



igUALdad

Nº 11

Julio 2019



ENTREVISTAS

PILAR GÓMEZ ACEBO
EULALIA PÉREZ SEDEÑO

ARTÍCULOS

PAULA DE ISCAR
USTEA
ANA CARRETERO GARCÍA

TERRITORIO ESTUDIANTE

CAFÉS FEMINISTAS ALMERÍA

CULTIVANDO IGUALDAD



UNIVERSIDAD
DE ALMERÍA

REVISTA IGUALDAD Nº 11

JULIO 2019

igUALdad

Delegación del Rector para la Igualdad de Género

www.igualdad.ual.es

■ ■ ■ ■ Cultivando igUALdad

COMITÉ DE REDACCIÓN:

Maribel Ramírez Álvarez. *Delegada del Rector para la Igualdad de Género.*

M^a del Mar Gómez Lozano. *Directora de Secretariado de Atención Estudiantil.*

Amalia Campos García. *Técnica de apoyo a la investigación.*

Leticia García Cerdán. *Becaria en formación.*

Patricia Villegas López. *Becaria en formación.*

Azul460.com *Diseño y maquetación.*



UNIVERSIDAD
DE ALMERÍA

REVISTA IGUALDAD Nº 11. JULIO 2019

ÍNDICE

EDITORIAL. MARIBEL RAMIREZ ÁLVAREZ	04
ENTREVISTA. PILAR GÓMEZ ACEBO SOCIÓLOGA, CONSULTORA DE EMPRESAS Y EXPERTA EN RECURSOS HUMANOS	06
ENTREVISTA. EULALIA PÉREZ SADEÑO PROFESORA DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIA, TECNOLOGÍA Y GÉNERO DEL CSIC	10
ARTÍCULO. UNA VEZ MÁS, SOBRE MUJERES EN PERFILES LABORALES TÉCNICOS. (EL CASO DE LAS ENÓLOGAS EN CASTILLA Y LEÓN) PAULA DE ISCAR	14
ARTÍCULO. ENCUENTROS FEMINISTAS DE USTEA USTEA: UNIÓN DE SINDICATOS DE TRABAJADORES/AS EN ANDALUCÍA	20
ARTÍCULO. EL SEXISMO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ANA CARRETERO GARCÍA	24
RESEÑA. “EL MATRIMONIO INFANTIL Y FORZADO EN EL DERECHO INTERNACIONAL. UN ENFOQUE DE GÉNERO Y DE DERECHOS HUMANOS” DE EVA DíEZ PERALTA UNA RESEÑA DE DORINA C. SUCIU	36
ESPECIAL UNIDADES DE IGUALDAD. DIRECCIÓN DE IGUALDAD Y ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD. UNIVERSIDAD DE HUELVA	40
TERRITORIO ESTUDIANTE. CAFÉS FEMINISTAS ALMERÍA	43
CULTIVANDO IGUALDAD.	45

EDITORIAL.

CIENCIA Y TECNOLOGÍA EN FEMENINO PLURAL

MARIBEL RAMÍREZ ÁLVAREZ

En octubre de 2018 presentamos en la Universidad de Almería el proyecto *"Ciencia y Tecnología en femenino"* con la finalidad de despertar las vocaciones científicas y tecnológicas en las mujeres dirigido a alumnas de 1º a 3º de ESO. En esos talleres, las estudiantes participantes pudieron conocer a otras mujeres con vocación científica que ya estaban desarrollando su actividad profesional, personas que estaban ya haciendo ciencia y tecnología en femenino.

En muchos sectores de la sociedad se sigue teniendo la idea de que las mujeres no estamos a la altura en materia científica y tecnológica. Sin embargo, no existe ningún factor intrínseco que haga a las mujeres menos capaces en este tipo de estudios. Todo lo contrario. Las mujeres obtienen mejores resultados en matemáticas, física o química y en general en todas las ciencias experimentales en los niveles educativos de la enseñanza secundaria o el bachillerato. Sólo nos falta dar el salto a las titulaciones científicas y técnicas en la universidad.

Hay que recordar que la ciencia y la tecnología son la forma en la que los seres humanos desarrollamos nuestra curiosidad sobre el mundo, la forma en que nos hacemos preguntas y buscamos las soluciones para alcanzar una forma mejor de relacionarnos con nuestro entorno social y con el universo que nos rodea. La aportación de las mujeres a esa concepción de la ciencia es importante porque nuestra forma de estar en el mundo está más centrada en las relaciones humanas, en las necesidades que tenemos como individuos y en buscar la armonía con el medio ambiente y con el medio social.



Delegada del Rector para la Igualdad de Género.

"Las mujeres obtienen mejores resultados en matemáticas, física o química y en general en todas las ciencias experimentales en los niveles educativos de la enseñanza secundaria o el bachillerato. Sólo nos falta dar el salto a las titulaciones científicas y técnicas en la universidad."

Y todo eso ha de hacerse desde lo sensible, lo lúdico y lo participativo. Hacer ciencia en femenino es interesante, es divertido y es inclusivo. Eso hemos intentado para fomentar este tipo de vocaciones entre las jóvenes. Ha sido un curso intenso de actividades dirigidas a este colectivo, como las organizadas con motivo del día 11 de febrero, Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia. El broche final ha sido el *II Campus Tecnológico de Chicas* celebrado durante los días 8 a 12 de julio de 2019, dirigido a chicas de 2º a 4º de la ESO.

