



I Congreso Internacional de
Comunicación y Género
SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

MUJERES, RELIGIÓN Y CULTURA: EL DISCURSO DE LOS MEDIOS SOBRE EL VELO

Herrero Aguado, Carmen
Dpto Historia Contemporánea y Periodismo
Universidad de Valladolid
cherrer@us.es cherrer@fyl.uva.es

RESUMEN:

Las democracias europeas han resuelto de forma desigual el tema del velo de las mujeres musulmanas. En un mundo libre, prohibir parece un contrasentido y en una sociedad multicultural y diversa, las instituciones se han visto desbordadas por prácticas que, para algunos, son culturales y, para otros, inaceptables. Los medios de comunicación proyectan imágenes muy a menudo contrapuestas o en múltiples direcciones, que, no sólo no ayudan a esclarecer el debate sino que, por el contrario, lo marcan ideológicamente y contribuyen a la confusión. El discurso de los medios sobre el uso del velo en nuestras sociedades es difuso, variable, poco valiente, fruto de la contradicción que plantea el propio asunto pero también fruto de prejuicios respecto a la libertad de las mujeres. El tema del velo se mezcla o se interpreta en clave religiosa o cultural, lo que marca fatalmente el enfoque hasta convertirlo en un ataque cultural o contra una religión. Hasta convertirlo en un problema, finalmente. Esta perversión interesada del debate se traduce en episodios puntuales de tensión, en legislaciones cada vez más restrictivas y, sobre todo, en una falta apabullante de argumentos lógicos, coherentes, racionales, que permitan a la ciudadanía comprender y tomar decisiones.

PALABRAS CLAVES:

Mujeres. Religión. Cultura. Medios de Comunicación. Velo, Burka. Discurso



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

MUJERES, RELIGIÓN Y CULTURA

El sábado 26 de noviembre el diario *El País* – el primero en difusión en España- publicaba en sus páginas de *revistasábado* un texto titulado “Por qué Pippa hipnotiza al planeta”. Su autor, el periodista John Carlin se preguntaba: “¿A qué se debe la fascinación global que ejerce la hermana de Catalina Middleton, futura reina de Inglaterra?” Y literalmente respondía: “ porque atiende a una narrativa prefeminista propia de Jane Austen, la de aquella chica que emerge de la relativa oscuridad para alcanzar el estrellato palaciego”. Sorprenden, ciertamente, el titular y la elección del personaje; la revista *Forbes* publicaba en agosto de 2011 la lista de las diez mujeres más poderosas del mundo actualmente: Angela Merkel es la canciller de Alemania, pero es algo más; es la figura femenina más visible en la Unión Europea, la única Jefa de Gobierno que dirige la mayor potencia económica de Europa. Y, en gran medida, también está dirigiendo Europa; en la alianza con Sarkozy, ella lleva la voz cantante. La revista *Forbes* la considera la mujer más poderosa del mundo y, según diversas encuestas, la canciller alemana inspira más confianza a los franceses que su propio presidente.

Tras Merkel aparecen: Hillary Clinton, secretaria de Estado de Estados Unidos, haciendo equipo con Obama, después de competir con él por la candidatura. Dilma Rouseff, actual presidenta de Brasil; Indra Nooyi, la presidenta ejecutiva de alimentos y refrescos PepsiCo; Sheryl Sandberg, directora operativa de Facebook; Melinda Gates, directora de productos en Microsoft; Sonia Gandhi, presidenta del Partido del Congreso en India; Michelle Obama, esposa del presidente de Estados Unidos; Christine Lagarde, directora del FMI, tras el escándalo protagonizado por DSK, y nombrada Mejor ministra de Finanzas europea en 2009 por el *Financial Times*; y, por último, Irene Rosenfeld, Consejera Delegada del grupo alimenticio Kraft Foods.

Jóhanna Sigurdardóttir, primera ministra de Islandia, no aparece en esta lista, pero, para explicar cómo su país ha conseguido recuperar la senda del crecimiento económico, afirma: “*Hay un crash de valores masculinos*” (*El País*, 27/07/11 última página) Las mujeres han ganado poder en Islandia justo a raíz de la crisis porque “*en los años que precedieron al crash, el sector financiero había sobrepasado todos los límites, corriendo inmensos riesgos, acumulando deuda...Era una cultura de jóvenes varones que giraba en torno a la exaltación de las nociones más estereotipadas de masculinidad*”.

Los medios publican también todos los días reportajes y entrevistas que acercan al lector los perfiles de mujeres realmente fascinantes y valiosas: Eufrosina Cruz, activista mejicana que ha conseguido el derecho al voto para las mujeres indígenas en su país; las tres Premios Nobel de la Paz 2011, mujeres africanas que lo han arriesgado todo por aumentar los derechos y libertades en sus países; Ela Bhatt, abogada y fundadora de Sewa, la Asociación de mujeres Trabajadoras Autónomas que comenzó como un sindicato y pronto se convirtió en un banco de microcréditos en India; Shirin Ebadi, la primera mujer musulmana que fue Premio Nobel de la



Paz en 2003; y tantas mujeres anónimas que arriesgan su vida para ser libres, para conseguir derechos, para vivir en paz.

