festivales tradicionales donde España ha tenido, al menos durante cierto tiempo de su historia televisiva, puestos los ojos. También ten-

⁴⁹ <http://www.anareverte.com/>.

dremos una andaluza que en estos veinte años nos ha representado en Eurovisión: Rosa, “Rosa de España”, Rosa López.

La canción *Enamorarse*, de Alejandro Abad y Josep Llobell, es el tema con que se ganó el festival y encaja dentro del estilo musical y de contenidos a los que canta la artista. En este caso es el amor el tema central.

La canción en sí misma es una definición del amor. Sin duda, se asimila a lo que entiende la intérprete sobre el amor a pesar de que la presencia de la primera persona no está tan marcada como en canciones anteriores. Del mismo modo no hay marcas de género; el léxico utilizado permite que la interpretación del trabajo pueda ser realizada por un hombre o por una mujer, ya que las referencias a la primera y segunda personas intervinientes no están acompañadas por adjetivos calificativos o demostrativos que generen la idea de pertenencia a hombre o mujer: mi vera, tu cuerpo desnudo, tu vida. El amor se refleja en tres caras, como sentimiento, como práctica sexual y como relación interpersonal. Ni un sólo atisbo de andalucismo cultural se contiene en ella. Esto no es una excepción. En muchas otras canciones de artistas ya relacionadas se encuentran estos temas neutros no definidos como referentes de nuestra idiosincrasia, pero hay que contar que la identificación de la voz que los cante y el poder de la imagen que tenemos del producto que acompaña a esa voz pueden hacer que asimilemos como andaluz una construcción que no tiene suficientes referentes para ser identificada como tal, salvo por el acento oral con el que se cante que pueda ir acompañado de un seseo, de una aspiración, por ejemplo.

1994. *Soy mujer*. Soles. Sevillanas, rumbas, canción ligera.

Soles son un trío de hermanas, Loli, Isabel y Esperanza Lobato, tria-neras (Sevilla). Exuberantes, alegres, guapas, femeninas, su aspecto varía en función del género que decidan interpretar. Con trajes flamencos y con trajes de moda, a veces más discretos, a veces más escasos, con ellos construyen una imagen joven y, aunque andaluzas, más abiertas a



otras influencias nacionales. Sus canciones son en la mayor parte para bailar, destinadas a un público joven, pero no descartan la copla en el mismo estilo de las anteriores, no descartan el traje de lunares. Sus cabelleras rubias, sus rostros no agitanados ofrecen la visión posible de otro corte físico para la mujer de nuestra tie-

rra. La imagen de modernidad desenfadada es parecida, salvando las distancias, al estilo de las hermanas extremeñas de Azúcar Moreno.

.....

SOY MUJER

No te equivoques con mi juventud,
no soy la inocente que imaginas tú,
que se cree a ciegas tus adulaciones
y no me doy cuenta de tus intenciones.
Deja de tratarme como una conquista
y de aparentar que eres tan machista.
Olvida esas cosas de duro galán,

dame la ternura que tú sabes dar
Estríbillo
Soy mujer.
Como tal le llevo ventajas a usted.
Con los desengaños aprendí a crecer
y lo que me cuentas yo ya me lo sé (bis)
No te equivoques...

.....

El palo rumbero y sevillanero, desenfadado en sus ritmos rápidos, es más comercial, creado más al modo de los productos *pop* aunque no lo sea. Sus numerosas apariciones en programas de televisión y galas⁵⁰, o la participación en el salón SIMOF de moda flamenca, han hecho de ellas unos personajes muy conocidos en el ámbito andaluz, más que en el nacional. Con todo, la sensación que se ofrece sumando sus canciones con sus estilos es la de mujeres muy raciales, muy andaluzas, aunque no sean morenas. Parecidas a las también hermanas Son de sol⁵¹ (Sole, Esperanza y Lola, de Écija, Sevilla), podrían ser calificadas de flamenco *pop*.

Como Ana Reverte, están en el mundo de la canción comercial desde 1989, cumpliendo veinte años también ahora. Su primer nombre artístico fue el de Sentimiento Rociero, y aunque la evolución de imagen y estilo no ha sido grande desde entonces, el nombre actual deja más espacio para la variedad de tipos de canciones, mientras que el anterior permitía el riesgo de encasillamiento. En sus catorce discos El Rocío ocupa un lugar importante, como también la Feria sevillana y otros tópicos recurrentes de nuestra cultura. Y, cómo no, el amor, lo sentimientos, las relaciones de pareja en todas sus variantes de amor roto, conyugal, correspondido, *fou*... El disco de este año es *Pasión y fuego*, la canción seleccionada para el comentario es posterior. Se titula *Soy mujer* y pertenece al álbum *Azúcar y miel* de 1998.

Sin ningún rastro nuevamente de entornos andaluces, este tema puede ser interpretado por cualquier otra mujer de nuestra cultura, la española, y de otras donde encuentren parejas masculinas del perfil denotado por la letra. Hay dos elementos llamativos en este tema que afectan a dos personajes, uno masculino y otro femenino. El personaje intérprete es femenino. Un personaje que habla en primera persona del singular, es una mujer, sólo una. Esto supone una confirmación de la distancia entre el personaje y el intérprete que lo refiere, que en este caso son tres mujeres hablando en primera persona del singular, hablando por una, una universal. Al otro lado de la conversación, el enunciatario es un hombre. De esos dos

⁵⁰ <http://www.solesweb.blogspot.com/>.

⁵¹ <http://www.sondesol.net/>.

elementos, el primero es la autodescripción de la protagonista parlante: es una mujer joven que viene de vuelta, que ya ha sufrido y se ha desengañado, aportando un perfil de mujer firme y coherente. El segundo elemento es la descripción que ella misma hace del hombre al que se refiere. Apela a la apariencia del hombre que debe mantener una reputación de masculinidad en todos los sentidos y rechazar las muestras de afecto para quedar bien *inter pares*, un rechazo claro a la masculinidad prepotente de escapatate.

Se establece un juego seductor de advertencia, donde la chica domina la situación con un “no te equivoques” ni me infravalores, al tiempo que se alterna con la zalamería como argucias de mujer en el hecho del destape psicológico sincero que hace sobre el hombre: no me engañas. Por otro lado, se detecta una ambigüedad en el tratamiento de respeto. Puede ser sorna el paso del tú al usted al referirse al personaje masculino. O puede tratarse de una cuestión de edad: la de un “duro galán” machista y entrado en la cuarentena.

1995. *La lista*. María Jiménez. Canción aflamencada.

María Jiménez Gallego⁵² es, una vez más, trianera (Sevilla). Si María del Monte es la reina de las sevillanas y Ana Reverte de las colombianas, María Jiménez lo es de las rumbas. Como a Rocío Jurado o a Isabel Pantoja, como coplera de las históricas, nada se puede decir más de ella. Programas presentados, canciones, discos propios, colaboraciones con otros, etc... componen una carrera larguísima, variada y aireada en su parte profesional y personal. Señalada por enseñar, su



trayectoria ha estado marcada desde los comienzos por la explotación visual de su cuerpo.

El escándalo de sus apariciones y la exhibición de sus piernas y otras zonas de su anatomía fueron pan de cada disco en los principios y medios de su vida de cantante (pocas veces vestida de flamenca), por no hablar de algunas de sus letras (“Háblame en la cama, dime lo que sientes...”). Su primer disco en 1976, plena etapa del destape,

⁵² www.maria-jimenez.tk.

llo de rumbas, bulerías, tangos... arreglados por Paco Cepero se llamó *María Jiménez* (Fonomusic). Desde entonces hasta 1995 catorce discos vieron la luz, con una retirada transitoria que la devuelve de nuevo al mercado musical a partir de 2002, cuando reaparece con un disco cantando a Joaquín Sabina en *Donde más duele* (Muxxic Records). Desde entonces hasta ahora ha editado cuatro discos más.

Sus trabajos en cine y televisión de ficción de la primera etapa contrastan con los programas televisivos en Canal Sur Televisión de esta segunda en la que está. En sus programas de entrevistas aparece con una imagen renovada, extravagante, divertida y desconcertante por lo inesperado para una mujer de cierta edad. Pero el atrevimiento ha sido siempre marca personal de la cantante. Rubia, exuberante, provocadora y provocativa, la María Jiménez que se ha ofrecido a los medios ha sido una mujer sexualmente activa y emocionalmente fuerte, independiente y decidida: *Se acabó*, da cuenta de ello, del disco del mismo nombre (1978), aportando la imagen de una moderna Carmen, símbolo de la libertad de la mujer de la Transición española. Aunque el disco de este año es *Eres como eres* (Divucsa), preferimos traer por su ambigüedad y su aire canalla este tema que la relanzó en su reaparición con La Cabra Mecánica y que también sirvió para dar fama nacional al grupo.

LA LISTA

En el mismo folio la lista de la compra
hay una canción
como un cupón
de los ciegos.
Rima la soledad
con el atún en aceite vegetal
y en oferta.
¡Vaya precios sin competencia!
Estribillo
Una mano pide al cielo,
la otra en el cajón del pan.
Hay manchas de grasa de llanto,
de tinta, estoy harto de tanto frotar.
Tú que eres tan guapa y tan lista
y tú que te mereces
un príncipe o un dentista,
tú... te quedas a mi lado
y el mundo me parece
más amable, más humano
menos raro. (bis)
¡Qué bonito el mar!
Cuando lo miro a tu lado,
olvido las pateras,
las mareas negras,
los alijos incautados,
la playa en donde se deja

morir las ballenas,
este infumable plato combinado.
Estribillo
Yo que soy tan guapa y artista,
yo que me merezco
un príncipe o un dentista.
Yo... yo me quedo aquí a tu lado
y el mundo me parece
más amable, más humano
menos raro.
Yo que me engaño
y me diga que no.
Siempre estás tú detrás
de mi mejor yo.
Y aunque no sepa
ni que sepa contigo,
el mundo es tan redondo
como el *piercing* de tu ombligo.
La cosa se pone dura
sin tu aliento,
siento con amargura
que estoy perdiendo la frescura
que se vuelve frío sin tu calor
y sin droga dura,
que tú...
Estribillo

Desde aquel “háblame en la cama” y “se acabó”, la nueva imagen de fantasía de plumas y lentejuelas pasa por este intermedio de *La lista*, de Lichis, del álbum *Vestidos de domingo* (2001). Parece paradójico que la imagen de la emancipación de la mujer en los finales de los 70 que es María Jiménez vuelva con una canción de este calibre, que en una primera lectura puede parecer machista. Pero si se observa con detenimiento, el tema puede ser entendido como un canto al amor pobre en un ambiente canalla, un *underground* muy cañí, muy de barrio a la española. Un tono escandaloso de parodia rodea el entorno de la canción y reconduce su interpretación a un estilo “petardo”, igual de provocador que el de sus comienzos pero adaptado a los años finales de los 90.

La historia se articula en un canto de reconocimiento de amor entre una pareja joven, donde es el hombre el que agradece a su chica el quedarse junto a él a pesar de que eso suponga no tener nada, cuando podría aspirar a algo mejor. Es un canto al ama de casa que estira hasta lo inimaginable el bolsillo para cumplir con la lista de la compra, que se ilusiona comprando un cupón de la ONCE, que va manchada de grasa y que, no obstante, es una princesa, guapa, lista y moderna (*piercing* en su ombligo). Y es así, tal como es descrita por un hombre, aunque ella parece estar de acuerdo en tanto que lo ratifica: “Yo que soy tan guapa y artista”. Las segundas intenciones del texto se evidencian en el tono sarcástico que iguala un príncipe a un dentista (con fama de ganarlo muy bien). La denuncia social también cabe entre el amor: las pateras, las mareas negras, las ballenas muertas, los alijos incautados; inmigración, ecología y tráfico de drogas, tres temas cruciales de la sociedad actual española.

1996. *Tú me camelas*. Niña Pastori. Flamenco pop.

Desde la isla de San Fernando (Cádiz) llega María Rosa García. Con ella comienza la aparición de una nueva generación de artistas andaluzas jóvenes que irrumpen en el mercado musical español en progresión. Aunque este fue el año de su fama, cantaba desde muy niña avivada, como tantas otras en estas páginas, por el ambiente familiar. Su madre también es cantaora, la Pastori de la Isla que da cuerpo a su nombre artístico. Con diecisiete años graba su primer disco apadrinada por Alejandro Sanz y Paco Ortega. Aunque la fecha del disco es de 1995, la difusión y el éxito se producen en este 96. *Entre dos puertos* (BMG) es el título. Su imagen es moderna. No canta nunca vestida de flamenca y da una nueva imagen de niña de su tiempo aunque el estilo de sus canciones, a veces más aflamencada a veces más estilo balada, sea agitanado en definitiva. Ocho discos culminan con el último en enero de 2009, *Esperando verte*. Su vinculación andaluza, aun sin apariencia visual clásica de ello, es clara por sus letras, su estilo musical y forma de decir.

Estos tangos del *Tú me camelas*, además de ser andaluces son gitanos. El mismo vocabulario empleado lo denota: camelar, sacáis. Camelar es en este contexto querer conquistar; los sacáis son los ojos. Primo se llama a todo aquel cercano, lo sea o no. Tan famoso como el “Échame una mano, prima, que viene mi novio a verme”, este tema, de su autoría, es una especie de *collage* donde varias historias se yuxtaponen para formar un tema. Son varios los actores que entran en los también varios escenarios. El estribillo principal donde hay un requiebro de amor de una joven hacia otro chico va seguido de un lamento por la posibilidad de alejamiento del ser amado, adornado son símiles poéticos. Pero ya en la segunda parte, una madre describe a una hija en edad de crecer, de sentirse hermosa y de soñar con el amor. Es en esta zona donde entran los elementos andaluces del traje de lunares y el pelo negro. Esta discordancia de temas o historias entre estrofas de una misma canción es muy observable en cantes flamencos puros. En cualquier caso, vuelven dos temas recurrentes: el de la madre y su sentimiento de amor en la descripción de la hija y el del amor de pareja, en este caso juvenil o adolescente.

.....

TÚ ME CAMELAS

Estribillo

Tú me camelas,
tú me camelas,
me lo han dicho tus sacáis
que me lo han dicho, primo, tus sacáis
Tú me camelarás.
Si te vas y me dejas triste.
Si te vas, ¡ay, qué soledad!
Si no estás,
el cielo no se poblará de estrellas,
si no estás,
por quien despertar.
Estribillo
Lleva mi niña un traje

con sus volantes,
el pelo negro al aire,
negro azabache.
Bésame,
como las olas besan a la orilla.
Bésame,
como besa el hambre al pan.
Estribillo
Con la mirada distante,
con la sonrisa pintá,
mi niña se echa p'álante,
sopa de estrellas y luz de coral.
Mi niña se hace gigante
y juega a la luna con la cuidad.

.....

Con Niña Pastori empieza la generación de andaluzas jóvenes modernas que ejemplifican lo glocal, que compaginan lo global con lo local, sin pérdida de raíces y con reivindicación de ellas sin renunciar a lo internacional en todos sus sentidos, las preocupaciones y las tendencias, mezclándose con un muy acusado tono oral coloquial andaluz en la interpretación de las canciones, como ha quedado transcrito en el ejemplo anterior.

1997. *Vengo de La Coronela*. Laura Vital. Cante jondo.

Poco conocida, al margen del comercio y con escasa discografía, 1997 es el año de Laura Vital⁵³. De Sanlúcar de Barrameda (Cádiz), el modo de transmisión de su arte es más el de participaciones en directo en conciertos propios o espectáculos compartidos. Esta cantaora cuenta con más de veinte premios en certámenes y concursos nacionales, regionales y locales. Se elige este año para que ella lo represente, aunque los temas comentados no corresponden a él, por ser en el que ganó nada menos que cinco premios de cante jondo, todo un *record*. Es la representante de las cantaoras, por su juventud, pero sin olvidar a otras en activo que merecerían este lugar del mismo modo. Así citamos a Carmen Linares, a Esperanza Fernández y otras de las generaciones jóvenes como Antonia Contreras o Rocío Bazán.

Su primer disco es de 1994, *Cantando junto a la mar* (Fonoruz). El segundo, ya con Senador, se produce tras haber ganado el Primer Premio de Jóvenes Intérpretes de la XI Bienal de Flamenco de Sevilla en 2001. De entre sus colaboraciones destaca la de 2005, del álbum con José Menese, *Hería el sol en las olas* (alegrías).

VENGO DE LA CORONELA

¡Ay! Vengo de La Coronela
de torear un becerro.
Traigo los calzones rotos
cosíos con hilo negro.
¡Ay, qué pena tengo!
Y el chaleco traigo
sin un remiendo.
¡Ay! De remiendos y botones
se componía.
Que otra el chaleco
ya no tenía.
Míá cómo vengo (4 veces).

Si tú me miras,
bastante tengo.
¡Ay! Van por el agua
toritos negros
con crines blancas.
¿Qué ha dicho usted?
Yo digo el torito
torito es.
Soy de Sanlúcar.
Soy sanluqueña.
Bis
Amo la libertad,
no quiero dueña.

De todas las mujeres que tratamos ella es cantaora en sentido estricto. Hay muy pocas mujeres en relación a las dedicadas a flamenco ligero, flamenco pop o a copla floklórica y menos aún son los recitales de flamenco protagonizados por una mujer. Su maestro es Naranjito de Triana. Sus palos son todos los posibles, algunos de ellos de los más difíciles: seguiriyas, soleares, caracoles, alegrías, bulerías, malagueñas... y mirabrás, cante complejo con el que se atreve, de importantes cambios de tonos. Muy joven, cuenta con un aspecto frágil que no deja entrever el prodigio de su voz. Su apariencia es poco flamenca y muy de su tiempo, aunque acompañada de la seriedad, profesionalidad y sin atisbo de frivolidad que suelen poseer estas mujeres cantaoras, al mismo nivel masculino, como muy masculino es

⁵³ <http://www.lauravital.blogspot.com/>.

también el mundo del flamenco puro, un mundo tradicionalmente de hombres, como intérpretes, músicos y casi no sería atrevido decir que también de público. Aun así, la cantaora consiguió en 2007 ser la primera profesora en un conservatorio que imparte flamenco como materia oficial.

Gran parte de las letras del flamenco son anónimas, como corresponde al acervo popular. Las que traemos aquí son, respectivamente, mirabrás y granaína.

Son varios los interesantes elementos comentables en esta pieza. Por un lado hay que observar el cambio de género de las palabras para encajar el sexo del intérprete. Originariamente pensada para ser cantada por un hombre, la letra termina integrando a la cantaora en la historia, erigiéndose como intérprete y parte del acto de enunciación y no sólo dando importancia al enunciado. Como tal sujeto de enunciación se establece el origen de donde procede, Sanlúcar, a suerte de firma del acto de cantar. Como parte de seña de identidad y buscando la rima, advierte que no quiere dueña, por dueño, y hace un canto a la libertad, propio del cante jondo como expresión de los oprimidos.

El resto del texto está contado con cierto toque narrativo de microrrelato desde un sujeto del enunciado en primera persona: un personaje masculino, un maletilla paupérrimo que viene de torear un becerro y lo trae todo roto y remendado, un pobre chico al que no le queda nada, ni el chaleco que viste, aunque el amor de esa otra persona lo recompone de la pobreza. Es un tema muy andaluz, el del joven pobre que quiere ser torero en busca de gloria y fortuna. Como corresponde a la clase social y nivel cultural, las construcciones lingüísticas son recortadas, incompletas, incorrectas, mostrando, como decíamos antes, una oralidad coloquial en el discurso de la letra de la canción, como cante popular.

GRANAÍNA

¡Ay!
Yo vengo del Guadalquivir,
con rosas y aguasmarinas.
Yo vengo del Guadalquivir.
Traigo sal de las salinas
pa plantar junto al Genil
un cante por granaína.

¡Ay, ay!
Pajarillos de Graná,
con la música en el pico,
pajarillos de Graná,
tu cante se quea chico
porque no podéis cantar
por la voz de Federico.

Esta evocación al paisaje, de escasa letra es un piropo a Granada y a Federico García Lorca, letra por tanto de contenido netamente andaluz. Contado en primera persona no sexuada, podría ser cantando tanto por un hombre como por una mujer y es un ejemplo no sólo de la oralidad referida, también de cantos alegres y luminosos dentro del cante jondo.

1998. *Ojú*. Alba Molina y Las Niñas. Del flamenquito al hip hop.

Niñas de familias herederas de tradiciones son Silvia Pantoja y Alba Molina, de las sagas Pantoja y de Lole y Manuel respectivamente. Como se dijera al hablar de Niña Pastori, forman parte de una generación de mujeres muy jóvenes que empiezan a dar sus primeros pasos en el mundo de la música y que conforme se hacen adultas cambian sus estilos de forma radical. Ese es el caso de dos de ellas, que comenzando con estilos relativamente parecidos desembocan en los últimos años en tendencias musicales, apariencias físicas y filosofías muy distintas.



Silvia González Pantoja⁵⁴ lo hace en varias ocasiones, posiblemente buscando un estilo que termine por hacer que triunfe en el ambiente musical. Uno de ellos se produce con su tercer álbum, *Sylvia*, de aire hindú, más de indumentaria que de otra cosa. Y un nuevo vuelco, más moderno y descarado, explotando mucho su atractivo físico, se da en el disco de 2007, *Qué poco arte*. Comienza la sevillana con dieciséis años, con el disco *Diechiocho primaveras*, de un estilo muy vinculado a la copla y es en 2004 cuando comienza este otro camino menos hindú, de la mano del productor Paco Ortega en su nueva etapa destapada y sensual.



En estos años comenzamos a oír a hablar muchas veces cuando se refiere a nuestras cantantes de fusión, de flamenco, de copla, de piezas musicales vinculadas a lo andaluz con aires musicales de otros estilos o procedencias. Su estilo es calificado en su *web* como *pop latino*, para sus dos últimos discos *Con luz propia* (2006) y *Qué poco arte* (2007). Lo cierto es que cuenta con una hibridación de sones rumberos, caribeños, aderezados por

⁵⁴ <http://www.sylviapantoja.es/>.

una multiplicidad de estilos que van desde el *hippy* hasta el *glam*. Muchas de sus canciones son amorosas y sus dos últimos discos y videoclips muestran un gran desarrollo y mayor preocupación por ofrecer un producto completo de calidad, muy cuidado.

Alba Molina, por su parte, comienza su carrera en este año con su trabajo *Despasito*, con una –s– deliberadamente andaluza. Pero desde ese año hasta hoy (voz de la última campaña de la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía), Alba Molina ha pasado a formar parte de un grupo de chicas andaluzas que supusieron una revolución de concepto de banda femenina andaluza (si es que existía ese concepto): Las Niñas. El conjunto está compuesto por Alba Molina, Vicky Luna y Aurora Power, sevillanas las tres. El concepto no puede ser más contestatario: nueva canción protesta desde ritmos fusionados y preocupaciones universales con actitud de denuncia por un cambio social desde sus posiciones de mujeres. Es una mezcla de flamenco, *rythm and blues*, *funk* y *hip hop*. De su primer disco es el tema Ojú (2003), interjección andaluza por excelencia, canción dos veces censurada por TVE bajo el mandato del gobierno del momento; una de las ocasiones fue la gala celebrada en julio en Benidorm, ante la perplejidad de las propias cantantes (Íñiguez, 2003). Y como la censura no es buena y la autocensura tampoco, es el tema seleccionado para ejemplificar este cambio de registros de las mujeres andaluzas cantantes de la segunda mitad de los 90.

OJÚ

Ojú, el Bush mosqueao.
Ojú, y el los dineros del bolsillo.
Gescartera, gescartero, porompompón.
Tiempo extraño, tiempos raros
pa' la peña en este planeta,
seguiremos luchando por nuestros hijos
pa que puedan chupar de la teta.
Ojú, el triunfo maneja.
Ojú, por los hilos del mercao.
Ojú, que aquí nadie dice na.
Ojú, que han vendió to el pescao.

Rap ...
Decimos no,
no a la guerra.
que la guerra es mu perra.
Y si nadie nos quiere echá cuenta,
que mira que la peña está que revienta,
desde Madrid a París,
desde Cai a Pekín.
La gente en las calles dice que no,
que no, no a la guerra,
que la guerra es mu perra.

Vinculadas al grupo O'funk'illo, estas niñas interpretan esta canción con gracia y con descaro. Con un estilo que también está representado por andaluces, hombres y mujeres, supusieron un encontronazo con una realidad social existente en nuestra comunidad aunque silenciada hasta el momento. La política del presidente norteamericano Bush (hijo), la guerra de Irak, el conflicto Gescartera aparecen como preocupaciones sociales y no son más que un reflejo fijado por escrito y cantado de las conversaciones diarias de muchos españoles en aquel momento. La novedad radica en que los cantantes andaluces introduzcan política en sus letras de modo tan explícito, pero más novedad es aún que lo haga un grupo de “inocentes

jovencitas”. Los casos sangrantes relacionados en la canción de la política española aparecen con nombres y apellidos, con un aire musical marginal como es el *hip hop*. Y dicho aire internacional no pierde las señas de identidad de donde ha sido generado: obsérvese que las frases de la canción van iniciadas por un interjección netamente andaluza.

Este tipo de música cuenta como seña identitaria la oralidad coloquial en sus letras, y así queda reflejado en la transcripción. Dos Premios de la Música y un Premio Ondas recayeron sobre el grupo. Si en algunos momentos o para algunos consumidores de música y el público en general se puede pensar que la música andaluza se mira el ombligo, redondo como el *piercing* de La Cabra Mecánica, quede claro que nuestras mujeres inician una etapa a partir de este momento en que miran algo, más que redondo, esférico: el mundo, desde este sur de Europa y norte de África, eso tiene Andalucía, un lugar bisagra inigualable.

1999. *Tocar el cielo*. Isabel Fayos. Cantautora flamenca.

Es el año de esta cantautora trianera. De todas las que hemos visto se acerca más en estilo y tendencia a Ana Reverte, siendo aun así distintas: compositoras, menos comerciales, con un elevado sentimiento andaluz aflamencado pero sin estriencias, con letras sentidas pero contenidas.

Los singles *Qué más quisiera yo* y *Tu cuerpo huele a romero* son dos de sus trabajos más conocidos. Isabel Fayos puede llamarse cantautora⁵⁵. Trianera (Sevilla), graba su primera obra en una casa de discos integrada sólo por mujeres llamada Alfaisan, compuesta por ella misma, Mari Carmen Alés y Sandra de la Rosa.

Su discreción y su vida al margen del comercio feroz la hacen ser más conocida dentro de las fronteras andaluzas que fuera de ellas, donde cuenta con colaboraciones y conducciones de programas de radio y televisión en el ente autonómico. Es en el año 2000 Premio a la Mejor Canción Andaluza con *Tocar el cielo*, de su álbum de este año con el mismo título, galardón que otorga la Asociación de Empresas Discográficas de Andalucía.

El aire de esta canción es de rumba y, como en otras ya comentadas, es un pasaje de canto al amor, asexuado en principio, marcado por imágenes metafóricas relativas al amor físico. Desposeído de caracteres andaluces, el tema sólo denota la procedencia al ser oído debido a las típicas aspiraciones de nuestro modo de hablar. Esta “asepsia andaluza” no es común en los temas de la artista, que suele referirse en sus composiciones a lugares, paisajes y hechos andaluces. Puede recordarse su canción *Calle Betis*, que con un fuerte sentimiento de pertenencia a

⁵⁵ <http://www.marinabernal.com/isabelfayos>.

su barrio, su tierra, sin chovinismos, hace un recorrido por los emplazamientos emblemáticos del barrio de Triana, una de estas canciones que tanto abundan entre los cantantes andaluces de afirmación identitaria, en este caso sin esfuerzo de explotación de su condición de mujer ni de su aspecto alejado de faralaes.

.....
TOCAR EL CIELO

Yo conocí el firmamento,
Me recosté en una nube,
me deslicé por el viento
y en la luna me entretuve.
Pude besar una estrella,
acariciar un lucero,
y en la cola de un cometa
pasearme por el cielo.
Estríbillo
Eso sin dar medio paso,
fuera de tu habitación,
Sin escuchar más sonido
que el de tu respiración.
¿Quién se puede conformar

con haber tocao el cielo
y no volverlo a tocar?
¿Quién se puede conformar
con haber tocao el cielo
y no volverlo a tocar?
Bis
Alcancé sin darme cuenta
la cima de mis sentidos.
Lo que nunca imaginar
era posible contigo.
Ir al centro del amor,
ver la cara a la ternura
Encontrarme la pasión
rodeando mi cintura.
Estríbillo

.....

Este también es el año en que graba en Francia con la casa Audivis **Ana Salazar**, gaditana, un caso artístico reseñable de nuestra música y poco conocido. La fusión se hace en ella y en forma de flamenco *jazz* y también por la combinación de cante y baile, puesto que ambas cosas conjuga. Con esta interesante mezcla graba el disco *Flamenco Move*, además de otro llamado *Chanson flamenca*, homenaje a la música francesa. En 2003 sale con el volumen *Ana Salazar canta a Edith Piaf*.

2000. Si nos dejan. Tamara. Canción romántica.

La canción del amor por excelencia, distinta del desgarro del fado, del tango o la copla, es, sin duda, el bolero. Eso comenzó haciendo Tamara⁵⁶, siendo casi una niña. La artista sevillana es otro ejemplo de la nueva generación que toma el relevo y de la variedad ecléctica de productos musicales andaluces. Su trabajo es una rareza en el panorama español en sí mismo, no sólo en el andaluz; es extraño ver a una mujer tan joven y andaluza cantando boleros, sin ninguna intencionalidad de reivindicación o atisbo de cultura andaluza en sus canciones. Ello sucede en este trabajo y en sucesivos, como el llamado *Tamara canta a Roberto Carlos* (2004) o *Perfecto* (2007), que incluye una canción donde se estrena componiendo. Entre boleros y baladas, femenina pero sin excesos sensuales, al menos hasta que alcan-

⁵⁶ <http://www.tamaraweb.com/>.

zara la mayoría de edad, ha conservado un estilo elegante en absoluto vinculado a la estética andaluza tradicional.

SI NOS DEJAN

Si nos dejan, nos vamos a querer
toda la vida.
Si nos dejan, nos vamos a vivir
a un mundo nuevo.
Yo creo, podemos ver un nuevo amanecer,
de un nuevo día.
Yo pienso, que tú y yo podemos
ser felices todavía.
Estribillo
Si nos dejan, buscamos un rincón
cerca del cielo.
Si nos dejan, haremos de las nubes
terciopelo.

Y ahí, juntitos los dos,
cerquita de Dios,
será lo que soñamos.
Si nos dejan, te llevo de la mano,
corazón, y nos vamos.
Yo creo, podemos ver un nuevo amanecer,
de un nuevo día.
Yo pienso, que tú y yo podemos
ser felices todavía.
Estribillo
Si nos dejan, de todo lo demás
nos olvidamos.
Si nos dejan...

Si nos dejan es una canción de Luis Miguel, como autor e intérprete originales, del año 1989. Es un texto que presenta un tipo de amor incipiente apasionado, correspondido que se plantea un proyecto de futuro en pareja y que se reitera, ya se ha visto que es común, en proclamar un estado cercano al cielo, las estrellas, las nubes... Sin marca de género del intérprete podría ser cantado por hombre y por mujer como de hecho lo es por su autor, hombre, y Tamara, mujer. Ello demuestra que en el mundo de las canciones de amor puede apostarse por la exhibición de sentimientos iguales entre hombres y mujeres. Aunque es verdad que el público oyente de Luis Miguel es preferentemente femenino, una oyente mujer a la que se le presupone el deseo de oír frases románticas. Es del álbum titulado *Gracias* (2000).

El mismo éxito que tuvo Tamara este año a nivel nacional lo tuvieron las chicas de Papá Levante, un lanzamiento que supuso una bocanada de aire fresco con respecto a la imagen de un grupo femenino andaluz, aunque durara poco esta aventura. Se hará referencia a las chicas que se ponían coloradas cuando las miraban al hablar de las Ketchup y de Gala Évora, una de las componentes que ha emprendido carrera en solitario.