Termino con el deseo de que ese femenino sea “muy plural”, que seamos muchas las mujeres que nos dediquemos a la ciencia y la tecnología. Y por supuesto, nuestra especial bienvenida a aquellas que ya han hecho realidad su vocación y se incorporan como nuevas alumnas STEM a la Universidad de Almería. ¡Enhorabuena!

ENTREVISTA.

PILAR GÓMEZ-ACEBO

igUALdad (I.G.) Desde los puestos de responsabilidad que ha venido ocupando, ¿ha podido trabajar para conseguir una mayor presencia femenina en las empresas?

Pilar Gómez-Acebo (P.G.A.) En la época en la que yo era presidenta de la Federación se decía: “Cuando las mujeres se formen al mismo nivel que los hombres llegarán”. Las mujeres han sobrepasado en muchos casos el nivel de formación de los hombres, tienen mejores calificaciones pero no se ha producido ese giro. ¿Por qué? Porque ese es un diez por ciento del total. Está muy bien, pero no pasa del diez por ciento; es el 90 el que manda y el que decide. Y ese 90 son emociones, sentimientos y voluntades y en eso hay un analfabetismo emocional generalizado, que quién lo trabaje puede llegar, y no sólo eso, puede mantenerse. Por eso, para conseguir mayor presencia femenina, hay que apoyar en dos asignaturas pendientes a las mujeres: la autoestima y la solidaridad. Creo que son esas habilidades, las soft skills, las mal llamadas “habilidades blandas” (que son el noventa por ciento de la toma de decisiones), sobre las que hay que formar y entrenar a las mujeres. Es lo más duro que existe y lo más sólido en el ser humano y, como he dicho, se entrena. Esto es lo que hemos pretendido, tanto desde el inicio de la carrera profesional, al frente de la Federación, cuando era presidenta ejecutiva, como en estos momentos en calidad de Presidenta de Honor y Vicepresidenta del Club de Consejeros, con la misión de seguir abriendo puertas a más mujeres a los altos cargos

I.G. En su trayectoria laboral ha vivido seguramente la falta de mujeres en los puestos de poder dentro de las empresas. ¿Qué medidas deberían tomarse para cambiar esta situación?

P.G.A. La teoría no sirve para nada prácticamente en este campo porque esto es un poco como aprender a nadar. No sirve de nada que te lo expliquen si no te tiras a la piscina. ¿Y qué es tirarse a la piscina? Pues crear



- Licenciada en Sociología y en Ciencias Políticas, y Máster en Recursos humanos y dirección de empresas.
- Empresaria, cuenta con numerosas distinciones a nivel nacional e internacional
- Experta en la Alta Dirección, Desarrollo de Personas, Estrategias y Gobiernos
- Presidenta de Honor de la Federación de Empresarias FEDEPE
- Vicepresidenta del CLUB DE CONSEJEROS
- Presidenta de la Comisión Ética y Social del Directivo en CEDE
- Presidenta del Consejo Asesor de MADRID WOMAN'S WEEK
- Presidenta del Foro Europeo de Resiliencia.

simulaciones, proyectos y entrenamientos donde, aunque se cometan errores, lo que se está trabajando es la autoestima, la empatía y la capacidad de visualizar, y no solo responder por detrás a las trampas que otros ponen y que cuando la mujer entra se queda fuera de juego.

I.G. ¿Qué papel cree que deben jugar las universidades en la formación de quiénes desarrollan su actividad profesional en el mundo de la empresa?

P.G.A. Es fundamental. Pero hay que cambiar el formato de enseñanza. Las habilidades tienen que ser totalmente prácticas. Con unas pequeñas nociones iniciales lo que hay que hacer es entrenar y entrenar, porque es un proceso que cuando uno se ve a sí mismo en escena es cuando aprende. No vale la teoría: el papel lo aguanta todo. Es crear todos los escenarios posibles donde se va a tener que desenvolver esa mujer para que de alguna manera tenga capacidad de respuesta y de ir por delante de las situaciones, y no reaccionando por detrás.

“...hay que cambiar el formato de enseñanza. Las habilidades tienen que ser totalmente prácticas.”

I.G. Desde su experiencia, ¿cómo se puede luchar de manera efectiva para evitar la discriminación de género en los procesos de contratación?

P.G.A. Pues, en primer lugar, yo llevo muchos años, décadas, intentando que circule y funcione el currículum vitae “ciego”, es decir, aquel en el que no consta el nombre de la persona ni la foto, solo los apellidos, que pueden ser de cualquier género, y que ese perfil sea el primer filtro. Y después entrenar en procesos de selección y entrevistas a ir por delante y, por ejemplo, en aquellos aspectos que le puedan jugar en contra a la mujer, como la maternidad y la conciliación. Que ella se adelante y ponga el escenario favorable en lugar de esperar a que se lo saquen, que quiere decir que la van a

I.G. Otro reto para los empleadores, tanto empresas como administraciones públicas, es el de la conciliación. ¿Cómo podemos mejorar?, ¿puede llegar a ser un valor hablar de los cuidados en el currículum?