En un mundo multicultural como el nuestro son los medios de comunicación los que, fundamentalmente, construyen el discurso acerca de los asuntos de actualidad. Los medios de comunicación construyen sentidos, identidades y estereotipos que se transmiten, se difunden y también se aprenden; son agentes de socialización de enorme influencia. Los índices de difusión de las llamadas revistas femeninas lo demuestran, pero también los medios de información general. Diríamos que son uno de los instrumentos de la sociedad para crear un orden simbólico, imágenes, representaciones, funciones sobre las mujeres y sobre los varones a partir de la diferencia de género. El varón es fuerte, activo, racional, instrumental; las mujeres son débiles, inactivas, emotivas. A las mujeres se las ubica en la esfera doméstica y a los varones en la esfera pública, lo que supone un ¿reparto? del poder o una desposesión, más bien. Esta diferencia de género, alimentada y reforzada por los medios de comunicación, finalmente, se traduce en una forma de desigualdad (ROBAINA, 2009) por cuanto las estructuras sociales, políticas y económicas se apoyan en estas diferencias fabricadas para configurar y establecer relaciones de poder de las que las mujeres o resultan excluidas o desplazadas o minusvaloradas.

La mayoría de las religiones excluyen a las mujeres de las estructuras de poder – cuando las tienen- o predicen un perfil de la mujer sometida al varón. Diríamos que asignan a la mujer un papel secundario o invisible en comparación a la que se autoadjudica el varón. El tema del velo o el *burka* les ha estallado bruscamente a los estados democráticos cuando la presencia de individuos de otras culturas y religiones en este llamado mundo libre es ya una realidad irreversible. Algunos Gobiernos han querido regularlo y lo han hecho en múltiples direcciones, sin un criterio común o consensuado ni siquiera dentro de la Unión Europea. Hasta Holanda, país con una tradición de tolerancia modélica, ha querido prohibir el velo en todos los lugares públicos. Hasta Noruega, obligada referencia como país que mejor funciona, ha vivido en el verano de 2011 la experiencia de un atentado irracional con más de setenta muertes y con un trasfondo de rechazo a lo multicultural. Los argumentos a favor y en contra se han defendido simultáneamente, y la sensación es de desconcierto general. Los medios de comunicación también han contribuido a la confusión, en parte porque su discurso está marcado ideológicamente, pero en parte también porque, quizá, es difícil sostener y argumentar algo firme e incontrovertible en esta materia.

Para algunos, el multiculturalismo es una ideología que procede del elogio a la diferencia y a la diversidad; por otro lado, un estado laico o aconfesional no debe apoyar ninguna religión en concreto sino que ha de proteger todas y ubicarlas en el ámbito de lo privado. Legislar sobre el uso del velo en los espacios públicos, debería ser visto como una medida lógica, por tanto. La Ley de Libertad Religiosa, anunciada y no aprobada por el Gobierno de Rodríguez Zapatero, contemplaba prohibir el uso de símbolos religiosos en espacios públicos, entre ellos el velo o *burka*. Sin embargo, el enfoque que se le ha dado en muchos medios al uso del velo y a las distintas iniciativas para regularlo, ha sido, muy a menudo, de ataque a la religión islámica, a la cultura y a la libertad.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Como ocurre en otras religiones, las normas y su interpretación a veces no coinciden; la *sharia* o camino para ser un buen practicante del Islam se interpreta y se aplica de modo muy diferente según el país y el contexto. El islam de un país democrático no tiene nada que ver con el de una dictadura árabe. Las bodas concertadas por los padres en Afganistan o Pakistan, la ablación en muchos países africanos, la poligamia, la obligación de las viudas de dejarse morir, prohibición de conducir en Arabia Saudí o de votar... son realidades también en nuestro entorno más inmediato. Ocurre que algunas manifestaciones de la *sharia* son perfectamente compatibles con nuestros ordenamientos jurídicos, pero otras son simplemente inasumibles.

Estrictamente hablando, el Corán no marca la obligación de la mujer musulmana para que se cubra parcial o totalmente, sino la posibilidad de que lo haga si no quiere ser molestada. Es un ejercicio de libertad, por tanto, y no tiene nada que ver con lo religioso sino con tradiciones de algunos países. Pero ¿qué pasa con las menores? ¿Cómo diferenciar entre libertad y presión familiar o cultural? Por otro lado, está el modelo de integración (integración, asimilación, otros) porque la realidad es que hoy en Europa viven unos 15 millones de musulmanes. Francia, Bélgica y Holanda ya han prohibido el *burka* en lugares públicos. En España, su uso es minoritario; todos lo condenan pero discrepan sobre si su prohibición vulnera derechos fundamentales⁴¹².

EL DISCURSO DE LOS MEDIOS Y LAS MUJERES

Los temas relativos a un ámbito que podríamos denominar MUJERES tienen en algunos medios un espacio preferente y continuado; no se trata de un sección propia sino de un apartado o bloque que puede aparecer en cualquier sección. No es una especialización periodística; diríamos que es un tema transversal; se trata de publicar acontecimientos cuyas protagonistas son mujeres en el ámbito de la política, la economía, el deporte o la cultura. No existe algo semejante relativo a VARONES.

El seguimiento que hemos realizado ha sido fundamentalmente en el diario *El País*, pero también en otros, con unos objetivos concretos: identificar la imagen de las mujeres como protagonistas en las distintas secciones; conocer las representaciones de los medios sobre la relación mujeres y religión, sobre todo el islam; analizar la representación de la mujer musulmana y el uso del velo o del *burka*; conocer las posiciones de los partidos políticos sobre el tema y valorar las posiciones de los medios de comunicación sobre el uso del velo y su regulación.

⁴¹² El mapa legislativo sobre el uso de velo en Europa es desigual, muy restrictivo en Francia, casi nada en España. Aquí la polémica ha girado en torno al uso del velo por parte de menores en centros educativos públicos y se ha dejado a los Consejos Escolares la decisión en este sentido. En junio de 2010 el Senado aprobó la prohibición del *burka* – uso casi irrelevante -en lugares públicos con los votos del PP y CiU.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

1) MUJERES PROTAGONISTAS;

Las mujeres forman parte de la sociedad del espectáculo; no suelen ser protagonistas en los medios de comunicación prácticamente en ninguna sección; son minoría en los cuadros dirigentes de los partidos políticos, las instituciones y las empresas. En casi todos los países desarrollados existe un tipo de prensa específicamente dirigido a la mujer (GALLEGO, 2011) a la que se suele denominar “prensa femenina”. La prensa de información general se ocupa del espacio público, de lo relevante: la política, los negocios, el deporte. La prensa dirigida a mujeres se ocupa de lo nimio o lo intrascendente: moda, belleza, sentimientos, hogar⁴¹³.