**2001. La niña. La Mala Rodríguez. Hip hop.
Corazón congelado. Pastora Soler. Pop.**

Hiphopera gaditana, de Jerez aunque se cría en Sevilla, María Rodríguez Garrido⁵⁷, La Mala Rodríguez se da a conocer en este año aunque llevaba mucho

⁵⁷ <http://www.malarodriguez.com/>.



tiempo antes trabajando. Su primer larga duración sale en el año 2000, titulado *Lujo ibérico* (Superego–Universal). Del año 2003 es su disco *Alevosía* (Universal) de donde se ha seleccionado la canción *La niña*, cuyo videoclip fue censurado, que versa sobre una niña traficante. La Mala es Premio MTV Latino 2007, como mejor artista promesa. A partir de su disco *Malamarismo*, 2007, su fama comienza a crecer. Fue considerado el mejor álbum hip hop 2008 en los Premios de la Música. Además cuenta con la autoría de bandas sonoras de películas, como *Lucía y el sexo* (Julio Médem, 2001), *Yo puta* (María Lidón, 2004) o *Yo soy la Juani* (Bigas Luna, 2006).

LA NIÑA

Estribillo

Esta es la historia de una niña que vivía en el barrio de La Paz.

De ella se decía que quería vender droga como su papá.

Por ella nadie apostaba, su futuro se nublaba y no había hecho más que empezar.

Quién no quiere dinero, dime quién no quiere dinero pa gastarlo en la ciudad.

Quería pan, quería joyas, no valoras na si no lloras.

Lo mejor de no tener na es tener que trabajar y sudar por apartar la miseria a un lado.

Conseguir respeto a base de coraje y cojones, ella lo tenía, ella lo sabía, ella se lo merecía, valía pa eso y pa más.

Tenía todo lo que quería, vestía

la ropa con la que tú sólo puedes soñar.

Muchos son los valientes

que se pierden en la mar,

pero cuando tú sólo sirves pa traficar es lo que pasa.

Te llaman. Te llaman.

Tu teléfono no no deja de sonar (bis)

Estribillo

A las nueve estaba allí.

Era respeto lo que faltaba, sí.

Cuidao. Volaron las balas.

¿Tan difícil es levantarse por la mañana?

Por ser mujer llevaba pistola.

Ya sabes para no sentirse sola.

A nadie le gusta que le jodan, siempre tú tienes que pensar dos veces.

¿Quién se come la mierda cuando aparece?

Si sale de allí es porque tienes suerte.

Pa otra vez tendré más cuidao,

Mama, iré con gente.

Tenía to lo que quería, vestía

la ropa con la que tu sólo puedes soñar.

Con una actitud desafiante, descarada y extravagante, propone canciones recitadas, con la forma de hablar de las tribus urbanas a las que representa pero a la andaluza, como Las Niñas. Con ella vamos aumentando el número de mujeres representantes de una cultura musical de la resistencia existente en Andalucía junto con la hegemónica. Lo veremos también con Lamari y con Rakel Winchester.

El riesgo y la valentía que suponen sus canciones son dignos de alabanza por convertirse en voz de lo minoritario, de lo marginal. El flamenco puro, hoy por hoy, ya no es un ejemplo de nuestra cultura marginal, ni popular, ha pasado a convertirse en una forma musical erudita, para entendidos, como le sucediera a la ópera, al *jazz*.

Este tipo de manifestaciones musicales sí se corresponden con la nueva marginalidad expresándose en un neobarrialismo, que llama Alabarces (2008). La institucionalización de las músicas populares marginales deja espacios de resistencia cultural y juvenil, como lo hiciera el *rock* y ahora el *hip hop*.

Este tema es un relato en toda regla. De los variados temas amorosos, cantados en primera persona, como apelativos a un segundo que está o no escuchando, se pasa a este texto que compone una historia de narrador omnisciente dando paso del discurso indirecto al directo, dando paso a la voz de la protagonista en alguna ocasión, y dejando también presente la figura del narratario en la apelación a un oyente indeterminado (“Ya sabes, para no sentirse sola”). El valor de ser mujer y cantar en este género viene aumentado por el de contar una historia de otra mujer, y además niña. La reivindicación social sobre la educación de los menores y el poder del ejemplo y la imitación de los mayores queda patente. De modo indirecto también se denuncia la masculinización a la que se ve sometida la mujer cuando entra en una actividad de hombres, a base de fomentar un carácter, cuando menos, rudo aunque su envoltorio físico fuera el de ropas caras, que era lo que quería conseguir dedicándose al tráfico de drogas. La indefensión por ser mujer es otra marca que obliga a la defensa con un arma de fuego. El uso de palabras malsonantes (se vieron en *Las Niñas* y se verán más, y aun peores, en Raket Winchester) es un síntoma de igualación en negativo que han sufrido las cantantes femeninas más coetáneas en su búsqueda de un similar nivel con respecto a los cantantes masculinos de signos musicales parecidos, aunque, por otra parte, nada disimilar a lo que se podría oír en la calle en chicas de determinadas edades y perfiles culturales.

La cara opuesta en este mismo año la pone **Pastora Soler**⁵⁸, más comercial. Este es el año de su *Corazón congelado*. Esta artista ha sufrido una evolución hasta llegar a esta etapa más frívola, *pop*, desde unos inicios de copla (su primer disco de 1994 se llamaba *Nuestras coplas*, de Polygram Ibérica), para terminar en su estadio actual con letras más pensadas, menos bailables. Con aspecto poco andaluz, entre rubia y pelirroja a veces, ojos claros, sus canciones se asoman de nuevo al amor, con un aire parecido al de la cantante Merche, ambas representantes de este estilo *pop*. Es de Coria del Río (Sevilla) y cuenta ya con siete trabajos, el último vinculándola al compositor gaditano Antonio Martínez Ares, a partir del disco *Toda mi verdad*, con canciones para retomar sus raíces después de haberlas abandonado, unas raíces más flamencas, más copleras.

⁵⁸ <http://www.pastorasoler.eu/>.

Corazón congelado es de 2001 (EMI), del disco del mismo nombre, responsabilidad de los autores Paco Ortega y Arturo Soriano, y fue sintonía de la vuelta ciclista a España de ese año, lo que le supuso un lanzamiento para convertirse en canción pinchada para bailar permanentemente. Con independencia de que un alto índice de sus canciones son bailables y de tema amoroso, este tema tiene todos los ingredientes de un éxito de canción del verano, vacía de contenido y con un ritmo adecuado para ser escuchada y bailada. Simple y con un estribillo reiterativo hasta el exceso y fácil de recordar, los contenidos de este texto no dejan indiferente si se lee dos veces. Interpretado por una mujer que relata cómo un hombre busca en un supermercado un producto (hilo metafórico) y encuentra un corazón congelado, el resto del tema se convierte en una reflexión, no de la mujer sino del hombre, a propósito de los tópicos que construyen el rol de mujer fría, de *turrís ebúrnea*, de mujer inalcanzable. Un corazón duro, resistente, indescifrable en sus sentimientos: en definitiva, el tópico del hombre que no entiende a la mujer. El ritmo rumbero y festivalero encubre una letra que muchos habrán tarareado sin prestar más atención.

CORAZÓN CONGELADO

Adormilada, atontada
como en un sueño te veo.
Corriendo como un loco
por un supermercado.
Quieres mi corazón encontrar
para comprarlo.
Busca alocado por todas partes
algo mío para guardarlo.
De repente algo llama tu atención
entre los congelados.
Rodeado de consumidores
que luchan para mirarlo.
Excitado eres el primero
en llegar para comprarlo.
En envoltorio de plástico rosa,
brillante, atractivo y helado.
Estribillo
Corazón congelado.
Colorantes, estabilizantes.
Azúcar, sal y vinagre.

Corazón congelado.
Colorantes, estabilizantes.
Azúcar, sal y vinagre.
¿De qué está hecho el corazón de una mujer?
¿De qué está hecho el corazón
de una mujer?
¿Qué sustancia ha puesto Dios
en el centro de su ser?
¿Qué mineral se encuentra
debajo de su pecho
que yo no puedo fundir,
que yo no puedo fundir?
¿Qué razones tendrá su razón,
que mi razón no conoce?
¿Por qué es tan dúctil, resistente
y tenaz al mismo tiempo?
¿Por qué el amor propio anida
tan fuerte en su interior?
Y ¿qué hay detrás de su laberinto
de sentimientos y pasiones?
Estribillo

2002. *Europe is living a celebration*. Rosa. Pop.

2002 es un año muy “productivo” no por la cantidad sino por los dos productos que vieron la luz. Es el año de Rosa⁵⁹, nuestra “Rosa de España” y de Las Ketchup,

⁵⁹ <http://www.rosalopez.es/>.

dos productos y nunca mejor dicho. Rosa López, sobradamente conocida en nuestro país, se dio a conocer como concursante ganadora de la primera y más exitosa edición del concurso–*reality* de superación *Operación Triunfo*, en TVE en aquel momento. Esta cantante es de Granada y dueña de una potente voz, envolvente, de muchas cualidades. Su descubrimiento y lanzamiento ha supuesto para el público ver desde fuera el proceso de creación de una artista a la que se le busca un estilo por fuera y por dentro. Es un diamante que se ha ido puliendo a la vista de todos y en intentos múltiples, a veces inhumanos, de crear un producto comercial musical en todos los sentidos: físico (adelgazamiento), de dicción, de forma de hablar, de transformación de chica de pueblo, familiar, sencilla en un mundo muy complejo donde su propia voluntad de superación ha jugado un papel importantísimo, pero que no ha conseguido llegar al nivel de otro triunfador no oficial, ya que no ganó el concurso, el también andaluz David Bisbal.

.....
EUROPE'S LIVING A CELEBRATION

Estoy feliz de encontrarme hoy aquí
 y no me preguntes más por qué.
 Ya corre en mis venas la emoción
 y nace en mí una ilusión.
 Siento algo nuevo en mi interior
 que me lleva a ti,
 un camino por hacer
 sin nada que esconder.
 Europe's living a celebration.
 Todos juntos vamos a cantar.
 Europe's living a celebration.
 Nuestro sueño, una realidad.
 No se oirán jamás las voces que no
 nos dejen dar el paso final,
 si existe en nosotros la pasión

y brilla una luz en tu interior.
 Ahora el tiempo nos cambió
 y será para siempre.
 No dudes, por favor,
 lo dice el corazón.
 Europe's living a celebration...
 No nos dejes amor.
 No digas adiós.
 Y crece, va creciendo
 la fuerza y la ilusión.
 Europe's living a celebration...
 Europe's living a celebration
 Todos juntos vamos a cantar
 Europe's living a celebration
 Es tu fiesta y no hay vuelta atrás.

.....

Rosa, siendo andaluza, no tiene estilo andaluz ni en vestimenta y apariencia ni en estilo musical. Puesta como ejemplo a la juventud española, que probablemente va más por otros derroteros musicales que no los que le han ido adjudicando, fue espectacular su preparación para la participación en el Festival de Eurovisión, anzuelo que se usó para relanzar en España la cultura festivalera eurovisiva, muy de capa caída en la década de los 90 e inicio del segundo milenio. Aunque el resultado en el concurso fue entre los diez primeros, la catarsis colectiva que supuso el momento cumplió con el objetivo del índice millonario de audiencias deseado para ese día de mayo, más la suma de más de 500.000 copias vendidas de su primer disco. La canción, de una cantante sin estilo todavía, no tiene desperdicio, pero es el tema con el que buena parte de españoles vincula a Rosa, mientras que puede que hasta desconozcan cualquier otra canción suya.

Con siete trabajos discográficos desde su primer *Rosa*, pasando por *Me siento viva* (2006), de *pop* y baladas, hasta *Promesas* (2008), casi desapercibido, la artista granadina sólo deja entrever su origen andaluz cuando habla por su acento.

La canción es de Toni Ten Martínez, elegida también por aclamación popular, como *Rosa* para interpretarla. El tema tiene vocación internacional con esa frase en inglés que hace referencia a la celebración del propio festival como fiesta de Europa. El resto se convierte en un acúmulo de frases sueltas difíciles de interpretar: un sueño colectivo (“nuestro”) hecho realidad, un estar en alguna parte que era a donde se quería ir, y un sentimiento sincero que no engaña y dirige a la cantante hacia otra persona. Y lo difícil es entender el número de copias vendidas con un tema que además de poseer esta letra críptica, desde el punto de vista musical tampoco se puede decir que sea ni para bailar ni para oír, con un ritmo pachanguero de orquesta de celebración familiar: en definitiva un producto con un *marketing* muy bueno detrás.

Y de uno a otro, **Las Ketchup**. En este verano de 2002 vendieron doce millones de copias con el *Aserejé*, acompañado de coreografía fácil, todo un fenómeno musical mundial como el que ya importamos años antes, la *Macarena* de Los del Río. Fue número uno en veinte países en ese verano. Lucía, Lola y Pilar Muñoz son tres hermanas que hacen fusión de flamenco y *europop*. Son hijas del guitarrista Juan Muñoz, el Tomate, de ahí la gracia del nombre de la agrupación. El disco se llamó *Las hijas del tomate*, literalmente, juego de palabras divertido que muestra a unas hijas adaptadas a su tiempo que no hacen flamenco puro, como el *ketchup* tampoco es tomate puro, sino una fusión de ingredientes aunque su porcentaje mayor sea el de tomate. Su siguiente trabajo preparado para Eurovisión con catastróficos resultados (puesto veintiuno en 2006) fue llamado *Bloodymary*, cóctel que se hace con zumo de tomate, que no llegó más que a unas veinte mil copias. Y desde entonces, hasta hoy.

ASEREJÉ

Mira lo que se avecina
a la vuelta de la esquina,
viene Diego rumbeando.
Con la luna en las pupilas
y en su traje agua marina
van restos de contrabando.
Y donde más no cabe un alma
allí se mete a darse caña
poseído por el ritmo ragatanga
y el dijey que lo conoce
toca el himno de las doce
para Diego la canción más deseada.
Y la baila... y la goza... y la canta...
Aserejè ja de jè de jebe tu de jebere
sebiunouva majabi an de bugui an de buididipi.
Aserejè ja de je de jebe tu de jebere
sebiunouva majabi an de bugi an de

buididipi.
No es cosa de brujería
que lo encuentre to los días
por donde voy caminando.
Diego tiene chulería
y ese punto de alegría
rastafari afrogitano.
Y donde más no cabe un alma
allí se mete y se da caña
poseído por el ritmo ragatanga
y el dijey que lo conoce
toca el himno de las doce
para Diego la canción más deseada.
Y la baila... y la goza... y la canta...
Asereje ja de jè de jebe tu de jebere
sebiunouva majabi an de bugui an de buididipi.
Aserejè ja de je de jebe tu de jebere
sebiunouva majabi an de bugui an de buididipi.

La canción *Aserejé* las llevó incluso a ser premiadas con un Ondas al grupo revelación. Es un tema de Queco (Manuel Ruiz), vinculado también al grupo Son del sol y su tema *Brujería*, llevado a Eurovisión en el año anterior, trío de hermanas andaluzas, a las que se ha hecho referencia al hablar de Soles. El *Aserejé* es calificada de *pop* latino. En inglés fue titulada *The Ketchup Song*, teniendo en cuenta que no iba a ser interpretado qué podría significar el palabro, cuando en realidad esconde palabras inglesas pronunciadas en “andalú”, ya que la letra del estribillo contiene un ejemplo claro de intertextualidad musical, pues se trata de parte de la canción *Rapper’s Delight* (1979) de The Sugarhill Gang, trío de músicos de *hip hop* estadounidenses (*I said a hip hop the hippie/ the hippie to the hip hip a hop and ya don’t stop/rock on bay bubba to the boogey bang bang/the boogie to the googety beat*).

La canción estuvo acompañada por una leyenda urbana que le atribuía una lectura satánica a su letra, por la llamada “a ser hereje” (*asehereje*). Tiene un matiz “cheli”, como el resto de la obra de estas chicas, con fuerte marca de identidad de barrio que se refleja en el desprecio explícito a las de enfrente, a las chicas “pijas”, como sucede en sus *Sevillanas Pink*.

Frescas, descaradas, modernas, juveniles y alegres, sin mucho lujo, de barrio, representan a un sector juvenil influido por la cultura americana, globalizados sin críticas, sin preguntarse cuáles son los símbolos que utilizan o las palabras que profieren, y puede que hasta sin saber que usan símbolos o elementos de otra cultura dominante. La poca profundidad de esta historia no va acompañada siquiera con algo de lirismo. Cuenta la historia de una chica que relata cómo es y qué hace una segunda persona: Diego, un rastafari afrogitano, y sus arranques nocturnos de discoteca.

2003. *María se bebe las calles*. Pasión Vega. Copla y más.

Ana María Alias, aunque nació en Madrid, es malagueña y gaditana. Hablar de Pasión Vega es hablar de palabras mayores, es hablar de la reinvención de la copla y su mezcla con otros ritmos, con toques jazzísticos, tangos, siempre con canciones de lamento. La profundidad de la mayor parte de sus letras hace insuficiente dedicarle un apartado en un año y una canción. Dichos temas suelen ser además arriesgados: la violencia de género, el travestismo son dos ejemplos de ello. Uno de ellos es el himno para la mujer andaluza maltratada. De aspecto juvenil, moderno, elegante y no sexualizada como reclamo, su voz es un prodigio natural y de educación musical. Su fragilidad física hace que no parezca que de allí salga esa voz, capaz de articular coplas clásicas, *blues*, *jazz*, habaneras, ritmos latinos...

Con cinco discos editados desde 2001 (*Pasión Vega*, BGM), el último hasta el momento ha sido *La reina del pay-pay* (2006, Sony BGM), que verá su continuación

en 2009 con *Gracias a la vida*, título de la canción de Violeta Parra que abre un álbum dedicado a la música latinoamericana. Sin olvidar los lugares, las acciones y la cultura andaluza, tampoco se dejan de lado momentos, instantáneas cotidianas universales, antiguas (*Teresa*, de *Flaca de amor*, 2005, BGM) y modernas, de niños (*La calle del almíbar*, de *Flaca de amor*) y de mayores, de amor y de olvido, urbanas y portuarias...

MARÍA SE BEBE LAS CALLES

María pensó que el amor
era un mandamiento de dos
y, esperando el primer beso,
se hace vieja ante el espejo
y limpia su llanto,
maquilla sus heridas
y se le va la vida.
Recuerda la primera vez
que él le juró que fue sin querer
y en los hijos que vivieron
prisioneros de su miedo.
María soñaba con ser la princesa
de los cabellos de oro
y la boca de fresa.
María se fue una mañana,
María, sin decir nada.
María ya no tiene miedo.
María empieza de nuevo.

María, yo te necesito.
María escapó de sus gritos.
Se bebe las calles María...
Ella nunca dice que no,
es la esclava de su señor.
Ella siempre lo perdona
a sus pies sobre la lona.
Su patria es su casa,
su mundo la cocina
y se le viene encima.
Un día dejó el corazón
abandonado en su colchón.
Sólo piensa en ver su cuerpo,
¡ay, del quinto mandamiento!
María no tiene color en la sangre.
María se apaga y no lo sabe nadie.
María se fue una mañana,
María, sin decir nada.
María ya no tiene miedo...

La voz de seda, que le llaman, interpreta *María se bebe las calles* como primer tema del trabajo *Banderas de nadie* (2003). La canción es del conocido autor gaditano Antonio Martínez Ares, al que nos hemos referido al hablar de Pastora Soler. Este compositor cuenta con un alto sentido dramático, además de trágico, en la composición de sus temas, como lo hiciera antes en las letras que escribía para su comparsa de los carnavales de Cádiz.

De nuevo un relato, dramático como hemos dicho, es contado por una mujer en focalización omnisciente sobre la historia de una segunda mujer que no es ella, como así se refleja también en el videoclip que la recrea audiovisualmente. Es una historia de vida de malos tratos con final feliz, con final de beberse las calles en busca de la libertad. La canción de denuncia está construida discursivamente con un estilo alejado de la violencia verbal, plagado de sugerencias y sin explicitar nada con todo lo que dice. Se habla de gritos, se habla de que el personaje no lo hará más, pero no se dice qué. Se habla del quinto mandamiento (no matarás) y se evita exponer el miedo a la muerte o el deseo de esa mujer; se habla de abuso en las relaciones sexuales; se habla de miedo y de liberación con una frase hecha muy significativa: se bebe las calles, puede con todo. Se da paso al discurso directo del maltratador. La frase del maltratador tiene cabida en la letra en su forma más habi-

tual: “María, yo te necesito”. La imagen de la mujer maquillando sus heridas mientras se le va la vida es algo más que una metáfora, es un acto real que han hecho y hacen, ojalá que pocas, mujeres andaluzas.

2004. *El marío de la cannisera*. Rakel Winchester. ¿Punk?



Y como de todo hay en esta viña andaluza, el año 2004 rompe con el alegato a favor de la liberación de la mujer maltratada visto en 2003 y sorprende y escandaliza a propios y extraños con *El marío de la cannisera*, tema de Rakel Winchester⁶⁰, banda cuya vocalista se llama Raquel Riquelme, cordobesa. El estilo aparente de la cantante ya nos indica a qué tendencia urbana cultural pertenece. Muestra también de las minorías, esta mujer combina sus fondos de paisajes andaluces más rompedores, con botas militares, cabellos teñidos y estética cercana al manga, en cuyo seno la entrada de volantes y lunares es un choque visual muy divertido.

El *rock* y el *punk* con toques flamencos generan en sus letras un humor corrosivo, cínico, soez en ocasiones, coloquial y vulgar en sus letras, de gran predicamento entre sectores jóvenes y no tan jóvenes. De su disco de 2004, *Vale, Montoya no soy*, que hace referencia a la integración de una mujer paya en un mundo gitano, surge su *single* de inicio de carrera. El marido de la carnicera (como en muchas películas y canciones que tienen nombre de mujer y luego no es ella la protagonista sino la excusa) es el personaje que da título a la canción. Un hombre objeto que pasa de una mujer a otra; mujeres que, por otra parte, se mantienen la distancia porque la narradora de la canción le ha robado el marido. Triángulo amoroso donde una mujer no tiene inconveniente en reconocer que se emborracha, que mantiene relaciones sexuales sin previo conocimiento de la persona, que roba maridos y que reconoce sus estados elevados de deseo y lo cuenta como algo natural. Eso se dice en ella.

Es una de las canciones más narrativas que se han traído a estas páginas, un relato en primera persona autodiegético espontáneo, que bien podría ser un monólogo humorístico teatral o televisivo. No hay otra letra de mujer andaluza con mayor provocación que ésta, como corresponde al estilo *punk* que predica el grupo, estilo

⁶⁰ <http://www.eltxotxolabennarda.blogspot.com/>.

que termina por convertirse en un cóctel explosivo mezclado con lo coros aflamencados que la acompañan. Calificado de *pornopop*, no deja de ser una versión marginal de lo que en otros lugares se está proponiendo, al estilo de la serie televisiva *Sexo en Nueva York*, como abolición de prejuicios de la mujer en la manifestación de su sexualidad, eso sí cayendo, al buscar ese asombro e incluso puede que malestar en el oyente, en lo soez, como fin, además de una sonrisa para algunos, carcajada para otros, por lo disparatado, arriesgado y caricaturesco, matices que contrastan con la candidez e ingenuidad con la que la voz de la solista afronta tal letra.

EL MARÍO DE LA CANNISERA

Después de terminar una horrible relación
me fui a la m-30 y pillé el borracherón,
y allí estaba el nene con su culo bonito
fumándose un petardo y bebiendo un cacharrito.
¡Ay, qué mal me siento, que me va a dar un des-
mayo!

Tengo que contarle porque exploto, si me callo.
Juro por mis muertos que no estaba preparao,
pero el marío la carnícera creo que me tirao.

(Coro)

No sabía yo que era y el mamamarío de la canni-
cera

No sabía yo que era el mamamarío de la canni-
cera.

A este primo me lo ligo, me dije yo con salero,
chorrearon mis bragas cuando le agarré el trasero.
Necesito un achuchón aunque de mentira sea.

Estoy triste, desolada y me siento un poco fea.
(Coro)

Decidí venir conmigo pa que no dormiera sola,
sin contarme el problemilla que tenía en su pirin-
dola,

que aunque él era muy hombre y también era mu
macho

a su edad no se había operao el frenillo de su
cacho.

Con cuchillo eso se opera, te consejo que vayas a
una carnícera.

(Coro)

Ya nunca podré olvidar aquella tarde de invierno
en que fui al supermercao a por un filete tierno
y allí estaba mi tendera con su ceja levanta.

¡Ay la cara que me puso porque estaba mosqueá!
Cuarto y mitad de bisteles le pedi algo temblorosa
y cogió la peor carne, la carne más horrorosa.
Con mirada de asesina me cortó en casi una hora

tres filetes con más nervios que una servidora.
Vaya peste, cómo olía
si lo sé me cambió de carnicería.

(Coro)

¿Que queréis saber porque me hizo esta faena?
Porque el del frenillo era el novio de esta nena
y aunque quise abandonarlo no pudo se, soy la
pera:

me quedao con el marío de la cannicera.

(Coro)

Y con qué morro voy yo ahora a la carnicería,
cómo pido, cómo hablo, cómo miro yo a esa tía.
Tantos años en su tienda y en un día la he liao.
Ya no podré comer carne, tendré que comer pes-
cao.

¡Ay, qué miedo, qué psicosis!

Sólo queda que este niño se, se opere de fimosis.

(Coro)

Al urólogo ha marchao pa hecerse la operación.
Se fue con una pilila y volvió con un pollón.

Milagrosa medicina que es que su miembro ha
estirao,
mas no podemos follar pues siete puntos le han
dao.

(Coro)

Pronto se le caerán ya que cuando se depierte,
su minga mira al nordeste, tensa, erguida y peri-
puesta

Y los puntos van cayendo con tantísimo sigilo
que te juro que en dos días ya no le queda ningún
hilo.

¡Ay qué gusto da mirarlo!

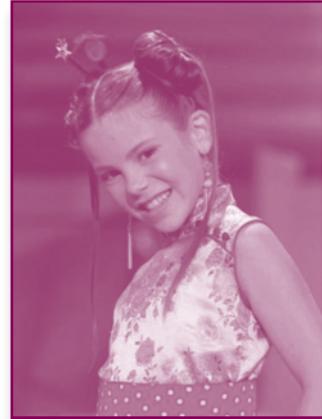
Se me sale el tampax sólo de mirarlo.

(Coro)

No sabía yo que era y el mamamarío de la canni-
cera

(Coro)

Mucho más blanco, es el mismo año del *boom* infantil de **María Isabel**. Otras niñas cantantes andaluzas han sido siempre referencia en este país. Sin ir más lejos ni remontarnos a épocas de Marisol, en estos últimos años, sirva María Isabel como representante de otras niñas como la sevillana Melody (Melodía Ruiz Gutiérrez⁶¹, de Dos Hermanas, Sevilla, con seis discos desde 2001, desde *De pata negra* hasta *Los buenos días*, de 2008, ya no tan niña), María Figueroa, la de los pompones, y María Carrasco⁶², por flamenco (con dos trabajos discográficos ya), conocidas ambas últimas por el programa de la televisión autonómica andaluza



conducido por Juan Imedio, *Menuda Noche*. En este caso el fenómeno corrió paralelo al de Rosa, en tanto que procede de una edición infantil de *Operación Triunfo* de donde también se llegó a la participación en Eurojunior, una Eurovisión infantil que ganamos con el tema que reproducimos.

María Isabel López⁶³ es de Ayamonte (Huelva). De sus cuatro trabajos discográficos, esta canción pertenece al primero, *No me toques las palmas que me conozco*, con cinco discos de platino. Su carrera, aunque incipiente, ha pasado ya incluso al mundo del cine con el estreno de la película *Ángeles S.A.* (Eduard Bosch, 2007).

.....

ANTES MUERTA QUE SENCILLA

El pintalabios, toque de rimel,
moldeador como una artista de cine,
peluquería, crema hidratante,
y maquillaje, que es belleza al instante.
Abrid la puerta que nos vamos pa'la calle.
¿Que a quién le importa lo que digan por ahí?

Estribillo

Antes muerta que sencilla,
¡ay! que sencilla, ¡ay! que sencilla
Antes muerta que sencilla,
¡ay! que sencilla, ¡ay! que sencilla
Y es la verdad, porque somos así.
Nos gusta ir a la moda, que nos gusta presumir

¡Qué más nos da que digas tú de mí!
De Londres, de Milán, de San Francisco o de París.

Y hemos venido a bailar
para reír y disfrutar.
Después de tanto y tanto trabajar,
que a veces las mujeres necesitan
una poquita, una poquita, una poquita libertad.
Mucho potaje de los de antes,
por eso yo me muevo así con mucho arte.
Y sí algún novio se me pone por delante,
le bailo un rato,
y una gotitas de Chanel n° 4
¡El más barato!

Estribillo (bis)

.....

Frase que ha hecho célebre para determinado tipo de aspecto recargado, “antes muerta que sencilla” es una filosofía de adultos en una canción para niños. La letra

⁶¹ <http://www.melodyfanclub.es/>.

⁶² <http://www.mariacarrascofanclub.es/>.

⁶³ <http://www.guapamariaisabel.es.tt/>.

perpetúa los estereotipos femeninos que afirman que la niña es presumida y coqueta por naturaleza. Con aire andaluz pero *pop*, este tema, por otro lado, muestra la tendencia global de niños que adoptan comportamientos de mayores: crema hidratante, perfume del caro, pasarelas de moda y una elegía al mundo Barbie o, peor, Paris Hilton. El toque tradicional se refleja en el potaje de los de antes, que al menos es una llamada a la buena alimentación, y hay una reivindicación feminista, no muy convincente, del momento de libertad que toda mujer necesita, aunque se conforme esta canción con sólo una “poquita”, giro lingüístico muy andaluz el de “una poquita de...”, asignando a “poco” desinencias femeninas del sustantivo con el que se relaciona aunque no se debería.

2005. *Papeles mojados*. Lamari de Chabao. Chill.

María del Mar Rodríguez Carnero es Lamari⁶⁴, malagueña, del grupo Chabao. Aunque como grupo aparece en 2002, se ha reservado este año de 2005 por ser el año en que esta mujer andaluza supera un cáncer de mama y escribe su experiencia. Con un título muy musical y muy flamenco, el libro sale a la calle coescrito con su hermana Aurora: *Enamorá de la vida, aunque a veces duela. Con cáncer también se crece* (2006) es el libro de esta mujer, valiente y ejemplo de otras andaluzas que nos ha hecho soñar, relajarnos y volar hacia lugares ignotos, con suavidad pero con tino certero de preguntarnos por muchas cosas que no nos son ajenas en Andalucía.

Flamenco Chill es el título del primer disco. Desde 2002 hasta 2009 son varios los trabajos editados. El último, *Con otro aire*, posee nueve temas compuestos por su solista, de los once que lo forman. Quizás de todos ellos hay siempre un tema

PAPELES MOJADOS

Miles de sombras cada noche trae la marea.
Navegan cargaos de ilusiones que en la orilla se quedan.
Historias del día a día, historias de buena gente, se juegan la vida cansados, con hambre y un frío que pela.
Ahogan sus penas con una candela.
Ponte tú en su lugar.
El miedo que sus ojos reflejan,
La mar se echó a llorar.
Muchos no llegan, se hunden sus sueños.

Papeles mojados, papeles sin dueños.
Frágiles recuerdos a la deriva desgarran el alma, calaos hasta los huesos.
El agua los arrastra sin esperanza.
La impotencia en sus gargantas con sabor a sal.
Una bocaná de aire les daba otra oportunidad.
Tanta injusticia me desespera.
Ponte tú en su lugar.
El miedo que sus ojos reflejan.
La mar se echó a llorar.

⁶⁴ <http://www.chabao.es/>.

que ha sonado y se ha popularizado: *Endorfinas en la mente* (2004) llevaba el tema que se usó en la campaña de la Junta de Andalucía, *Ahí estás tú; Pokito a poco* (2005), la canción de título homónimo...

De *Con otro aire* es la canción *Papeles mojados*. Chamba es eso, un sombrero, un cobijo de playa frente a la orilla del mar, donde encender un fuego, donde pensar, donde oler a sal y a arena, donde mirar el cielo... Pero también es el puesto vigía desde donde se pueden ver venir las pateras y los cayucos. El tema de la inmigración, como el de la violencia de género, como el del narcotráfico, como el de la política, como el de guerra, también preocupa a nuestras mujeres cantantes, sirva o no para vender discos. Este tema no es sólo una cuestión de palabras, lo es de ritmos, pues el punto electrónico del *chill* da paso en este disco a ritmos árabes y otros sonidos étnicos mediterráneos.