P.G.A. Hay que tener cuidado y no caer en la trampa porque está muy bien decirlo y ponerlo, pero, a la hora de la verdad, las empresas leen eso y pueden pensar: “Bueno, esta persona, ¿quiere decir que prefiere a los suyos antes que a la empresa?”; y cuando se hace esta traducción la mujer se queda fuera del proceso. Con lo cual no es poner los cuidados sino señalar que eso lo que

ha permitido es la capacidad de compaginar e ir priorizando y distinguiendo en función de los momentos, y que no quiere decir que siempre haya una prioridad u otra sino que se prioriza en función del momento preciso de la empresa o de la familia. Y si llega a haber conflicto expresarlo claramente, ponerlo encima de la mesa y decir por donde cree que debe ir en cada caso.

I.G. Cuando se trabajan temas relacionados con la Igualdad de Género, resulta prioritario dar visibilidad a mujeres que han obtenido un notorio nivel de éxito profesional. ¿Considera que ha tenido modelos apropiados y suficientes de mujeres como referentes en su actividad profesional?

P.G.A. La verdad es que han ido creciendo, han ido apareciendo mujeres. Más que un modelo, lo que he hecho siempre es ver aquellos aspectos que de una mujer o de otra creía que eran válidos y, por tanto, lógicamente, iban a coincidir con algo que yo tenía o que podía entrenar o trabajar. Ha sido más bien un mix de factores, más que un modelo concreto. Y eso es lo que yo recomiendo, que aquellos factores que cada uno ve en otras mujeres o en otros dirigentes de éxito, si los ve quiere decir que de alguna manera están, identificarlos, entrenarlos y ponerlos en funcionamiento. Creo que es mejor definir el modelo único, exclusivo y diferencial de cada persona más que imitar una que a lo mejor luego en el camino se cae. Hay que sacar los factores específicos y diferenciales de cada una de nosotras.

I.G. Cómo mujer y empresaria, ¿qué les diría a todas esas mujeres que están intentando alcanzar sus metas?

P.G.A. Lo primero, irse trabajando indefinidamente la autoestima y la empatía y, lo segundo, que nunca esté sola. La soledad y el aislamiento son la clave de casi todos los fracasos. No es la falta de preparación, no es de ninguna manera las últimas tendencias en modelos de conocimiento, no, es la soledad y el aislamiento. Que no esté sola, que tenga amigos y amigas por el camino. No hablo de intereses, que es lo que se ha generalizado en la sociedad empresarial: no tener amigos sino intereses en las personas. Eso se agota en sí mismo muy rápidamente. Les digo que no vayan solas y siempre tendrán con quien salir de los baches que todos nos vamos a encontrar por el camino.

“La soledad y el aislamiento son la clave de casi todos los fracasos.”

I.G. ¿Qué mensaje le gustaría trasladar a la comunidad universitaria y a la sociedad, en general, desde la institución en la que usted es presidenta (Federación Española de Mujeres Directivas y Empresarias)?

P.G.A. Pues en ese “no estar solas” que se incluyan en alguna organización. Ninguna les va a responder al cien por cien, ninguna va a colmar todas sus expectativas, pero aquella con la que más coincidan que se incluyan, que formen parte, que luchen, y si no les gusta que cambien. Pero que formen parte siempre de alguna organización dentro del mundo y el tejido empresarial. Y eso les permitirá ir seleccionando con quién avanzar en el camino para evitar esa soledad que es clave en estos momentos y lo va a ser más en los años venideros.

I.G. Gracias, ha sido un placer.

P.G.A. Que sirva y que adelante todas porque todos somos pocos.

“Pero que formen parte siempre de alguna organización dentro del mundo y el tejido empresarial.”

ENTREVISTA.

EULALIA PÉREZ SEDEÑO

A finales de marzo se celebró el IV Congreso Internacional Mujeres, Cultura y Sociedad: "Repensando el mundo desde una perspectiva feminista". Al finalizar la intervención de Eulalia Pérez en dicho congreso, Esther Benavides, periodista de la Radio de la Universidad de Almería, le realizó la entrevista que se expone a continuación.

Esther Benavides (E.B.) Gracias Eulalia por atendernos. Acabas de terminar tu ponencia y quieres escuchar a otras conferenciantes que participan en el Congreso, así que seremos breves. Queríamos saber, en primer lugar, cómo has vivido el último 8 de marzo.

Eulalia Pérez Sedeño (E.P.S.) Lo viví muy emocionada porque el año pasado no pude asistir a la manifestación y este año yo pensaba que el impulso iba a ser menor, pero qué va, todo el mundo dice, y se puede comprobar, que la manifestación de Madrid fue muy emocionante, sobre todo ver a tantas chicas jóvenes, y chicos jóvenes también, en esta marcha en Madrid.

E.B. ¿Cómo se pueden llevar a cabo políticas para que la mujer esté más presente en la investigación, en el mundo científico?

E.P.S. Hay muchas maneras, yo siempre abogo por políticas de igualdad porque todos los avances que se han hecho en feminismo siempre han redundado en beneficios, no solamente para las mujeres sino también para los hombres, para toda la sociedad. Siempre digo que lo que es bueno para las mujeres es bueno para toda la sociedad. Y hay muchas buenas prácticas que ya se han ensayado y se están haciendo por todo el mundo, políticas para fomentar la participación en las disciplinas científico-tecnológicas. La participación del profesorado es muy importante y también aplicar, sobre todo, cuotas



- Catedrática de Lógica y Filosofía de la Ciencia.
- Profesora de Investigación en Ciencia, Tecnología y Género del CSIC.
- Coordinadora de la Red Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Género.

que hagan que las mujeres estén en las comisiones, donde normalmente no están, y hacerles ver a esas mujeres que no están en esas comisiones por ser mujeres, al contrario, que si no están es precisamente por ser mujer. Hay otros ejemplos como cambiar los libros de texto donde no hay referencias de modelos para las chicas. Pero insisto sobre todo en que las comisiones sean paritarias porque eso hace reflexionar sobre los criterios de evaluación. Que no haya gente de un solo sexo, como suele ocurrir, que son hombres, ni de un mismo estatus social.

