



III JORNADAS DE INVESTIGADORXS FEMINISTAS EN LA U.C.M

Violencia Fit. La violencia simbólica del fenómeno fit girls en Instagram

Lidia A. Costa Lázaro

Doctoranda en estudios Feministas y de Género (INSTIFEM)

lidiacostalazaro@gmail.com / lidiacos@ucm.es Julio 2018

Abstract

El trabajo analiza el fenómeno fit girls, propio de los patriarcados del consentimiento, desde una perspectiva feminista y, en concreto, desde la violencia simbólica que se genera a través de las imágenes y textos. Son cuerpos femeninos musculados, esculpados al detalle con duras disciplinas de entrenamiento, dieta (y coaching para poder sobrellevarlo) y que suponen, al menos para las protagonistas, una nueva vía para mostrar el empoderamiento femenino y la transformación del cuerpo –y la vida– y el sacrificio como “libre elección”. Una forma de conseguir la “mejor versión” de una misma. Este objetivo resulta, en realidad, incongruente y dicotómico. Por un lado, se busca una máxima metamorfosis del cuerpo a base de ejercicio y dieta. Por el otro lado, su discurso reitera la necesidad de mantenerse fieles a sí mismas y de quererse tal y como son. Este discurso dicotómico, unido a las fotos que comparten en la red social Instagram en las que el cuerpo aparece musculado, cosificado, “troceado” y sexualizado, producen una interesante nueva forma de violencia simbólica enmascarada de falsa emancipación y feminismo.



III JORNADAS DE INVESTIGADORXS FEMINISTAS EN LA U.C.M

“No es un caso aislado: reflexiones en torno al tratamiento mediático del caso de ‘La Manada’ y sus consecuencias sociales”

Belén Liedo Fernández

Universidad Autónoma de Madrid

Abstract

La violación múltiple en las fiestas de San Fermín, en 2016, perpetrada por “La Manada” ha sido uno de los casos de violencia sexual con mayor repercusión mediática y social en nuestro país, y ha comportado una serie de consecuencias. Muchas de ellas pueden ser calificadas de beneficiosas desde una perspectiva de género: principalmente, la atención pública sobre la problemática distinción jurídica entre abuso y agresión sexual. Sin embargo, también hay elementos preocupantes en este tratamiento mediático y es imperativo analizarlo en toda su complejidad, dada la repercusión que ha suscitado. Para empezar, se trata de un caso que puede reforzar el imaginario común y erróneo de los violadores como desconocidos depredadores violentos. El rechazo social radical que existe ante “La Manada”, gracias a la brutalidad del caso, permite situarlos como culpables absolutos y únicos de sus actos y la misoginia que los movía, ocultando del debate público algo que la teoría feminista sostiene desde hace décadas: a saber, que la violencia de género forma parte de un continuum de las relaciones de género y que es un asunto estructural, no anecdótico (1). Esta comunicación pretende explorar los mecanismos expiatorios que la sociedad española puede haber construido en torno a estos cinco violadores para conseguir comprenderlos como un caso más o menos aislado y explicable por sí mismo, impidiendo así entender la violencia sexual como fenómeno estructural en una sociedad patriarcal. Para ello, se recurrirá a la obra de 1963 Eichmann en Jerusalén, donde Hannah Arendt analiza el proceso de respuesta social ante el juicio del mandatario nazi Adolf Eichmann, partiendo de la hipótesis de que las reflexiones de la intelectual judía son aplicables al caso que nos ocupa.

1) Osborne, Raquel (2009). Apuntes sobre violencia de género. Barcelona: Edicions Bellaterra.

Biografía

Belén Liedo Fernández: graduada en Filosofía por la Universidad de Salamanca (TFG: “De Beauvoir a Wittig”, sobre la influencia de la primera sobre la segunda, dirigido por María Teresa López de la Vieja) y Máster en Estudios Interdisciplinarios de Género por la Universidad Autónoma de Madrid (TFM acerca de Hannah Arendt y la aplicación de sus análisis sobre la violencia a las violencias de género, específicamente en conflictos armados, dirigido por Cristina Sánchez Muñoz). Líneas de interés: epistemologías feministas, género y religión/espiritualidad, feminismo radical y de la segunda ola, interseccionalidad, feminismos poscoloniales, mujeres filósofas.