Como música para sentir, permite pensar y sin dar más datos ni cifras ni fechas, es lo bastante explícita la canción para saber que se habla desde un yo solidario que observa la realidad de la inmigración con impotencia y dolor, como la mar, en femenino, como suelen usarlo la gente del mar. Esta música *chill*, una "música sin patria" de la era post-industrial (Asensio, 2004), puede llegar a encontrar, como es ejemplo de ello, la construcción de una imagen poderosa de una no patria común a todos, no en el sentido peyorativo. Sin aporte de sensualidad o explotación del físico femenino, su filosofía clara es otra, más reflexiva, casi *hippy*, en busca de la felicidad a través de la paz y la tolerancia y la paz.

2006. *En lo alto del cerro de Palomares*. Estrella Morente. Flamenco.

Estrella Morente Carbonell⁶⁵, hija de Enrique Morente, cantaor, y de Aurora Carbonell, bailaora, es de Granada (Las Gabias). Una tradición familiar, como en otras mujeres comentadas, respalda su arte. Una señora del cante, es de las que proporciona una imagen más andaluza entre las jóvenes que están en este momento en activo. Su perfil se ajusta al de traje flamenco y cante en silla de enea. Sus trabajos se prolongan desde 2001 hasta hoy con cuatro trabajos disco y videográficos. Es la voz de *Volver* en la película de Pedro Almodóvar (2006). Su último álbum se llama *Mujeres* (Virgin) y es un homenaje a las mujeres cantaoras, cantantes y artistas del siglo XX, como también lo hiciera Carmen Linares en su obra *Antología (La mujer en el cante)* (1998). De *Mi cante y un poema* (2003) son los tangos que se recogen bajo el título *En lo alto del cerro de Palomares*, localidad del aljarafe sevillano.

Correspondiente a una tradición popular, la estructura de este tema es como un mosaico de piezas inconexas, como hemos visto en otros temas por tangos, donde

⁶⁵ <http://www.estrellamorente.es/>.

la reiteración, la rima y la métrica constituyen el valor fundamental del ritmo del palo. Describe, sibilinamente, un paisaje y unas circunstancias, un mirarse en el agua, un deseo de beber, metafórico, insatisfecho, y unas zarzas peligrosas que rompen delantales: un *locus amenus* bucólico pero inquietante y un personaje de mujer en él, que se peina reflejada en el agua y lleva delantal, una imagen antigua, tradicional, no exclusivamente andaluza salvo por la localización.

EN LO ALTO DEL CERRO

En lo alto del Cerro de Palomares,
en lo alto la Sierra de Palomares,
unos dicen que nones y otros que pares,
y otros que pares,
unos dicen que nones y otros que pares,
y otros que pares.
En el espejo del agua
me miro y me peino el pelo.
En el espejo del agua
me miro y me peino el pelo.
Unos dicen que nones y otros que pares,
y otros que pares.
Unos dicen que nones y otros que pares,
y otros que pares.

¡Ay, no te arrimes a los zarzales!
Los zarzales tienen púas
y rompen los delantales.
Fatigas, fatiguillas dobles,
pasa, pasaría aquel
que tiene el agua en los labios
y no la puede beber,
no la puede beber.
No, no, la puede beber
En lo alto del Cerro de Palomares
En lo alto la Sierra de Palomares
Unos dicen que nones y otros que pares, y otros
que pares
Unos dicen que nones y otros que
pares, y otros que pares...

2007. Cal y arena. Merche. Pop.

Aunque se da a conocer con *No me pidas más amor* en 2002, del disco *Mi sueño* (Vale Music), de sus recientes trabajos, es el año de *Cal y arena*. Sexy, joven, rubia, de aspecto en absoluto estereotipado andaluz, aunque tiene baladas, sus productos más famosos son canciones bailables, con un punto aflamencado. Mercedes Trujillo⁶⁶ es de Cádiz y cuenta ya con cinco álbumes. Compagina su faceta de intérprete con la de compositora y productora. Sus temas giran en torno al amor en la mayor parte de ocasiones, a las relaciones de pareja heterosexuales de muy diversos tipos. Dichas canciones están dichas en primera persona y muestran sentimientos de mujer ante el amor incipiente, el correspondido, el solitario, el terminado, el despechado, el amor por el hombre equivocado e incluso el del novio de la mejor amiga o del amigo inconfesable. Así se observa en este tema.

Como se puede leer, es uno de los temas de relación amorosa rota, de desamor de la protagonista. Sin vestigios andaluces, ni en letra ni en ritmos, la letra habla de una mujer harta de sufrir ante una relación que no termina de definirse, que le da momen-

⁶⁶ <http://www.mercheweb.com/>.

tos buenos y momentos malos, llevándola al sufrimiento. La valentía de la mujer del texto se encuentra en el final, donde, tras reflexionar en esta especie de monólogo interior de reproche a una segunda persona que no está, la chica decide sacarse los fantasmas del miedo y afrontar una nueva etapa en la vida. Nuestras mujeres cantan a otras mujeres valientes, de nuevo, y dueñas de sus propias decisiones.

.....
CAL Y ARENA

No entiendo de qué vas.
 Hay veces que me comes,
 de tanto quererme,
 Otras veces nunca estás
 y por mucho que te busque,
 no sé dónde te escondes.
 No piensas igual.
 Todo te ha sentado mal.
 Yo es que no podía dejártelo pasar.
 Hay cosas del amor que no pueden faltar.
 Estribillo.
 No sé por qué me das
 una de cal y otra de arena.
 Si te he dicho ya
 que pa mí es una condena,
 que me lleva hasta desesperar.
 Y no se cómo arreglar.
 Que no me conformo
 con tenerte a medias más.
 Tengo una obsesión:
 si pasamos horas juntos,
 siento que te aburres.
 Luego pienso y digo: no,
 si estuviera mal, seguro
 que eso no se confunde.
 ¿Qué quieres de mí?

Si ya has dejado de sentir,
 dímelo bajito
 y me olvido ya de ti.
 Si todo sigue igual,
 ven corriendo por mí.
 Y no sé como arreglar
 Si cuando mas te pido menos das
 No quiero regresar a vivir de esa manera
 Ya no puedo llorar.
 Fuera miedos, fuera penas
 que el amor está pa disfrutar.
 Y si es conmigo sabes ya
 Estribillo
 Mi silencio te deja indiferente, mientras yo
 sigo buscando cuál es la razón
 de por qué me das
 una de cal y otra de arena,
 ...
 Si cuanto más te pido, menos das.
 No quiero regresar a vivir de esa manera.
 Ya no puedo llorar.
 Fuera miedos, fuera penas,
 que el amor está pa disfrutar.
 Y si es conmigo sabes ya
 que no me conformo
 con tenerte a medias más

.....
2008. Nadie más que tú. Vanesa Martín. Pop/ Moussolou. Gala Évora.

Aunque el año de lanzamiento de Vanesa Martín fuera el anterior, es en 2008 cuando su aparición en *Operación Triunfo* la catapultó a la fama nacional. Su disco es *Agua*. Vanesa continúa el perfil de chicas jóvenes andaluzas que van a Madrid a buscar fortuna como cantantes. Su esencia de cantautora *pop* la distancia de otras cantantes actuales, consiguiendo un estilo propio, muy poco aflamencado pero con un mínimo de resquicios andaluces, que no se reflejan en su apariencia física, totalmente actual e internacional. Es malagueña y canta al amor.

Una imagen romántica y melancólica de otoño madrileño frío acoge a una mujer que recuerda un amor que no pudo ser. Es una mujer la que recuerda su historia, como

en temas anteriores en monólogo dirigido a alguien a quien no se atrevería a decirle lo que se dice a sí misma en soledad puesta en el lado del otro. El olvido lento...

.....
NADIE MÁS QUE TÚ

Era el mismo miedo que sentí una vez,
la misma inquietud pero ahora en otro ser,
era disfrutar cada minuto
de cada detalle de mi juventud.
Fue la risa abierta de un atardecer,
unas manos cargadas de timidez,
un impulso lo que me hizo estar aquí,
pedirte callada: quédate a dormir.

Estribillo.

Aquí no importa nadie, nadie más que tú,
perdona si algún día no te lo hice ver,

tu huella deja en mí más que una multitud,
un soplo de pasión que me eriza la piel.

(bis).

Cayeron las hojas del otoño gris.
Ya refresca por la tarde aquí en Madrid.
Caminé descalza por el parque
y la humedad del suelo me hizo sonreír.
Si te viera ahora me querría morir,
ya sólo me acuerdo de noche de ti.
Me tragué mis lágrimas y dije no.
Tú tenías tu vida, yo mi razón.

Estribillo (bis).
.....

Es el año también del lanzamiento en solitario de **Gala Évora**⁶⁷, una de las Papá Levante, fenómeno musical interesante parecido a Las Ketchup pero de mucha más calidad en cuanto al cuidado de la imagen de la banda, sus discos, sus letras y músicas... De este grupo de múltiples chicas jovencísimas ha salido Gala, intérprete de Lola Flores en su *biopic* cinematográfico de Miguel Hermoso (*Lola, la película*, 2007). Su disco en solitario es *Agua y luz*. La versatilidad de esta promesa hace que pueda interpretar tanto flamenco como baladas y otros estilos románticos. Su ritmo básico es muy pausado, radicalmente diferente al de Papá Levante. Las composiciones que ha interpretado, tanto en su etapa anterior como en la actual, siempre llevan algún tema con mensaje social. De entre los tres discos del grupo anterior (2000, 2003 y 2005), no sólo se encontraba el tema canción del verano *Me pongo colorada*, en el primero, estas seis chicas gaditanas también cantaron *Gorda*, en el segundo, *Sopla levante*, sobre el tema de la anorexia. Entre la gracia, la frescura, la espontaneidad, y la juventud de estas adolescentes, unas Spice Girls a la andaluza, les cupo la preocupación sobre este tema tan delicado que afecta a chicas de su misma edad.

De su carrera como solista hay canciones de homenaje a Cádiz de resonancias andaluzas y otros temas, que siendo andaluces de la misma manera, plantean la inquietud de la inmigración, tan presente en cantantes andaluzas de culturas marineras, de ese mar de donde vienen las pateras. Como hiciera desde Málaga Lamari de Chambao, lo hace Gala Évora desde Sanlúcar de Barrameda (Cádiz).

Composición de Salif Keita, cantada a dúo con Gala Évora, no es estrictamente un tema sobre inmigración, interculturalidad o integración. Representa la fase previa a la inmigración, la que no conocemos desde aquí, de una cultura abocada a

⁶⁷ <http://www.galaevora.es/>.

morir en un lugar inhóspito, inhumano, por dejadez de los países poderosos. Es un canto al tercer mundo desde este tema senegalés traducido y adaptado al español; la integración está en su ritmo africano y andaluz.

.....
MOUSSOLOU

(Canto africano)

A qué luchas mi hermano
 sudando trigo y café
 antes de perder la fe
 cada mañana.
 Roja la sangre en mis manos,
 ríe la tierra en mis pies,
 y negro el amanecer
 yendo a por agua.
 Y hace tanto que la vida duele
 que ni me acuerdo
 de cuando reí
 y la nana que a mi niño duerme
 es mi alegría.
 Entre cenizas, entre cenizas,
 Porque del cielo protector llueve sequía.
 A la tierra ya nada le queda,

unos minutos
 de paja al día,
 una danza que
 es de viento y seda,
 muertos los frutos que antes paría.
 Entre cenizas, entre cenizas,
 porque el aire abrasador seca la vida.
 Mi padre ya lo sabía
 mucho antes de morir:
 el mundo del hombre que te elija
 será el mundo que te toque vivir.
 Las lágrimas sobran aquí.
 Tú nunca llores, vida mía.
 Que nadie lllore por ti.
 A los hijos de mis hijos también les hablaste así
 (bis)
 (...Canto africano)

.....

Al cierre de estas páginas, en la lista de éxitos musicales de 2009 figura **Diana Navarro**⁶⁸ en el nº 37, con *Camino Verde*, que está en la lista de los más vendidos de enero con el número 6 y subiendo, y nombre que no se podía dejar de citar aquí por la repercusión y éxito conseguidos en los últimos años por parte de esta cantante malagueña de copla y canción flamenca. Niña Pastori presenta disco en marzo, *Deseando verte*. Pastora Soler lanzará *Quince años*. Acaba de sacar disco una sevillana afincada en Guadalajara: María Gracia, que ganó *Gente joven* hace veinte años, *Está amaneciendo*, su séptimo disco con la firma Fonográfica del Sur, calificado por ella misma como flamenco acústico. Es una cantautora cuya autoría recae en gran parte de las canciones de este disco además de la colaboración de Ana Reverte. Entre canciones a Sevilla, al amor, entre coplas y boleros, canta a los malos tratos y al tema de la adopción.

Y como este capítulo se termina cuando el año 2009 arranca a caminar y para que sean veinte años y no mentir con respecto al título del encabezamiento y al periodo recorrido, cerramos con un año próximo a 1989 con la única excusa de encontrar el año imprescindible de Martirio.

⁶⁸ <http://www.diananavarro.org/>.

1986. *Estoy mala*. Martirio. Copla postmoderna.

Maribel Quiñones es un icono. La fusión de lo andaluz es ella. En su web figura que su nombre no tiene nada que ver con el sufrimiento sino, por su etimología griega, con el significado de testigo de lo que le rodea. Sobre todo se ha fijado Martirio en las mujeres que la rodean y ha transmitido sentimientos y problemas de mujer en muchísimas de sus canciones. Su imagen es la de tonadillera postmo-



terna que combina trajes de flamenca con elementos minimalistas y peinetas imprescindibles hasta entonces. La mirada descreída a la tradición y el cariño hacia ella se deja traslucir en el resultado de humor sarcástico que respiran sus canciones, que en muchos casos dan la impresión de representar a la tristeza riéndose de sí misma.

.....
ESTOY MALA

Son las ocho menos cuarto,
me tengo que levantar,
lavar y vestir a los niños
y preparar las tostás.
¡Qué a gusto me quedaba en la cama todo el día,
otra vez el mismo rollo,
todos los días lo mismo, qué fatiga!
Y es que no puedo con mi cuerpo,

no tengo ganas de ná,
necesito una pastilla pa' ponerme a funcioná.
Y es que estoy mala, muy mala,
mala de acostarme.
Lo saben todas mis vecinas,
por las paredes se enteran:
que me acuesto con mi Manolo
pero los muelles no suenan.

.....
Martirio podría haber entrado en muchos de los años que estamos relatando pero es lo justo que sirva de representación este año anterior a las fechas por lo que supuso de toque andaluz a la movida española, no sólo madrileña, de los años 80 del siglo XX. Si el tema que aquí se propone supone la elevación a categoría de materia poética la vida del ama de casa de los treinta para arriba, no lo es menos en la cultura popular andaluza donde cuajó la frase “estoy mala de acostarme”, por no hablar de las *Sevillanas de los bloques*, que nos dejaron para siempre la célebre referencia “arreglá pero informal”, con el chándal y los tacones, estilo casual de “mari de barrio”. *Estoy mala* es su primer disco en solitario tras el paso por el grupo Veneno, con Kiko Veneno, Raimundo y Rafael Amador (aunque ya en el año 81 formaba parte del grupo *folk* Jarcha), un primer disco que contiene muchos temas de Kiko Veneno. Es el primer intento de fusión de *rock* y copla, estilo que ha ido depurando y donde el *jazz* hoy por hoy ha tenido más importancia que el *rock*. Su estilismo de gafas y peinetas atraviesa once trabajos hasta su *Primavera en Nueva*

York (Calle 54/Sony BGM). El mundo de la mujer queda patente en la mayor parte de sus temas, desde sus complejidades mentales sobre el amor, hasta su preocupación por la dieta y la figura esbelta (*Amor masoca*, del álbum *Cristalitos machacaos* –1989, EPIC–, o *Las mil calorías*, junto con otras sevillanas en el disco *He visto color* –1994 RCA/BGM–).

Martirio fue una de las primeras que habló del deseo en la mujer de una manera distinta a las folklóricas, que suelen hacerlo de un modo melodramático (De la Pascua, 2004), pero no es éste el tema que lo refiere. La breve alusión al tema del deseo carnal no satisfecho de la última estrofa poco tiene que ver con el deseo propiamente dicho, más se encamina a un hecho acumulativo de hastío, de cansancio y hartazgo de una vida monótona que necesita del dopaje de salicílico, paracetamol, tranquilizantes o energizantes para poder hacer que el cuerpo funcione. Ese aburrimiento queda claro en la reiteración de la rutina explícita cuando habla del “rollo” de cada día, asistido por el andaluz que proporciona la utilización del término “fatiga”, que cuenta con un empleo no sólo como indicador de cansancio, también como náusea.

Como panorámica general de resumen de estas dos décadas puede decirse que la segunda mitad de la década de los noventa nos ha traído

- Una progresiva disminución de las cantantes folklóricas en favor del *pop* y de la fusión tanto en géneros musicales como en iconografías.
- Una irrupción incontestable de mujeres representantes de culturas marginales.
- Una continuidad de temas amorosos pero un aumento importantísimo de temas sociales de preocupación nacional e internacional, además de “temas de mujer”.
- Un aumento de la objetualización y sexualización del cuerpo de la mujer cantante pero manteniéndose en proporcionado equilibrio entre quienes optan por no hacerlo.
- Una perpetuación del escaso número de mujeres dedicadas al flamenco puro.
- La aparición de una generación completa de mujeres cantantes jóvenes, adolescentes y niñas.
- La existencia de sedimentos andaluces en un 99% de las cantantes, en su forma de cantar o en las letras de las canciones, con independencia del género musical, llevando como marca indeleble la cultura andaluza a lo largo de todas las carreras, de las largas y de las incipientes.

La variedad de opciones que se ha podido observar corrobora la razón que tenía Teresa de Lauretis cuando afirmaba que los estudios de la mujer debían ser estudios de las mujeres. Aquí se ha observado el hecho del estudio de género con las siguientes variables:

- Mujer
- Andaluza (gitana o paya)
- Cantante

Que nos han llevado a atender a cinco marcas: de sexo, de procedencia, de raza, de profesión y de edad.

Esperamos que este trabajo contribuya a ir completando los escasos existentes en dos frentes: sobre mujer y música, y sobre mujer y Andalucía. Razones hay para continuar en ello. La experiencia de las jornadas sucedidas en Barcelona, en el Centro de Arts Santa Mónica en 2006 se preguntaba sobre la producción, representación e historia de la música desde una perspectiva feminista, con un colectivo organizador que viene trabajando desde 2003⁶⁹. La respuesta, remitiéndose a profesionales europeas, asegura que existe una discriminación y estigmatización de las mujeres tanto en la representación como en la producción de la música en la era electrónica, la que vivimos. Y no sólo se empiezan a atender estos problemas de género desde la perspectiva de la creación, también desde el consumo. Estudios de 2006 reflejan la influencia de la música en el comportamiento de adolescentes, un estudio realizado sobre mil cuatrocientos jóvenes que relaciona las letras de canciones sexualmente groseras y la precocidad sexual. Se confirma que los jóvenes que escuchan música con letras sexualmente explícitas o groseras tienen más tendencia a la precocidad sexual y las relaciones sexuales adolescentes. El trabajo fue realizado por Steven Martino para Rand Health sobre una muestra de mil cuatrocientos durante cuatro años en edades comprendidas entre doce y diecisiete años en EEUU. Las canciones usadas para el experimento fueron de *rap*, *pop* y *rock* fundamentalmente. De dieciséis grupos y solistas, trece tenían canciones sexistas. Justo es por ello continuar y cotejar el trabajo desde las perspectivas de mujeres cantantes, bien es cierto que la responsabilidad de los contenidos de las canciones recae en los letristas y productores, que a día de hoy siguen siendo en abrumadora mayoría hombres.

Woodside (2008) decía que las expresiones culturales satisfacen necesidades del presente y la vigencia es el término clave, ya que los discursos sonoros tienen que tener relación con su tiempo para perpetuarse. El nivel de cohesión de las generaciones jóvenes y sus distintas formas de entender la vida, en forma de tribus urbanas o de filosofías de vida y comportamiento, se refleja en las cantantes andaluzas y asegura su continuidad. Tenemos mujeres cantantes para todos, para todo tipo de públicos, de oyentes, en edades y en gustos y actitudes, para mujeres y para hombres. Adorno decía en su obra *Introducción a la sociología de la música* (1968) que había una serie de tipos de oyentes el buen oyente, el consumidor de cultura, el oyente emocional y el resentido. Los dos principales son el oyente experto y el

⁶⁹ <http://www.r23.cc/>.

de entretenimiento. Para todos ellos hay una cantante y una canción andaluza. Y todos llevamos dentro un oyente ecléctico, como llama García Quiñones (2005), para cada momento podemos disponer de una de estas canciones o intérpretes, en función de nuestra necesidad y sensibilidad puntuales como oyentes.

La globalización afecta a la construcción de mujeres andaluzas y sus canciones, en tanto que forman parte de este mundo igualado y homogéneo, pero hay dos cuestiones que flotan y traspasan la homogeneidad con lo exterior: los problemas sociales, como la inmigración por ejemplo, que sumados al aspecto hacen que sean mujeres de su tiempo. Quedan muy pocas marcadamente andaluzas, ahora bien, todas ellas tienen, conservan, un acento andaluz y ritmos o “pellizcos” andaluces incluso en las que menos acusan su procedencia, manteniendo esos rasgos identitarios que hacen compaginar lo global con lo ancestral. Sin saberlo se han sumado a lo que a finales del siglo XX se ha llamado cosmopolismo, una manera de ser universal pero no globalizado por la presión dominante. En realidad la geografía física de nuestro enclave nos sitúa entre el Islam y Europa. La multiculturalidad de nuestra tierra construye nuestra cultura como un proceso dinámico que ha encontrado mucha permeabilidad en la canción y la música, que no tanto en el cine o en la televisión, sin perder la esencia base. Es lo que dice Provansal: “El mestizaje creciente de nuestras sociedades no hace desaparecer los habituales *locus* de referencia identitarios” (2002: 250) y además se mantiene allá a donde vaya la persona, incluso transmitiéndolo a sus descendientes, es lo que denomina territorios circulatorios.

Cuando se citó a Asensio (2004) se hizo en relación a la construcción de la imagen de la ciudad a partir de la música electrónica en la era postindustrial. En este proceso de construcción, es innegable la importancia de los sonidos que evocan en la imaginación unos referentes reales que terminamos interiorizando y convirtiéndolos en sonotopos (lugares sonoros simbólicos). Las nuevas realidades exigen nuevos conceptos que apelan a nuevos sonidos y comienza la reatualización de la música que recoge una nueva realidad y al fijarla la transmite y devuelve para su consolidación. La música andaluza de mujer está plagada de ello a través de las fusiones, no tanto de sonidos inventados, sí reinventados. Los nuevos lenguajes se desarrollan porque existen nuevas necesidades. La inmigración, la maternidad, la violencia de género, la delincuencia, la drogadicción, el sexo, la igualdad de la mujer, su empoderamiento, el techo de cristal o el muro de terciopelo... La canción de mujer andaluza dentro en los márgenes de la música comercial combina:

- Discursos sociales con
- Discursos estéticos y
- Discursos expresivos

Letras de amor, letras bordes, letras sensuales, provocadoras, sobre malos tratos, sobre libertad, mujeres viejas (no se puede olvidar una referencia mínima a la

abuela del “probe” Miguel, Esperanza la del Maera (1922–2001), miembro del grupo de flamenco festivo Triana Pura que cosecharon éxitos con el disco *De Triana al Cielo* en 1998 donde se incluía el tema del “Probe Miguel”), mujeres jóvenes, niñas, maduras, enviando mensajes musicales de compromiso y cambio social, como reza en el himno de Andalucía, que cantara Rocío Jurado en la banda sonora de *La Lola se va a los puertos* (Josefina Molina, cordobesa, 1993), para España y la Humanidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS⁷⁰

- ADELL, Joan–Elies (2004): “Música y tecnología: Sobre las transformaciones discursivas en la música popular contemporánea”, en Miguel Ángel Muro (coord.): *Arte y nuevas tecnologías*. Logroño: Universidad de La Rioja.
- ADORNO, Theodor W. (1968): *Introducción a la sociología de la música*. Barcelona: Gedisa.
- ALABARCES, Pablo (2008): “Posludio, música popular, identidad, resistencia y tanto ruido (para tan poca furia), en *Revista Transcultural de Música*, nº 12 (en línea en <http://www.sibetrans.com/trans/trans12/art07.htm>).
- ASENSIO LLAMAS, Susana (2004): “Músicas sin patria o los nuevos lenguajes de la era post–industrial: paratextualidad y electrónica”, en *Revista Transcultural de Música*, nº 8, (en línea en <http://www.sibetrans.com/trans/trans8/asensio.htm>).
- BÄKER, Rolf (2005): “Lo decisivo fue la mezcla y esa mezcla sólo ocurrió en Andalucía. Algunas reflexiones acerca de la identidad andaluza en el discurso flamencológico”, en *Nassarre. Revista aragonesa de musicología*, nº XXI (Actas del VIII Congreso Internacional de la Sociedad Ibérica de Etnomusicología, pp.109–176).
- BLAS VEGA, José & Sánchez Alonso, Fernando (1996): *La canción española. De La Caramba a Isabel Pantoja*, Barcelona, El Búcaro.
- BURGOS, Antonio (2007): *Rocío, ay, mi Rocío. Una historia sentimental*. Madrid, La esfera de los libros.
- De La PASCUA, M.J., García–Doncel, M. R. & Espigado, G. (eds.) (2004): *Mujer y deseo: representaciones y prácticas de vida*. Cádiz: Universidad de Cádiz.
- DÍEZ–PIMIENTA, Alexis (1998): *Teoría de la improvisación*. Guipúzcoa: Sendoa.
- GARCÍA QUIÑONES, Marta (2005): “El oyente ecléctico”, en *Nassarre. Revista aragonesa de musicología*, nº XXI (Actas del VIII Congreso Internacional de la Sociedad Ibérica de Etnomusicología), pp.133–142.

⁷⁰ Todas las referencias a páginas *web* y bibliografía *online* llevan fecha de última entrada de 9 de febrero de 2009.

- GARCÍA TEJERA, María del Carmen (2006): “Tipología de la mujer en la copla flamenca”, en *Tavira. Revista de Ciencias de la Educación*, nº 22, pp. 93–108.
- GÓMEZ CAPUZ, Juan (2004): “La poética del *pop*. Los recursos retóricos en las letras del *pop* español”, *Anales de Literatura Española*, nº 17, pp. 49–72.
- GUARINOS, Virginia (2008): “Mujer, radio y canción de consumo”, en Felicidad Loscertales & Trinidad Núñez (coords.): *Los medios de comunicación con mirada de género*. Sevilla: Instituto de la Mujer, pp. 221–240.
- HOLLINGER, KAREN (2006): THE ACTRESS. HOLLYWOOD ACTING AND THE FEMALE STAR, ARMSTRONG Atlantic State University.
- ÍÑIGUEZ, Fernando (2003): “Las niñas proclaman la fuerza del *Ojú*”, en *El País*, 17 de agosto (en línea en http://www.elpais.com/articulo/revista/agosto/ninas/proclaman/fuerza/oju/elpepirdv/20030817elpepirdv_1/Tes).
- LÓPEZ CANO, Rubén (2005): “Más allá de la intertextualidad: tópicos musicales, esquemas narrativos, ironía y cinismo en la hibridación musical de la era global”, en *Nassarre. Revista aragonesa de musicología*, nº XXI (Actas del VIII Congreso Internacional de la Sociedad Ibérica de Etnomusicología), pp. 59–76.
- MAÍLLO SALGADO, Sara (2007): “La mujer en la copla española”, en Esther Martínez (coord.): *La igualdad como compromiso. Estudios de género en homenaje a la profesora Ana Díaz Medina*. Salamanca: Universidad de Salamanca, pp. 381–394.
- MARIÑAS, Eva (2006): Lo popular: música y literatura, voz de autor, cultura de masas, en *Culturas populares*, nº 3 (en línea en <http://www.culturaspopulares.org/textos3/articulos/marinas.pdf>).
- MORENO, Isidoro (2002): *La globalización y Andalucía. Entre el mercado y la identidad*. Sevilla: Mergablum.
- MUÑOZ, Paloma (2005): Las mujeres en las músicas populares, en *Convergencia*, año/vol.12, nº37, pp. 361–374.
- PLASTINO, Godofredo (2005): Texturas abiertas: Sobre la música mediterránea, en *Nassarre. Revista aragonesa de musicología*, nº XXI (Actas del VIII Congreso Internacional de la Sociedad Ibérica de Etnomusicología), pp.13–30.
- PROVANSAL, Danielle (2002): Interculturalidad e identidades colectivas, en Manuel Jaén y Fernando Martínez (eds.): *El Mediterráneo, confluencia de culturas*. Almería: Universidad de Almería, pp. 245–254.
- RAMOS LÓPEZ, Pilar (2003): *Feminismo y música*. Madrid: Nancea.
– (2004): Déjame que te cuente, limeña... Sobre las mujeres y la música popular, en *Meridiam*, nº 32, Instituto Andaluz de la Mujer, pp. 46–49.
- RÍOS, Presentación (2007): Indumentaria y actitudes corporales de la mujer a través de la canción española, en *Música y educación. Revista trimestral de pedagogía musical*, nº 71, pp. 99–114.

- RODRÍGUEZ CARNERO, María del Mar y Aurora (2006): *Enamorado de la vida, aunque a veces duela. Con cáncer también se crece*. Madrid, 2006: La esfera de los libros.
- ROMÁN FERNÁNDEZ, Manuel (1993): *Memoria de la copla. La canción española de Conchita Piquer a Isabel Pantoja*. Madrid: Alianza.
- ROMÁN, MANUEL (1993): *Memoria de la copla: la canción española de Conchita Piquer a Isabel Pantoja*. Madrid: Alianza.
- ROSA, Celso (2007): La cultura *rap*: comunicación y lenguaje de los bordes, en *Culturas populares*, nº 4 (en línea en <http://www.culturaspopulares.org/textos4/articulos/rosa1.pdf>).
- SHAfer, Murray (1977): *The Soundscape. Our Sonic Environment and the Tuning of the World*, Vermont, Destiny Books.
- SOTO VIÑOLO, Juan (2006): *Rocío Jurado. Una biografía íntima*. Madrid: La esfera de los libros.
- TEJERO ROBLEDO, Eduardo (2002): La canción de cuna y su función de catarsis en la mujer, en *Didáctica (Lengua y Literatura)*, nº 14, pp. 211–232.
- WOODSIDE, Julián (2008): “La historicidad del paisaje sonoro y la música popular”, en *Revista Transcultural de Música*, nº 12 (en línea en <http://www.sibetrans.com/trans/trans12/art21.htm>).

5. Género, movilidad e innovación. La inclusión digital de la mujer

Fernando R. Contreras
Universidad de Sevilla

5.1. INTRODUCCIÓN: DESDE EL IMPERIALISMO TECNOLÓGICO AL PATRIARCADO TECNOLÓGICO.

Este texto se encierra en el mismo marco temporal en el que asistimos a la consolidación del Instituto Andaluz de la Mujer y de la Sociedad de la Información en nuestra Comunidad Andaluza. Tanto las reivindicaciones de las mujeres andaluzas representadas en esta Institución como el comienzo de la implementación de las autopistas de la información surgen casi simultáneamente en nuestra región. Este estudio tratará de explicar la posible relación cultural entre la innovación tecnológica y los estudios de género. Para ello, partiremos de una misión asumida por el Instituto de la Mujer: la lucha contra el techo de cristal en el ámbito de la ciencia y la tecnología. Esta disputa surgió de las circunstancias que rodeaban el arranque de la Sociedad de la Información en Andalucía. Las condiciones de las mujeres en la aproximación al ámbito de las tecnologías eran desiguales, no sólo aquí, sino también en más lugares del mundo. La premisa inicial de la que parte este capítulo está fundamentado en los textos feministas de Haraway, Wajcman, Butler y otras pensadoras contemporáneas: la innovación tecnológica siempre ha estado bajo el dominio masculino. Existen otras relaciones de las tecnologías y la mujer: la conquista del poder en la dirección de empresas TICs (*e-empowerment*), el teletrabajo, la teleformación, la asistencia de las TICs al entorno familiar, el liderazgo femenino o también igual de importante, la descripción de la e-inclusión (la relación de la tecnología con las experiencias, las habilidades, la comunicación o la información). Sin

embargo, hemos decidido trabajar sobre la idea de innovación que consideramos el comienzo de este camino a la Sociedad Tecnológica.