Los medios generan modelos que influyen en la creación de la identidad social. La publicidad proporciona prototipos, figuras humanas ideales para admirar, imitar o con las que identificarse (de ANDRÉS, 2010). Actúa como un agente que refuerza y divulga determinadas creencias y valores tradicionales sobre hombres y mujeres como reflejo de las normas sociales imperantes.

La idea de que la publicidad maltrata a la mujer está muy justificada; la constatación de que las llamadas revistas femeninas proyectan imágenes de mujeres jóvenes, bellas, delgadas, bien vestidas y maquilladas pero desvinculadas del mundo profesional que no sea la moda o la interpretación y el dato preciso de la invisibilidad o visibilidad escasa en los medios de información general son premisas más que conclusiones. Pero ¿qué pasa con la prensa de información general?

A la pregunta de si hay visibilidad de las mujeres en el Periodismo Político, por ejemplo, responderíamos en principio que sí, pero añadiríamos que no es, muchas veces, una visibilidad adecuada. Cuando los contenidos políticos protagonizan mujeres, se utiliza un tratamiento propio del estereotipo de mujer al hacer referencia al aspecto, el vestuario, el peinado, la vida personal u otros datos que no se utilizan cuando los protagonistas son los varones.

Además de un Gobierno paritario (2004) y una vicepresidenta en ese Gobierno, Rodríguez Zapatero nombró en 2008 a Carme Chacón ministra de Defensa que, en ese momento, estaba embarazada. Las reacciones fueron, en general, favorables pero en enero de 2009, el día de la Pascua Militar, cuando pronunció un largo discurso sobre los cambios en la Ley Militar, las últimas adquisiciones de armamento o el estado de las misiones españolas en el exterior, para muchos, lo más significativo fue que se saltó el protocolo marcado para el acto y asistió con pantalones en lugar de traje largo. A M^a Teresa Fernández se le ha llamado “de la Vogue” en lugar de De la Vega por aparecer en un reportaje de la revista de moda. En este país, las mujeres ocupan escaños, trabajan codo con codo con sus compañeros varones de partido en iniciativas legislativas, pero a ellas se les despoja del apellido (Bono/Soraya), o se utiliza el diminutivo o son nombradas con un la delante del nombre o del apellido, a la manera de personajes literarios o del cine o con una familiaridad o descaro inusuales (La Aguirre o incluso

⁴¹³ La categoría “revistas femeninas” se utiliza para denominar a las publicaciones mayoritariamente consumidas por mujeres, sin equivalente en otra categoría “revistas masculinas” para referirse a las consumidas mayoritariamente por hombres. Además, finalmente, se identifican los contenidos con la recepción, de manera que la prensa femenina lo es no tanto por esa circunstancia sino porque los contenidos se consideran “femeninos”: moda, belleza, hogar.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

la Espe, Soraya, Maleni); o se construyen apodos más o menos graciosos (Soraya Sáenz de Santamaría es "Heidi") o se les pregunta por sus hijos o por su vida personal o familiar.

El sexismo sitúa a las mujeres en condición de inferioridad, debilita su imagen y refuerza el estereotipo:

"Si un ministro habla de su vida amorosa suscitará, en general, una opinión positiva porque comentar su vida privada lo humaniza, le hace más cercano y lo aleja de su estereotipo político. Si una ministra hace lo mismo, probablemente será tachada de frívola o, peor aún, recaerá sobre ella la presunción de incapacidad" (Elena Valenciano en *El País* 20-01-09 P. 29)

Ni Angela Merkel - sobria, austera, monocorde en el vestir y en el aspecto - se ha librado de este tratamiento sexista al aparecer en el Bundestag con un bolso naranja, criticado incluso por la oposición que hizo comentarios sobre el elevado precio. El diario sensacionalista, pero muy influyente, *Bild Zeitung* consultó incluso a un psicólogo para que aclarara el mensaje subliminal que Merkel podría estar queriendo comunicar al utilizar un bolso de tales características. La prensa española se sumó al comentario general del bolso de Merkel (*ABC, LA Razón o El Mundo* digitales abordaron el tema, con más o menos humor) en medio de una crisis económica sin precedentes y con los dirigentes europeos y Merkel a la cabeza tomando medidas cruciales todos los días para salvar al euro. Llama, desde luego, la atención.

Los comentarios se producen, muy a menudo, primero en el propio ámbito político: recordemos el lenguaje de Alfonso Guerra cuando era vicepresidente del Gobierno referido a todos y especialmente a Soledad Becerril a la que llamó Mariquita Pérez: Manuel Fraga hizo referencia al escote de una diputada socialista como " lo único interesante que esa señora exhibió"; Eduardo Zaplana acusó a De la Vega de disfrazarse cuando se atavió como las mujeres de África en un viaje institucional a Mozambique; o las torpezas y excesos continuos de Berlusconi que han provocado manifiestos y manifestaciones de mujeres para protestar por esa "cretinización de la mujeres " pretendida por el primer ministro; o los impresentables comentarios del alcalde de Valladolid, León de la Riva, sobre Leire Pajín cuando fue nombrada ministra de Sanidad. Aunque es justo reconocer que son minoría los políticos del mundo moderno que se atreven a exhibir actitudes machistas o racistas, los ejemplos nunca faltan.