III JORNADAS DE INVESTIGADORXS FEMINISTAS EN LA U.C.M

“Las masculinidades en los medios de comunicación on line en España”

Roberto Murillo

Filósofo/Investigador/Fundador del Observatorio Ético Internacional

Abstract

Como punto de partida realizamos un análisis que nos desvela las nuevas masculinidades en la prensa escrita digital española, ya sea como objeto o como sujeto de investigación, hasta evidenciar todos los sesgos de la comunicación patriarcal.

Los aportes de la teoría feminista al campo de los estudios de la Ciencia Social y medios de comunicación han contribuido al desarrollo de numerosos trabajos, que han puesto en evidencia los sesgos sexistas, patriarcales y androcéntricos de la producción de contenidos en la comunicación en general.

La investigación toma una metodología interesada por las formas en que fueron incluidas o excluidas de la práctica periodística visiones androcéntricas, lo que lleva a formular ciertas cuestiones de orden epistemológico: ¿cómo habría sido una noticia hecha por las mujeres? ¿Cuáles son las consecuencias de la hegemonía de los hombres (blancos, de clase media, occidentales y heterosexuales) en el campo de la comunicación? ¿Qué valores y modelos masculinos ofrecen los artículos y noticias de los medios de comunicación? ¿Qué tratamiento se da a la masculinidad en los medios escritos digitales? Hacemos una valoración analítica de los escenarios noticiosos y los titulares, entre el medio digital, su autor y las herramientas cuantitativas, que desgajan los contenidos y el análisis cuantitativo de las publicaciones.

Así planteamos un método científico en la cuestión de los impactos de las prácticas periodísticas de comunicación y, en particular, la manera en que los medios integran sus visiones de masculinidad y la creación de modelos masculinos en su práctica periodística, desde la visión crítica de los Feminismos.

Biografía

Filósofo y activista, especialista en Ética énfasis en Economía y Ecología, Igualdad de Género. Profesor en América Central, México, Alemania y España. Activista de movimientos sociales, feministas y LGTBI. Master por AIEI en Desarrollo web y java. Jefe y Consultor de Proyectos Informáticos en el sector de las Nuevas Tecnologías. Fundador y director del Observatorio Ético Internacional (OBETI), dedicado a la investigación interdisciplinar de la racionalidad ética feminista, la despatriarcalización y la diversidad. Licenciado, con curso doctoral en Ética Teológica con énfasis en Economía y Ecología, en la Universidad de Comillas, Madrid y la Universidad Pontificia de Salamanca respectivamente. Experto en “Igualdad e Intervención en Violencias Machistas en los Ámbitos Profesionales” por la Universidad Complutense de Madrid. Su actual investigación doctoral es sobre: “La desconstrucción de la masculinidad en los medios de comunicación on line españoles”, en el INSTIFEM UCM. Ha sido asesor *ad-honorem* de la Diputada Beatriz Gimeno para la Asamblea de la Comunidad de Madrid en ámbitos de género y LGTBI. Investigador en “La inteligencia artificial y la robótica en los medios de comunicación digitales españoles” y en el Observatorio contra Violencias Machistas y LGTBI-fóbicas de la Facultad de CC. de la Información de UCM



III JORNADAS DE INVESTIGADORXS FEMINISTAS EN LA U.C.M

“El ‘Consejo de Ministras’ en la opinión pública en Twitter” Nuria López Priego

Periodista/Doctoranda en Periodismo

Abstract

El 1 de junio de 2018 España vivió un acontecimiento político histórico. Por primera vez en cuarenta años de democracia prosperó una moción de censura contra un presidente del Gobierno. Seis días después, con el nombramiento de once ministras, España pasó a tener el Gobierno con mayor proporción de mujeres del mundo. La noticia traspasó fronteras. Pero ¿cómo lo vivió la opinión pública? En una sociedad en la que Internet y las redes sociales han alterado patrones de interacción social, esta investigación aborda el efecto de estos nombramientos entre los usuarios de Twitter a partir de la propagación que tuvieron las palabras Gobierno Sánchez, Gobierno Feminista y Consejo Ministras, como parte del contenido de los tuits o como hashtag. El análisis cuantitativo y cualitativo revela que el esfuerzo por dar respuesta al clamor que recorrió las calles el 8M y romper techos de cristal en el poder ejecutivo no tuvo correlato entre la opinión pública en la red social y constata un proceso de espiral en el que lo que no se retuitea prácticamente no existe.