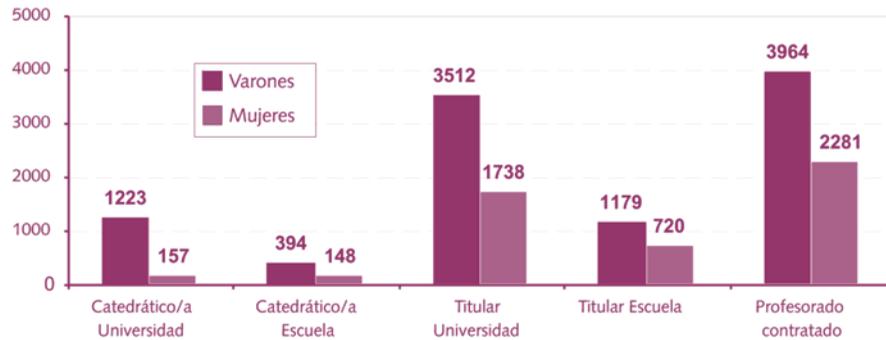
Toda innovación social, política o tecnológica se basa en una campaña de comunicación que informa a la opinión pública. La información transmitida cumple, como veremos más adelante con más detalles, una función persuasiva para afianzar el éxito. La Sociedad de la Información se desarrolló inicialmente en un espacio público dominado por el espíritu patriarcal. En la esfera de las tecnologías de la información y de la comunicación y la innovación, la presencia de la mujer era escasa y la poca existente, no ejercía poder sobre los cambios.



Gráfico de cargos universitarios en Andalucía en 2004. Fuente: CES.

No sostendremos que la actual Sociedad de la Información es una sociedad desigualitaria en Andalucía (Estebarez, Gallego, Ramírez y Rodríguez, 2004:130–131). Precisamente, las Instituciones Sociales, como es el caso del Instituto Andaluz de la Mujer, no solo han velado por el cuidado de la incorporación de la mujer, sino que han fomentado el uso de las nuevas tecnologías a favor de una sociedad más paritaria respecto al sexo de las personas investigadoras y científicas. Las nuevas generaciones, tal como demuestran los estudios cuantitativos, se incorporan en las mismas condiciones. No obstante, existe un salto pronunciado con las generaciones anteriores.

En este estudio, pretendemos mostrar la causa. Con las tecnologías nos viene algo dado desde fuera. El propio objeto técnico es portador de ideología, de cultura tecnológica, y por tanto, de hábitos (de prácticas) de vida, si entendemos la cultura en su sentido más amplio. Para comprender la hipótesis de partida debemos explicar el fenómeno de implementación de las tecnologías en las sociedades: ¿Cómo introducimos las tecnologías de la comunicación (el ordenador, la telefonía móvil, Internet, la cultura del videojuego, TDT, cámaras digitales, PDA, GPS, etc.) en nuestra comunidad?



Categorías profesionales en el total de las universidades públicas andaluzas en 2004. Fuente: CES.

La primera aplicación de la tecnología Internet la encuentra la industria militar. Es ya bien conocido como la red ARPANET (*Advanced Research Projects Agency Network*, 1965) tras varias transformaciones y la adhesión al proyecto de las empresas privadas torna esta red de ordenadores en una red comercial que conocemos por INTERNET. Curiosamente una tecnología parecida llamada MINITEL (1982) se utilizó en Francia, pero el gobierno decidió finalmente no invertir en ella, ya que la ciudadanía sólo la utilizaba para contactos entre particulares. Al principio de su desarrollo estuvieron Poste y Téléphone et Télécommunications. Fue Jean Louis Fourtanier quien descubrió la auténtica clave del negocio con MINITEL, un video-texto que más tarde adoptó el sistema operativo UNIX, más flexible y que permitía la comunicación en tiempo real. Tanto MINITEL como INTERNET triunfaron porque fundaron los *mercados populares telemáticos* que ofrecían interacción en tiempo real entre los usuarios.

Esta es la clave para comprender el éxito de la Sociedad de la Información: la interacción masiva entre personas usuarias. Mientras que los medios masivos frenaban técnicamente las redes de comunicación descritas por Marshall MacLuhan cuando se refería a la televisión, las redes de ordenadores abrían un panorama nuevo de conectividad entre personas y de libertad, esquivando la custodia de las empresas mediáticas. Pese a este avance técnico, la digitalización ha supuesto varios cambios que si bien no afectan directamente el fenómeno de la comunicación humana, si es verdad que ha provocado efectos novedosos sobre la comunicación mediática.

La convergencia multimediática ha traído: a) la fusión y compra de empresas mediáticas de distintos ámbitos (prensa, radio, televisión e internet), b) la conversión de toda la información (textual, sonora, visual, táctil) a paquetes de *bits* que distribuimos por redes digitales, c) el acceso de distinta información a través del mismo canal para el usuario (la aparición de plataformas digitales), d) la regulación

(o el intento) a nivel internacional de la información por convenios o tratados más allá de nuestras fronteras, e) la aparición de empresas transnacionales de la industria de la cultura que compiten en un mercado global, f) la uniformización de la cultura mediante productos con formato estándar que se emiten sin respeto a las tradiciones o las culturas locales y g), las multiplataformas profesionales en las que los periodistas trabajan en redacciones, produciendo noticias que pueden explotarse simultáneamente por varios medios (prensa, radio, televisión o internet). Finalmente, nos queda por ver en un futuro inmediato el desarrollo de nuevos soportes, contenidos y servicios provocados por la hibridación digital de los medios como la televisión digital terrestre interactiva, la televisión en movilidad (televisión en teléfonos móviles), la televisión por SMS, Internet en la televisión, etc.

El *modelo de comunicación directa* que conseguimos con las redes digitales ha sido muy relevante durante estas últimas décadas. La tecnología móvil e Internet han abierto nuevas formas de redes sociales, más que otras tecnologías de la comunicación (el teléfono, el telégrafo, el fax). El teléfono móvil e Internet han experimentado un cambio curioso, de una tecnología de la comunicación han transmutado a una tecnología de medios de comunicación con la aparición de las redes sociales conectadas a través del ciberespacio. Estas mismas redes han formalizado nuevos escenarios para los estudios sociales sobre igualdad. La brecha digital es un concepto que surge precisamente de la preocupación de nuestras comunidades por el acceso de las minorías y los rezagados al espacio público digital. Las categorías utilizadas para la brecha digital son la raza, la etnia, la religión, la clase social, la orientación sexual y el género.

Esta brecha digital que constituyen las mujeres y su incorporación a la Sociedad de la Información se caracteriza entre otras razones (Castaño, 2008):

- Los empresarios (evidentemente hombres) retrasan la incorporación de la mujer al sector TIC, porque piensan de ellas que dan prioridad a la maternidad, a las relaciones y a la vida privada.
- Existen barreras (visibles e invisibles) que dificultan todavía el acceso a las mujeres a los puestos de poder y responsabilidad en las cúpulas directivas de las empresas del sector TIC (los estudiosos anglosajones denominan a este fenómeno social, *empowerment*).

Las tecnologías y la flexibilidad horaria se percibe en algunos sectores profesionales de mujeres como un medio abusivo que les aumenta la carga laboral y el control por parte de las empresas.

- Existe todavía una carencia en determinados segmentos de mujeres por edad de educación digital y formación en habilidades y competencias tecnológicas.

- No ha desaparecido el estereotipo de tecnofobia femenina que pone en desventaja a la mujer, ya que se le supone una actitud pasiva y poco hábil frente a las tecnologías.
- Los resultados arrojados por los estudios cuantitativos y cualitativos demuestran la presencia de una *segunda brecha digital* muy superior entre hombres y mujeres a través del grado de e-inclusión (Martín en Castaño, 2008: 133–154).
- Tenemos una *brecha de usos*. Los hombres usan las TICs para el comercio, la banca o los servicios relacionados con el ocio. Las mujeres buscan servicios relacionados con el bienestar social como es la formación, empleo o información sobre la salud.

La morfología de la tecnología ha sido (y pensamos que todavía lo es) discriminatoria. La Sociedad de la Información se basa en la creación de las redes digitales (redes de móviles, redes satelitales, redes de cable o Internet) cuyo origen son las grandes empresas transnacionales. Fueron los intereses privados los que pusieron la base del cambio hacia una tecnificación de la sociedad occidental. Este pequeño grupo de empresas buscaban una tecnología que les permitiera actuar en tres direcciones: a) la creación de un mercado universal, b) un contexto global desajustado, c) y una lógica de producción mundial seleccionada por su rentabilidad y conveniencia.

Las empresas transnacionales son entidades privadas que aumentan el poder de control sobre las decisiones tecnológicas, distribución de bienes, beneficios, recursos y riquezas. Así pues, nuestras instituciones europeas, nacionales y autonómicas tras reuniones internacionales (Informe Bangemann, Libro Blanco, Libro Verde, Cumbre de Lisboa, E-Europa, etc.) asumen la custodia del desarrollo de la nueva Sociedad Digital. Las corporaciones privadas diseñan proyectos internacionales y nacionales que pueden acabar con la independencia de las naciones. Sólo la dependencia de infraestructuras de comunicación de propietarios privados y extranjeros es un problema de autonomía, pero si además le sumamos que las mismas empresas concentran no solo los canales de información, sino que controlan también la producción de los bienes culturales y los nuevos servicios digitales, entonces la independencia de las naciones europeas corre un serio riesgo cultural. La producción y difusión de contenidos culturales supone además el control del entorno simbólico que rodea a los ciudadanos. Ese entorno simbólico es la base de la cohesión social, de la cultura autónoma de la identidad, de la tolerancia y del respeto a la diversidad y al pluralismo. Europa, y nuestra Comunidad Andaluza, han comprendido perfectamente que nos encontramos frente a nueva forma de poder imperialista. Para evitar ciertas formas totalitarias derivadas del proceso de tecnificación de la sociedad, ha diseñado una política proteccionista que permita el desarrollo de industrias locales de infraestructuras tecnológicas y al mismo tiempo, potencie programas educativos y formativos sobre el nuevo entorno digital.

Pese a este gran esfuerzo por conseguir una sociedad más igualitaria desde el comienzo de la Sociedad de la Información, existen todavía huecos en su organización y diseño que provocan situaciones desiguales. A continuación vamos a mostrar algunas desigualdades en la relación entre tecnología y género a través de los estudios culturales de los medios. Queremos llamar la atención sobre el proceso de implementación de una tecnología nueva en la sociedad. Justo en ese momento, todavía a veces el patriarcado impone un techo de redes (más que de cristal) sobre las mujeres. Esa resistencia que se da frente al dominio extranjero, evitando el imperialismo tecnológico de las grandes corporaciones, no existe para el espíritu patriarcal que se presagia detrás de las nuevas tecnologías. Básicamente, expon-dremos que la irrupción de una nueva tecnología se confía más a la población masculina para su éxito comercial e industrial frente a las posibilidades que tendría con la población femenina. Y que en numerosas ocasiones, se abusa de los estereotipos femeninos para el éxito de los objetos técnicos puestos en el mercado.

5.2. LA IMPLEMENTACIÓN SEXUADA DE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN.

La historia cultural de las tecnologías es una historia de segregación, ya que las mujeres han sido separadas de la ciencia, la tecnología y de los centros de investigación. La epistemología, y más tarde, la historia del conocimiento y de la ciencia, ha sido controlado, como bien reconoce Donna Haraway, por el hombre. El avance de la ciencia occidental es también la imposición de un pensamiento científico masculino con características propias y distintas al pensamiento científico femenino que emerge en estas últimas décadas. Sobre esto, las primeras reivindicaciones se remontan a los aires de libertad que abrió la Ilustración cuando las mujeres exigían por primera vez el derecho a la educación y al espacio político.

El desarrollo de la informática y de las telecomunicaciones que dieron origen a la sociedad telemática fue casi exclusivamente masculino. No conocemos científicas e investigadoras que hayan participado de esta tercera revolución, creando e innovando para consolidar la era electrónica. No obstante, las mujeres fueron un factor decisivo en el avance de la tecnología de la comunicación, asumiendo el desarrollo electrónico a través de una tecnología doméstica que facilitaba la tarea asignada a su rol de subalterna. No solo bastaba con el descubrimiento de la emisión de señales hertzianas por el aire, sino que fue necesario inventar la empresa radiofónica y crear el hábito de escuchar la radio. Las mujeres quedaron reducidas a esa etapa final del consumo de la cultura mediática. Se omitió su presencia en los procesos de innovación científica y tecnológica, pero se hizo necesaria en la etapa de consolidación del objeto técnico.

La implementación de las tecnologías obedece a varios modelos. Como veremos, todos los modelos están orientados hacia una finalidad concreta. Cuando la innovación tecnológica inventa un objeto técnico, debemos anunciar su existencia a la comunidad. Es un proceso de comunicación por el que la tecnología llega a la sociedad y después de la interacción objeto–individuo aparecen nuevos sentidos y significados. Las empresas e instituciones experimentan una adaptación al nuevo contexto y esto transforma la cultura, creando a su vez, nuevas expectativas y demandas sociales que incentivarán otra vez a la innovación. Edison trabajaba en un aparato para corregir la sordera de su esposa, y acabó diseñando el fonógrafo. El fonógrafo se transforma en el tocadiscos en su interacción social. Las empresas crean la industria discográfica que rápidamente se integra a la cultura popular. El disco de vinilo crea otra expectativa técnica y aparece en el mercado el disco compacto, completando el ciclo.

Recordando los modelos más conocidos, podemos explicar las siguientes líneas de actuación sobre la sociedad frente a la aparición de los nuevos objetos técnicos:

- a) El modelo de *finalismo tecnológico* explica que los objetos nuevos tecnológicos aparecen espontáneamente y que nunca cubren vacíos de la demanda social. No existen etapas con desfase entre una tecnología y otra. Según esto, el teléfono móvil respondería a una demanda creciente de “comunicaciones” profesionales en todo tiempo y en todo lugar.
- b) El modelo *de efecto* de Josiane Jouët afirma que la aparición de los objetos técnicos no es un fenómeno neutro. Cuando son integrados en la cultura introducen una racionalidad práctica. Los problemas humanos se convierten en problemas técnicos, que se resuelven con soluciones técnicas.
- c) El modelo *difusionista* de Everett Roger expone que la innovación tecnológica es implantada en la comunidad tras informar a sus miembros. Su éxito dependerá en todo momento de las expectativas y valores del sistema social.

Para Roger, el proceso de comunicación se divide en las siguientes fases:

1. Información. Es la transmisión de los datos técnicos y su funcionamiento.
2. Persuasión. Consiste en convencer sobre la importancia de su uso.
3. Decisión. Es la fase de adquisición del objeto técnico y asumir el coste.
4. Aplicación. El usuario debe comprender el funcionamiento de la tecnología.
5. Confirmación. El usuario incorpora a su orden cotidiano y el objeto se hace necesario.

Además la conducta de los miembros del sistema social también es asumida por categorías: los innovadores, los adoptadores precoces, la mayoría precoz, la mayoría tardía y los rezagados.

- d) El modelo *de traducción*. Según reconocen Michell Callon y Bruno Latour los modelos anteriores no obedecen al orden real. Para que una innovación tecnológica se implemente en la comunidad se requiere de una red en la que los innovadores informan a sus interlocutores sobre las aportaciones de las nuevas técnicas. Patrice Flichy es incluso más crítico, y basa el éxito de la tecnología en las estrategias de mercado y en las decepciones financieras e industriales para entender los movimientos de la innovación.

Con esta breve descripción de modelos de implementación de las tecnologías, hemos querido mostrar que existe una etapa de comunicación sobre las infraestructuras y dispositivos tecnológicos para que haya una transformación de la sociedad, pero además tiene que darse un plan de comunicación sobre los nuevos contenidos y servicios que ofrece el nuevo injerto tecnológico.

Volviendo al núcleo de lo que nos ocupa, ¿existe una relación igualitaria entre hombres y mujeres en esta etapa comunicativa de implementación de la innovación tecnológica y de la transformación de la Sociedad Industrial a la Sociedad de la Información? Esta relación de igualdad no se cumple, y este es la falta que denunciábamos al principio del texto. La difusión de la innovación utilizaba en algunas ocasiones los estereotipos discriminatorios y roles sexistas, sólo para asegurar el éxito del proceso de aceptación y obtener además resultados beneficiosos para la industria de la comunicación. Como ya demostramos en el informe ARESTE, la informática comenzó a enseñarse orientando la educación casi exclusivamente a la población masculina. Las primeras consolas de videojuegos fueron *gameboys*, más tarde aparecerían las *gamegirls*, con juegos más apropiados al público femenino. Los ordenadores fueron utilizados inicialmente más por científicos que por mujeres de ciencia. Esta desigualdad ha cambiado bajo la denuncia social de los colectivos e instituciones que han luchado contra la discriminación sexista.

Desde una mirada retrospectiva comprendemos la defectuosa apertura de la innovación a las mujeres y los errores cometidos. El género fue una categoría de la brecha digital en Europa y en Andalucía. Lo fue porque las mujeres quedaron aisladas de la etapa de información de las aportaciones novedosas de la tecnología. Y también porque fueron informadas bajo un orden patriarcal que esperaba de ellas un comportamiento y una conducta adecuada a su estado de desigualdad frente a la investigación y la ciencia.



HUM: Humanidades

CTS: Ciencias y Tecnología de la Salud

SEJ: Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas

FQM: Física, Química y Matemáticas

RNM: Recursos Naturales y Medio Ambiente

CVI: Ciencias de la Vida

TEP: Tecnologías de la Producción

TIC: Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

AGR: Agroalimentación

Gráfico de responsables de grupos de investigación de Andalucía en 2002. Fuente: CES.

Las tecnologías fueron implementadas bajo la discriminación sexual. De hecho, los siguientes planes políticos orientados a los rezagados incorporaban a las minorías (raza, etnia, creencia, religión) e incluía también a las mujeres. Esta situación fue una consecuencia de los planes de implementación. Las tecnologías debían incorporarse de acuerdo al tejido productivo de las regiones. Esto descubrió que las mujeres no tenían presencia en estos escenarios, o bien, su presencia era insignificante para este plan de información. La tecnología comenzaba a realizarse según su adecuación a los distintos tejidos productivos de las regiones:

1. Tejido Productivo Industrial
(Producirían beneficios tangibles)
2. Tejido Productivo de Conocimiento
(Producirían beneficios intangibles)
3. Tejido Comunicativo del Conocimiento
(Crearían redes públicas)
4. Tejido Social
(Establecerían relaciones entre empresas y trabajadores cualificados)
5. Tejido Tecnocultural
(Estimularía el deseo de tecnificación y de ruptura con las tradiciones)

La tecnología actuaba como una sustancia reveladora en el proceso fotográfico. La imagen de las mujeres aparecía siempre que estuviese presente en ese tejido productivo. Es decir, que la tecnología no podía orientarse a la mujer si ella no estaba presente en determinados sectores productivos de la sociedad. En Andalucía, es una realidad muy sólida que pesa sobre las instituciones sociales y sobre los planes políticos. Las mujeres se incorporan tarde a la Sociedad de la Información, porque su presencia en los sectores productivos ya es escasa. Sólo a partir de una política autonómica de discriminación positiva comienza a romperse el techo de cristal en la comunidad, y con ello, también emerge la mujer en la Sociedad de la Información. Hasta ese momento, el entorno familiar es el reducto al que se sujeta más ampliamente la existencia social de las mujeres. Las tecnologías de la información que incorporan la innovación orientada a este espacio son las únicas accesibles a la mujer. Las estadísticas sobre la conducta de consumo de telefonía móvil en el año 1999 muestran que en España el hombre lo utilizaba para actividades profesionales y que la mujer lo empleaba más para la comunicación de la familia (véase el informe de la telefonía móvil en España publicado por la Fundación Airtel / Fundación Encuentro, 1999). Para los hombres, la telefonía móvil supone un “ahorro de tiempo”, lo cual hace pensar su utilidad es fundamental en el ámbito laboral. En cambio, para las mujeres supone una comodidad que facilitan las tareas domésticas que nunca acaban.

Pese a este desfase de las mujeres en el mercado laboral, las corporaciones tecnológicas ven varios segmentos de mercado de los que nadie se ocupa inicialmente, pero que pronto serán conquistados por las nuevas estrategias de marketing. Así surgen las grandes campañas comerciales de teléfono móvil dirigidas a otro sector minoritario de la población como resultan ser las personas inmigrantes. Las grandes empresas de la comunicación buscan los grupos rezagados a la Sociedad de la Información. Las mujeres están incluidas en estos planes de ampliación del mercado, según parece interpretarse de la comunicación publicitaria del momento.

Para ello, curiosamente la tecnología experimenta a través de las estrategias de mercado una identificación sexual. Ahora las tecnologías tienen sexo a través del diseño, la imagen pública y su funcionalidad.

5.3. LA IMAGEN FEMENINA DE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Las empresas tecnológicas buscan los segmentos de la población que siendo mayorías aún no se han incorporado a la Sociedad de la Información. Es el caso particular de las mujeres.

Para las tecnologías, como venimos afirmando, la mujer arrastraba el obstáculo de su exclusión clara de las profesiones y trabajos de carácter técnico. Debido a

una marginación antigua en su tipo de socialización, en sus empleos y en su educación, era complicada su introducción en la nueva sociedad tecnificada. No estaba preparada, ni formada para comprender el trabajo con los nuevos instrumentos.

La industria tecnológica tiene que diseñar máquinas con interfaces que permitan la nueva incorporación. Es decir, debe rediseñar la innovación para la población femenina. Esto no supone ningún lastre para la industria. La innovación también implica varias etapas como demuestra el caso de Diesel y la patente de su motor en 1877. Su presentación al público fue en el año 1897 y desde 1908 la patente pasa a dominio público. Después de 10 años es cuando funcionan los motores en distintos usos. Según explica Latour (1992), el motor tuvo que pasar por las fases de investigación, desarrollo e innovación. Los resultados de la innovación son los que la industria comunica a la sociedad.

El diseño de los dispositivos físicos que permitan el acceso de las mujeres, de las personas mayores o de las distintas clases sociales está contenido en la ideología de la innovación. La misma empresa Nokia anunciaba hace poco que dividirá su producción en la fabricación de móviles muy sencillos y móviles con el máximo de prestaciones tecnológicas, ya que el mercado en plena crisis económica, se polariza en dos extremos. No es extraño entonces que la industria pueda desarrollar tecnologías para incorporar a los segmentos rezagados de la Sociedad de la Información.

Por otro lado, la industria social, formada por el sistema educativo y las instituciones sociales, desarrollarán planes orientados al rescate de estos segmentos. Europa financia una línea de infraestructuras a través de sus fondos FEDER y otra línea de educación y formación digital mediante los Fondos Sociales Europeos. Andalucía también se ha desenvuelto políticamente en estas dos líneas de actuación, creando proyectos como Guadalinfo, Andalucía Compromiso Digital o como es nuestro caso, a través del Instituto Andaluz de la Mujer o de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa, potenciando proyectos sociales que estimulen la incorporación de la mujer andaluza a la Sociedad Digital.

Para alcanzar un estado de igualdad entre hombres y mujeres en el uso y las aplicaciones de la tecnología de la información se ha contemplado, a mi juicio, sobre todo, las actitudes de consumo. La Fundación Encuentro publicaba en 1999 las actitudes de hombres y mujeres al conectarse con el móvil en determinadas circunstancias: a) para llamar a la familia, b) en el cine/teatro/etc. c) en el restaurante, d) en actos públicos, e) cuando está con las amistades, f) en reuniones de trabajo, y g) en casa. Los estudios de comportamientos frente a las nuevas tecnologías mostraban claramente un consumo localizado entre el espacio privado y el espacio público.

Precisamente, una reivindicación feminista antigua ha consistido en la conquista del espacio público: la presencia de las mujeres en la educación, en las decisiones políticas, en la investigación y en la ciencia y en las instituciones sociales. Sólo lige-

ramente las estadísticas demostraban que la mujer empleaba más el móvil como instrumento de seguridad y control de los miembros de la familia (es decir, en el espacio privado):

	Crea lazos de seguridad	Permite un mayor control entre los miembros de la familia
Sexo		
Hombre	68,0	63,8
Mujer	71,8	75,4

Fuente: Encuesta Fundación Encuentro, 1999.

Sin embargo, estas ligeras diferencias muestran a la mujer con mayor responsabilidad que el hombre en el entorno familiar. ¿Qué demostraba esto? Que en la interacción social del objeto técnico, dependiendo del sexo, el teléfono móvil adquiría otras funciones distintas que la sencilla demanda de los profesionales por estar comunicados en todos los lugares y a cualquier momento. El teléfono móvil se *feminizaba* y ayudaba a través de la responsabilidad de las mujeres a sus tareas eternas. Ahora funcionaba también como localizador de los miembros de la familia y permitía el control de hijos e hijas. Además, la mujer ostenta otra función familiar importante. Normalmente, ordena la economía de la casa y realiza la mayoría de las compras de los productos necesarios para la vida diaria. El teléfono móvil adquiere otros valores estratégicos. Teniendo el perfil, la identidad y los gustos de los usuarios se convierte en el soporte de la llamada *publicidad móvil*. Mediante los SMS, los usuarios reciben mensajes publicitarios directos y personales (Aguado y Martínez, 2008).

Las continuas campañas de promoción de tonos hacen también referencia a esta feminización de la tecnología a través del consumo. Ponerle determinados tonos a nuestro móvil viene determinado por las preferencias musicales que el mercado lanza concretamente para el público adolescente femenino. También lo utiliza para el público masculino, la industria de los móviles también comercializan tonos que solo consumirían los hombres, pero esto finalmente demuestra que estamos “sexualizando” las tecnologías a través de su consumo.

La innovación tecnológica sólo puede acabar implementándose en la sociedad como bien contemplan los diversos informes europeos sobre la Sociedad de la Información, si a continuación de las infraestructuras, surge el mismo espíritu innovador en la industria de los contenidos y servicios. Y es exactamente en esta fase de creación de productos y servicios en la que nos encontramos, donde ahora podemos observar diferencias de género y de nuevo, la reproducción de antiguos estereotipos discriminatorios y roles desiguales.

No podemos obviar las pequeñas formas de expresión que están apareciendo con los nuevos medios. A nadie se le abra escapado, los estereotipos de mujer y de belleza que reproducen la publicidad de los salvapantallas de los móviles. Cuerpos exuberantes, mujeres fatales, *hembras* en celo, todo un repertorio completo de imágenes que construyen una identidad de las mujeres para el público masculino lejos de la realidad. La industria de los contenidos y de los servicios, necesaria para el desarrollo de la industria de las infraestructuras, se sirve todavía de los odiosos recursos discriminatorios. La televisión basada en SMS que conocemos por algunos canales locales emite continuamente en un formato multiventana. En una ventana de chat, podemos leer mensajes obscenos que muestran una sexualidad femenina mal comprendida, pero que continúan fomentando los viejos estereotipos.

Las nuevas tecnologías de la información y de comunicación son tecnologías de una cultura visual dominante. La industria pornográfica ha experimentado un cambio radical. Mientras que la producción de las empresas videográficas estaba regulada más o menos por su autoría e identidad mercantil, las numerosas direcciones web alojadas en *hosts* que se escapan a la legislación nacional, emiten vídeos que se sitúan en la más clara violencia simbólica respecto a la mujer. Otra reivindicación feminista fue el control de su propio cuerpo, y no sólo respecto a la maternidad o al placer sexual, sino a la construcción de su identidad, lejos de los dictados de las modas efímeras marcadas por la población masculina. El mercado global del vídeo pornográfico consigue que la lucha social, política y psicológica de la mujer en nuestra Comunidad Andaluza, se vea en algunos casos, superada por los productos subculturales patriarcales de otras regiones del mundo.

Pese a ello, la industria pornográfica en Internet se ha señalado como uno de los mejores negocios que se pueden crear en la red. Y en nuestro caso, el consumo abusivo del cuerpo de la mujer forma ya parte de ese conjunto de contenidos que ha dado éxito a la innovación tecnológica; una situación que nunca se dio con la prensa, la radio, el cine o la televisión.

Para que la innovación tecnológica avance, son necesarios los sacrificios de acuerdo a la lógica capitalista de una sociedad, que en el fondo, es una sociedad consumista basada en los mercados globales y en las empresas transnacionales. La ruptura e incluso el descontrol de otras facetas de nuestra vida colectiva que teníamos en otro pasado tecnológico ya controlado culturalmente, ha provocado finalmente el derrumbe de las pequeñas conquistas sociales. La tecnología cambia el mundo demasiado rápido para que los sistemas judiciales y políticos puedan desarrollar respuestas al mismo ritmo para proteger a la ciudadanía. Las redes de comunicación también han consolidado redes delictivas formadas por racistas, xenófobos, pedófilos y violentos que escapan frente a la capacidad de respuesta de los Estados. Esto es un punto que ha sido muy criticado por un pensamiento profundo de los que pretendemos conocer el progreso de la humanidad. Estamos imponiendo un modelo nuevo de Sociedad Digital, sin informar de los efectos cola-

terales que provocan las tecnologías. El principal motivo de esta desinformación es la confianza. Europa arrastra el peso de la tradición clásica que relaciona desarrollo económico y social con el impulso de la cultura. La tecnificación tan extrema a la que asistimos con la *emigración digital* de todas las actividades privadas y públicas de nuestra comunidad son el resultado de la confianza de una ampliación del conocimiento de nuestra ciudadanía: el acceso libre a la información. De hecho, la Sociedad de la Información también recibe el nombre de Sociedad del Conocimiento y los expertos hablan de un Capitalismo Cognitivo, como el tráfico mercantil de aquella información que puede transformarse en conocimiento. Estos nuevos aires libertarios con pretensiones de una *Neoilustración*, actúan en una segunda alfabetización digital para toda la ciudadanía europea. Es decir, una nueva reconversión como lo supuso la Ilustración en su momento. No es difícil entender en este contexto que la clave es la educación. Sin embargo, la situación es crítica cuando la lógica empresarial movida solo por los beneficios e intereses se introduce en el sistema educativo. La sociedad del consumo deforma las lecciones y enseña que el éxito de la innovación depende del proceso de asimilación (el éxito en los índices de venta) más que en la apropiación (la utilidad para la ciudadanía).

Cuando la innovación no pasa por controles sociales y sólo funciona a través de las grandes corporaciones, no existe un plan de reforma de la sociedad, sino una gran campaña de venta. Las grandes corporaciones tecnológicas introducen en el mercado sus objetos técnicos creando una dependencia completa de sus descubrimientos. Los coches requieren servicios oficiales y componentes fabricados por las marcas. Los productos culturales funcionan de idéntica forma en el mercado, creando dependencia del usuario de su tecnología y de la ideología que porta escondida.

Para los estudios de género, lo más alarmante es el orden impositivo que pueden alcanzar no sólo en un nivel ideológico, sino en un nivel psicológico. Las máquinas pueden *masculinizarse o feminizarse*, y lo más inquietante, es que se tomen estas decisiones sencillamente por exigencias de los beneficios de mercado.

Silverstone y Hirsch, en una línea muy similar, insisten en la idea de que las tecnologías tienen un significado tanto simbólico como material incorporado estratégicamente en la cultura de consumo de las sociedades modernas. Morley (2008) afirma que todas las épocas han tenido un objeto técnico destacado, como sucede con el coche en los años cincuenta. Tras sus estudios, considera que el teléfono móvil puede convertirse en el objeto más caro que porte encima un individuo en nuestros tiempos. El teléfono móvil y sus incalculables prestaciones tecnológicas pueden convertirlo en el objeto fetiche de los próximos tiempos.

La fuerza simbólica del objeto tecnológico arrastra al individuo y nos identifica como hombre y mujer. Se han realizado estudios sobre las poses que toma el cuerpo humano cuando se conecta al móvil, cómo se para en público, se refugia del ruido o sencillamente se exhibe. Existen diferencias en la decoración del objeto

mediante carcasas personalizadas (en Japón, los símbolos *kawaii*, como “Hello Kitty” distinguen a las jóvenes lesbianas), o colgando mascotas u objetos naturales (plumas, piedras).