La necesidad y oportunidad de investigar acerca de la imagen de las mujeres en los medios de difusión ha sido puesta de manifiesto por distintos organismos internacionales. La Asamblea Nacional de Naciones Unidas destacó en junio de 2000 cómo " *la revolución en marcha en las comunicaciones mundiales y la introducción de las nuevas tecnologías de la información hacen que en estos momentos los medios de comunicación puedan realizar una contribución histórica al adelanto de la mujer*" Y concluía diciendo " *es lamentable que los medios de muchos países no ofrezcan una imagen equponderada de la diversidad de la vida de la mujer y de la contribución de ésta a la sociedad*" (BERGANZA).

Los medios están, deben estar, involucrados activamente en los procesos de cambio y también en los que se refieren a la representación de las mujeres para eliminar del todo los tratamientos



estereotipados o simplistas sobre las mujeres (se trata básicamente de 4 estereotipos: ama de casa, objeto sexual, profesional, víctima de violencia de género) y promover una representación equilibrada de la mujer y el varón. El estereotipo con el que se representa al varón es más complejo, diverso y rico.

Como resumen, diríamos: La política es un ámbito de poder mayoritariamente masculino aún (HERRERO, 2011); el Periodismo Político refleja desigualdad y tratamientos sexistas a partir de los estereotipos masculino y femenino convencionales; el estereotipo femenino de la mujer en el periodismo político se refleja en: vacilaciones a la hora de nombrar a las mujeres, referencias a su aspecto, expresiones peyorativas y ocultación o invisibilidad; los medios no siguen las recomendaciones de diversos organismos nacionales e internacionales para evitar tratamientos sexistas.

2) IMÁGENES DE LAS MUJERES EN EL DISCURSO DE LOS MEDIOS

En el análisis que hemos realizado, hemos encontrado imágenes contrapuestas, positivas y negativas, según los temas, pero, muy a menudo también, respecto a los mismos temas. Predomina, en todo caso, la imagen de la mujer víctima de agravios, injusticias o desigualdad.

-Imágenes positivas: aparecen las mujeres en distintos ámbitos como protagonistas de hechos valiosos, por su valía y preparación. A veces, son muy conocidas, pero, también, abundan los nombres desconocidos

Las mujeres crean más riqueza y son más fiables que los hombres (M. Yunus Premio Nobel de la Paz 2006, en *El País* 10-06-08 P. 38)

Rubalcaba y Rajoy coinciden en el diagnóstico: ellas concilian más (*El País* 10-11-11P. 38)

La cuota de mujeres avanza en la UE (*El País* 22-08-11 P. 26)

La activista Eufrosina Cruz ha logrado el voto para las mujeres indígenas en Oaxaca (*El País* 7-10-11 P. última).

-Imágenes de igualdad: estudios, informes o políticas de igualdad que dan resultados.

Segregar por sexo no es ciencia, es prejuicio. Un estudio de Science asegura que la separación de niños y niñas en las aulas alimenta estereotipos y afianza el sexismo (*El País* 03-10-11 P. 30).

Nuevos estudios destierran el arquetipo de que el acceso de la mujer al mercado laboral perjudica a sus hijos (*El País* 08-08-11 P. 24)



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

La ciudad que piden las mujeres. 32 asociaciones feministas madrileñas presentan un catálogo a los partidos con propuestas para una capital más igualitaria (El País 13-04-07 P. 38)

Empresarias sí o sí Noruega ha logrado un éxito sin precedentes en su plan de igualdad: el 80% de las empresas cuentan ya con un 40% de mujeres en sus Consejos de Administración (El País 06-01-08 P. 34)

-Imagen de desigualdad; la desigualdad es todavía una realidad en muchos aspectos.

Los varones salen más beneficiados de la institución matrimonial (El País 20-12-09 P. 36)

Un estudio destapa la caída de los salarios que cobran los titulados universitarios. Las mujeres, las más castigadas (El País 11-02-08 P. 38)

Cae el último bastión académico. La Real Academia de Jurisprudencia y Legislación admite a la primera mujer y deja de ser la excepción (El País 29-11-11 P. 34)

-Imagen de discriminación; es una de las más frecuentes

Las mujeres ganan menos que los hombres, no disfrutan de tantos ascensos y deben llevar uniforme (El País 08-03-06 P. 10)

Discriminadas en la cúpula del Ibex. Sólo el 6% de los miembros de los Consejos de Administración de las grandes empresas son mujeres, aunque suponen el 40% de las plantillas (El País 14-09-08 P.30)

Ellas se divierten menos. La española tiene casi una hora menos al día para el ocio que el varón, según un estudio de la OCDE (El País 28-05-09 P. 34)

El carné de conducir, más caro por ser mujer (El País 01-12-11 P. 30)

Morir por nacer niña Salen, en el sur de la India es el lugar del mundo donde una niña tiene menos opciones de sobrevivir Son vistas como una carga inasumible (Crónica El Mundo 13-05-07)

Discriminada por ser mujer y (más aún) por madre (El País 05-01-10 P. 26)

Irán se moviliza contra las lapidaciones Nueve mujeres y dos hombres, condenados por adulterio (El País 16-12-06 P.46)

-Imagen de protección especial por ser mujer:



Taxis rosas, sólo para ellas. En Barcelona (El País 13-12-09 P. 82)

Trenes sólo para ellas en India (El País 12-10-09 P. 28)

Ciudad de Mexico pone en marcha los autobuses Sólo para damas para evitar el acoso sexual (El País 25-01-08 P.9)

-Imagen de la invisibilidad de las mujeres en muchos ámbitos

Mujer. Mayor. Sola Y pobre. Una de cada tres españolas con más de 65 años vive en la pobreza (El País 03-12-05 P. 30)