E.B. Señala muchos caminos. ¿Cuáles han dado mejores resultados y resultan imprescindibles en pro de la igualdad en el campo científico?

E.P.S. Yo creo que se ha avanzado mucho en programas para acercar las ciencias y las tecnologías a las niñas. Aunque queda mucho por hacer se ha avanzado mucho en las comisiones, en el sentido de que hemos conseguido que todas las comisiones, tanto para entrar en la universidad como en los organismos públicos de investigación, sean paritarias. Hemos conseguido, por ejemplo, que se tengan en cuenta los permisos de maternidad a la hora de evaluar la actividad investigadora o la actividad docente. Hemos hecho muchas cosas positivas, pero nos queda mucho por hacer.

E.B. ¿Por ejemplo?

E.P.S. Queda mucho en el ámbito de la conciliación. Nos queda mucho por ayudar cuando una mujer se incorpora después de un permiso de maternidad. Además, está la equiparación de los permisos de maternidad y paternidad, creo que es un tema pendiente que debemos coordinar cuanto antes. Hay un problema. Cuando uno falta cuatro o cinco meses, se queda en casa con un permiso de maternidad (y no estoy hablando de humanidades o ciencias sociales, donde se puede trabajar o leer desde casa), sino de quienes trabajan en un laboratorio, es difícil retomar el ritmo de investigación. Yo creo que hay una medida que se puede tomar en el CSIC muy concreta. De hecho, ya la planteamos en su momento, pero llegó la crisis y no la pudimos implementar. Se trata de poner algún tipo de ayuda a la persona cuando se reincorpora para facilitar la publicación de papers (artículos científicos). Todos sabemos que aparte de los primeros meses, se necesita dedicar más tiempo a cuidados, hasta que vaya a la

“...insisto sobre todo en que las comisiones sean paritarias porque eso hace reflexionar sobre los criterios de evaluación.”

guardería, pero aparte levantarte por la noche, en fin...Yo creo que ahí se podría hacer un tipo de acompañamiento, de ayuda por parte de las instituciones. Puede ser una persona para que ayude a escribir, por ejemplo.

E.B. Y luego está la equiparación de los permisos de maternidad y paternidad...

E.P.S. Sí. Hay que tener cuidado con la equiparación de los permisos de maternidad y paternidad, que no deben darse simultáneamente. Un estudio que acaban de hacer en unas universidades norteamericanas señala que cuando los padres cogen el permiso de paternidad escriben más, investigan más y publican más, mientras que las mujeres lo dedican a los hijos. Con lo cual a ellos les sirve para promocionar su carrera y a ellas no.

E.B. Hay medidas que se toman, puede que, con la mejor de las intenciones, para mejorar la brecha de género no muy acertadas...

E.P.S. También se aprende de los errores, por supuesto.

E.B. Usted ha tratado en su conferencia sobre cómo afecta a la salud de la mujer, a su sexualidad, el sesgo machista. Se ha referido a los tratamientos de la menopausia y hemos visto cómo al final de la conferencia se acercaban muchas mujeres a hablar con usted.

E.P.S. ¡Y eso que no lo he tratado mucho, ha sido una pincelada! Más que machismo, lo que hay son unos sesgos que tienen que ver por supuesto con el reconocimiento de que la norma patrón es el varón y no la mujer, la mujer es algo adyacente, no es lo importante. Y también tiene que ver con los procesos de medicalización de situaciones completamente naturales. Entonces, un proceso completamente natural cómo es la menopausia, que es el cese de la capacidad reproductiva, pues se convierte por obra y gracia de determinados colectivos, como las farmacéuticas y algunos grupos de médicos, en una enfermedad. Esto no quiere decir que no haya mujeres que no tengan algunos aspectos que le afecte a su salud, pero lo que no se puede es generalizar y decir que todas las mujeres menopáusicas están enfermas. Ni tampoco decir que tienes síntomas de enfermedad, porque entonces en el momento que llegas a la menopausia, ¿ya eres una enferma de por vida, aunque estés perfectamente? Y eso

“..se podría hacer un tipo de acompañamiento, de ayuda por parte de las instituciones. Puede ser una persona para que ayude a escribir, por ejemplo.”

es lo que ha pasado con los parches de testosterona, con la terapia hormonal sustitutiva. En Estados Unidos se aplicó masivamente la terapia hormonal sustitutiva y resulta que se empezó a ver que había consecuencias y efectos secundarios importantes, incluso graves, y se empezó a retirar después de unos cuantos años, pero aquí en España se ha seguido implantando sin mayores consecuencias. Sobre todo lo que a mí más me importa o la crítica que yo más hago, porque yo no digo a nadie si se lo tiene que poner o no, por supuesto, y me pasa lo mismo con la reproducción asistida o con el virus del papiloma humano, cada cual decide lo que tiene que hacer, pero lo que yo siento que es muy necesario informar bien a la gente de en qué consiste y qué consecuencias puede tener y eso la mayoría de las veces los médicos no lo hacen y, por supuesto, las farmacéuticas lo que hacen en muchas ocasiones es ocultar ensayos clínicos contrarios a sus propuestas o con resultados adversos. Una revista científica no publica resultados adversos, si miras los artículos verás siempre resultados positivos. Si has querido contrastar una hipótesis y te ha salido que no, pues eso ni intentas publicarlo porque no son políticas editoriales.