Todos estos detalles están orientados exclusivamente a delimitar la sexualidad de la propietaria del objeto. El mismo Morley recoge en su estudio como en otros lugares del mundo, la visión del teléfono móvil estaba considerado como un símbolo inverso al estatus del grupo de moda (a mediados de los años noventa en Helsinki), o bien como en países donde no podían hacerse llamadas con teléfono móvil porque el precio era prohibitivo, las mujeres exhibían bolsos de mano con forma de teléfono celular (durante los años noventa en Venezuela).

Sin embargo, el valor simbólico del teléfono móvil no solo alcanza al objeto físico y su presencia en un entorno social, sino a los servicios que ofrece y a las posibilidades de intercambio simbólico que esto genera. La movilidad se caracteriza por la libertad de la ubicuidad del usuario en tiempo y espacio. La conectividad sacia las necesidades de comunicación interpersonal o grupal y las peripecias de comunicación social que se ofrecen a través de los nuevos servicios y contenidos. Finalmente, las posibilidades hipermedia brindan múltiples funciones mediante la combinación de distintos medios o dispositivos. Dentro del campo de las prestaciones la telefonía móvil está orientada a suministrar información respecto al perfil concreto del usuario, pero también respecto al contexto y a la localización del individuo, adaptándose a sus movimientos (Aguado, Martínez, 2008).

En este sentido, los estudios de género tienen también un futuro reto en las nuevas formas de intercambio de información a nivel conversacional, no sólo a nivel personal o intergrupal, sino en aquellos nuevos productos culturales estandarizados (productos de marca) o bien, en aquellos contenidos producidos por el interfaz móvil que permitan la interacción: el intercambio de fotografías, grabaciones de vídeo, conversaciones grabadas o mensajes sonoros, videojuegos o cualquier otro mensaje multimedia, como información oficial de lugares, de circuitos que van más allá de la mera localización. El efecto contrario a una visión innovadora respecto a las formas de comunicación es el aumento descontrolado de la información personal. Las instituciones europeas han mostrado su alarma frente a la insensibilidad de los jóvenes de mostrar su vida privada en las redes sociales (*Facebook* o *Myspace*) o a través de las redes grupales que están formando los teléfonos móviles. Las redes electrónicas enriquecen cada día una memoria externa con trozos de las vidas privadas de sus usuarios con la peligrosidad añadida del acceso libre. Esta memoria no solo muestra el entorno público de los individuos, sino que cada vez más refleja un mundo más allá de lo privado que alcanza lo íntimo y como consecuencia, la vulnerabilidad de las personas.

⁷¹ Vid. AMENGUAL, Gabriel. CABOT, Mateu y VERMALL, Juan L., 2008: 40 y ss. Consultase también BENJAMIN, Walter, 1990b.

A un nivel macrosocial, las mujeres y los hombres están expuestos a la construcción de su identidad de género por las grandes movilizaciones publicitarias y mercantiles más que por las tradiciones antiguas, esto se viene conociendo como el paradigma tecnoeconómico. La intermediación entre el espacio físico y las redes electrónicas está motivando múltiples pautas y modos nuevos de intercambio de comunicación e información. El cambio de paradigma tecnoeconómico conmueve el estado entre el cambio tecnológico, los procesos de innovación y la economía; y por tanto, implica también transformaciones en la organización socioeconómica (Schumpeter).

5.4. INTERSECCIONES DE GÉNERO, CULTURA E INNOVACIÓN

Las innovaciones se suceden continuamente buscando una explotación industrial beneficiosa. Se ensaya con nuevos formatos estándar de ficción para la televisión en movilidad (televisión a través del móvil), la versión móvil del periódico digital, la publicidad móvil, nuevos servicios a través de las oportunidades de la tecnología WAP y GPS, las posibilidades de conversación a través de los SMS y MMS y de los valores añadidos como los tonos, los salvapantallas, los juegos, los clips, los avisos acústicos, la creación de redes corporativas de publicidad localizada a través de GSM, WI-FI o el Bluetooth.

La literatura científica derivada de los efectos sociales y culturales de la innovación tecnológica se basa continuamente en una serie de metáforas ya catalogadas que aquí podríamos sintetizar del modo siguiente:

1. *La Era Acuario*: Las extensiones tecnológicas como medio de liberación del hombre frente a la naturaleza.
2. *El mundo sin fronteras*: La proletarización de las comunicaciones
3. *El fin de las fronteras*: La desterritorialización de la cultura mediante un consumo orientado a segmentos globales.
4. *Crisis de los Estados-Nación*: Dependencia económica de las empresas transnacionales.
5. *El hombre nómada*: Experiencias individuales descontextualizadas y sacadas del ritmo de la tradición.
6. *La anulación del espacio*: Una seudoexplicación sobre como entender que las TIC producen las mismas sensaciones en lugares dispares.
7. *La uniformización cultural o la centralidad política*: Las tecnologías se independizan de la historia para instaurar su veracidad.
8. *La teorías tecnomesiánicas*: La creencia sobre un futuro sin demostrar.

La necesidad del empleo de las metáforas se debe claramente a la falta de un conocimiento concreto de las expectativas que ofrecen los nuevos medios. No obstante, como bien señala Mansell, llamando a la calma y hago mía sus palabras, el paradigma tecnoeconómico no implica una absoluta desmaterialización del comportamiento social y económico como denominador común que se calcula en todas las metáforas. Tampoco supone que haya que privilegiar las interacciones sociales virtuales frente a las interacciones físicas. La nivelación del desarrollo mundial a través de las TIC es más un mito que una realidad; ya que científicamente todavía no se ha establecido el modo de llevarlo a la práctica. La tecnología no es responsable *per se* del cambio de paradigma. Son las interacciones entre las formas tecnológicas emergentes y las creencias, percepciones, prácticas culturales y elecciones humanas, las que, conjuntamente, forman el paradigma tecnoeconómico.

Se escribe más sobre sensaciones, y se piensa que estos impulsos sensoriales y emocionales iniciales pueden descifrar las claves de comprensión de las tecnologías: “No es lo mismo una relación fraternal a través de una videoconferencia que en un encuentro personal”. Entonces, ¿en qué consiste este cambio tecnológico? Warshaw, el círculo de intelectuales de New York y el mismo Benjamín respondieron ya en el siglo pasado a esta pregunta: la era de la reproducción técnica provoca un empobrecimiento de la experiencia.

Hablamos de la diferencia entre el *Merkwelt* y *Bildunggut* que distinguía Benjamin⁷¹. La técnica ha cambiado el mundo, y concretamente, el mundo perceptivo (*Merkwelt*), convirtiéndolo (y hago mías las palabras de Gabriel Amengual) en anónimo, aislado, fuente constante e inagotable de estímulos y señales que más que comunicar, absorben. Por otro lado, como observan Benjamín y Amengual, el conocimiento, la conservación y el uso del patrimonio cultural (*Bildunggut*) tampoco aportan experiencias. Ni la técnica, ni el patrimonio aportan experiencias que unan a los hombres o las generaciones. Nos hemos incapacitado para la comunicación de experiencias. Esta otra pobreza, como la denomina Benjamin, radica en la pérdida de expresión artística en las experiencias privadas y en la humanidad.

Las redes electrónicas no forman parte de la experiencia humana que es la conciencia heredada de la convivencia de generaciones transmitida a través de la cultura popular (del mito, el cuento, el relato que nos llega oral). La técnica es siempre instrucción para encontrar algo, es indicación de lo que debemos hacer. Todo lo contrario a la experiencia que es “algo que uno mismo descubre, pasando el trance a que se ve expuesto a lo largo del proceso de la experiencia, sugerida por la indicación sabia del otro. Gracias a este proceso es experiencia y experiencia de vida. En la medida en que pasa por el trance, transforma la vida, comunica la vida” (2008:42).

La técnica sólo ofrece una experiencia mediatizada, es decir, que no es experiencia, sino simulacro de experiencia. Para ello, recurre a la simplificación de la historia de la vida que obedece más a requerimientos del medio técnico (de la tecnología de la comunicación) que a las condiciones del desarrollo de la cultura popular. La cultura popular no sólo comunica la experiencia, sino que además retroalimenta el proceso y enriquece el sustrato trascendental que posibilita que tengamos experiencias y que la podamos expresar y transmitir.



Computer History Museum de Mountain View, California (1969).

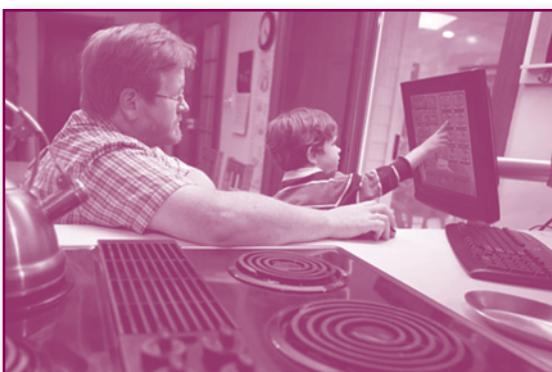
Es un anuncio en el que la mujer necesitaba el ordenador para registrar todas las recetas de cocina, y le acompañaba el siguiente eslogan: “Si es capaz de manejar una cocina Honeywell podrá con la informática”.

Después de ver las dos imágenes, ¿consideramos que existe un discurso alternativo tras treinta años de denuncia y resistencia frente al dominio patriarcal? La imagen es distinta, pero en el artículo se recogen declaraciones de ella en las que afirma que el ordenador le organiza su agenda. Por la noche, también le permite ver películas con su marido. Y además ha logrado reducir el desorden en casa, pues ha guardado todos los CDs que estaban tirados por la casa.

Son las estructuras subjetivas las que representan los mitos tecnológicos, los ritos de comunicación electrónica, los objetos técnicos que se convierten en fetiches y las que componen la adoración al nuevo tótem tecnológico (como las redes participativas). Los estudios de género se enfrentan de nuevo en el campo de la innovación a estas estructuras subjetivas con elementos socioeconómicos y otros propios exclusivamente del lenguaje y de la mente. Por ilustrar con un ejemplo, reproducimos dos fotografías de los ordenadores en la cocina en distinta época y con distintos eslóganes (Fuente: E-New York Times, 2007/09/16/ /Fuente: Euroresidentes, 24/9/2007):

Es un anuncio en el que la mujer necesitaba el ordenador para registrar todas las

recetas de cocina, y le acompañaba el siguiente eslogan: “Si es capaz de manejar una cocina Honeywell podrá con la informática”.



Mark Kegans for The New York Times / En Des Moines, sher Ekhardt, 2, juega en una computadora construida por su padre, Bill (2007)

Esto no es un dato significativo del estado de la cuestión, pero sí demuestra que el estudio que relaciona la innovación tecnológica y el género continúa arrancando de las mismas claves de la lucha feminista: la conquista de la identidad de la mujer, los derechos sobre su imagen pública y la resistencia al control de su cuerpo por el orden industrial patriarcal. No podemos aceptar que se asiente el desarrollo tecnológico sobre el sacrificio de la mujer a través de la construcción de un entorno simbólico que fomente el consumo de innovación. En nuestro siglo, esto no es progreso.

Las estructuras subjetivas se basan en una matriz original que se ha repetido desde las sociedades primitivas. Las oposiciones entre los géneros han consistido, como observa Bordieu en oposiciones mítico-rituales: alto/bajo, arriba/abajo, seco/húmedo, cálido/frío, actividad/pasividad, movilidad/inmovilidad, racionalidad/irracionalidad, destreza/torpeza, inteligencia/emotividad. Todas estas oposiciones experimentan en la actualidad un *giro digital*. La sociedad busca el delirio de imágenes que justifique estéticamente el mundo y que haga parecer obsoleta la verdad. A través de la máquina creamos la ilusión de la nada y dejamos participar en ello a todos. El giro digital trae otra forma de interpretar el mundo circundante:

- Elimina la diferencia entre el acontecimiento, el fenómeno y la cosa.
- Se expone a sí mismo como inmediatez, como *factum*.
- No es información neutra, sino noticia con intención.
- Encierra un juicio sobre sí.
- Permite al usuario emitir juicio, pero es un engaño que oculta el juicio emitido de antemano.
- El engaño estructural consiste en disimular esta dependencia, y el usuario percibe el juicio ya formado como hecho.
- La imagen se compone de la presentación de fragmentos selectivos.
- Estos fragmentos son valorados como hechos globales.
- La fuerza de la magia de la imagen ofrece fantasmas como realidad.
- La lógica interna del interfaz digital sirve de estructura de la conciencia del usuario.

El empleo (o la aceptación de la lógica del uso) de las tecnologías digitales acaban creando, o dando lugar, a un *homo digitalis*. El consumo de bienes culturales digitales y la ociosidad de las personas usuarias conducen a una “infantilización”. Los nuevos servicios y contenidos de estos medios, como ha demostrado Groys, es más de lo mismo, pero esta vez, bajo el engaño caprichoso de la multiplicidad y de lo diverso. El interfaz digital además de mediador es un transformador del hombre. El giro a la cultura digital es sencillamente una nueva forma de apropiación mediática del mundo. Este proceso tiene una significación decisiva para la construcción de la realidad general, ya que en estos procesos de apropiación es donde se ha fortalecido el patriarcado y el dominio desigual de las mujeres.

Respecto a la comunicación intergrupal, los estudios sobre el consumo de la telefonía móvil ya plantean diferencias de género respecto a la apropiación. Hemos de matizar que la apropiación es la independencia del objeto de su fin inicial ofrecido por la industria y el proceso a través del cual, el usuario le da el suyo propio, haciendo de él, un objeto familiar y necesario en su vida ordinaria. El uso industrial casi siempre no coincide con el uso del individuo. La industria desconoce, como señalábamos en líneas anteriores, cual será el sentido y el significado que la sociedad le dará finalmente al objeto introducido desde la innovación.

La innovación plantea un debate que tiene también de fondo la economía de lo nuevo. La innovación no dista mucho del arte, la ciencia o las creencias. La economía de lo nuevo se sustenta más en la creencia del consumidor en nuestra sociedad que en las características que el mercado atribuye al objeto. Estas creencias pueden ser de nuevo, como defiende Wacjman, la base de fortalecimiento del dominio masculino. El empleo de metáforas en la explicación del fenómeno tecnológico puede camuflar el auténtico sentido para la mujer. Así lo que se viene en llamar la anulación del espacio, es decir, la deslocalización, puede revolverse contra las mujeres. Por ejemplo, la deslocalización del puesto de trabajo puede ofrecer flexibilidad para perpetuar la relación de las mujeres con el ámbito doméstico y familiar, provocando otra vez más la invisibilidad en los espacios públicos.

Una relación de paridad en la innovación tecnológica pasa por una teoría social de la ciencia. En esta línea, la sociedad andaluza ha dado un enorme paso, mostrando públicamente a las tecnólogas y científicas a través de proyectos orientados a su visibilidad, y en otras ocasiones, denunciando la situación de desigualdad de la mujer en la Universidad o en los Centros de Investigación y Desarrollo. Quizás el temor mayor a los efectos sociales de la innovación provenga de esa tensión que la dominación masculina crea respecto al espacio público. El control del acceso de la mujer a los escenarios tecnológicos, a su visibilidad pública y a la manipulación psicológica y social de sus aspiraciones, metas y valores en este ámbito. La socialización de la ciencia mal entendida ha impedido que las mujeres puedan volcar su dedicación plena al estudio y la investigación. Se ha malentendido como una debilidad en su formación esos ciclos biológicos propios de su naturaleza: la menstruación, la maternidad, la lactancia o la menopausia. Al mismo tiempo, esa falsa debilidad que la descartaba de la dura vida de la ciencia, también durante la revolución industrial y ahora también en ocasiones en la Era Digital, la sitúa como objeto de protección que requiere de las extensiones tecnológicas para su supervivencia.

En este sentido, todavía el Romanticismo influye negativamente sobre las mujeres. El Romanticismo ha construido tanto en sus manifestaciones artísticas como filosóficas a través entre otras voces, Schopenhauer, Rousseau, Lord Byron o Percy Bysshe Shelle, la imagen de la mujer irracional. La mujer impulsiva, hembra, animal, sin equilibrio para el pensamiento filosófico, científico o racional. Ese espíritu de competencia que nace de la necesidad de preservación de la especie humana, le

ha incapacitado para alcanzar la amistad como puede suceder entre los hombres. Personalmente, en algunas ocasiones, disiento de las autoras feministas (como Wajcman) y autores que opinan que el ciberespacio ofrece un mundo flexible a la mujer para cubrir sus expectativas frente a la innovación tecnológica. Las redes de mujeres sólo pueden verse fortalecidas por el espíritu humano y por las facilidades (sociales, políticas, económicas, psicológicas) que ofrezca esa sociedad para el asociacionismo, no por las virtudes de una tecnología que cubre vacíos sin terminar de explicar, o en cualquier caso, matizar. Es necesario refinar el lenguaje, el sustrato simbólico que alcanza toda nuestra cultura. Recordemos siempre que las metáforas ofrecen solo explicaciones sobre la superficie de las apariencias.

5.5. RESUMEN DE LECTURAS, DECLARACIÓN DE PROPÓSITOS Y CONCLUSIONES

Es imposible poner fin a este estudio. La innovación tecnológica está asentada sobre un basamento cultural llamado patriarcado que origina cambios discriminatorios sobre las mujeres. Cada vez que la sociedad introduce una innovación tecnológica, el sentido común se tambalea, y como hemos querido mostrar, en ese movimiento emerge de nuevo las viejas formas del dominio masculino. Tanto en el desarrollo tecnológico de las sociedades primitivas, como en una etapa industrial y finalmente, en la sociedad digital, la exclusión de la mujer siempre ha sido un común denominador. Su participación ha sido escasa, casi nula. En la Ilustración, las voces de las primeras feministas reclamaban su derecho a la formación, a ocupar el espacio público de la educación, de la ciencia y de la vida política e institucional. En la Neolustración, si se me permite esta denominación, la mujer denuncia la creación de una segunda brecha digital, en la que vuelve a reivindicar lo mismo: a) acceso a la alfabetización digital; b) acceso al espacio público electrónico formado por las redes; c) acceso a la vida política e institucional ocupando cargos de relevancia que le ofrezca el suficiente poder para cambiar también el mundo digital bajo su perspectiva.

Es demasiado tarde para deshacer nuestras equivocaciones, pero siempre estamos a tiempo de construir una sociedad más rica, plural y abierta si entendemos cuales son los reductos últimos del patriarcado en nuestra avanzada sociedad. Por ello, acabaremos este estudio sintetizando los principales problemas derivados de la relación entre el proceso de innovación y el género:

- Hemos de aceptar que las tecnologías siempre han integrado el sistema patriarcal para el dominio de la naturaleza y el control de las mujeres. La tecnología ha controlado el cuerpo de la mujer (desde la maternidad al modelado de su belleza), y también la mente, evitando que acceda a las fuentes del conocimiento (impresión, prensa, internet o cualquier otro medio de información).

- El retraso de las mujeres en el consumo hábil de las tecnologías se basa en su omisión entre el público que se consideraba necesario informar sobre los nuevos avances y objetos técnicos diseñados. Salvo la tecnología que la reducía al entorno familiar (los electrodomésticos), las mujeres han sido radicalmente eliminadas de los planes de difusión e implementación de los nuevos descubrimientos científicos.
- La aparente falta de interés de las mujeres en el ámbito de la innovación tecnológica se debe a una cadena de causas. El mundo de la investigación científica ha estado casi prohibido para la mujer, que no ha tenido poder para introducir sus rasgos femeninos en el desarrollo tecnológico. La han considerado con menos facultades para la abstracción. La han negado para el estudio de la ciencia y la tecnología, y por el contrario, con más aptitudes lingüísticas que le permiten desarrollar actividades relativas a la comunicación interpersonal o grupal. Estas competencias la han limitado al entorno familiar y privado (a los círculos de amistades). Finalmente, la sociedad asume que la tecnología masculina ayuda a las aptitudes femeninas como es la formación de redes y le niega disimuladamente la facultad de la invención técnica y el diseño, actividades que se desenvuelven en el espacio público de la ciencia.
- Debemos admitir que lo social está cohesionado a lo tecnológico, ya que las sociedades avanzadas se desenvuelven en un entorno saturado de objetos técnicos que adquieren significados simbólicos discriminatorios respecto al uso diferenciado que se le da por género.
- La invisibilidad de las mujeres en altos cargos científicos, su falta de poder en la estructura empresarial y profesional, su ausencia en el tejido productivo como factor activo de la economía no ha sido un estímulo para que la industria tecnológica desarrolle sus objetos orientados al consumo femenino. No ha tratado en igualdad de condiciones a las mujeres en el proceso de apropiación de la innovación, ya que éstas no eran su objetivo fundamental. Han originado una segunda brecha digital que tiene que ver con las habilidades de las usuarias, sencillamente por su exclusión en el proceso de comunicación de los nuevos cambios.
- La implementación de la innovación en la sociedad se realiza bajo la asignación de sexo a la máquina y la construcción de la práctica como femenina o masculina. Así lo ha observado Wacjman para la máquina de escribir, inventada en Estados Unidos en 1870 para la mujer y la mecanografía como una práctica femenina. Del mismo modo, pensamos que el ordenador fue una máquina inventada para el hombre, y la informática, fue una práctica masculina en sus inicios. Asimismo, el patriarcado ha extendido su influencia sobre los aspectos sociotécnicos de nuestras vidas, permitiendo el control y el dominio de la mujer que no accede a las principales fuentes tecnológicas de poder (con la máquina de escribir se instrumentaliza una actividad, con el ordenador se ejecutan órdenes).

- Las metáforas explicativas de los cambios socioculturales de las tecnologías nunca analizan los efectos secundarios, y sólo presentan los beneficios directos de su uso. En el caso de las mujeres, estas metáforas siempre exhiben la ayuda a su situación de marginalidad, confirmando estereotipos sexistas como la pasividad, la torpeza o su debilidad. Además estas metáforas ocultan el abuso patriarcal de la tecnología que emplea las nuevas virtudes técnicas para invadir la red con violencia simbólica (pornografía) o instaurar comportamientos, actitudes y hábitos propios del sentido convencional de la masculinidad (como demuestra la agresividad de los participantes en el comienzo de los MUDs).

Para terminar debemos confirmar que un pensamiento visionario de las tecnologías es una equivocación. Efectivamente, las tecnologías ofrecen oportunidades a las mujeres como también, a los hombres. No obstante, cabe la sospecha mirando hacia atrás, que hasta ahora hemos reproducido muchos modelos existentes de desigualdad bajo un nuevo disfraz tecnológico (y hacemos nuestras las reflexiones de Wajcman).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUADO, J. M. / Martínez, I. J. (2008): *Sociedad móvil. Tecnologías, identidad y cultura*, Madrid: Biblioteca Nueva.
- AMENGUAL, G. CABOT, M. y VERMALL, J. L. (2008): *Ruptura de la tradición. Estudios sobre Walter Benjamin y Martin Heidegger*. Madrid: Trotta.
- AMIN, S. (1998): *El capitalismo en la era de la globalización*. Barcelona: Paidós.
- CALLON, M. / LATOUR, B. (1985): “Les paradoxes de la modernité. Comment concevoir les innovations?”, en *Prospectives et santé*, nº. 36, pp. 13–25.
- CAMPOS GARCÍA, J. L. (2008): *Cuando la Música Cruzó la Frontera Digital*. Madrid. España: Biblioteca Nueva.
- CASTAÑO, C. (dir.) (2008): *La segunda brecha digita*. Madrid: Cátedra.
- DORMIDO, S./MORALES, J./ABAD, L. V. (1990): *Sociedad y nuevas tecnologías. Perspectivas del desarrollo industrial*. Madrid: Trotta.
- ESTEBARANZ, A., GALLEGRO, B., RAMÍREZ, L., y RODRÍGUEZ, A. (2004): *Roles, valores y competencias de las mujeres que han roto el techo de cristal*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- GUERRERO SALAZAR, S. (coord.) (2007): *Avanzando hacia la igualdad en las ciencias sociales*. Málaga: Diputación de Málaga.
- GUIL BOZAL, A. / SOLANO PARÉS, A. / ÁLVAREZ GIRÓN, M. (2005): *La situación de las mujeres en las Universidades Públicas Andaluzas*, Sevilla, Consejo Económico y Social de Andalucía (CES), Junta de Andalucía.

- JOUËT, J. (1993): "Pratiques de communication: figures de la médiation", en *Réseaux*, núm. 60, julio-agosto, CNET.
- KIRKUP, G.; JANES, L.; WOODWARD, K. y HOVENDEN, F. (2000): *The Gendered Cyborg: A Reader*. Routledge: London.
- LASTRA MELIÀ, Antonio (2009): *Antes de los estudios culturales. Robert Warshow y la experiencia inmediata*. Sevilla: Edición Especial IC, Servicio de Publicaciones.
- LATOUR, B. (1992): *Ciencia en acción*. Madrid: Labor.
– (1996): *Aramis*, Harvard University Press. Cambridge: MA.
- LERMAN, N. E.; OLDENZIEL, R., y MOHUN, A. P. (eds.) (2003): *Gender and Technology: A Reader*, John Hopkins University Press, Baltimore.
- LIE, M. (ed.) (2003): *He, She and IT Revisited: New Perspectives on Gender in the Information Society*, Gyldendal Akademisk, Oslo.
- MacKenzie, D. y WAJCMAN, J. (1999): *The Social Shaping of Technology: Second edition*, Open University Press, Milton Keynes.
- Mansell, R. (2002): *La revolución de la comunicación. Modelos de interacción social y técnica*, Madrid, Alianza, 2003.
- MARTÍNEZ GARCÍA, M. A./ Gómez Aguilar, A. (2007: *Educación en Móvil[idad]. Educar la Mirada. Propuestas para Enseñar a Ver Televisión*. Foro Internacional de Televisión 2007 (). Prado del Rey. Madrid: Rteve.
- MILLÁN PEREIRA, J.L. (1993): *La economía de la información*. Madrid: Trotta.
- MORLEY, D. (2008): *Medios, modernidad y tecnología. Hacia una teoría interdisciplinaria de la cultura*. Barcelona: Gedisa.
- OLDENZIEL, R. (1999): *Making Technology Masculine: Men, Women and Modern Machines in America*. Ámsterdam: Amsterdam University Press.
- PERRIAULT, J. (1995): *Las máquinas de comunicar*. Barcelona: Gedisa.
- ROGERS, E. M. (1963): *Diffusion of Innovations*, New York, Free Press.
- WAJCMAN, J. (1998): *Managing Like a Man: Women and Men in Corporate Management*. Polity Press: Cambridge.
– (2004): "Continuidad y cambio. Género y culturas de la tecnología y el trabajo", en *Telos*, núm. 7.
– (2004): *TechnoFeminism*, Polity Press, Cambridge (traducido por Magalí Martínez Solimán, *El tecnofeminismo*, Madrid, Cátedra, 2006).
– (1991): *Feminism Confronts Technology*. Polity Press: Cambridge.
- WARSHOW, Robert (2001, Second Printing, 2002), *The Immediate Experience. Movies, Comics, Theatre and Other Aspects of Popular Culture, Enlarged Edition, Now with 'Robert Warshow: Life and Works' by David Denby and 'Epilogue: After Half a Century' by Stanley Cavell, Introduction by Lionel Trilling*, Cambridge, Mass. & London: Harvard University Press. (La primera edición data de 1962, Doubleday, Garden City, NY.).

Web

Noticias de Internet

http://www.euroresidentes.com/Blogs/internet/noticias_internet.htm

New York Times

<http://www.nytimes.com>

6. Mujeres directoras. Radografía de 20 años de cine español (1989–2009)

Trinidad Núñez Domínguez
Universidad de Sevilla

6.1. REFLEXIONES INICIALES: ¿DIRECTORAS DE CINE VISIBLES?

Con este capítulo traspasamos las fronteras andaluzas porque el objetivo último de esta obra es hacer un recorrido por veinte años de presencia de las mujeres en los medios de comunicación. Unos años en los que la sociedad ha estado acompañada por las Instituciones que se han propuesto iniciar y/o potenciar la conciencia de género de manera formal, velando por la igualdad social, profesional, política o judicial de hombres y mujeres. Y la gran pregunta que nos ha movido es la que da título a este apartado: ¿directoras de cine visibles?

Partimos de la consideración de que el cine tradicionalmente ha tenido como protagonista principal al hombre y ha relegado a papeles secundarios a la mujer, adjudicándole roles menores, concediéndole poco poder de decisión dentro del discurso o estando, en muchos casos, de verdadero “adorno”. (Aguilar, 1998; Núñez y Loscertales, 2005; Guarinos, 2008). Sirva como ejemplo representativo y simbólico la existencia de la denominación “Chica Bond”. Las palabras tienen una carga ideológica y de representación social indudables; así pues, es más que significativo el uso de dicho término y señala muy bien a la sociedad donde vivimos (Núñez, 2008). A la vez, la presencia femenina en la industria ha estado prácticamente vinculada a la interpretación o a otras actividades como son la peluquería, el maquillaje o el vestuario. Frente a ello, los hombres se han hecho cargo de las diferentes áreas relacionadas con la dirección, bien artística o bien técnica (Cruzado, 2006; Arranz et al, 2008). La Federación de Mujeres Progresistas lo manifiestan así de claro: *la esca-*

sez de cintas producidas, dirigidas y/o protagonizadas por mujeres es una manifestación más de una sociedad que todavía no ha completado la igualdad de oportunidades⁷². En la literatura podemos encontrar un término para señalar esa situación de discriminación laboral que afecta a las mujeres: son los denominados *guetos de terciopelo*⁷³.

A modo de ejemplo podemos citar un trabajo sobre cine y violencia en las aulas que realizamos en 2001⁷⁴. En él se analizan 73 películas relacionadas con la violencia en las aulas, que era el objetivo principal. Sin embargo, una vez realizado y cerrado el trabajo, realizamos una nueva valoración (ahora con mirada de género) y pudimos comprobar que sólo en ocho casos se contaba con una mujer de protagonista; es decir, un escaso 11%. Pero, además, en tres de ellas el protagonismo estaba compartido, como es el caso de la película *Tesis* (1996) o *El amor tiene dos caras* (1996). Por lo tanto, se quedan en cinco los títulos donde la mujer es la conductora del discurso. Nos referimos a *Mentes peligrosas* (1995) protagonizada por Michel Pfeiffer; *Contracorriente* (1967) protagonizada por Sandy Dennis, *En el nombre del hijo* (1983) protagonizada por Helen Mirren y Finoulla Flanagan, *La calumnia* (1956) protagonizada por Audrey Hepburn y Shirley McLaine y *La profesora* (1990) protagonizada por Amanda Donohoe. En los otros 65 títulos, las mujeres son representadas como ayudantes eficaces, señoras antipáticas, seguidoras “casi enfermas” de la norma o, sencillamente, relleno. Y si matizamos un poco, podemos encontrar que muchos de esos protagonismos de mujeres son tramposos porque ni los planos usados las “colocan” en el centro de la trama ni los diálogos que mantienen son determinantes para el desarrollo de la historia.

Refiriéndonos a la dirección de trabajos, tenemos que reconocer que el poder en el cine, de hecho, ha sido de los hombres. No sólo porque sean más visibles, más conocidos... sino que, precisamente por serlo, les ha resultado más fácil conseguir quién produzca su proyecto. Como hemos dicho en otro momento (Núñez et al, 2007) los estereotipos prejuiciosos sobre la capacidad de liderazgo de las mujeres o sobre su falta de ambición han sido determinantes barreras que han funcionado haciendo percibir mayor riesgo *subjetivo* a aquellas personas que tienen en sus manos la capacidad para decidir si financiarles o no esos proyectos.

⁷² Unas reflexiones en profundidad la encontramos en la siguiente URL: www.fmujeresprogresistas.org/visibili1.1.htm.

⁷³ Define a esos sectores laborales y profesionales que se feminizan y acaban considerándose trabajos aptos para mujeres. Conlleva un peligro real: la reducción salarial y la rebaja del prestigio profesional. En Medicina existen unos sectores feminizados: la pediatría, los análisis clínicos y la medicina de familia frente a unos sectores masculinizados: las cirugías. Lola Álvarez trata el concepto y lo aplica a las empresas audiovisuales en su trabajo de investigación “Mujer y poder en los media” presentado al DEA del Departamento de CAV, Publicidad y Literatura en noviembre de 2008 (Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla).