Biografía

Licenciada en Periodismo en 2004 por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla. Entre 2006 y 2017, ha desarrollado su actividad profesional como redactora en el periódico provincial Diario JAÉN, cubriendo en los últimos 5 años la sección de Política municipal. Como periodista, tiene en su haber el Premio de Periodismo contra la Violencia de Género 2017, que concede el Instituto de la Juventud (Injuve), dependiente del Ministerio de Sanidad, Políticas Sociales e Igualdad, y el de Periodismo y Comunicación Local de la Diputación Provincial de Jaén en 2011. Desde noviembre de 2017, se encuentra en excedencia cursando el programa de Doctorado en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid. El objeto de su investigación es el liderazgo político mediatizado por los medios de comunicación y las redes sociales desde una perspectiva de género.



III JORNADAS DE INVESTIGADORXS FEMINISTAS EN LA U.C.M

“Feminismo en hashtags: etiquetas virales del 8M”

Graciela Padilla Castillo

Coordinadora del Grado en Periodismo en la Facultad de CC. Información UCM

Abstract

El 8 de marzo de 2018 ha supuesto un hito histórico en la Historia del Feminismo en España. Las marchas pacíficas colapsaron el centro de la capital española, Madrid, durante horas, congregando a 170.000 personas, según la Delegación del Gobierno, y a unas 600.000 según los organizadores. En otras capitales autonómicas se registraron datos igualmente multitudinarios: entre 200.000 y 600.000 personas, en Barcelona; más de 100.000 personas en Sevilla, Valencia, Bilbao o Zaragoza, respectivamente... Se estima, según datos oficiales de sindicatos y patronales, que más de 6 millones de españolas secundaron la huelga en sus puestos de trabajo. Entre ellas, las periodistas de medios nacionales, públicos y privados. Y los titulares y los análisis resumieron el día como un hito histórico revolucionario. El nexos de unión, antes, durante y después del 8M fueron los hashtags. Estas etiquetas virales se convirtieron en trending topics nacionales e internacionales y consiguieron que el seguimiento de la huelga, la afluencia de manifestantes y la cobertura mediática superaran todas las previsiones de las organizadoras. Esta investigación ahonda en los porqués de ese éxito desde el nuevo produsage cultural y social, producción entre iguales, o nueva comunicación multilateral, activa y participativa de las mujeres españolas en las redes sociales. La hipótesis de partida es que los hashtags en Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn resumen y aúnan voluntades para crear un nuevo debate político y social. Son la mejor llamada de atención para congregarse sentimientos y demandas iguales y se erigen como nuevos baluartes cuantificables del liderazgo femenino, porque su uso en las redes sociales es muy superior a la audiencia tradicional pasiva que puede recibir cualquier noticia, reportaje o entrevista. Por ello, se hace necesario un trabajo que observe y discuta las causas y efectos de #8M, #8demarzo, #nosotrasparamos, #LasPeriodistasParamos y #hacialahuelgafeminista.

Biografía

Graciela Padilla Castillo: Coordinadora del Grado en Periodismo Profesora Contratada Doctora Miembro del Instituto de Investigaciones Feministas Departamento de Periodismo y Nuevos Medios Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid Avenida Complutense s/n, 28040, Madrid (España) gracielp@ucm.es <https://orcid.org/0000-0003-1393-4817> <https://scholar.google.es/citations?user=zeT1SLkAAAAJ&hl=es> Índice H: 8 Acreditada a Profesora Titular de Universidad, ha completado su formación posdoctoral en la Universidad de California en Los Ángeles (UCLA) y ha viajado como experta en estudios de género a la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP, México). Sus líneas de investigación se centran en Teoría de la Información, Ética y Deontología de la Comunicación, Ficción televisiva y Estudios de Género. Es autora y coautora de un centenar de capítulos de libro y artículos académicos publicados en revistas de alto impacto. Asimismo, ha coordinado más de 10 obras colectivas y ha participado en más de una treintena de investigaciones competitivas, privadas y de innovación docente.