E.B. Esto da para otra entrevista...

E.P.S. Sí, sí.

E.B. Sabemos el interés que tienes en estar presente en este Congreso, escuchando todas las ponencias que puedas, así que gracias de nuevo por ser tan atenta con nosotras y que disfrutes de tu estancia en Almería.

E.P.S. Muchísimas gracias, gracias a vosotras.

ARTÍCULO.

UNA VEZ MÁS, SOBRE MUJERES EN PERFILES LABORALES TÉCNICOS. (EL CASO DE LAS ENÓLOGAS EN CASTILLA Y LEÓN)

1.INTRODUCCIÓN

El objeto del presente trabajo es analizar el papel de las mujeres enólogos en los puestos de responsabilidad de las bodegas. Aunque el trabajo se perfila con carácter genérico y a nivel nacional, debemos señalar que, por el momento, nuestro estudio se circunscribe a las bodegas de Castilla y León, ya que en esta comunidad autónoma, como es bien sabido, el sector es de gran importancia a nivel económico, lo que nos permite, junto con la base teórica del trabajo, un estudio de casos que tiene como fin acercar la práctica del sector a las consideraciones jurídicas que puedan realizarse para proporcionar una visión más completa del estado de la cuestión.

En el sector vitivinícola, históricamente de predominio masculino en lo laboral, continúan existiendo dificultades para que las mujeres avancen en su carrera profesional y ocupen puestos de responsabilidad en la dirección de bodegas. Si bien las mujeres comienzan a encontrar su lugar dentro de las mismas, veremos a continuación que no resulta tan sencillo el ascenso a otros órganos de representación y a la dirección de las propias bodegas. Y esta constante que observamos, es independiente de la forma jurídica elegida para la bodega. Debemos destacar a este respecto que aunque mayoritariamente, dentro del sector bodeguero de Castilla y León analizado (especialmente Denominación de Origen Rueda, en la Provincia de Valladolid) la mayor



PAULA DE ISCAR

- Graduada en Relaciones Laborales y Recursos Humanos en el campus de Palencia de la Universidad de Valladolid.
- Becaria de colaboración en investigación en el Departamento de Derecho Mercantil, del Trabajo e Internacional Privado en la Facultad de Ciencias del Trabajo de la Universidad de Valladolid.

parte de aquéllas adoptan forma de sociedad limitada (S.L.) y en mucha menor medida de cooperativas¹, en todas ellas la constante sigue siendo la misma: la baja representación de mujeres en las direcciones² (entendidas en sentido amplio: puestos en los consejos de administración, primeras enólogas o enólogas responsables, etc.).

2.MUJERES ENÓLOGAS. EL ÁMBITO DE LO ACADÉMICO

En el ámbito de lo académico, hemos analizado algunas de las universidades que imparten el Grado en Enología en España, y el número de mujeres que deciden cursar estos estudios ha aumentado y continúa creciendo de forma progresiva y constante. Este dato contrasta parcialmente con la realidad laboral. Pese a que la empleabilidad de las enólogas se caracteriza por lo que denominamos “desempleo técnico” o “paro técnico” -es decir, no se encuentran trabajando debido a que continúan formándose-, los puestos de trabajo que desempeñan generalmente no tienden a ser aquellos de máxima responsabilidad. En comparación con los resultados obtenidos para sus compañeros varones, el margen de mejora de las cifras es evidente.

En los últimos meses hemos realizado, además, un estudio sobre una posible situación de intrusismo laboral en la cobertura del puesto de enólogo o enóloga en las bodegas, deteniéndonos, debido a su extensión, a las castellanoleonesas; aunque no creemos que la situación del resto de las bodegas españolas difiera sensiblemente de estas consideraciones, estudios de casos posteriores en nuestra investigación serán los que ratifiquen nuestra propuesta de partida. De acuerdo con las disposiciones legales a nivel europeo y nacional observamos un incumplimiento de la normativa vigente.

Para llevar a cabo el análisis de casos, se procedió a la realización de una serie de entrevistas, dirigiéndonos

“En el ámbito de lo académico, hemos analizado algunas de las universidades que imparten el Grado en Enología en España, y el número de mujeres que deciden cursar estos estudios ha aumentado y continúa creciendo de forma progresiva y constante.”

¹ El bajo número de cooperativas en comparación con la presencia masiva de sociedades limitadas posiblemente se deba a que estas últimas resulten de algún modo “más cómodas para diversificar, crecer y competir en el mercado”. Vid. VARGAS VASSEROT, C.: “Integración y diferenciación cooperativa: de las secciones a los grupos de sociedades”, Boletín del a Asociación Internacional de Derecho Cooperativo, núm. 44, Bilbao, 2010, pp. 159-176. Añade el mismo autor que el número de cooperativas podría incrementar si se modificase su régimen legal “permitiendo flexibilidad para que las cooperativas crezcan de tamaño sin perder de vista los principios cooperativos”.