Seis de cada diez mujeres mayores de 50 años creen que la sociedad no las tiene en cuenta, según un estudio de la Universidad Complutense (El País 28-11-07 P 25)

La mujer invisible (ABC 29-11-06 P. 44)

Sólo el 3% de los honoris causa de la Universidades españolas son mujeres (El País 18-12-06 P. 37)

Mujeres y ciencia: discriminación y excelencia. A medida que se asciende en la estructura jerárquica, desciende la proporción de las mujeres (El País 21- 03-07 P. 46)

Occidente ha olvidado su compromiso con la mujer afgana (El País 26-03-08 P.6)

-Imagen de la mujer víctima de violencia: El diario *El País* no tiene sección de Sucesos o páginas fijas dedicadas a estos contenidos, pero los asesinatos de violencia de género se cubren en las páginas de Sociedad siempre y además se hacen eco de todos los estudios o informes de expertos que aportan datos sobre este tema. Como resumen respecto al tratamiento dado por este diario, diríamos:

* Se utilizan mayoritariamente las expresiones “violencia machista” o “violencia de género”, pero también hemos encontrado una vez la de “violencia doméstica”

* Se lanzan hipótesis contradictorias sobre las causas del aumento de estos crímenes: por un lado, la de la vicepresidenta de la Vega sobre un efecto imitación provocado por el tratamiento de los medios y, por otro lado, los datos de expertos que niegan tal relación

* Se destacan las informaciones relativas a sentencias benévolas de jueces en los casos de maltrato

* Se enfatiza la falta de denuncia de muchas de las víctimas pero no se profundiza ni argumenta cuando sí había denuncia o incluso orden de alejamiento



* Los contenidos sobre violencia de género se utilizan, como otros, a favor o en contra del Gobierno, según la línea editorial

La ablación mutila África Tres de cada cuatro mujeres de Mauritania sufren la lacra (El País 18-06-06)

Violadas en la selva, repudiadas en casa (El País 23-03-08 P. 2)

La muerte lenta tiene nombre de mujer en Somalia. La violencia, las mutilaciones sexuales y la pobreza extrema se ceban en el sexo femenino en el no-Estado africano (El País 21-01-07 P.9)

"Pasé 16 años soportando sus palizas" Testimonios personales de mujeres atrapadas en el laberinto de la violencia machista (El País 15-07-07 P. 38)

Las feministas piden una alianza Gobierno-TV contra el machismo. Reclaman a De la Vega que solicite a los medios la especialización de los periodistas y que se informe sobre el agresor y no sobre la víctima (El Mundo 27-11-07 P. 25)

España, segundo país que más creció en crímenes de género (El Mundo 13-06-07 P. 25)

El Estado pagó 40.000 euros por viudedad al asesino de su esposa. La justicia descubre ahora que el condenado cobra pensión desde el crimen (El País 09-12-11 P. 34)

Un hombre mata en Madrid a su esposa delante de sus tres hijos (El País 10-12-11 P. 37)

Castigar más al varón es válido para proteger a la mujer. El TC ve razonable el distinto trato penal ante la gravedad del maltrato (El País 23-05-08 P. 43)

Una de cada tres mujeres ha sufrido malos tratos o algún tipo de abuso, según la ONU (El País 21-09-00 P. 30)

¿Por qué los machistas no dejan de matar? Las mujeres asesinadas por sus parejas se incrementan pese a la batería de leyes y las campañas de prevención Los expertos no logran descifrar por qué la violencia doméstica parece imparable (El País 02-08-10 P. 18)

Llamada a capítulo a las televisiones La vicepresidenta del Gobierno asume la polémica relación entre telebasura y violencia machista (El País 24-11-07 P. 38)

El 85% de las víctimas de violencia machista no había denunciado La crisis, la vulnerabilidad de las inmigrantes o el efecto imitación, claves del aumento (El País 14-06-10 P. 30)

Ocultar la violencia nunca ayuda La idea de que los crímenes machistas se producen por imitación no responde a datos precisos (El País 23-05-11 P. 50)



I Congreso Internacional de Comunicación y Género SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Mujeres protegidas contra su voluntad ¿Debe imponerse una orden de alejamiento cuando las víctimas quieran perdonar? Juristas y asociaciones de mujeres no se ponen de acuerdo (El País 27-11-07 P. 44)

Grietas en la lucha contra el machismo. La interpretación sesgada de algunos jueces y el perdón de las víctimas al maltratador amenazan la eficacia de la Ley de Violencia de Género (El País 24-10-11 P. 34)

El juez no creyó a la mujer asesinada en Granada El novio la mató tras ser juzgado y absuelto por maltrato (El País 06-07-10 P. 32)

Un juez de Valladolid descarta que una licenciada pueda sufrir maltrato (El país 19-04-07 P. 44)

Maltratadas bajo sospecha Hasta el 10% de las víctimas de violencia machista son universitarias Algunos jueces dudan de que mujeres tan formadas aguanten humillaciones (El País 28-12-09 P.26)

La sala del juez Del Olmo revoca al menos 15 condenas por maltrato Una agresión en la calle se saldó con multa de 90 euros; una amenaza de muerte con 20 euros El tribunal no vio pruebas de dominación machista (El País 05-10-11 P. 32)

Ser humillado en la tele es una atenuante Rebajada la pena a un hombre que trató de matar a su mujer tras verla en pantalla (El País 23-11-07 P. primera)

Alegar maltrato, ¿una ventaja o una conquista? Las denuncias de violencia machista pueden utilizarse para lograr beneficios en el divorcio (El País 31-12-09 P. 32)

-Imagen de supermujer

La vuelta al trabajo de la nº 2 del PP abre un gran debate (El País 25-11-11 P. 42)

La supermujer se extingue (El País 07-04-08 P. 32)