⁷⁴ Felicidad Loscertales y Trinidad Núñez han escrito el libro: *Violencia en las aulas. El cine como espejo social*, editado en Barcelona por Octaedro en 2001.

Resulta menos complicado acordarse de nombres de directores de películas que de nombres de directoras. Son escasos todavía los títulos de los que “ellas” son responsables que logren tener una buena financiación, lo que afecta también a la promoción. La consecuencia es que pocas películas consiguen entrar adecuadamente en el mercado y, por lo tanto, pocas realizadoras son conocidas. Y si no se es una persona conocida se complica la obtención de financiación, volviendo a empezar. De hecho, no son pocas las directoras que han podido estrenar su proyecto porque también lo han producido.

Si miramos el panorama latinoamericano, podemos traer a colación las reflexiones de Ramírez (2009) quien nos recuerda las duras y directas palabras de una directora de cine cubana ya fallecida (Mayra Vilasís): *es más fácil para una mujer en Cuba ser piloto de avión que directora de cine*. También nos recuerda que Carolina Nicola es un ejemplo de cineasta cubana que ha logrado poner en marcha un proyecto; eso sí, con sus propios recursos económicos. Se trata de la película *Así de simple*, estrenada en 2007. El panorama es tan desolador que Vega (2000) toma como un éxito que entre 1980 y 1999 se hayan estrenado en México 26 películas dirigidas por mujeres. Claro que parte que desde 1900 a 1980, se logran exhibir 14. Con esa medida, todo un éxito la década de los ochenta y noventa (¡!)

Haciendo un repaso por los listados de personas premiadas en los Oscar de Hollywood y, específicamente, los que se dan dado a la Mejor Dirección, podemos comprobar que nunca lo ha ganado una mujer, y sólo en tres casos han conseguido estar nominadas: Lina Wertmüller, por su película *Siete bellezas* (1975); Jane Campion, directora de *El Piano* (1993) y Sofia Coppola por *Lost in translation* (2003). Otra norteamericana cuya trayectoria profesional está plagada de valoración del público es Nancy Meyers (directora de *Cuando menos te lo esperas*, estrenada en 2000); sin embargo, en cuanto a reconocimientos oficiales sólo ha conseguido estar nominada al Mejor Guión por la película *La recluta benjamín* (1980)... Pero no hay mucho más.

Centrándonos en el cine español, sirvan estos datos como muestra: En 2006 se produjeron 140 películas; de ellas, sólo 6 fueron dirigidas por mujeres (el 4,3%). En 2007 se produjeron 172; de ellas, sólo 9 son dirigidas por mujeres (5,2%). Por este motivo, el Gobierno Español se ha comprometido, a través de la Vice-Presidenta Fernández de la Vega y dentro del I Encuentro Internacional de Mujeres del Audiovisual (2008) organizado por CIMA⁷⁵ y celebrado en diciembre de 2008 en Madrid, a impulsar al máximo medidas de género en este sector.

⁷⁵ CIMA es la Asociación de Mujeres Cineastas y de los Medios Audiovisuales creada en 2007. En 2008 contaba con 140 socias entre directoras, guionistas, productoras o investigadoras. Nace con el objetivo de reivindicar que la Ley de Igualdad llegue al Cine: a los Comités que deciden las ayudas, a los Jurados de los Festivales, etc. Su presidenta es Inés París y la Secretaria Iciar Bolláin: www.mujerescineastas.es. En noviembre de 2009 se formaliza CIMA Andalucía, bajo la mediación de la Fundación Audiovisual de Andalucía. Su presidenta es Inés Moreno

Hablar de “cine de mujeres” es reconocer implícitamente que la empresa cinematográfica ha estado excluyendo a las mujeres de puestos de responsabilidad y de poder. Por lo tanto, la elaboración de dicho concepto se convierte en una postura claramente reivindicativa. Ahora bien, la utilización del término no está exenta de peligro; para algunas directoras parece que dicha expresión alimenta la creencia de que los hombres hacen cine y las mujeres cine para mujeres. Icíar Bollaín, en concreto, afirmaba tajante en *La Revista* del diario *El Mundo* que no existe el cine de mujeres sino cine protagonizado por mujeres.

Por todo ello, nos parece interesante hacer visible, mostrar, señalar de manera gráfica pero clara, a esas mujeres que han conseguido en nuestro país romper el *techo de cristal*⁷⁶ en el cine llegando a dirigir películas porque, seguramente sin quererlo, se han convertido en “modelos” a seguir para otras. Porque “nombrar” es hacer visible. Esa sentencia que mantiene que lo que no se nombra no existe se confirma de tal manera que cuando alguien no quiere, por ejemplo, asumir una dura enfermedad como el cáncer, obvia nombrarlo y opta por una huida fantástica de la realidad hablando de “una cosa mala”. Haciendo esta idea extensible, consideramos que es fundamental mostrar el trabajo de estas mujeres e, incluso, señalar sus nombres (porque existen).

Lo que pasa es que en mucho de los casos son grandísimas desconocidas para la ciudadanía, y no sólo la propia realizadora sino el trabajo mismo. De ahí el interés. Pongamos algunos ejemplos. ¿Reconocemos a Emma Cohen como directora de cine? Si alguien la recuerda es por ser actriz; incluso por su papel de Gallina Caponata en la versión española de *Barrio Sésamo* (1979 y 1980). Aunque, sin duda, lo más probable es que se la reconozca como la pareja de Fernando Fernán Gómez. Sin embargo dirigió la no desdeñable cifra de cinco largos: *La plaza* (1976); *Quería dormir en paz* (1977); *Cuentos eróticos* (1979); *Y yo qué sé* (1979) y *El séptimo día de sol* (1980).

¿Qué recordamos de Ana Mariscal? Posiblemente su trabajo como actriz. Sin embargo y como ya señalamos en otro momento (Núñez, 2008), es un caso atípico del cine español porque es una de las pocas mujeres que consiguió dirigir diez películas. Algunas de ellas son: *Segundo López, aventurero urbano* (1953); *El camino* (1963) o *El peñecillo* (1968). Eso sí, ella, como otras de épocas anteriores, deben mostrar un talento especial para hacer posible la película. Ese talento tiene nombre de productora, que es la única manera de conseguir financiación: la propia. En concreto funda la productora Bosco Films. Su primera película trató de retratar el chabolismo de los alrededores de Madrid y no se pudo estrenar durante el franquismo.

⁷⁶ La expresión “techo de cristal” se usa de manera simbólica para expresar esas barreras que aunque son invisibles que impiden que muchas mujeres, con sobrada capacidad personal y profesional, alcancen posiciones de responsabilidad y decisión en su ámbito laboral. Son barreras que no se ven (porque no son ni legales ni morales), pero que están presentes.

Irene Cortesana ha sido la primera mujer que dirige un largometraje en nuestro país. Lo consigue en 1921 con la película *Flor de España o la leyenda de un torero*. Y en una época convulsa, Rosario Pi logra estrenar dos largos: *El gato montés* (1935) y *Molinos de viento* (1937) y Margarita Aleixandre dirige *La gata* (1957), con el apoyo de su productora Nervión Films. Sin embargo, sus nombres se desvanecen a la vez que no es difícil rescatar de la memoria colectiva el nombre de directores de cine español a los que, sin duda, se les considera “clásicos”: Luis Buñuel; Juan Antonio Bardem; Antonio Isasi-Isasmendi, José M^a Forqué o Luis García-Berlanga.

Cuando se intenta conseguir información sobre “directores/directoras” de cine español, el buscador Google ofrece, como primer registro, una página que se anuncia con cincuenta directores (www.galeon.com/cerpleg). Muy interesante comprobar que en dicha página aparecen 48 hombres (Almodóvar, Amenábar, Aranda, Camús, Chávarri, de la Iglesia, Erice, Garci, Giménez-Rico, Trueba, Uribe, Olea, Suárez, etc.) y dos mujeres (Bollaín y Miró). Un 4,1% que no responde a la realidad pero sí manifiesta la “consideración social” que se concede a las mujeres directoras (es decir, prácticamente ninguna). Es verdad que esta es la página de “un particular”, pero un estudio realizado por SigmaDos en 2007 revela que los directores de cine español más conocidos por la ciudadanía son: Almodóvar, Amenábar, Garci, Trueba y Berlanga, por ese orden.

No obstante, la sensibilidad hacia el liderazgo femenino y el poder va llegando, con más fuerza, a las pantallas, aunque algunas de estas directoras no quieran hablar de cine de mujeres o de hombres sino de cine bueno o malo. Porque, además, las mujeres que toman decisiones como realizadoras ponen una mirada diferente empezando por la elección del tema y de los personajes. Parece menos probable que una directora utilice a una mujer como objeto del discurso y a un hombre como sujeto. Las mujeres directoras buscan nuevas formas de representación porque están hartas de verse mal representadas⁷⁷.

De todas maneras debemos reconocer que en algunos casos ocurre que son las propias mujeres las que se “autocensuran” a la hora de dar el salto a la dirección de películas y lo hacen por un estricto sentido de la responsabilidad. Este sentido de la responsabilidad (que no siempre nos beneficia) ha sido denominado en la literatura como *techo de cemento*⁷⁸. En muchos casos, las mujeres renuncian al ascenso, a tener poder ejecutivo, y lo hacen no por miedo o por incompetencia sino por ex-

⁷⁷ María Carmí-Vela ha escrito el libro *Mujeres detrás de la cámara*, editado por Ocho y Medio en 2005.

⁷⁸. Entendemos que el “techo de cemento” es un efecto secundario de uno de los estereotipos prejuiciosos que recaen sobre las mujeres y que logramos delimitar en otro estudio (Loscertales y Núñez, 2002): *Las mujeres pueden salir al mundo público siempre que no abandonen el mundo privado que es el que les corresponde “naturalmente”*. Esta creencia asumida y trabaja en el inconsciente colectivo es paralizante, aunque también es auto-protectora. Quizá el matiz negativo está en entender como algo normal y aceptable tener múltiples responsabilidades. Porque ello puede tener consecuencias no deseables a nivel bio-psico-social como, por ejemplo, llegar antes al agotamiento o al estrés.

ceso de celo (quieren hacer muy bien su trabajo dentro y fuera de casa). En otros casos como una medida de auto-protección⁷⁹. La propia Ángeles González-Sinde lo señalaba en su participación en una Mesa Redonda sobre *Mujeres creadoras*, dentro de las actividades del Festival de Cine Europeo de Sevilla en 2008. Y lo decía así: *las mujeres se lo piensan más que los hombres. Ese carácter reflexivo a veces juega a favor de las mujeres pero a veces juega en contra.*

Sin duda, las mujeres nos hemos acostumbrado a exigirnos demasiado a nosotras mismas. Pero la propia sociedad exige mucho a las mujeres. Como hemos dicho en otro momento, pasar por un examen permanente es una condición que se ha impuesto el género femenino y que está incorporada de manera inconsciente en la sociedad, está en el imaginario colectivo. La infalibilidad se ha convertido en una obligación de la que está salvado el hombre. Las mujeres seguimos respondiendo de manera refleja a muchos siglos de reprobación y de censura sobre lo que sentimos o sabemos. Y ello contribuye a perpetuar una elevada autoexigencia personal y profesional. La severidad de la sociedad hacia las acciones profesionales y familiares de las mujeres nos llevan a actuar pidiéndonos siempre más y viviendo con culpa los posibles errores (Núñez y Loscertales, 2004). Es verdad que, en más ocasiones de las debidas, se suele renunciar al poder ejecutivo porque resulta muy “culpabilizante” y estresante conciliar las vidas (familiar, laboral, personal o social). Son diferentes las investigaciones latinoamericanas y europeas que demuestran que el estado civil, la edad y la situación reproductiva se constituyen en un elemento de relevancia para las trayectorias profesionales de las mujeres. Se llega a observar una alta proporción de solteras y divorciadas entre las que desempeñan cargos directivos y, a la vez, un bajo número de mujeres que son madres (Arango, 1998; Delfino, 2005, etc.).

Chinchilla, Poelmans y León (2005), después de entrevistar a 145 ejecutivas, concluyen que el criterio que más condiciona la toma de decisiones de las directivas es el equilibrio entre la vida personal/familiar y profesional. El 68% de estas mujeres consideran muy importante poder conseguirlo antes de decidirse a promocionar. Igualmente, para la mayoría de estas mujeres, la prioridad máxima es su propia descendencia; después quedan la pareja, la familia y... en cuarto lugar se encontraría el proyecto profesional. Es más, los datos demuestran que las mujeres que están en puestos de dirección suelen renunciar a su baja maternal (a la que indudablemente tienen derecho). En cambio, el 12% de los directivos varones la están tomando. La explicación que ofrecen las autoras antes mencionadas es que a las mujeres les preocupa las repercusiones laborales de estas bajas. Todo lo contrario

⁷⁹ La exigencia (y la autoexigencia) de “ser perfectas” en todas las facetas vitales (como profesionales, madres, esposas, administradoras del hogar o mujeres) resulta agotadora y puede conducir las (conducirnos) a renunciar o a perder una adecuada calidad de vida.

pasa con el hombre. Para ellos, el hecho de atender a su descendencia, y que la empresa conozca, supone un *extra* de reconocimiento social.

Pues estos mismos argumentos, e incluso amplificadas, están detrás de muchas mujeres que, aun teniendo cualidades técnicas e ideas creativas, postergan sus proyectos audiovisuales o (simplemente) no los acometen. Inés París subrayaba que *la conciliación es objetivamente difícil* refiriéndose al mundo cinematográfico. Estas manifestaciones las hacía en el II Festival de Cine de Cuenca, al que fue invitada para hablar de “¿Por qué no hay más mujeres directoras de cine?”. Son muchas las que sienten la dificultad. Ángeles González-Sinde cuando se subió a recoger su “Goya” a la Mejor Dirección Novel en 2004, aludió de manera explícita y clara a la conciliación y, en concreto, se refirió a la gestión del tiempo diciendo: *con un horario imposible* (si quieres dirigir una película) *apenas puedes estar con tus hijos*. En ese mismo acto, Bollaín recogía el “Goya” a la Mejor Dirección y acunó la estatuilla homenajeando(se) por su reciente maternidad.

Proponemos un estudio centrado en la dirección de largometrajes exhibidos en salas de cine, excluyéndose los cortometrajes. Dicha exclusión tiene que ver con las limitaciones propias de una investigación pero, en ningún caso, por considerar al metraje como indicativo de calidad. No consideramos de primera (al largo) o de segunda (al corto). De hecho, son muchos los cortometrajes dirigidos por mujeres que han obtenido reconocimiento oficial. Por ejemplo, la sevillana Isabel Lucina Gil Márquez consigue el 2008 el Goya al Mejor Corto Documental con su cinta *Un hombre feliz*. O la vasca Isabel Herguera, quien fue nominada a los Premios Goya de 2006 por su cortometraje de animación *La gallina ciega*. Este corto obtuvo el Primer Premio del X Festival Internacional de Cortometrajes de Siena y el Primer Premio en la 3ª edición de los Premios Tiflos de Cortometrajes de la ONCE. De la misma manera, no consideramos las películas hechas para televisión (*tv movies*) sean menos importantes que las realizadas para ser exhibidas en la “pantalla grande”. Simplemente limitamos los criterios de análisis. Así pues, el criterio de base ha sido identificar las películas realizadas por mujeres; películas de producción española y que se han estrenado (las fechas son las del estreno). Hacemos un recorrido por los últimos veinte años: desde 1989 hasta 2009 (veinte años de cine dirigido por mujeres). También esta limitación de fechas nos impide incluir a otra directora importante, nos referimos a Cristina Andreu, cuyo largo *Brumal* se estrenó en 1988. Por último, debemos decir que nos han servido de fuente principal “Los anuarios del cine español” publicados por el Ministerio de Cultura y la *Guía del Audiovisual en Andalucía* (Fundación AVA).

La idea que nos mueve es reconstruir la historia de mujeres que han estado (y están) ejerciendo el poder, tomando decisiones, liderando el cine español y que han conseguido romper barreras. Porque hasta este momento, la evidencia ha marcado, con una especie de gusto amargo, una historia contada de manera incompleta y parcial. Nuestro objetivo es, por tanto, ayudar a hacer visible lo invisible. Las muje-

res directoras de cine en España *existen*, como el Sur y son, sin duda, inteligentes, valientes, decididas, emprendedoras, creativas, ingeniosas... de las que se debe aprender. Por ese motivo entendemos que tiene sentido especial nombrarlas (creando una ficha de análisis que incluyen datos básicos de formación y de desarrollo laboral, premios recibidos y otros datos de interés de cada una de ellas) y el nombre y características de sus cintas. El objetivo general, pues, se concreta en dos: a) conocer quiénes son las mujeres que lideran el cine español ejerciendo el poder, tomando decisiones y rompiendo barreras (económicas, de gestión o de credibilidad)... y b) conocer las características de sus trabajos.

6.2. MUJERES QUE DIRIGEN: MOSTRANDO TALENTOS

Directora: Ana Belén (M^a Pilar Cuesta Acosta)

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nació en Madrid en 1951. Estudió en el colegio de las Damas Apostólicas; allí tuvo su primera salida a escena para actuar en un cuento que se titulaba *El enanito saltarín*. Al mismo tiempo que estudiaba solfeo y piano, comenzó a inscribirse en concursos radiofónicos infantiles. Pronto empezó a trabajar de forma fija en Radio Madrid para cubrir un hueco que había dejado Rocío Dúrcal, hasta que la productora Época Films se interesó por ella y le firmó un contrato por cuatro años para rodar cuatro películas musicales infantiles. Estudió interpretación con William Layton y ha actuado como actriz en diferentes películas; aunque su faceta profesional está íntimamente unida a la canción.



Filmografía:

Cómo ser mujer y no morir en el intento (1991)

Premios obtenidos:

Por esta ópera prima fue nominada en la VI edición de los Premios Goya de la academia del cine español como Mejor Directora Novel. La película, a pesar de ser mal recibida por la crítica, gozó de un notable éxito de público y logró el Premio Ondas a la Mejor Dirección.

Otros datos de interés:

Ha cosechado innumerables éxitos teatrales y confirma su labor de actriz en películas como *La colmena* (1982) o *Demonios en el jardín* (de ese mismo año); *Rosa Rosae* (1992), *Tirano Banderas* (1993), *La pasión turca* (1994) y *Libertarias* (1996), entre otras.

También ha trabajado para televisión en series de gran éxito de público.

Directora: Oliva Acosta

Algunos datos biográficos y profesionales:

Es directora y guionista. Su trayectoria profesional está unida, fundamentalmente, al documental. Muchos de sus trabajos han sido realizados para televisión como, por ejemplo, *Infancia rota*, emitido por TVE y que trata sobre el abuso a menores.

Trabajó como periodista y responsable de comunicación en la Secretaría de Naciones Unidas en Nueva York y en la Red Internacional de Derechos Humanos de la Mujer.

Filmografía:

Reyita, el documental (2008)

Premios obtenidos:

Tiene una larga trayectoria de premios por sus trabajos en TV. Como ejemplo podemos citar que con el documental *Infancia rota* consiguió la Medalla de Bronce en la categoría de Mejor Reportaje de Investigación en el Festival Internacional de Televisión de Nueva York.

Otros datos de interés:

Su documental *Reyita* inauguró el Festival de Cine Documental de El Cairo y es una codirección con Elena Ortega.

Tiene su propia productora: Olivavá Producciones y ha fundado REC (Red de 25 empresas del Audiovisual de la Provincia de Cádiz)

Directora: Roser Aguilar

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nació en Barcelona en 1971. Estudia en la Escuela Superior de Cinematografía de Cataluña (ESCAC) y en 1999 rodó su primer cortometraje, el drama *Cuando te encontré*.

Filmografía:

Lo mejor de mí (2008)

Premios obtenidos.

Ópera prima premiada en el *Festival de Locarno* (Suiza)

Nominada a la Mejor Dirección Novel en los Premios Goya de 2009

Otros datos de interés:

Su película ha sido proyectada fuera de concurso en la Seminci de Valladolid. El filme cuenta la historia de Raquel que recuerda que, cuando era pequeña, no podía entender por qué todo el mundo hablaba de amor. Por eso pensaba qué pasaría si no encontraba a nadie que la quisiera. Raquel se va a vivir con Tomás y se plantea qué está dispuesta a hacer por amor.



Directora: Arantxa Aguirre Carballeira

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nace en 1965 en Madrid. Es licenciada en Filología.

Filmografía:

Hécuba, un sueño de pasión (2006) D

Premios obtenidos.

Obtiene el Premio de Investigación Pérez Galdós correspondiente al año 2003, que convoca la Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico del Cabildo Grancañario, que vela por la difusión y proyección del legado literario de la obra del autor de los 'Episodios Nacionales' con trabajo titulado 'Buñuel, lector de Galdós'

Otros datos de interés:

Es una co-dirección junto a J. Luis López Linares

Ha trabajado como ayudante de dirección en los filmes de Gerardo Vera; *La Celestina*; *Después del sueño*, de Mario Camus; *Octavia*, de Martín Patino, *Tacones lejanos*, de Almodóvar o *¡Ay, Carmela*, de Carlos Saura

Directora: Mónica Agulló Laguna

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nace en Madrid en 1964. Estudia Imagen y Sonido en la Facultad de CC. de la Información y lo combina con el trabajo remunerado. Ejerce de casi todo: cantante, fotógrafa, operadora de vídeo, auxiliar de cámara... y hace del Cinestudio Griffith prácticamente su segunda casa.

Filmografía:

Tengo una casa (1996) / *Juego de luna* (2001)

Premios obtenidos:

Con el corto *Sabor a rosas* gana el Premio al Mejor Cortometraje en cinco prestigiosos Festivales de Cine.

Con *Juego de luna* obtiene el premio a la Mejor Dirección en el Festival de Cine de Málaga 2001.

Otros datos de interés:

En 1988 consigue escribir, dirigir y producir su primer corto en 35 mm, para lo que crea una productora: *Mac Guffilm*.

Directora: Mercedes Afonso Padrón

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nace en La Palma (Canarias). Decidió trasladarse a Madrid porque pensó que allí todo sería más fácil, pero lo cierto es que ha decidido volver a su tierra natal donde con un portátil puede hacer realidad sus sueños: plasmar sus guiones y producir una película.

Filmografía:

El amor se mueve (2008)

Premios obtenidos:

Ha obtenido el Premio a la Mejor Dirección Artística en Arona (Tenerife) en el año 2001, o el Primer Premio del certamen cinematográfico convocado por Caja Canarias en el año 2002.

Otros datos de interés:

Monta su propia productora *Lunática Producciones*, para poder asumir sus trabajos.

Directora: Mercedes Álvarez

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nace en Aldeaseñor (Soria) en 1967. Durante muchos años se ha dedicado al Montaje en televisión. Fue la última niña que nació en la aldea y, cuando ella tenía tres años, su familia emigró a la ciudad. Esta situación está en la base de su documental

Filmografía:

El ciego gira (2004) D

Premios obtenidos:

Mejor película y Premio FIPRESCI en el Festival Internacional de Cine Independiente de Buenos Aires, 2005. Igualmente obtiene el Premio Tigre Award en el Festival de Cine de Rotterdam, 2005 y el Gran Premio en el Festival Internacional Cinéma du Réel de París

Otros datos de interés:

Participa en el Máster de Documental de Creación de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona.



Directora: Marta Arribas Velasco

Algunos datos biográficos y profesionales:

Licenciada en Periodismo, ha desarrollado su carrera profesional realizando documentales y programas de carácter social por diversas televisiones públicas. Perteneció al equipo fundador del programa “30 minutos” de Telemadrid.

Filmografía:

El tren de la memoria (2005) D

Premios obtenidos:

En 2006 recibe el premio de Público en la Bienal de Cine Español de Annecy y en el festival de Berlín. Obtiene el Premio del Jurado en el Festival de Cine de Málaga. Obtiene, también en 2006, el premio al Mejor Documental Social en el Festival Internacional de Documentales del Sur.

Otros datos de interés:

Su documental, codirigido y producido por la Iguana, tiene como objetivo recuperar la “memoria” sobre la etapa negra del franquismo que supuso la emigración de muchas personas. En 2006 se presentó en el Instituto Cervantes de Praga, en el Colegio Superior de las Artes Visuales de Marrakech y en la Muestra de Cine y Derechos Humanos de Vitoria. En octubre de 2009 presentan en el festival Internacional de cine de Valladolid el documental “Cómicos”.

Directora: Dunia Ayaso

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nació en Las Palmas (Gran Canaria) en 1961. Autora de cortometrajes y vídeos comenzó trabajando en una compañía teatral. Ha hecho diferentes cursos sobre cine mientras se ganaba la vida realizando vídeos industriales.



Filmografía:

Perdona bonita, pero Lucas me quería a mí (1996)

El grito en el cielo (1998)

Descongélate (2003)

Los años desnudos. Clasificada S (2008)

Premios obtenidos:

La película *Perdona bonita, pero Lucas me quería a mí* obtuvo en la *Mostra de Venecia* de 1997, el Premio al Mejor Guión.

Obtuvo en Premio del Público en el Festival de Maspalomas de ese mismo año.

Otros datos de interés:

Realiza la serie que se tituló: *Quítate tú pa' ponerme yo* pensada para televisión.

La película *Descongélate* ha sido distribuida en una treintena de países.

Ha sido creadora y directora (junto a Félix Sabroso) de la serie de televisión (de trece episodios) titulada *Mujeres*, que recoge la vida de diferentes mujeres de un barrio de Madrid.

Su primer largo fue *Fea* (1994) pero no consiguió ser exhibida más que en Centros Culturales. Actualmente puede alquilar una copia en el Centro Cultural Conde Duque.

Se encuentra rodando el drama *La isla interior*, en la que intervienen Candela Peña o Geraldine Chaplin.

Directora: Marta Balletbó-Coll

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nació en Hospitalet de Llobregat (Barcelona) en 1960. Después de estudiar Ciencias Químicas en Barcelona, se trasladó a Nueva York con la beca Fullbright/La Caixa para estudiar Dirección Cinematográfica en la Universidad de Columbia, donde se licenció en el año 1991.

Filmografía:

Costa Brava (1995)

Seigné (2005)

Premios obtenidos:

El cortometraje *Arlequín exterminador* (1991) obtuvo el Premio Golden Gate en el Festival Internacional de Cine de San Francisco (Estados Unidos).

El corto *Intrepidissima* (1992) fue Premio Nacional de Cinematografía de la Generalitat de Cataluña.

Galardonada con el Premio Ciudad de Barcelona, el Premio Especial de Calidad del Ministerio de Cultura y el Premio del Público en los festivales gays y lésbicos de San Francisco, Los Ángeles, París y Milán por *Costa Brava*.

Obtiene el Premio al Mejor Filme en el Festival Internacional de Cine de Filadelfia, en 2005 por su película *Seigné*

Otros datos de interés:

Socia fundadora de la productora *Costabrava Films*, en 1994 con la que produjo su primer largometraje, una comedia en inglés sobre la homosexualidad femenina con un presupuesto mínimo y un rodaje apresurado.

Co-dirige la película *Cariño, he enviado los hombres a la Luna*, comedia dramática cuyo tema vuelve a ser el lesbianismo. El filme también fue rodado en inglés.



Directora: Cecilia Bartolomé

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nació en Alicante en 1943. Se graduó en la Escuela de Cinematografía de Madrid en 1970, junto a Josefina Molina y Pilar Miró. Ha dirigido también publicidad y, por ejemplo, un capítulo documental para la serie de TVE *Cuéntame*, que estuvo dedicado a la figura y la muerte de Carrero Blanco.

Filmografía:

Lejos de África (1996)

Otros datos de interés:

En 1969 rueda un medietraje titulado *Margarita y el Lobo* y fue retirado por la censura. La historia habla de una mujer (Margarita) que se enfrenta a un juez eclesiástico en el juicio de separación matrimonial. *Sólo separación de cuerpos y bienes*, dice el juez, *porque el matrimonio es para toda la vida*.

En 1978 rueda la que se considera primera película feminista del cine español: *Vamos, Bárbara!* Cuenta la historia de una mujer de 40 años que abandona a su marido y empieza a cuestionarse el conservadurismo católico de la época.

En 1981 rueda *Después de...*

Directora: Icíar Bollaín Pérez-Mínguez

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nació en Madrid en 1967. En 1985 comenzó la carrera de Bellas Artes en la Universidad Complutense. Durante tres años compaginó los estudios con su trabajo de actriz, hasta que, finalmente, comenzó a dedicarse por completo al mundo del cine.

Con 15 años, Víctor Erice se presentó en el colegio donde estudiaba y la eligió para actuar en la película *El Sur* (1983).

Filmografía:

Hola, ¿estás sola? (1995)

Flores de otro mundo (1999)

Te doy mis ojos (2003)

Mataharis (2007)

Premios obtenidos:

El cortometraje (de veinte minutos) *Amores que matan* lo rodó en 2000 y se convierte en el germen de su película *Te doy mis ojos*.

El corto *Los amigos del muerto* obtuvo el segundo premio en la II Semana de Jóvenes Realizadores de Granada en 1994. Ese mismo año, RNE le concedió el Premio Ojo Crítico por su aportación a la cinematografía española.

La cinta *Hola, ¿estás sola?*, ganó el Premio al Mejor Director Novel en el Festival de Cine de Valladolid.

La película *Te doy mis ojos* consigue siete premios Goya 2004; entre ellos a la Mejor Dirección y Mejor Película. Igualmente consigue seis galardones en los Premios concedidos por el Círculo de Escritores Cinematográficos, incluyendo el galardón a la Mejor Película del Año. También obtiene con ella dos Conchas de Plata en el Festival de Cine de San Sebastián de 2004 y el Premio Europeo de Guión en el I Encuentro Internacional de Guionistas Europeos. El Consejo General del Poder Judicial premia a esta película con el Premio Anual del Observatorio contra la Violencia Doméstica y de Género 2004 y reconoce a Icíar Bollaín por la labor más destacada en la erradicación de la Violencia Doméstica y de Género. En el I Encuentros Internacionales de Guionistas Europeos (RISE). Estrasburgo (Francia) 2004, gana el Gran Premio Europeo al Guión: *Alicia Luna e Icíar Bollaín*. En la VI Muestra Internacional de Cine de Santo Domingo (Octubre 2004): Ciguapa de Oro a la Mejor Película. XXVI Festival Internacional de Cine de Mujeres de Creteil 2004 (Francia): Gran Premio del Jurado y el Premio del Público. En el XIV Festival de Cine Español de Nantes 2004 (Francia): el Premio del Público.

La película *Mataharis* obtuvo 5 nominaciones en los Premios Goya de 2008.

Otros datos de interés:

En 1991 funda Producciones *La Iguana*, junto a Santiago García de Leániz y Juan Butragueño. Desde ella financia *Hola, ¿estás sola?* Sus primeros trabajos como directora fueron los cortometrajes *Baja corazón* (1992) y *Los amigos del muerto* (1994).

En 1996 escribe el libro *Ken Loach, un observador solidario*.



Directora: Irene Cardona Bacas

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nació en Cáceres. Realizadora, actriz y guionista, licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense. Cuando era una adolescente, y estudiaba teatro en su pueblo natal (Navalmoral de la Mata), ya pudo darse cuenta de que su pasión era el cine. En 1994 consiguió una beca (de las tres que se ofrecían) para estudiar en la Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños (Cuba), donde no sólo se graduó en Guión y Dirección sino que descubrió un país que la ha marcado para siempre..



Filmografía:

Un novio para Yasmina (2008)

Premios obtenidos:

Ganadora de tres Biznagas de Plata en el Festival de Málaga de 2008:

– A la Mejor Película / – A la Mejor Actriz / – Premio del Público

Consiguió el Premio del Público en la 30ª Edición de Cine del Mediterráneo de Montpellier.

Nominada a la Mejor Dirección Novel en los Premios Goya 2009.

Otros datos de interés:

La historia de Yasmina es la de una joven marroquí, ambiciosa e independiente, que se viene a vivir a España. Pero es también la historia de diferentes situaciones relacionadas con el matrimonio. Se rodó en castellano, árabe y francés y se ha convertido en serie para la televisión de Dubai.

Irene Cardona, además, ha realizado diversos cortos con los que ha obtenido diferentes distinciones. En concreto, con su corto *La cigüeña* (2002) recibe el Premio Extremadura de Creación.