² Este hecho llama la atención al existir igualmente trato discriminatorio en las cooperativas, debido a que las empresas de economía social tienen entre sus principios orientadores la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Vid. FAJARDO GARCÍA, G.: “El concepto de economía social y la empresa social”, Revista Vasca de Economía Social, núm. 8, 2012, pp. 63-84.

de manera directa a los y las profesionales responsables del departamento o área de enología en cada empresa bodeguera. De la muestra obtenida (en total 36 bodegas) en el ámbito de Castilla y León, un 31% de las enólogas responsables eran mujeres, frente a un 69% de hombres, lo cual resulta cuanto menos sorprendente tras haber comprobado en las propias bodegas que el número de segundas enólogas, técnicas o auxiliares era bastante más elevado que el de varones en los mismos puestos o puestos similares.

En Castilla y León contamos con enólogas de reconocido prestigio en nuestras bodegas, algunas de ellas pioneras en la cobertura de puestos de alta responsabilidad, que han merecido premios y reconocimientos a nivel nacional e internacional. Es obvio que el número de mujeres en este tipo de puestos, así como en los órganos de dirección y control de estas empresas se ha incrementado -como ocurre por lo demás en el resto de sectores económicos una vez analizados los datos- pero sigue siendo insuficiente y el crecimiento se produce a un ritmo lento. Si lo comparamos con la misma situación hace una década efectivamente hemos avanzado, pero los datos siguen siendo claramente mejorables y las mujeres siguen estando insuficientemente representadas también en este sector que, como hemos indicado al inicio, cuenta con la dificultad añadida de ser un sector fuertemente masculinizado en lo que a los aspectos profesionales se refiere (no a los académicos).

3.MUJERES ENÓLOGAS: EL ÁMBITO DE LO PROFESIONAL

Cada vez son más las mujeres que optan por una carrera técnica, cada vez son más -como hemos dicho supra- las mujeres que deciden dedicarse a la enología. Hace no demasiados años resultaba impensable visitar una bodega y encontrar un número de trabajadoras tan elevado como podemos observar actualmente. Hoy en día, las jóvenes ya no se dedican en este ámbito únicamente a las ventas y a los trabajos de oficina en puestos intermedios (finanzas, secretariado, administración o similares). Por otro lado, es en dichos puestos donde resulta más sencillo acceder a los puestos directivos; más complicado como señalamos es la asunción de puestos de responsabilidad por parte de mujeres como enólogas o con un perfil más técnico.

“Si lo comparamos con la misma situación hace una década efectivamente hemos avanzado, pero los datos siguen siendo claramente mejorables y las mujeres siguen estando insuficientemente representadas también en este sector...”

Analizando los datos de los y las responsables técnicos en las 67 bodegas inscritas a la Denominación de Origen Rueda observamos que, pese a desconocer quiénes ocupan este puesto en un 9% de las empresas, un 60% son directores técnicos frente a un 31% de directoras técnicas³.

Del mismo modo, observamos un crecimiento en el número de agricultoras y profesionales del sector agrícola en sentido amplio (agrícola, forestal, empresas agroalimentarias), ámbito que resulta de gran importancia igualmente cuando hablamos del sector vitivinícola. No podemos negar, por otra parte, que el entorno agrícola continúa siendo predominantemente un sector masculinizado, aunque tampoco debemos perder de vista que el relevo generacional está dando paso a aquellas mujeres que ven su futuro en él, un sector que es estratégico en la economía de Castilla y León. Además, supone una importante fuente de creación de empleo y resulta ser un motor fundamental para evitar la despoblación en las zonas rurales porque, como de todos es bien sabido, las mujeres fijan población en el territorio.

Por todo ello, es fundamental que las mujeres obtengan y ocupen su espacio dentro del sector vitivinícola en esta comunidad, ya que su estabilidad económica y laboral favorece el asentamiento de población joven en el medio rural.

Por otro lado, sin que sea requisito para la cobertura de cargos representativos el ser enóloga, resulta muy interesante comparar el papel de las mujeres -cualquiera que sea su profesión o formación- en las bodegas con su representatividad en otras organizaciones públicas del sector vitivinícola, externas a la bodega, pero directamente vinculadas a la actividad. Si analizamos aquellos cargos que suponen el ejercicio de funciones de representación a nivel nacional o internacional encontramos que, de nueve Denominaciones de Origen existentes en Castilla y León, sólo dos de ellas tienen presidentas en sus Consejos Reguladores. Para acceder a este cargo (presidente o presidenta del Consejo Regulador), el candidato es propuesto por el propio Consejo

“...es fundamental que las mujeres obtengan y ocupen su espacio dentro del sector vitivinícola en esta comunidad, ya que su estabilidad económica y laboral favorece el asentamiento de población joven en el medio rural.”

³ Actualizado a mayo de 2019. Estos datos se pueden comprobar en la Relación de Bodegas acogidas a la D.O. Rueda, disponible en su página web: <http://www.dorueda.com>.

Regulador de la Denominación de Origen correspondiente y nombrado por la Consejería de Agricultura, en este caso, de la Junta de Castilla y León.

Otro ejemplo lo encontramos en la composición de los plenos de estos Consejos, en los que generalmente contamos con un presidente o presidenta y diversos vocales, en representación del sector elaborador y del sector productor. Con respecto al sector productor, la representación femenina a partir de los datos obtenidos es prácticamente inexistente, siendo muy baja cuando hablamos del sector elaborador.