3) ELEMENTOS DEL DISCURSO DE LOS MEDIOS SOBRE EL VELO

El discurso de los medios sobre el velo tiene mucho que ver con el discurso que los propios medios han construido sobre otras religiones y, sobre todo, del Islam. Podríamos decir que en nuestras sociedades occidentales se conoce poco y mal la realidad de otras culturas y, especialmente, las culturas de los inmigrantes y podríamos decir también que los medios no han sabido articular un discurso serio, riguroso, claro y respetuoso en este sentido. Muy a menudo, leemos informaciones sobre leyes en India que obligan a las viudas a suicidarse en el fuego con el cadáver de sus maridos, sobre lapidaciones de mujeres por adulterio en Irán, sobre prohibiciones para conducir, viajar o salir de casa sin compañía de un varón de la familia en un



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

país tan “amigo” de Occidente como Arabia Saudí, sobre ablaciones en África etc etc. La imagen proyectada redundante en el estereotipo de lo exótico, lo lejano, lo salvaje y, en cierto modo, sirve, así, para poder aceptarlo y casi justificarlo todo. En un mundo globalizado y ya muy cercano en todos los aspectos, sorprende esta indiferencia; la ablación, por ejemplo, podría ser considerada un crimen o delito susceptible de ser perseguido internacionalmente y no como una costumbre característica o la manifestación de una cultura o una religión. Millones de niñas son mutiladas anualmente; muchas mueren en el momento o tiempo después y las que sobreviven lo hacen entre enormes sufrimientos y dolores. Es una agresión sistemática, pertinaz y masiva. E impune en gran medida.

Con la inmigración creciente, las sociedades occidentales son hoy más multiculturales; en un mismo espacio coinciden – y a veces, conviven – grupos de población cuyas características son la heterogeneidad y la diversidad. Hablar hoy de identidad de una manera clara y rotunda se ha vuelto más difícil y no faltan las tensiones, los choques, la incompreensión y, a veces, el enfrentamiento o incluso la violencia. En parte, la realidad ha desbordado a todos y especialmente a las instituciones; en parte, nadie parecía estar preparado y algunos arrastraban fuertes prejuicios y en parte, también, muchos han utilizado estos temas como debate político interesado y, por lo tanto, cambiante y falaz.

Tomemos como ejemplo el uso del velo; el discurso de los medios sobre el velo ha girado en torno a varios errores:

- 1) La identificación del velo exclusivamente con el Islam, de manera que, muy a menudo, se le llama “velo islámico” cuando lo cierto es que en alguna zona del mundo las mujeres usan algún tipo de velo y no son musulmanas. Por ejemplo, en la India. Además, las diferencias entre los propios países islámicos (Marruecos – Sudán) son enormes
- 2) La consideración del uso del velo como una manifestación religiosa, cuando muchos expertos dicen que es una costumbre o incluso que tiene un significado más político que religioso.
- 3) La confusión entre distintos tipos de velo, que van desde el burka hasta el más liviano hiyab
- 4) La oscilación entre una imagen del velo como imposición u obligación o como un ejercicio de libertad
- 5) La ausencia de argumentos sobre el uso del velo como manifestación de desigualdad entre mujeres y varones
- 6) Y, sobre todo, la utilización partidista del uso del velo por parte de los partidos políticos.

La modernidad – dice Fernando Savater – consiste en alejarse de la religión como vertebradora de la sociedad y una sociedad democrática debe ser laica; eso no quiere decir que la religión deba desaparecer; sólo ha de dejar de ser el centro de la vida social y reinar en el ámbito privado donde es imprescindible para buscar sentido a la vida. La laicidad no es un ataque a la religión sino una garantía para la tolerancia también religiosa. El laicismo es, pues, un factor



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Para Nadia Nair⁴¹⁴, otro factor es el pasado colonial de muchos países musulmanes tras el cual la religión sale reforzada como soporte identitario. Tras la independencia, surgen dos discursos: los tradicionalistas y conservadores contrarios incluso a la educación de la mujer; y el discurso de la modernidad que defiende la necesidad de un derecho civil positivista, la separación de la religión y la igualdad de sexos. Estos dos discursos presentan una dicotomía en el plano jurídico. La modernidad de las constituciones que inspiran las leyes y el tradicionalismo que prevalece en las leyes de familia que institucionalizan la desigualdad. Las costumbres son tan poderosas como la propia ley.

El Islam es hoy la segunda religión de Europa; muchas mujeres musulmanas viven e incluso han nacido en Europa y los países europeos, como decíamos antes, han legislado restrictivamente sobre el uso del velo y lo han hecho de modo dispar, prueba de la confusión, la descoordinación y, por qué no decirlo, la irracionalidad. Los medios de comunicación no han contribuido a esclarecer ni a presentar un debate sereno y ajustado.

La polémica sobre el uso del velo, entendida como una cuestión de integración o discriminación, ha llevado a organismos como la Comisión Europea o el Consejo de Europa a pronunciarse en contra de establecer restricciones en la vestimenta que puedan atentar contra la libertad religiosa. El debate plantea, además varios frentes, según el tipo de prenda y lo que tape, pero incluso en el caso de la iniciativa belga para prohibir el burka en la calle, el Consejo de Estado (órgano consultivo) emitió dos informes contrarios a la medida.

Desde el punto de vista jurídico (ALAÉZ CORRAL, 2011) ⁴¹⁵la conclusión de algunos expertos es que “una interpretación dogmáticamente adecuada a la CE de 1978 de las limitaciones posibles a los derechos a la libertad religiosa y a la propia imagen, implicados en el uso del velo integral islámico, hace constitucionalmente ilícita una prohibición general del mismo en todos los espacios públicos pero permite justificar prohibiciones parciales como las recientemente adoptadas en algunos municipios españoles para el acceso a edificios o servicios municipales, o las impuestas a alumnos y docentes en centros escolares públicos, en la medida en que estén dirigidas a garantizar el correcto funcionamiento de las instituciones y los servicios públicos y/o la protección de los derechos de los demás”.