Actualmente combina el desarrollo de diferentes proyectos audiovisuales, entre ellos un documental sobre la represión franquista en Extremadura, con su trabajo de guionista en el programa de TVE «Versión española». Pero, además, sigue con su labor como profesora de teoría y técnica cinematográfica.

Directora: Isabel Coixet

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nace en Barcelona en 1960. Está licenciada en Geografía e Historia. Su afición por la imagen la acercó al mundo del rodaje y de la publicidad. Su primer contacto con el cine fue como intérprete de *Antonieta* (1982), dirigida por Carlos Saura.

Ha sido directora creativa de las agencias publicitarias JWT y Target y de la productora Eddie Saeta.

Rodó su primera película en 1988: *Demasiado viejo para morir joven*, en la que trabajó Emma Suárez. Sin embargo, la directora catalana no llegaría a ser conocida hasta el año 1996, cuando rodó en Estados Unidos la película *Cosas que nunca te dije*.

Filmografía:

Cosas que nunca te dije (1996)

A los que aman (1998) / *Mi vida sin mí* (2002)

La vida secreta de las palabras (2005)

Premios obtenidos:

El largometraje *Cosas que nunca te dije* ha sido galardonado con el Premio al Mejor Guión Original por el Círculo de Escritores Cinematográficos, con el Premio Fotogramas de Plata a la Mejor Película, con el Premio Ondas al Mejor Director, con el Premio Sant Jordi a la Mejor Película Española, y con el Premio Alexander de Plata en el Festival de Cine de Tesalónica (Grecia).

Goya 2004 al mejor guión adaptado por *Mi vida sin mí*. Por esta misma película consigue el Premi Nacional de Cinema i Audiovisual por la Generalitat de Catalunya en 2004.

Goya 2006 a la mejor película, mejor dirección y mejor guión original por *La vida secreta de las palabras*.

Otros datos de interés:

En el año 2000 creó su propia productora: *Miss Wasabi Films*, encargada de la financiación de documentales, videoclips y campañas publicitarias.

En 2004 participó en la película *Hay Motivo*, un filme de denuncia política codirigido por otros 31 directores de cine españoles; su título es *La insoportable levedad del carrito de la compra*, que también fue galardonado con el Premio Nacional de Cultura de la Generalitat de Catalunya por su aportación al cine.

En 2008 dirige *Elegy*, ha sido una película de producción norteamericana, por ese motivo no la incluimos en el apartado de filmografía. En 2009 estrena *Mapa de los sonidos de Tokio*, con unas excelentes críticas.



Directora: Judith Colell

Algunos datos biográficos y profesionales:

Esta barcelonesa está licenciada en Historia del Arte. Se graduó en Cine en la Universidad de Nueva York. Ha trabajado como directora de teatro y guionista así como ayudante de dirección de la comedia *Ratita, ratita* (1990) y como secretaria de rodaje en los largometrajes *Los papeles de Aspern* (1991) y *Los mares del Sur* (1992).



Filmografía:

El dominio de los sentidos (1996)

Nosotras (2000)

3 días de invierno (2007)

Premios obtenidos:

Nosotras Recibió el Premio Butaca a la Mejor Película Catalana.

Otros datos de interés:

En 1991 rodó el cortometraje *Clara foc*, cuyo guión escribió junto a Teresa de Pelegrí y en el que actuó Silvia Munt. También trabajó como intérprete en sus siguientes cortos.

En 2003 realizó para televisión el telefilme *Fragmentos*.

Actualmente imparte clases de guión en la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, en la Universidad de Gerona y en la escuela Taller de Guionistas.

Directora: Ana Díez

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nació en Tudela (Navarra) en 1955. Es licenciada en Medicina. Se trasladó a México para doctorarse pero, una vez allí, prefirió estudiar Dirección Cinematográfica.

Filmografía:

Arder eta yul (1989)

Todo está oscuro (1997)

Algunas chicas doblan las piernas cuando hablan (2001)

Premios obtenidos:

Goya 1990 a la mejor Dirección Novel por *Arder eta yul*, una obra situada en el entorno de ETA

Otros datos de interés:

En 1985 codirige junto a Dana Rotberg, el documental producido en México *Elvira Luz Cruz, pena máxima...*

Es una de las pocas directoras españolas que están interesadas en abordar temas políticos y la única que ha rodado en euskera hasta mediados de los noventa.



Directora: Daniela Fejerman

Algunos datos biográficos y profesionales:

Directora y guionista nacida en Argentina en 1964. Está licenciada en psicología. Posee experiencia en televisión, siendo guionista en series como “Todos los hombres sois iguales” para Telecinco o “El pantano” para Antena 3. También dirigió algunos capítulos de El síndrome de Ulises para esta cadena.



Filmografía:

A mí quién me manda meterme en esto (1997)

A mi madre le gustan las mujeres (2002)

Vamos a dejarlo (2003)

Semen, una historia de amor (2005)

Premios obtenidos:

Nominada al Goya 2003 a la Mejor Dirección Novel por *A mi madre le gustan las mujeres*. Esta película pudo verse en numerosos países europeos y latinoamericanos.

Otros datos de interés:

Todas sus películas han sido realizadas en co-dirección a excepción de la última, estrenada en junio de 2009; nos referimos a *7 minutos*. Ha trabajado durante once años con Inés París.

Directora: Patricia Ferreira

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nace en Madrid. Es licenciada en Ciencias de la Imagen y Periodismo. Comenzó su trabajo en la información cinematográfica y la crítica de cine y ha desarrollado una amplia carrera en televisión como realizadora, directora y guionista de series y programas que incluyen ficción, culturales, informativos y documentales.



Filmografía:

Sé quién eres (2000)

El alquimista impaciente (2002)

Para que no me olvides (2005)

Premios obtenidos:

Para que no me olvides gana el Premio de la Audiencia en el Festival de Cine Español de Toulouse (Francia).

Otros datos de interés:

En 1997 rodó la película para televisión: *El paraíso*.

En 2004 rodó *El secreto mejor guardado*, perteneciente al documental colectivo *En el mundo a cada rato* (2004), en el que también colaboran los cineastas Chus Gutiérrez, o Javier Fesser. El largometraje, que defiende la protección de los derechos de la infancia en el mundo, trata temas como la educación de las niñas, la lucha contra el sida, la protección de los menores contra la violencia y la explotación laboral entre otros. Imparte clases de dirección de actores en la Escuela de Cine de la Comunidad de Madrid.

En octubre de 2009 ha estrenado el documental *Señora de...* protagonizado por 13 mujeres que relatan sus historias para ilustrar la época franquista.

Directora: Mireia Gabilondo

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nació en Bergara (Guipuzcoa) en 1965. Ha actuado y realizado labores de dirección en numerosas producciones teatrales y series de ETB. En cine, ha actuado en *Todo está oscuro* (1996), de Ana Díez, y co-dirigido el mediodiámetro documental *Niza. Habitación 11: 'Amparixu Gastón'* (2001).

Filmografía:

Enséñame el camino, Isabel (2006)

Premios obtenidos:

El florido pensil se estrenó en 1996, con gran éxito de crítica y público, y volvió a subir a los escenarios en 2006. A lo largo de su trayectoria ha recibido, entre otros galardones, el premio Ercilla 1996 a la mejor producción vasca; el premio al mejor conjunto de actores en el Festival de Vitoria-Gasteiz 1997; y premio Max 2000 a la mejor adaptación teatral.

Otros datos de interés:

Su largo es una co-dirección con Fernando Bernés. También con él dirige la obra teatral *El florido Pensil*.

Dirige, junto a Lourdes Bañuelos la obra de teatro *Mujeres en sus camas*, un espectáculo que habla de la vida sexual de las mujeres: de sus deseos, fantasías o anhelos.

Directora: Yolanda García Serrano

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nace en Madrid en 1958. Secretaria y actriz teatral. Se dice de ella que abandonó estos trabajos porque "no soportaba tener jefes". También trabajó como guionista de cine, teatro y de televisión. Las series *Farmacia de guardia* (1991-1995) o *Todos los hombres sois iguales* (1996-1998)... tienen su sello.

Filmografía:

Amor de hombre (1997)

Km 0 (2001)

Hasta aquí hemos llegado (2002)

Premios obtenidos:

Por *Amor de hombre* gana el Premio aGLIFF a Mejor Guión en Austin Gay & Lesbian International Film Festival (USA) en 1998 y el Premio del Público en el Miami Gay & Lesbian Film Festival (MGLFF) en 1999.

Otros datos de interés:

Es Profesora de la Escuela de Cinematografía.

Amor de hombre y *Km 0* están co-dirigidas con Juan Luis Iborra.

Dirige en Nueva York la obra de teatro *Lo que ellos ignoran de ellas*, una comedia en la que tres mujeres jóvenes hablan de sexo y amor.



Directora: Isabel Gardela

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nace en Barcelona en 1965. Guionista y cineasta, dirige su primer trabajo en 1993. Se trató de un cortometraje de género dramático.

Filmografía:

Tomándote (2000)

Collage (2008) D

Otros datos de interés:

En 1996 rodó el segmento *El olfato* (1996), perteneciente al filme colectivo *El dominio de los sentidos* y en el que también trabajan Judith Colell, Teresa de Pelegrí, Nuria Olivé-Bellés y María Ripoll.

Invitada española al XI Salón Internacional del Autor Audiovisual, celebrado en Barranquilla (Colombia) en 2007. El tema central de trabajo fue “el cine con mirada de mujer”.

Directora: Ángeles González-Sinde

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nace en Madrid en 1965. Estudió Filología Clásica en la Universidad Complutense. Más tarde, realizó un Máster de Guión Cinematográfico y viajó a Los Ángeles para estudiar en el American Film Institute. Antes de dedicarse profesionalmente al cine trabajó como traductora o promotora de conciertos

Filmografía:

La suerte dormida (2003)

Una palabra tuya (2008)

Premios obtenidos:

Goya 2004 a la Mejor Dirección Novel por *La suerte dormida*.

Como guionista obtiene el Goya al Mejor Guión Original de la película *La buena estrella* (1997), de Ricardo Franco; y la Biznaga de Plata al Mejor Guión en el Festival de Cine de Málaga por *Heroína* (2004), de Gerardo Herrero.

Otros datos de interés:

Desde 2006 hasta marzo de 2009 es la Presidenta de la Academia Española de las Ciencias y de las Artes Cinematográficas.

En abril de 2009 es nombrada Ministra de Cultura.

Su película *¿A mí quién me cuida?* se estrena en 2006 y está pensada para televisión. Retrata el mundo de mujeres mayores que tienen que hacerse cargo de sus nietos. Producida por Omnibus Pictures y Steinweg Emotion Pictures, contó con el apoyo de la Junta de Andalucía, Canal Sur y TV3.

Participa en el guión de la película *7 minutos* de Daniela Fejerman, estrenada en 2009, y de la película *Mentiras y gordas* (2009) que ha tenido gran éxito de taquilla.



Directora: Chus Gutiérrez (M^a Jesús Gutiérrez)

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nace en Granada en 1962. Con 8 años se traslada a Madrid y a los 17 se marchó a Londres para estudiar inglés. Cuando volvió a España comenzó a trabajar casualmente en el mundo de la imagen y el sonido y, de este modo, decidió que quería aprender a hacer cine. Por esta razón se marcha a estudiar al City College de Nueva York. En 1987 regresa nuevamente a España y realiza sus primeros cortometrajes, aunque luego vuelve a Estados Unidos.



Filmografía:

Subset (1992)

Sexo oral (1994)

Alma gitana (1995)

Insomnio (1998)

Poniente (2002)

El calentito (2004)

Retorno a Hansala (2008).

Premios obtenidos:

Por *Subset* es galardonada con la Caracola de Oro en la Muestra Cinematográfica de Alcances en Cádiz en 1993.

En el Festival de Cine de Málaga ganó el premio a la Mejor Fotografía por *El Calentito*. También recibe el *Premio Platino* en la categoría de Mejor Película en el Festival de Cine Cómico de Monte Carlo (Principado de Mónaco).

Retorno a Hansala es nominada a los Premios Goya 2009: Guión original, Canción original y Actriz revelación. Esta misma cinta ha participado en la Muestra Internacional de Cine de El Cairo (Egipto) donde obtiene la Pirámide de Oro. Por esta misma película gana el premio Hércules del Público 2008 en el II Festival de Cine de Tánger y el premio del jurado en la Seminici de Valladolid 2008.

Por su trayectoria profesional Obtiene el *Premio Meridiana* del Instituto Andaluz de la Mujer.

Otros datos de interés:

Le encargan la realización de la serie de televisión *Ellas son así*, para Telecinco.

Retorno a Hansala habla de la inmigración, de lo que está detrás de dejar tu vida para buscar otra supuestamente mejor y se rodó en Algeciras (Cádiz) y en Marruecos. Se ha proyectado dentro de las Muestras del Festival Internacional de Cine de Toronto, Festival Internacional de Cine Europeo de Sevilla.

Directora: Ione Hernández Sáenz

Algunos datos biográficos y profesionales:

Ha nacido en Donostia–San Sebastián en 1970. Está Licenciada en Periodismo. Estudió Comunicación en la Universidad francesa de Michel de Montaigne y obtuvo una beca para hacer un Máster en Dirección en Los Ángeles.

Filmografía:

Uno por ciento, esquizofrenia (2006)

Premios:

Por su cortometraje *el Juego* recibe el premio ‘Guindilla’ 2007 del Gobierno de la Rioja.

Por *El palacio de la luna* consigue uno de los premios concedidos en la X Semana del Cortometraje de la Comunidad de Madrid en 2007. Igualmente obtiene el Tercer Premio del certamen en la XXIX Semana del Cine Español en Carabanchel, celebrada en enero de 2009.

Otros datos de interés:

Tras su estancia de siete años en los USA, colaboró en la película *La pelota vasca*. Ha dirigido los siguientes cortometrajes: *Ana* (1997); *Stop for a While* (1998); *Aizea, ciudad del viento* (2001); *La novia* (Los diminutos del calvario) (2002); *Juego* (2006); *El palacio de la Luna* (2006).

Uno por ciento, esquizofrenia se proyecta en el Festival de Cine Europeo de Sevilla de 2006. Asesoró el guión, entre otras personas, la psicóloga Margarita Laviana, Decana del Colegio de Psicología de Andalucía Occidental.



Directora: Arantxa Lazkano

Algunos datos biográficos y profesionales:

Ha nacido en Zarauz en 1950. Después de estudiar las carreras de Magisterio y Psicología empezó a interesarse seriamente en el mundo del cine lo que le llevó a ingresar en la Escuela Profesional de Cine y Vídeo de Andoain y a realizar diversos cursos de doblaje e interpretación.

Filmografía:

Los años oscuros (1993)

Premios:

Con el cortometraje *Maidier* (1989) obtiene el Certificado al Mérito en el Festival Internacional de Cork (Irlanda) en 1989.

Con *Los años oscuros* logra el Premio al Mejor Guión en el Festival Internacional de Pontevedra (1993), el Premio al Mejor Guión en la III edición de los premios al Cine Vasco de *El Mundo* (1994) y el Premio a la Mejor Película en el Foro Nuevos Realizadores de Murcia (1994) y la nominación a los Premios Goya a la Mejor Dirección Novel.

Directora: Eva Lesmes

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nace en Gijón (Asturias) en 1961. Está Graduada en Dirección de cine y televisión en el American Film Institute (Los Ángeles). Formada en Interpretación y Dirección de actores con John Strasberg, Dominique de Faccio o William Layton, en Madrid y en la Lee Strasberg Theatre Institute de Los Ángeles. Ha recibido diversos cursos de guión en U.C.L.A (Los Ángeles). Desde 1988 compagina su actividad profesional con la enseñanza. Ha participado en cursos organizados por la Consejería de Cultura de Asturias, Instituto Andaluz de la Mujer, Comunidad de Madrid o la Unión de actores.

Filmografía:

Pon un hombre en tu vida (1996)

El palo (2001)

La noche del escorpión (2002)

Premios obtenidos:

Premio Pilar Miró de la ATV al mejor guión de películas para televisión en el año 2000 por *A simple vista*.

Premio a la Mejor película en el primer Festival de cine gay y lésbico y en III Festival de cine Asturiano, por *La noche del escorpión*.

Premio Especial Calidad del Ministerio de Cultura al corto *Ejercicio para dos manos* (1988).

Otros datos de interés:

Ha dirigido multitud de series de televisión, entre ellas: *Mujeres alteradas*, serie que se emite en La Sexta y que está basada en las tiras de Maitena. También 4 capítulos de *Ellas y el sexo débil* para Antena 3 y la primera temporada de *Ana y los siete* para TVE (2002).

Es miembro de la Academia de las Artes e Industrias Cinematográficas.

Directora: María Lidón Ibáñez (Luna)

Algunos datos biográficos y profesionales:

Directora y guionista valenciana. También actriz: protagoniza *Stranded*

Filmografía:

Stranded (Naúfragos) (2002)

My Gun (2002) / *Yo, puta* (2003) / *Moscow zero* (2007)

Premios obtenidos:

Por *Naúfragos* obtiene el Gran Premio de Plata a la Mejor Película Fantástica Europea en el certamen Fantafestival de Roma (Italia).

Otros datos de interés:

Con *Yo puta*, retrata el mundo de la prostitución. En esta película aparece María Jiménez. Ha tenido siempre claro que el cine además de arte es negocio, y que para llegar a alguna parte hace falta saber vender las películas propias, desde incluso antes de que estén rodadas. Esa ideas la condujeron al mundo de la producción y la distribución internacional. La película *Moscow zero* consiguió pre-ventas para más de una veintena de países.

Directora: Belén Macías

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nace en Tarragona y cursa estudios superiores en Madrid. Empezó su andadura profesional como guionista (*Al salir de clase*). Ha dirigido series y películas para televisión, spot publicitarios y obras de teatro.

Filmografía:

El patio de mi cárcel (2008)

Premios obtenidos:

Nominada a la Mejor Dirección Novel en los Premios Goya 2009 por *El patio de mi cárcel*. Su cortometraje *El puzzle* fue nominado a los Premios Goya.

Su cortometraje *Mala espina*, ha sido ganador de más de cuarenta premios en festivales nacionales e internacionales.

Otros datos de interés:

El patio de mi cárcel es una historia de mujeres excluidas pero también de mujeres con poder que quieren aplicar las normas de otra manera.

Para el cine escribió el guión de *La mula*, basado en una obra de Juan Eslava Galán.

Directora: Laura Mañá

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nació en Barcelona en 1968. Actriz de cine en *La teta y la Luna* (1994), de Bigas Luna; en *La pasión turca* (1994) y *Libertarias* (1996), de Vicente Aranda, entre otras.

Su primer trabajo detrás de la cámara fue en la dirección del cortometraje en catalán y en blanco y negro *Paraules* (1997).

Filmografía:

Sexo por compasión (2000)

Palabras encadenadas (2002)

Morir en San Hilario (2005)

Premios obtenidos:

Premio a la Mejor Película y el Premio del Público en el Festival de Cine Español de Málaga por *Sexo por compasión*.

Otros datos de interés:

Tiene en proyecto la realización de un trabajo cuyo tema central es el sexo y las personas mayores.



Directora: María Miró

Algunos datos biográficos y profesionales:

Directora y guionista grancanaria que comienza su trayectoria profesional como directora de cine en 1994.

Filmografía:

Los baúles del retorno (1995)

Cayuco (2008) D

Premios obtenidos:

En el Festival Internacional de Cine Realizado por Mujeres, 1995 obtiene el Premio del Público al Mejor largometraje español.

Otros datos de interés:

El documental ha contado con el apoyo del Centro Europeo de Estudios sobre Flujos Migratorios, y con la colaboración de la Viceconsejería de Bienestar Social e Inmigración del Gobierno de Canarias y de la Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

Directora: Pilar Miró Moreno

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nació en Madrid en 1940. Murió en 1997. Licenciada en Derecho y Periodismo. Se graduó en 1968 como guionista en la Escuela Oficial de Cinematografía (EOC), donde más tarde fue profesora de montaje y guión. Ya en 1960 había empezado a trabajar en televisión como auxiliar de redacción. Más tarde, trabajó como realizadora de diferentes programas. A lo largo de su trayectoria profesional, también realizó anuncios publicitarios y montajes teatrales.



Filmografía:

Beltenebros (1991)

El pájaro de la felicidad (1993)

Tu nombre envenena mis sueños (1996)

El perro del hortelano (1996)

Premios obtenidos:

Goya 1997 a la Mejor Dirección por *El perro del hortelano*.

La petición obtuvo el Premio al Mejor Guión por el Sindicato Nacional del Espectáculo.

Por *Beltenebros* estuvo nominada a Mejor Dirección en los Premios Goya de 1992. Recibió el Oso de Plata a la Mejor Dirección en el Festival de Berlín y obtuvo el Premio Ondas (1992) a la Mejor Dirección.

El pájaro de la felicidad (1992) fue premiada como Mejor Película en el Festival de Cine de Bérgamo (Italia).

Otros datos de interés:

En su filmografía anterior se encuentran títulos como los siguientes:

La petición (1976) / *El crimen de Cuenca* (1979) / *Gary Cooper que estás en los cielos* (1980) / *Hablamos esta noche* (1981) / *Werther* (1986)

Fue nombrada Directora General de Cinematografía en 1982 y en 1986 Directora General de Radiotelevisión Española. Con su Ley del Cine se puede decir que se inicia la modernización del cine español, que traía, entre otras mejoras, ayudas para los cortometrajes, los nuevos talentos y la proyección internacional de nuestro cine.

Directora: Josefina Molina Reig

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nace en Córdoba en 1936. Es Licenciada en Ciencias Políticas por la Universidad Complutense de Madrid. Comenzó su carrera profesional en Televisión Española, donde se especializó en programas dramáticos realizando excelentes adaptaciones de obras de Franz Kafka, Charles Dickens, Edgar Allan Poe y Lope de Vega, entre otros autores. En 1968 realizó para televisión la serie *Cuentos y leyendas*, junto José Luis Borau, Mario Camus, Antonio Giménez-Rico y Alfonso Ungría.



Dirigió su primer cortometraje en 1972; se tituló *La rama seca*. Más tarde inició su carrera cinematográfica con *Vera, un cuento cruel* (1973), filme protagonizado por Fernando Fernán Gómez, que le hizo merecedora del reconocimiento del público internacional. Al año siguiente realiza el programa televisivo *Un globo, dos globos, tres globos* (1974), y codirige, junto a Antonio Drove, la serie *Los pintores del Prado* (1974). Su siguiente trabajo, *El camino* (1977), es una película para televisión basada la novela del escritor vallisoletano Miguel Delibes.

Filmografía:

Esquilache (1989)

Lo más natural (1990)

La Lola se va a los puertos (1993)

Premios obtenidos:

En 1994 se le concede la Medalla de Plata en el Día de Andalucía.

En 2003 el Consejo de la Academia de Televisión concedió el Premio Toda una vida 2003 a la realizadora cordobesa en reconocimiento a su trayectoria profesional en el medio televisivo, “al que ha sabido dignificar aportando calidad y creatividad en todos sus trabajos con sencillez, rigor y sensibilidad”.

Tiene concedida la Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes a propuesta del Ministerio de Cultura (2006).

Otros datos de interés:

En su filmografía anterior se encuentran títulos como los siguientes: / *Vera, un cuento cruel* (1973) / *Función de noche* (1981).

Ha sido la primera mujer en España que obtiene el título de directora y realizadora en la Escuela Oficial de Cinematografía. El título lo obtiene en 1969.

Directora: Mercedes Moncada Rodríguez

Algunos datos biográficos y profesionales:

Ha nacido en Sevilla, en 1972. Hija de madre española y padre nicaragüense, ha pasado la mitad de su vida en cada uno de esos países, excepto los nueve años que vivió en México. Formada como socióloga, ha trabajado como productora en publicidad, documentales y películas de ficción.

Filmografía:

El inmortal (2005)

Premios obtenidos:

Premio al mejor largometraje mexicano en el Festival de Guadalajara.

Otros datos de interés:

Es socia fundadora de la empresa mexicana Chango Films, a través de la cual dirigió y produjo el largometraje documental *La pasión de María Elena* (2003).

En 2009 se estrena la película *La sirena y el buzo*, documental seleccionado por la Berlinale



Directora: Julia Montejó

Algunos datos biográficos y profesionales:

Guionista y directora Navarra, está licenciada en Periodismo. Tras realizar un máster de guión, producción y dirección cinematográfica en la Universidad de California–Los Ángeles (UCLA), fijó su residencia en Estados Unidos, donde ha trabajado casi una década como guionista y directora cinematográfica.

Filmografía:

Sin retorno (2002)

Premios obtenidos:

Su largometraje ha cosechado más de 20 premios internacionales, entre ellos el premio ALMA (la versión latina de los Oscar) a la mejor película independiente.

El jurado del I Concurso Internacional de Guiones para Cortometrajes ‘Rioja Campus’, organizado por la Asociación Cinematográfica y Audiovisual de la Universidad de La Rioja (ACAUR) en 2005, acordó por unanimidad premiar la obra ‘The Shadow’ con el Primer Premio

Otros datos de interés:

Debuta como novelista con ‘Eva desnuda’ (Edaf), obra con la que resultó entre las cinco finalistas del premio Ciudad de Torre Vieja 2005.

Guionista de las series “Siete vidas” de Telecinco y “Motivos personales”.

Directora: Silvia Munt Quevedo

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nació en Barcelona en 1957. Ha sido Actriz de cine, teatro y televisión. Estudió danza clásica y contemporánea que combinó con estudios de Psicología. En 1974 se tituló en Ballet Clásico por la Royal Ballet de Londres (1974). A los 16 años debutó como bailarina y, más tarde, fundó el Ballet Contemporáneo de Barcelona.

En 1998 pasa a la dirección cinematográfica con el cortometraje dramático *Déjeme que le cuente*. Al año siguiente rueda el corto, de género documental, *Lalia* (1999), sobre una niña saharauí que vive como refugiada en un campo de Argelia. Sus siguientes trabajos han sido los telefilmes *Quia* (2001) y *Las hijas de Mohamed* (2003).

Filmografía:

Elena Dimitrievna Diakonova (Gala) (2003)

Pretextos (2008)

Premios obtenidos:

Premio Goya al Mejor Cortometraje Documental por *Lalia* (1999). La cinta, además, recibió el Premio UNICEF en el Festival Internacional de Televisión de Barcelona y el Premio al Mejor Cortometraje Europeo en el Festival Internacional de Cine Femenino de Créteil (Francia).

Otros datos de interés:

En 2000 dirige la película *Qui*, hecha para televisión, con el aval de TV3.

Es Miembro de la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España y, también, de la Academia del Cine Europeo.



Directora: Maitena Muruzábal

Algunos datos biográficos y profesionales:

Estudió Comunicación Audiovisual en la Universidad de Navarra para estudiar después un Máster de producción cinematográfica en Los Ángeles. Allí conoció a la directora argentina Candela Figueira, con la que rodó varias películas en México y Estados Unidos.

Filmografía:

Navegando voy (2007)

Premios obtenidos:

Ha recibido el Premio del Público en la Seminci de Valladolid y los premios a la Mejor Película en el Festival de Cine Miami Underground y en la Semana de Cine.

Otros datos de interés:

Este largometraje ha sido escrito por ella y financiado a través de su productora Cronopia Films.



Directora: Nuria Olivé–Bellés

Algunos datos biográficos y profesionales:

Directora barcelonesa.

Filmografía:

El dominio de los sentidos (1996)

Otros datos de interés:

Es una co–dirección. La película está conformada por cinco episodios que utilizan un género dramático diferente. En ella se habla de cada uno de los sentidos que utilizan los humanos para tomar contacto con la realidad. Las cinco historias que giran en torno a cada uno de los sentidos: La vista, drama urbano con toques de suspense. El gusto, tragedia de pasiones en un ambiente rural. El olfato, que explica la educación sexual de una muchacha. El oído, los suspiros de amor. El tacto, que narra una relación entre dos mujeres (y éste relato es el que está a cargo de esta realizadora).

Directora: Inés París Bouza

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nació en 1962 en Valencia. Está licenciada en Filosofía y Letras por la Universidad Autónoma de Madrid. Estudió Dirección Escénica en el laboratorio del Teatro Español, así como Arte Dramático en el Real Conservatorio de Arte Dramático y Danza y de la capital. Comenzó trabajando como actriz y como ayudante de dirección de Miguel Narros en el Teatro Español. Después trabajó para TVE como coordinadora de los equipos creativos del programa *Comedias de situación*. Posteriormente ha trabajado como guionista de series de televisión como *Todos los hombres sois iguales* (1996–1998); *Manos a la obra* (1997–2001), emitida por Antena 3 o *El comisario* (1999–2008) de Telecinco.



Filmografía:

A mí quién me manda meterme en esto (1997)

A mi madre le gustan las mujeres (2002)

Vamos a dejarlo (2003)

Semen, una historia de amor (2005)

Miguel y Willians (2007)

Premios recibidos:

Nominada al Goya 2003 a la Mejor Dirección Novel por *A mi madre le gustan las mujeres*. Recibe la distinción de *Directora del Siglo XXI*, dentro de la 20 Semana de Cine de Medina del Campo (2007).

Otros datos de interés:

Presidenta de CIMA la asociación de Mujeres Cineastas y de los Medios Audiovisuales. Actualmente es profesora de Guión Cinematográfico e imparte cursos en diferentes universidades, tanto españolas como extranjeras. Además, es miembro de la junta directiva de la asociación de guionistas ALMA.

Ha trabajado durante muchos años (más de once) con Daniela Fejerman, con quien ha co–dirigido diferentes títulos.

Directora: Dolors Payás

Algunos datos biográficos y profesionales:

Guionista y directora de cine barcelonesa nacida en 1955.

Filmografía:

Em dic Sara (1997)

¿Le gusta el chile? (2007)

Premios obtenidos:

Obtiene el Premio a la Mejor Dirección, Mejor película y Mejor actriz secundaria en el Festival Internacional de Cine de Alejandría (Egipto), 1998. Por esta película Elvira Mínguez recibió el Premio a la Mejor Actriz en el Festival Internacional de Cine de Miami en 1999.

Otros datos de interés:

Su película *Mejor que nunca se estrena en enero de 2009*. Presentada en el Festival de comedia de Peñíscola (Castellón), se atreve a decir en voz alta que la menopausia no es ningún final sino un punto y seguido.

Directora: Teresa de Pelegrí

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nace en Barcelona en 1968. Está Licenciada en Bellas Artes. En el año 2000 realizó el telefilme *Atrápala*, codirigida junto al cineasta londinense Dominic Harari. Pelegrí también compartió dirección del largometraje *Seres queridos* con él.

Filmografía:

Seres queridos (2004)

Premios recibidos:

Esta es una comedia protagonizada por una pareja: ella es judía y él palestino. Con ella recibieron el Gran Premio del Jurado en el Festival Internacional de Cine Cómico de Alpe d'Huez (Francia) y el Premio Platinum a la Mejor Película y al Mejor Guión en el Festival de Cine Cómico de Montecarlo (Mónaco).

Otros datos de interés:

Debutó en el medio fílmico con el cortometraje en blanco y negro *De nueve a diez* (1990). Sus siguientes cortos fueron *Origen* (1992) y *Rojo* (1994), este último de género dramático. En 1996 rodó el episodio *El gusto*, perteneciente al filme colectivo *El dominio de los sentidos*, adaptado por Carlos Benpar y codirigido junto a Judith Colell, Isabel Gardela, María Ripoll y Nuria Olivé-Bellés.



Directora: Dácil Pérez de Guzmán

Algunos datos biográficos y profesionales:

Sevillana licenciada en Bellas Artes. Comenzó su andadura profesional en 1990 como ayudante de producción en publicidad y en televisión.

Filmografía:

Los gitanos, herreros de Triana (2003).

Premios obtenidos:

Su cortometraje documental *El circo de la muerte* (con la voz de Adriana Ozores) obtiene el Premio al Mejor documental en el I Certamen de Cortos andaluces de la Diputación de Málaga. Fue seleccionado para el Catálogo de Cortometrajes Andaluces editado por la Junta de Andalucía y para la I Semana de Cine Andaluz en Nueva York y Chicago (2004). La película de ficción para televisión "*María la portuguesa*" fue nominada como mejor TV movie en los premios de la Academia de TV de España en 2003 y seleccionada en la Sección *TV Movies* en el Festival de Zaragoza 2003.