Estudiando más profundamente los organigramas de los distintos órganos que componen los Consejos Reguladores de las Denominaciones de Origen castellanoleoneses, confirmamos que los puestos en los que hay una mayor representatividad femenina son los relacionados con las finanzas y la administración, así como aquellos vinculados a la publicidad y la comercialización. Algunas de estas áreas están compuestas por una plantilla íntegramente femenina; en cambio, el cargo de director del departamento lo ocupa un hombre. Pese a que esta situación se mantenga en algunos casos, cabe decir que el número de directoras de distintas áreas dentro de estos órganos es mayor que años atrás, por lo que podemos observar un ligero avance.

Si prosiguiésemos con el desglose de los distintos órganos en este tipo de entidades, los datos apenas variarían, manteniéndose la representatividad femenina en determinadas áreas en posición desfavorable con respecto a los hombres en situación comparable⁴.

4.CONCLUSIONES

En síntesis, podemos concluir que la situación en la dirección de las bodegas comienza a mejorar para las mujeres, encontrando su lugar no sólo en los puestos estereotipados históricamente como adecuados para

“...los puestos en los que hay una mayor representatividad femenina son los relacionados con las finanzas y la administración, así como aquellos vinculados a la publicidad y la comercialización.”

⁴ En este caso, debemos tener en cuenta que un Consejo Regulador de una Denominación de Origen es una organización de carácter público. Vid. FERNÁNDEZ SAHAGÚN, S. y RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, A.: “Mujeres en los Consejos de Administración, Las empresas públicas”, Revista Igualdad núm. 8, Universidad de Almería, junio 2018, pp. 27-30, donde las autoras indicaban que “el 13% de las empresas públicas analizadas no tiene representación femenina, poniendo de manifiesto el incumplimiento de las Recomendaciones realizadas desde la UE y también a nivel nacional. Por el contrario, sólo el 2% de esas empresas tienen paridad total en la composición del órgano de administración”. En ninguna de las entidades estudiadas en nuestro caso encontramos paridad total y pese a que todas tengan representación femenina, las cifras son muy bajas.

ellas, sino donde realmente deciden y desean.

Un número suficiente de mujeres permitirá la conformación de una masa crítica que permita avanzar al sector en nuevas fórmulas de gestión (no solo de gestión de los recursos humanos).

En contraposición, el avance está siendo más lento y costoso si hablamos del papel de las mujeres en los órganos de representación de las Denominaciones de Origen u otras organizaciones públicas que representen áreas geográficas más extensas que la propia bodega. Aun así, en ambos ámbitos, interno y externo a la bodega, aun queda un largo camino por recorrer cuando nos referimos a la promoción y ocupación de puestos de responsabilidad.

Como se ha señalado anteriormente, prestigiosas enólogas en Castilla y León -precursoras en la inclusión de las mujeres en el sector y pioneras en la posesión de determinados cargos- comenzaron a abrir camino a las mujeres en la vitivinicultura.

En la actualidad, son numerosas las profesionales que representan un modelo a seguir para todas aquellas jóvenes que ven en las bodegas y en la elaboración de vino su futuro, sintiéndose cada vez más cómodas en su trabajo, desarrollando algunas de ellas carreras profesionales brillantes y rompiendo el estereotipo de que sea un sector para hombres. En una comunidad donde la cultura de la vid y el vino (bien entendida) va en el "ADN" de las personas castellanoleonesas, la previsión es optimista para ellas, entendiendo que el número de mujeres en las bodegas continuará creciendo en todos los puestos de trabajo y rangos posibles, a pesar del esfuerzo y tiempo que esto pueda suponer. Desde nuestro punto de vista, el jurídico, y desde la rica visión interdisciplinar que nos proporciona el Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos, hemos podido constatar que una normativa adecuada, incluyendo en su caso medidas de acción positiva, aunque no puede solucionarlo todo, es un ingrediente esencial para que este ascenso prosiga y pueda consolidarse.

Las mujeres han llegado al mundo del vino en poco tiempo a todos los escalafones, y es claro que, como en otros sectores, han llegado para quedarse.

"En una comunidad donde la cultura de la vid y el vino (bien entendida) va en el "ADN" de las personas castellanoleonesas, la previsión es optimista para ellas, entendiendo que el número de mujeres en las bodegas continuará creciendo en todos los puestos de trabajo y rangos posibles, a pesar del esfuerzo y tiempo que esto pueda suponer."

ARTÍCULO.

ENCUENTROS FEMINISTAS DE USTEA



Desde hace ya tres décadas la organización sindical USTEA viene organizando jornadas y, posteriormente, encuentros de contenido feminista. Nuestra organización fue de las pioneras en la comunidad autónoma de Andalucía en realizarlos. Las primeras jornadas se celebraron en el año 1989 bajo el nombre de "Jornadas de Mujeres Enseñantes", ya que nuestra organización estaba constituida mayoritariamente en sus inicios por trabajadoras y trabajadores de la enseñanza. De ahí que, desde el principio, sus contenidos tocaran fundamentalmente el desarrollo de la coeducación y la formación de género para poder ser expandidas dentro del sistema educativo. La evolución del sindicato y la apertura a otros sectores laborales abrió, asimismo, la participación a mujeres de ámbitos laborales muy diversos. Por ello nuestros encuentros pasaron a denominarse "Encuentros de Mujeres Andaluzas". El objetivo prioritario a partir de ese momento era el de crear un espacio de debate donde las mujeres pudiéramos reflexionar, valorar y evaluar -desde la crítica feminista- todos los temas que repercuten en nuestra práctica diaria, como pueden ser la cultura, la religión, la salud, la sexualidad, la economía, los condicionantes políticos y sociales, el mundo laboral, etc. Y desde ese espacio de debate



• USTEA, la Unión de Sindicatos de Trabajadoras y Trabajadores en Andalucía, es un sindicato de implantación en el sector público de nuestra Comunidad. Sus ejes centrales han sido siempre la lucha por la igualdad real entre hombres y mujeres y la construcción de una sociedad mejor y más justa, además del compromiso con la Escuela pública.