Desde el punto de vista de los partidos políticos mayoritarios en España, el PP afirma que el velo islámico es “discriminatorio, lesivo y contrario a la dignidad de las mujeres y a la igualdad real y efectiva de hombres y mujeres. No podemos tolerar aquí que se impongan comportamientos contrarios a los valores europeos”. Mariano Rajoy ha anunciado varias veces que prohibiría el

⁴¹⁴ Conferencia “Relación entre Europa y el mundo árabe: las mujeres musulmanas en Europa”, impartida en el Encuentro de Educación Intercultural organizado por el CEP de Málaga (3-05-05).

⁴¹⁵ Profesor de la Universidad de Oviedo, experto en Ciudadanía democrática y Multiculturalismo, catedrático de Derecho Constitucional, publica en Internet unas “Reflexiones jurídico-constitucionales sobre la prohibición del velo islámico integral en Europa” que él mismo afirma forman parte de un libro que está a punto de salir titulado Teoría y realidad constitucional



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

uso del velo cuando fuera presidente del Gobierno. Y el PSOE ha adoptado, no sin contradicciones, una posición más cercana a la de la experta en feminismo islámico, Ndeye Andújar, para quien una ley restrictiva como la francesa “recluye a las víctimas, se las multa y no se soluciona el problema sino que se agrava” porque puede condenar a las mujeres a permanecer en sus casas para siempre. Leire Pajín, exministra de Sanidad defiende: el velo “es un símbolo de la identidad cultural”. Trinidad Jiménez, exministra de Exteriores opina que llevar el hiyab “no molesta a nadie”. Esta es también la postura de Amnistía Internacional que, aunque sabe que va a contracorriente, se opone a las prohibiciones generalizadas. La voz discordante ha sido siempre la exministra de Igualdad, Bibiana Aído: “No me gusta ningún velo”⁴¹⁶.

Sirin Adlbi Sibai, del departamento de Estudios Internacionales Mediterráneos, de la Universidad Autónoma de Madrid, afirma que discutir sobre la regulación del hiyab y el burka sirve para “ocultar los problemas políticos, económicos, sociales e identitarios que realmente acucian en los diferentes países que conforman Europa”.

Dado que los musulmanes que viven en Europa, cuando son varones, adoptan la vestimenta occidental y, cuando son mujeres, no, el enfoque cultural o religioso parece que no se sostiene o que, en todo caso, hay dimensiones de desigualdad y de libertad. Dado que la legislación, en general, ha restringido el uso del burka - para mujeres adultas -en espacios públicos por razones de identificación y seguridad y del velo - para niñas - en los centros educativos, sorprende el enfoque dado por el PSOE que coincide, en gran medida con el del diario *El País*. El uso del velo no es tanto un asunto de identidad cultural o religiosa - o al menos no exclusivamente - sino un asunto de falta de libertad y de igualdad.

Del análisis realizado en el diario *El País*, resumimos los aspectos fundamentales que hemos encontrado:

- Las mujeres musulmanas, adultas y niñas, no son libres para llevar o no el velo en las sociedades occidentales como no lo son en las sociedades de origen. Algunas lo manifiestan clara y valientemente con sus testimonios.
- La presión es familiar y cultural y se refleja en declaraciones de líderes islámicos y agresiones reales a mujeres que no llevan velo por parte de miembros de su propia comunidad
- A esto se añaden las prohibiciones crecientes en las sociedades occidentales y las decisiones dependen del signo ideológico del partido que gobierna. El PSOE parece sacrificar la igualdad por la libertad; el PP habla de igualdad pero hay un trasfondo religioso en su posición.
- El diario *El País* ha elegido un enfoque semejante al del PSOE; de ahí la publicación de posiciones contrarias, a favor y en contra del velo, con testimonios y habitualmente sin

⁴¹⁶ Son declaraciones publicadas por www.elmundo.es (1-10-11)



argumentos. Resulta difícil conciliar un discurso progresista, a favor de la libertad y de la igualdad con una posición contraria a la prohibición del velo.

"¿Por qué tengo que llevar pañuelo?" (El País 13-06-09 P.3)

"Para mi hija, prefiero los valores de aquí" (una pakistani) (El País 02-12-09 P.última)

Imputado un imán por coaccionar a una mujer que no llevaba velo (El País 28-01-10 P.36)

Brutal paliza a una musulmana por no llevar velo "Tú te mereces estar en un puticlub", gritaron los agresores a la víctima (El País 07-11-09 P.37)

"En Irán hasta el amor es delito", dice Shirin Ebadi, Premio Nobel de la Paz 2003 (El País 28-01-10 última pág..)

"Ahora quieren que usemos el velo como nuestras abuelas" Turquía aprueba el uso del velo en la Universidad entre fuertes críticas del establishment y de las propias mujeres (El Mundo 08-02-08 P. 27)

Turquía vuelve a partirse. La protesta laica tiene nombre de mujer (El País 06-05-07 P.10)

Una fetua dictada en Egipto prohíbe que un hombre y una mujer trabajen a solas si ella no la ha amamantado (El País 21-05-07 P. 49)

La nieta de Jomeini lucha por la libertad de las mujeres (El País 10-04-08 P. última)

Irán intensifica su lucha contra la apariencia occidental y la ropa ajustada (El País 30-06-08 P. 10)

El jefe de la diplomacia iraní abandonó una cena de gala por el vestido con escote de una intérprete (El País 05-05-07 P.7)

"Nunca había hablado con un hombre" (El País 29-04-07 P.3)