III JORNADAS DE INVESTIGADORXS FEMINISTAS EN LA U.C.M

“Feminismo en el nuevo escenario mediático: circulación discursiva y operaciones de visibilización en torno al aborto”

Noelia D. Manso

Facultad de Ciencias Sociales (UBA)

Abstract

La emergencia de un nuevo sistema de medios con base en internet ha transformado la circulación discursiva respecto a la problemática de género habilitando nuevas operaciones de denuncia y visibilización de discursos que vulneran los derechos de las mujeres y sexualidades no hegemónicas. Dicho sistema de medios, ha permitido el ascenso de los sujetos en la historia de la mediatización, quienes encuentran en las redes sociales medios de comunicación de los cuales pueden apropiarse y utilizar como herramientas para incorporar sus discursos a un nuevo espacio público digital. En las sociedades mediáticas y mediatizadas, la posibilidad de que los discursos de actores individuales alcancen el espacio público era limitada. En dicho escenario, eran los medios masivos y las instituciones las que tenían reservado la posibilidad de producir discursos de alto alcance. En este nuevo escenario, los sujetos y colectivos feministas hallan un espacio público emergente con nuevas posibilidades y herramientas para la producción de discursos entorno a la sexualidad y género. Aquí, las operaciones de visibilización y denuncia de discursos contrarios a las demandas feministas (provenientes tanto de los medios masivos como de internautas amateurs o profesionales en redes sociales) cobran preponderancia.

En la presente ponencia se analizan los discursos y las repercusiones en torno a un caso reciente en el contexto argentino: las declaraciones de un profesional de la salud que a través de su cuenta personal de Facebook, y en el contexto del debate parlamentario sobre la legalización de la interrupción voluntario del embarazo, hizo apología a la eventual tortura de mujeres que se practicaran un aborto en la guardia de su hospital. Empleamos como marco de análisis el dispositivo analítico de la circulación hipermediática para observar las fases por las que atraviesa el discurso y los sentidos y operaciones que se realizan en cada una de ellas.

Biografía

Estudiante avanzada del grado de Comunicación Social de la Universidad de Buenos Aires (UBA, Argentina). Actual becaria EVC-2017, otorgada por el Consejo Interuniversitario Nacional (CIN), por el proyecto “La circulación de los discursos sobre la problemática de género en las sociedades hipermediatizadas”. Estudiante de intercambio por beca UBAINTE (otorgada por la Universidad de Buenos Aires) durante el primer semestre 2018 en la Universidad de Valencia.



III JORNADAS DE INVESTIGADORXS FEMINISTAS EN LA U.C.M

“El tratamiento informativo de las violencias machistas: medios masivos de (des)información y activismo feminista en redes sociales”

Clara Gutiérrez Vega

Antropóloga/Estudiante del Máster en Estudios Interdisciplinarios de Género de la UAM

Abstract

Entre 2003 (primer año del que se tienen registros públicos de asesinatos machistas) y 2017 han sido asesinadas en nuestro país 900 mujeres víctimas de violencia de género, pero solo el 1,7% de las personas encuestadas por el CIS en 2017 señaló la violencia contra las mujeres como uno de los principales problemas en España. ¿Cómo puede nuestra sociedad seguir funcionando mientras 65 mujeres son asesinadas cada año por ser mujeres? ¿Qué factores permiten que asumamos esas cifras con normalidad? ¿Cuál es el papel de los medios de comunicación en la activación o neutralización de la respuesta social contra la violencia machista? Ante esta situación, ¿qué se está haciendo y qué se puede hacer desde la lucha feminista?

El objetivo general que persigue este trabajo es revisar el tratamiento informativo sobre la violencia de género en los medios de comunicación españoles y la respuesta de los movimientos feministas a esta representación de las violencias machistas. Basándonos en una metodología cualitativa de investigación, revisaremos críticamente el tratamiento informativo de la violencia de género en los medios de comunicación españoles, prestando especial atención a la contestación que se da a esta representación de la violencia machista desde el ciberactivismo feminista.

A través del análisis crítico de titulares de prensa comprobaremos cómo los ejemplos de malas praxis periodísticas persisten, a pesar de la publicación de protocolos y leyes, y cómo las activistas feministas tratan de combatir la (des)información de los mass media a través de las redes sociales. Esto nos permitirá concluir que la comunicación no es un proceso unidireccional monopolizado por los mass media, sino un espacio de lucha entre quienes buscan institucionalizar las reglas que mantienen el statu quo y quienes desafían esas normas buscando lograr una transformación social.

Biografía:

Graduada en Antropología Social y Cultural por la Universidad Autónoma de Madrid. Curso actualmente el Máster en Estudios Interdisciplinarios de Género de la UAM y realizo mi Trabajo de Fin de Máster sobre el tratamiento informativo de las violencias machistas en los medios de comunicación españoles. Entre mis líneas de interés/investigación se encuentran los menores LGTB, las mujeres y los conflictos armados, la violencia de género y los medios de comunicación.