Otros datos de interés:

Desde el año 2000 se encuentra al frente de Sakai Producciones SL.

Desde 2002 ejerce, también, como docente. Entre otras instituciones, en la Escuela Andaluza de Cinematografía.

Miembro del Jurado del Concurso Internacional de Documentales sobre la Memoria de Andalucía, IMAGENERA en 2008.



Directora: Ana M^a Pérez de la Puente

Algunos datos biográficos y profesionales:

Licenciada en Comunicación Audiovisual, ha desarrollado su carrera profesional realizando documentales y programas de carácter social por diversas televisiones públicas. Perteneció al equipo fundador del programa "30 minutos" de Telemadrid.

Filmografía:

El tren de la memoria (2005) D

Premios obtenidos:

En 2006 recibe el premio de Público en la Bienal de Cine Español de Annecy y en el festival de Berlín. Obtiene el Premio del Jurado en el Festival de Cine de Málaga. Obtiene, también en 2006, el premio al Mejor Documental Social en el Festival Internacional de Documentales del Sur.

Otros datos de interés:

Su documental, producido por la Iguana, tiene como objetivo recuperar la "memoria" sobre la etapa negra del franquismo que supuso la emigración de muchas personas. En 2006 se presentó en el Instituto Cervantes de Praga, en el Colegio Superior de las Artes Visuales de Marrakech y en la Muestra de Cine y Derechos Humanos de Vitoria.

En octubre de 2009 presentan en el festival Internacional de cine de Valladolid el documental "Cómicos".

Directora: Silvia Quer

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nació en Burgos en 1962. Una directora de cine que cuenta con una amplia carrera como realizadora de tv movies y de series de televisión. A modo de ejemplo citamos los siguientes títulos: *Pueblo Nuevo* (1994) o *Secretos de familia* (1995). Co-realizada junto a Eduard Cortés y Enric Bangué: *Laberinto de hombres* (1998) y *Mayoría absoluta* (2002). Para la pequeña pantalla, concretamente para TV3, también ha dirigido varios telefilmes. Por ejemplo: *Valeria* (2000); *La estrategia del cucut* (2001), *Carlos, príncipe de Viana* (2001), *Sara* (2003) o *Paciente 33* (2007), en la que actuaron Laura Mañá y Juanjo Puigcorbé.



Filmografía:

Febrer (2006)

Otros datos de interés:

Es la directora de la mini-serie de dos capítulos titulada *23 F: el día más difícil del Rey*, que emite TVE en febrero de 2009, con un éxito de audiencia espectacular (6,5 millones de personas espectadoras). Por ello se ha convertido en la miniserie más vista de la historia de la televisión.

Directora: Gracia Querejeta

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nació en Madrid en 1962. Estudió Historia Antigua en la Universidad Complutense de esa ciudad y se interesó por la danza y la música. Comenzó en el mundo del cine en 1969, año en que actuó en la película de Antonio Eceiza, *Las secretas intenciones*.

En 1977 volvió a interpretar un papel en la película *Las palabras de Max*, de Emilio Martínez Lázaro. Tres años después trabaja como ayudante de dirección en el cortometraje de Carlos Saura, *Dulces horas* (1981), producido por Elías Querejeta. En 1988 trabajó como ayudante de dirección y montaje en *7 huellas*.



Filmografía:

Viaje del agua (1990)

Una estación de paso (1992)

El último viaje de Robert Rylands (1996)

Cuando vuelvas a mi lado (1999)

Héctor (2004)

Siete mesas de billar francés (2007)

Premios obtenidos:

Con *Viaje del agua* obtiene el Premio Goya 1991 al Mejor Documental.

Dirigió la serie *Tres en la marca*, que logró el Premio Arriaga en el Festival de Cortometrajes de Bilbao

Su tercer largometraje, *Cuando vuelvas a mi lado* (1999), consiguió el Premio Especial del Jurado por la Calidad de su Dirección e Interpretación y el Premio a la Mejor Fotografía en el Festival de Cine de San Sebastián

La película *Héctor* fue premiada con la Biznaga de Oro en el Festival de Cine de Málaga.

En 2006 recibió el Premio Ciudad de Huesca en reconocimiento a su labor como directora y guionista en 34 Edición de su Festival de Cine.

Nominada a Mejor Dirección en los Premios Goya 2008 por *Siete mesas de billar francés*.

Otros datos de interés:

En 2004 también participa en *Hay motivo*, el documental de denuncia sociopolítica, a través del cortometraje *¿Dónde vivimos?* en el que realiza una crítica sobre la problemática de la vivienda en España.

Directora: María Ripoll

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nace en Barcelona en 1964. Ha estudiado dirección de actores y redacción de guiones en la Universidad de California de Los Ángeles (UCLA) y después en el American Film Institute de la misma localidad, donde dirigió Sus primeros pasos profesionales los dió en Estados Unidos, donde realizó diversos trabajos para cine y televisión.



Filmografía:

El dominio de los sentidos (1996)

Lluvia en los zapatos (1998)

Utopía (2003)

Tu vida en 65' (2006)

Premios obtenidos:

Con el cortometraje *Kill me later* (1993) con el que obtuvo el Premio del Público del Oberhausen Film Festival y el Panavision Grant del Houston Film Festival.

Obtiene el Premio Gran Angular en el Festival de Cine de Sitges de 1999 por *Lluvia en los zapatos*. Con este mismo trabajo obtiene el Premio al Mejor Guión en el Festival de Montreal de 1999 y es Nominada a la Mejor Dirección Novel en los Premios Goya 1999.

Otros datos de interés:

La película *Lluvia en los zapatos* se exhibió en 35 países.

Los estudios de Samuel Goldwin la llamaron para dirigir "Tortilla Soup" (2001), una producción íntegramente americana, rodada en Los Ángeles y protagonizada por Héctor Elizondo, Elisabeth Peña y Raquel Welch. La película se estrenó en agosto de 2001 en 200 salas de los Estados Unidos con bastante repercusión, sin embargo no ha tenido acceso a las salas comerciales españolas, aunque sí se ha editado en DVD por la Twenty Century Fox.

Directora: Azucena Rodríguez Pomedá

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nace en Madrid en 1955. Licenciada en Historia Moderna, comienza a trabajar en el medio cinematográfico como primero como meritoria, luego ya como auxiliar de cámara, ayudante de dirección y co-guionista. Estos trabajos los desempeña con directores como Garcí o Camús. También ha trabajado como ayudante de dirección en las películas *Sal gorda* (1984), de Trueba; y *El viaje a ninguna parte* (1986), de Fernán Gómez. Igualmente ha trabajado como guionista con Suárez. Ha realizado videoclips.



Filmografía:

Entre rojas (1994)

Puede ser divertido (1995)

Primarias (1998)

Atlas de geografía humana (2007)

Premios obtenidos:

Puede ser divertido consiguió que Ana Torrent ganara el Premio a la Mejor Actriz en el Festival de Cine de Granada.

Otros datos de interés:

Durante el franquismo, su padre estuvo en la cárcel como preso de conciencia y ella misma estuvo condenada a seis años de prisión pero la amnistía general de 1977 la libró.

Directora: Maname Rodríguez

Algunos datos biográficos:

Esta directora y guionista nace en Montevideo (Uruguay) en 1956. Es una mujer comprometida y pertenece a CIMA.

Filmografía:

Juego de café (1990)

Retrato de una mujer con hombre al fondo (1997)

Sólo yo sé tu nombre (2001)

Un cuento para Olivia (2008)

Premios obtenidos:

Por *Los pasos perdidos* obtiene una Mención Especial FIPRESCI 2001, en el Festival de Valladolid.

Otros datos de interés:

Dirige *Los pasos perdidos* (2001), que es una producción Argentina.

Un cuento para Olivia habla de las adopciones y de la inmigración-emigración.

Directora: Mireia Ros

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nace en Barcelona en 1956. Inicia su carrera en el cine como actriz en la película *Alicia en el País de las Maravillas* (adscrita a la llamada época del destape). Su evolución profesional la condujo a escribir guiones cinematográficos y a dirigir películas.

Filmografía:

La moños (1996)

Juntos (1999)

El triunfo (2006)

Premios obtenidos:

Por *La moños* fue nominada a los Premios Goya 1997 a la Mejor Dirección Novel.

Otros datos de interés:

Ha participado como actriz de reparto en la serie de televisión *El síndrome de Ulises* (Antena 3).

Directora: Pilar Ruiz Gutiérrez

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nace en Torrelavega (Santander) en 1969. Está licenciada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Ha realizado un Máster de Escritura de Guiones en la Universidad Autónoma de Madrid. Se ha diplomado en Dirección Cinematográfica.

Filmografía:

Los nombres de Alicia (2006)

Premios obtenidos:

Por *El infanticida*, recibe en 2001 el Premio Canal + Francia al Mejor Cortometraje en el XXII Festival Internacional de Cine de Créteil (Francia) y el Primer premio en el Festival Internacional de Cine de Potsdam (Berlín).

Los nombres de Alicia consiguió una Mención Especial del Jurado en el Festival Internacional de Cine de Miami (2005). Esta misma película consigue la Mención Especial del Jurado en el Festival de Cine de Málaga (2005).

Otros datos de interés:

Ha realizado numerosos spots publicitarios y guiones para películas. Produjo la película *El color de las nubes*.

Directora: Ana Simón Cerezo

Algunos datos biográficos y profesionales:

Directora, guionista y productora de cine. Licenciada en Historia del Arte, dedicó parte de su vida profesional a la dirección administrativa y ejecutiva en una empresa (*antes de que la llamara el cine*, como dicen quienes la conocen).

Filmografía:

Cariño, he enviado los hombres a la Luna (1997)

Otros datos de interés:

Su película es una co-dirección.

Guionista de la película *Costa Brava* (1995) una película cuyo tema es el lesbianismo. Su película es una comedia dramática cuyo tema vuelve a ser el lesbianismo. El filme también fue rodado en inglés.

Ha producido, entre otras, la película *Sevigné* (2005) a través de su productora *Costabrava Films*.

Es co-autora de la novela "Hotel Kempinsky"



Directora: Pilar Sueiro

Algunos datos biográficos y profesionales:

Actriz, directora y, sobre todo, productora gallega que comienza su andadura profesional en 1981 dirigiendo el cortometraje *Vicus Sparcorum*. También firma el corto *Retazos gallegos*.

Filmografía:

Cuando el mundo se acabe, te seguiré amando (1998)

Dogma: La otra mirada (2007)

Otros datos de interés:

En 1985 fundó junto a Juan Pinzás la productora Atlántico Films. A través de ella han visto la luz películas como: *Érase otra vez* (2000); *Días de bodas* (2002) o *El desenlace* (2004).

En la película *Cuando el mundo se acabe...* hacen un "cameo" Berlanga y el director de cine (y andaluz de nacimiento) Antonio del Real.



Directora: Helena Tabernas

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nació en Pamplona (Navarra). Inició su carrera profesional en 1986 como coordinadora de Nuevas Tecnologías del Gobierno de Navarra. En 1994 abandonó el trabajo en la Administración para dedicarse a la escritura de guiones y a la producción y realización de proyectos audiovisuales. Durante estos años, alternó la realización de vídeos didácticos con otros vídeos de carácter creativo, así como con documentales y cortometrajes en cine.



Filmografía:

Yoyes (2000)

Extranjeras (2003)

La buena nueva (2008)

Premios obtenidos:

Por *Yoyes*, en el XIII Festival de Viña del Mar, 2000 (Chile) obtiene: El Premio del Jurado a la Mejor Dirección; Premio del Público a la Mejor Película y Premio OCIC a los Derechos Humanos. En el XXIX Festival de Gramado, 2000 (Brasil) obtiene el Premio a la Mejor Película Latina. En el XLI Festival Internacional de Cartagena de Indias (Colombia) recibe el Premio a la Mejor Ópera Prima. En el XII Festival Internacional de San Juan Cinemafest (Puerto Rico) recibe el Premio del Público y el Premio del Círculo de Críticos de Cine. En el VI Festival Cinespaña de Toulouse (Francia) recibe el Premio del Público a la Mejor Película. También obtiene el Premio del Público en el XVII Semana de Cine Vasco (Vitoria, 2000). Y en el Festival Internacional de Cine Mazatlán (México) el Gran Premio de Jurado a la Mejor Película.

Otros datos de interés:

Ha realizado el cortometraje *87 cartas de amor* (1992). En 1994 rodó el mediodrama *Alsasua 1936*, un drama en cuyo reparto se incluyó Fernando Guillén Cuervo. Se trata de una recreación de los hechos ocurridos durante la Guerra Civil en un pueblo obrero que refleja el posicionamiento de la Iglesia ante el conflicto bélico. Un año después, dirige el corto *Nerabe* (1995) sobre la maternidad, y en 1996 realizó el videoclip *Herrikolore* en formato 16 mm.

Directora: Mar Targarona

Algunos datos biográficos y profesionales:

Directora, guionista y, sobre todo productora de cine barcelonesa. Tiene una amplia experiencia en la realización de anuncios publicitarios.

Filmografía:

Muere, mi vida (1996)

Otros datos de interés:

Ha producido películas como *El orfanato* (2007) junto a Guillermo del Toro o *No me pidas que te bese, que te besaré* (2008) de Albert Espinosa. Reconoce que en su productora (Rodar & Rodar cine y televisión S.L.) trabajan, fundamentalmente, mujeres.

En enero de 2009 comienza el rodaje de la tv-movie "Ojo por ojo", una miniserie para TVE. Con *Muere mi vida* quiere reírse del "macho típico", del D. Juan.

Directora: Pilar Távora

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nace en Sevilla, en el barrio del Cerro del Águila.

Desde pequeña está en contacto con el mundo del arte; primero con el mundo taurino a través de su familia y más tarde con el mundo del cante flamenco y del teatro.

Comenzó a estudiar Psicología en la Universidad de Sevilla, pero en 1980 la abandona para dedicarse al Cine.

Se convierte en una de las primeras profesoras de la Escuela Andaluza de Cinematografía.

Filmografía:

Yerma (1999)

Brujas (2008)

Premios obtenidos:

Premio *Al-Andalus* a la mejor iniciativa cinematográfica andaluza.

Otros datos de interés:

Su primera película es *Nanas de espinas* (1984).

Su película *Brujas* es un homenaje a muchas mujeres que durante siglos se han dedicado a ser consultoras, mediadoras o sanadoras de los cuerpos y las almas de las personas.

Ha producido e intervenido en numerosos documentales, cortos y espectáculos...

Por ejemplo, en 1989 produjo *El fantasma expresivo*. Tiene su propia productora: *Pilar Távora Producciones SL*.

Uno de sus proyectos más recientes es el rodaje de la película "Tatuaje". También está embarcada en el rodaje de un documental sobre la vida de la población gitana en distintas partes del mundo. Y en estos momentos se encuentra rodando el largo *Madre amadísima* "Trata la vida de un homosexual durante el franquismo, con todo lo que le toca vivir, -la mili entre otras cosas-. Con ella reivindica al "mariquita" de pueblo.

Ha sido miembro del jurado en diferentes Premios convocados por la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía.



Directora: Rosa Vergés i Comas

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nace en Barcelona en 1955. Esta directora y guionista se licenció en Historia del Arte por las universidades de Barcelona y de la Sorbona (París). Ha desempeñado diversos trabajos en el mundo del cine hasta dirigir su primer largometraje. Por ejemplo, fue secretaria de rodaje (script) en las películas *La muchacha de las bragas de oro* (1980), de Aranda y de *Pan de ángel* (1983), de Bellmunt. Ha sido co-guionista de la película de Bellmunt, *Un par de huevos* (1984) y ayudante de dirección de la película *Lola* (1985), de Bigas Luna.

Filmografía:

Boom, boom (1990)

Souvenir (1994)

Tic tac (1997)

Iris (2004)

Premios obtenidos:

Goya 1991 a la Mejor Dirección Novel por *Boom, boom*.

En 1988 recibió el premio Ciudad de Barcelona de Audiovisuales.

Con el medimetraje documental *El pavelló de la República*, obtiene el Premio Generalitat de Catalunya.

Otros datos de interés:

Ha sido Vicepresidenta de la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España (AACC) de 1994 a 1998.

En la actualidad, imparte clases en la Universidad Pompeu Fabra, la Universidad Ramón Llull, la Universidad Menéndez y Pelayo (FIA) y la escuela Projecte y es delegada de la Fundación ESCAC (Escuela de Cine y Audiovisuales de Cataluña).

Dirige el medimetraje documental *Alberti, un poeta de la calle* (1995).

Ha sido la responsable artística del espectáculo “Sueño del agua” en la Expo Zaragoza 2008.

Directora: Nuria Villazán Martín

Algunos datos biográficos y profesionales:

Nace en Barcelona. Licenciada en Filosofía por la Universidad de Barcelona y egresada en Imagen y Sonido por el IORTV. Tras trabajar en TVE, se gradúa en la especialidad de Guión en la Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de Los Baños (Cuba). Su trabajo en cine se ha desarrollado como co-guionista, co-directora, script y directora de diversos proyectos.

Filmografía:

Monos como Becky (1999)

Antonio Machín, toda una vida (2001)

Otros datos de interés:

Ha sido la guionista de sus dos largometrajes y de la película *Un novio para Yasmina*.

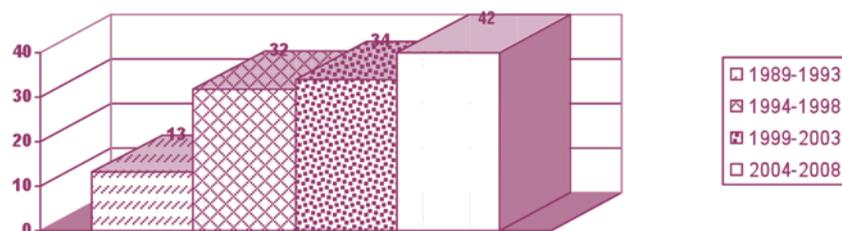
Es profesora en la escuela Superior de arte Cinematográfico de Galicia.

6.3. RADIOGRAFÍA DE 20 AÑOS DE CINE DIRIGIDO POR MUJERES.

Podemos decir, por tanto, que en 20 años de cine en España las 56 directoras anteriores han conseguido exhibir 122 películas. Unas cintas que se han distribuido de la siguiente manera a lo largo de los años:

- De 1989 a 1993 se han exhibido 13 filmes.
- De 1994 a 1998, se estrenan 32, un considerable incremento comparado con ellas mismas no con lo que pasa en el cine español.
- De 1999 a 2003, se ha exhibido 34 películas y se mantiene la participación de mujeres detrás de la cámara.
- De 2004 a 2008, se estrenan 42 películas. Así que aunque se produce un ligero aumento, no se produce el verdadero salto cualitativo que una sociedad su-puestamente igualitaria requiere.

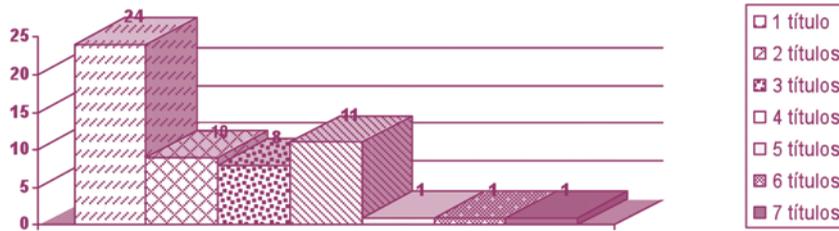
Así pues, la evolución por lustros ha sido la siguiente.



De todas maneras, y aunque la evolución es positiva, no deja de ser inquietante que de 1999 a 2008 se hayan exhibido 1256 películas y que de ellas sólo 83 hayan sido dirigidas por mujeres (el 6,6%).

La inmensa mayoría de estas mujeres sólo ha conseguido sacar a la luz dos largos durante estos últimos veinte años estudiados (es el resultado de aplicar la media entre 126 películas y 56 directoras). Aunque si aplicamos la moda y no la media, el resultado es el de 1 película, porque son 24 las que sólo logran firmar uno.

Aparecen como una gran excepción una cineasta que ha conseguido sacar a la luz seis proyectos (Gracia Querejeta) y otra con siete (la andaluza Chus Gutiérrez). Bien es cierto que, también la mayoría, han realizado otros proyectos: nos referimos a cortometrajes, largometrajes o series para televisión (*tv movies*) o anuncios publicitarios. Evidentemente han estado dentro de la industria, no se han quedado paradas pero las oportunidades para sacar un filme comercial no han sido muchas. En el siguiente gráfico da cuenta de lo que decimos:



Un dato revelador es el número de mujeres cineastas que financian sus propios proyectos: 12 de las 56 cuentan con productora propia. Ya decíamos en las primeras páginas que uno de los problemas con los que se encuentran estas mujeres (incluso podríamos afirmar que las mujeres en general) es con encontrar financiación para sus proyectos. Pero como las mujeres que llegan a puestos de dirección son, necesariamente, resolutivas y creativas (además de valientes), resuelven/afrontan el problema *asumiéndolo* en su totalidad. En esta línea se expresa Pilar Aguilar⁸⁰ cuando afirma que: *Se parte con una desigualdad brutal. Las directoras que ya han demostrado solvencia, que tienen numerosas películas, que han recibido premios y con un público sólido, cada vez que presentan un nuevo proyecto a los productores, estos las racanean y las ningunean. A igual éxito de taquilla, ellas van a tener más problemas de financiación que ellos para el siguiente proyecto cinematográfico.* Y el problema no es nacional sino internacional (lo cual lo agrava). Miriam Ruiz (2002) señala lo siguiente: *A la hora de buscar los escasos recursos económicos para filmar, ellas pasan a un segundo plano. Para hacer una película se escogen⁸¹ los hombres primero y algunas mujeres con renombre internacional.*

Muy interesantes, de más calado de lo que en un principio puede parecer y aplicables también al mundo cinematográfico, son las consideraciones de Soledad Pérez Rodríguez⁸² quien señala que *las mujeres no sólo queremos la mitad del poder sino la mitad del presupuesto.* No sólo se trata sólo de “llegar” a puestos de decisión, sino de hacerlo en las mejores condiciones. Y las mejores condiciones incluyen disponer de una financiación adecuada.

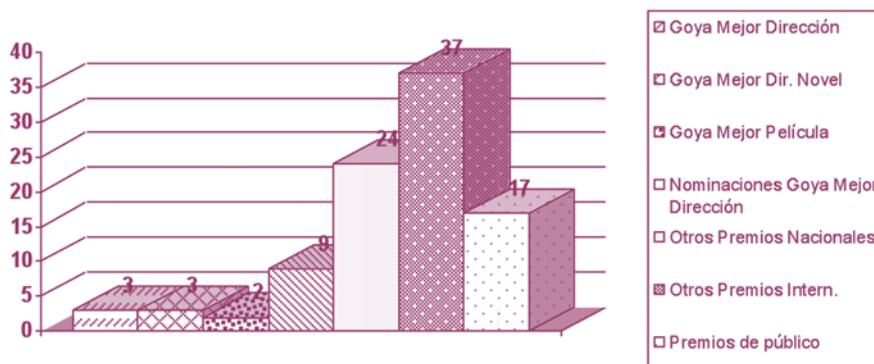
Estas directoras han sido premiadas por sus trabajos; en concreto, el 87,5% de ellas ha obtenido alguna distinción profesional. Tengo la impresión de que cuando una mujer “se mueve” en territorios muy masculinizados (como es el caso de la in-

⁸⁰ Palabras extraídas de la entrevista que la socióloga e investigadora Pilar Aguilar concede a la Revista *El Mercurio Digital* el 23 de marzo de 2008.

⁸¹ Se refiere a las personas que financian, habitualmente hombres.

⁸² Soledad Pérez Rodríguez, Directora del IAM, incluye estas palabras en su agradecimiento a la Asociación Sevillana de la Prensa que premia al Instituto por sus **veinte años** de andadura en defensa de las mujeres y de una sociedad más justa. *Día del Patrón de la Prensa* (enero de 2009).

dustria cinematográfica), tiene que ser especialmente buena para sobrevivir (para no morir en el intento). En la gráfica que exponemos, se muestran los premios obtenidos relacionados con sus largometrajes.



Así pues, en las 23 ediciones de los Premios Goya, en tres ocasiones una mujer ha sido premiada como Mejor Directora y en otras tres como Mejor Directora Novel. En dos ocasiones ha sido premiada una película dirigida por una mujer. Bien es cierto que el reconocimiento se hace más importante cuando hablamos de nominaciones: se han producido 15 a Mejor Dirección o Mejor Dirección Novel. Lo que sí podemos sostener, como puede verse, es que se ve, es reconocimiento internacional (que no es poco pero que no es suficiente).

Utilizan diferentes géneros cinematográficos para contar sus historias. El más representado en el drama, que supone el 53% del total. Pero también encontramos que se encuentran cómodas en la comedia (el 25,7%), con los documentales (el 13%), con el thriller (el 6%) o con la ciencia ficción (2%). Las proporciones de géneros cinematográficos se mantienen si comparamos la década primera (1989–1998) con la segunda (1999–2008). Sin embargo, en lo que sí se produce un salto cualitativo es en el documental. De tal manera que en la primera década supone el 6,7% mientras que en la segunda supone el doble (17%).

Los temas abordados se pueden resumir en tres: políticos, sociales y personales (pero con clara repercusión social). Entre otros, se afronta el problema del terrorismo (con películas como *Arder eta yul* o *Yoyes*) o del franquismo (con *Entre rojas* o *Los años oscuros*); de la inmigración (por ejemplo con *Flores de otro mundo*; *Retorno a Hansala*; o *Cayuco*), de la prostitución (con *Yo, puta*), la violencia machista (*Te doy mis ojos*)... Se habla de las enfermedades mentales (*Uno por ciento, esquizofrenia*) o de los derechos de la infancia (*El secreto mejor guardado*). Y junto a estos temas, otros que afectan, que inquietan o importan a mucha gente: las inquietudes profesionales (*Poniente*) o el sexo, los sueños y los deseos más terrenales (con *Sexo oral*; *Lo más natural*; *Tomándote* o *Nosotras*)... La mayoría de las veces son temas

tratados desde el más sano e inteligente sentido del humor (*Cariño, he enviado a los hombres a la Luna; Sexo por compasión* o *A mi madre le gustan las mujeres*) En cualquier caso lo que logran mantener es una mirada donde la sensatez, con un punto de rebeldía y valor, juega sus bazas de manera contundente.

Por otra parte, resulta muy interesante observar a quién se le concede protagonismo. Analizando una a una las carteleras de las películas, hemos ido consignando la persona que aparece como primer/a protagonista. Pues bien, encontramos que es una mujer (en el 60% de las ocasiones) la que consta como primera protagonista. Se rompe y se invierte con las directoras una tendencia del cine español en general que sitúa a los personajes masculinos como los grandes protagonistas en el 62% de los casos (dato que corroboraba Arranz et al en su trabajo de 2008).

Así pues, la *foto-finish* del cine español dirigido por mujeres en estos últimos veinte años (1989–2009) es la siguiente:

- Destacan 56 cineastas que han exhibido 122 cintas.
- Logran su mayor producción en el quinquenio 2004–2008, aunque no deja de representar un escaso 7% del total del cine español.
- La mayoría sólo consigue financiar una película y, en un porcentaje nada desdeñable, la producción es propia o de bajo presupuesto. Son muy pocas las que consiguen exhibir más de tres.
- A pesar de estar en una situación de partida desventajosa, han conseguido el reconocimiento público y notorio de sus trabajos, especialmente a nivel internacional. Los siguientes son algunos ejemplos: *Lluvia en los zapatos* (de María Ripoll); *Seres queridos* (de Teresa de Pelegrí); *Em dic Sara* (de Dolors Payás); *El inmortal* (de Mercedes Moncada); *Náufragos* (de María Lidón) *Retorno a Hansala* (de Chus Gutiérrez); *Amor de hombre* (de Yolanda García Serrano); *Para que no me olvides* (de Patricia Ferreira); *Seigné* (de Marta Balletbó-Coll); *Te doy mis ojos* (de Icíar Bollain); *El cielo gira* (de Mercedes Álvarez); *Perdona bonita, pero Lucas me quería a mí* (de Dunia Ayaso); *Las cosas que nunca dije* (de Isabel Coixet); *Navegando voy* (de Maite Muruzábal) o *El tren de la memoria* (de Marta Arribas y Ana Pérez).
- Utilizan diferentes géneros cinematográficos para contar sus historias. De manera significativa utilizan el drama, aunque esté presente, también, la comedia. Y le dan un sentido diferente a ésta, desde la ironía y la crítica. En los últimos años están utilizando el género documental.
- No sólo se mueven por intereses comerciales sino sociales: los temas que suelen abordar tienen un trasfondo político o social: terrorismo (con películas como *Arder eta yul* o *Yoyes*) o del franquismo (con *Entre rojas* o *Los años oscuros*); de la inmigración (por ejemplo con *Flores de otro mundo*; *Retorno a Hansala*; o *Cayuco*), de la prostitución (con *Yo, puta*), la violencia machista (*Te doy mis ojos*)..., derechos de la infancia (*El secreto mejor guardado*) la emigración (*El tren de la*

memoria)... Y, junto a ellos, hablan de los deseos más terrenales como el sexo (con *Sexo oral*; *Lo más natural*; *Tomándote*, *Nosotras*; *Cariño, he enviado a los hombres a la Luna*; *Sexo por compasión* o *A mi madre le gustan las mujeres*). En cualquier caso lo que logran mantener es una mirada donde la sensatez, con un punto de rebeldía, sentido del humor y valentía.

- Rompen e invierten la tendencia del cine español (del cine en general) en cuanto a protagonismo: concediéndole liderazgo argumental a las mujeres frente a los hombres.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUILAR, Pilar (1998): *Mujer, amor y sexo en el cine español de los 90*. Madrid: Fundamentos.
- ARRANZ, Fátima (coord.) (2008): *Mujeres y hombres en el cine español. Una investigación empírica*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- ARANGO, Luz Gabriela (1998) “Familia, trabajo e identidad de género”. En L. Abraham y A. Abreu (org.): *Gènere e trabalho na sociologia latinoamericana*. Sao Paulo. Brasil.
- CRUZADO, M^a Ángeles (2006): “Grietas en el techo de celuloide. Directoras del siglo XXI”. En M. Arriaga et al: *Mujeres, espacio y poder*. Sevilla: Arcibel Editores.
- Chinchilla, Nuria et al (2005): “Mujeres directivas bajo el techo de cristal”. *Estudios e Informes de la Universidad de Navarra*
<http://insight.iese.edu/es/doc.asp?id=00435&ar=6>
- DELFINO, Andrea (2005) “Mujer y ejecutiva. Trayectorias de género en Brasil”. *Espacio Abierto*, vol 14 n^o 2 pp. 199–214.
- GUARINOS, Virginia (2008): “Mujer y cine”, en F. Loscertales y T. Núñez (coord.), *Los medios de comunicación con mirada de género*. Granada: Instituto Andaluz de la Mujer.
- NÚÑEZ, Trinidad y LOSCERTALES, Felicidad (2004): *Andaluzas de hoy. Andaluzas que abren caminos en la comunicación*. Córdoba: Diputación Provincial.
- (2005): *El cine, ¿espejo de la realidad?* Madrid: Ayuntamiento de Madrid. Área de Gobierno de Empleo y Servicios a la Ciudadanía.
- NÚÑEZ, Trinidad et al (2007): “Rompiendo barreras. Las personas y la organización en la empresa andaluza”, en A. Estebaranz (coord.): *Avanzando hacia la igualdad: argumentos para el cambio*. Sevilla: Digital @ tres.
- NÚÑEZ, Trinidad (2008): “La mujer dibujada. El sexismo en las películas y en las series de animación”, en F. Loscertales y T. Núñez (coord.), *Los medios de comunicación con mirada de género*. Granada: Instituto Andaluz de la Mujer.
- RAMÍREZ, Martha M^a. (2009): *Mujeres directoras de cine: ¿Así de simple?*
<http://www.ecaminos.org/leer.php/4563>

RUIZ, Miriam (2002): *Mujeres: presencia activa en el cine mexicano*.

<http://www.cinemasnoticias.com>

VEGA, Patricia (2000): *La eclosión de mujeres cineastas enriquece el panorama fí-*

mico mexicano <http://www.cinelatinoamericano.org>