Los vigilantes del decoro asedian a las iraníes (El País 14-05-07 P. 8)

Cada año, centenares de mujeres se queman vivas. Muchas son casi niñas, casadas a la fuerza con hombres que las maltratan (El País domingo 13-05-07 P.10)

"Si no la cuelgan, la mataremos nosotros", dice la familia de una condenada por blasfemia en Pakistán (El País 12-12-10 P. 36)

El Gobierno de Irán silencia a sus mujeres Cerrada la revista femenina Zanan por criticar al régimen (El País 29-01-08 P. 37)



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

"Si te maquillas, morirás" Mujeres iraquíes son asesinadas y mutiladas por su vestimenta (El País 30-12-07 P.40)

Mujeres árabes, libres pero no iguales (El País 09-10-11 P. 2)

La igualdad no está en la agenda de los políticos en Yemen (El País 09-10-11 P. 3)

Indultada a cambio de casarse con su violador (El País 02-12-11 P. 42)

Culpable de ser violada Arabia Saudí condena a 200 latigazos a la víctima de un delito sexual Un ejemplo de la indefensión legal de las mujeres en Oriente Próximo (El País 25-11-07 P. 48)

Juicio contra un imán que coaccionaba a una mujer musulmana por no llevar velo (El País 02-07-10 P.30)

"Tenéis prostitutas en la calle y prohibís taparse la cara a una mujer" dice Yusuf (El País 09-06-10 P. 30)

Prohibido hablar con mujeres maquilladas El imán de Lleida rechaza ser entrevistado en ramadán por una periodista que usaba cosméticos (El País 16-10-05 P. 30)

Los ultraconservadores saudíes consideran que la educación física no es adecuada para las niñas (El País 03-10-04 P. 10)

Las mujeres periodistas saudíes luchan por el reconocimiento de su trabajo La policía religiosa del país obliga a las mujeres a cubrir sus rostros por completo (21-08-06)

Más allá del horror del burka El matrimonio forzado, la violencia doméstica y la falta de trabajo, principales preocupaciones de las afganas (El País Domingo 20-08-06 P. 6)

El Consejo de Europa, en contra del veto al burka Defiende la libertad de la mujer para elegir su ropa (El País 09-03-10 P. 36)

"Lo masculino sigue dominando la sociedad" (Elif Shafak, escritora turca) (El País 10-12-06 p. 45)

"Maté a mi hija porque no me obedecía" (pakistaní en Roma) (El País 26-08-06 P.6)

Fatima Eldrisi: "Hoy no daría la batalla por el velo, perdí el tiempo" (El País 25-04-10 P.36)

La cárcel andante no es un derecho Francia debate prohibir el burka como instrumento de sumisión a la mujer (El País 30-06-08 P. 38)

Rajoy restringirá el uso del velo islámico (El País 08-02-08 P.10)

La propuesta del PP de prohibir el hiyab encrespa a los seguidores del Islam (El País 10-02-08 P. 36)



El PP restringirá el uso del velo en las escuelas para preservar el principio constitucional de igualdad (El Mundo 08-02-08 P.8)

La mayoría del Senado condena el burka pero evita prohibirlo. El PP se queda solo (El País 23-06-10 P. 28)

CIU regala al PP la batalla del burka Los nacionalistas cambian de postura y logran que el senado apruebe la prohibición del velo integral en las calles de toda España El PSOE quería "erradicarlo" no prohibirlo (El País 24-06-10 P. 30)

Justicia destituye al alto cargo que redactó el informe a favor del velo (El País 11-05-11 P.33)

A favor del uso del velo hemos encontrado también muchos textos:

"Llevar el burka es mi libertad" (El País 11-04-10 P. 40)

"No me quito el hiyab porque no quiero (El País 22-04-10 P. 40)

Muchas jóvenes musulmanas ven el hiyab como forma de autoafirmarse Otras quieren prohibirlo por ser un signo de discriminación (El País 22-04-10 P. 34)

Todo lo que esconde el velo Marian y Aya son musulmanas yy universitarias pero una se cubre la cabeza y la otra no (El País 04-05-08 P.34)

"Con el hiyab me siento más libre ", Asmaa Abdol Hamid, feminista, socialista y musulmana danesa (El País 20-05-07 P.10)

"Es irónico pero el burka me protege" (una afgana) (El País 11-01-11 última pág.)

"¿Por qué voy al colegio con velo? " (El País 10-04-11 P. 40)

Mujeres musulmanas reivindican el derecho a vestir la prenda tradicional como opción personal y signo de identidad (El País 26-06-06 P. 31)

El Consejo de Europa en contra del veto al burka Defiende la libertad de la mujer para elegir su ropa (El País 09-03-10 P. 36)

BIBLIOGRAFÍA

BERGANZA, R. "Estado actual de la investigación en España sobre mujer y medios de difusión", en www.ucm3.es

De ANDRÉS, S. (coord.) (2010): *Otros fines de la publicidad*, Comunicación Social, Sevilla.



GALLEGO AYALA, J. (2011): "Representación de xénero no ámbito cultural:do adorno ao glamour", en ÁLVAREZ POUSA, L. y PUÑAL RAMA, B. (2011): *Rompendo moldes Áreas de especialización e Xénero no Xornalismo* Atlántica Santiago de Compostela Pp. 221-231.

HERRERO AGUADO, C. (2011): "Nuevos modelos de revistas para ¿nuevos? perfiles de mujeres", en www.tcasevilla.com nº 13

"Periodismo Político, el ámbito del poder (masculino) ", en ÁLVAREZ POUSA, L. Y PUÑAL RAMA, B. (2011) op. Cit.Pp. 207-220.

ROBAINA N. "Representaciones sobre el género femenino, estudio de caso en la prensa escrita local ", en www.laondadigital.com