"La evolución del sindicato y la apertura a otros sectores laborales abrió, asimismo, la participación a mujeres de ámbitos laborales muy diversos"

conciencia de cómo inciden todos y cada uno de esos temas en cada una de nosotras. Identificar todos los efectos de las presiones patriarcales sobre nuestras vidas, como diría Rosa Luxemburgo: *"Quienes no se mueven, no notan sus cadenas...Lo más revolucionario que una persona puede hacer es decir siempre en voz alta lo que realmente está ocurriendo"*. En definitiva, en esos momentos se trataba de analizar, tomar conciencia de la opresión a la que estamos sometidas las mujeres, y hacer aportaciones desde la perspectiva de la coeducación dentro del espacio sindical y educativo.

Desde sus inicios nuestros encuentros han sido un espacio de crecimiento en igualdad, de actualizaciones de conocimiento en formación específica, de fortalecimiento de redes y colectivos con temáticas diversas. Un espacio donde elaborar propuestas para combatir la discriminación por razón de género en los centros de trabajo, reconocer las aportaciones de las mujeres a la sociedad y a la Historia y los valores que ello conlleva, como medio para unas relaciones de igualdad real. Todo ello desde el compromiso de crear conciencia feminista, de aportar iniciativas coeducativas al mundo de la educación y del trabajo, de fomentar la participación y la representación equilibrada entre mujeres y hombres, dando lugar a una sociedad más libre e igualitaria para todas las personas. Por todo ello desde nuestra organización sindical USTEA, planteamos un paso más en el año 2010, con un nuevo cambio de nombre para nuestros encuentros que pasarían a tener el nombre actual: *"Encuentros Feministas"*. En toda esta trayectoria hemos debatido desde temas como *"Educación y Sexismo"*, *"Resolución de conflictos"*, *"Género y Religión"*, *"Salud y Mujer"*, *"Interculturalidad"*, *"Tiempos de Mujeres"*, *"Los usos del tiempo"*, *"Ciberfeminismo"*...

Este año se trata de una edición especial, pues conmemoramos en Almería los treinta años de nuestros Encuentros Feministas. De ahí que queramos celebrarlos con sumo orgullo y cariño, reconociendo la importancia y el valor que han adquirido, a lo largo de todos estos años, como referente dentro del feminismo andaluz y nacional. Por ello, ocupará un lugar especial una retrospectiva del trabajo realizado durante estas tres últimas décadas: un acercamiento a lo que hemos aportado a la sociedad en estos años de experiencias y sobre lo que creemos sigue aun necesitando la sociedad actual desde esa perspectiva de género.

***"Desde sus inicios
nuestros encuentros
han sido un espacio de
crecimiento en
igualdad, de
actualizaciones de
conocimiento en
formación específica,
de fortalecimiento de
redes y colectivos con
temáticas diversas."***

XXX ENCUENTRO FEMINISTA DE ALMERÍA: "TREINTA AÑOS EDUCANDO EN IGUALDAD: APORTACIONES A LA COEDUCACIÓN".

En esta edición especial de aniversario debatiremos sobre la necesidad de cambio de una sociedad como la actual a una sociedad más libre, democrática, e igualitaria. Para ello es imprescindible que los hombres tomen también conciencia y consideren necesario cuestionarse el modelo tradicional de masculinidad, conocer materias relacionadas con la igualdad y los hombres, o saber cómo les afecta a ellos y a nosotras la socialización fundamentada en género, y qué consecuencias tiene la masculinidad habitual y hegemónica.

La masiva incorporación de las mujeres al mercado laboral de todos los sectores, el mayor acceso a la educación, a la cultura, y a los órganos de responsabilidad, ha generado un gran avance para las mujeres por la conquista de estos espacios históricamente masculinos. Sin embargo, este avance no se ha acompañado de la asunción de los hombres de aquellas funciones, responsabilidades y valores considerados como tradicionalmente femeninos. El mundo de los cuidados y el espacio doméstico ha de equilibrarse y compartirse. El reto que nos planteamos sobre la necesidad de cambio de esta sociedad camina en esa dirección: los hombres, nuestros compañeros, han de sensibilizarse y reflexionar sobre la injusticia de este modelo patriarcal tradicional que seguimos teniendo hoy, que somete a las mujeres a dobles jornadas extenuantes que merman su salud y su potencial de desarrollo humano.

Visibilizaremos el gran trabajo y la labor coeducativa de las mujeres que luchan por la igualdad para transformar la sociedad en una sociedad más justa e igualitaria.

Estos encuentros girarán también en torno a experiencias de educadoras que viven a diario con su alumnado, cómo detectan y afrontan todo tipo de actitudes machistas, de violencia o desigualdad dentro del aula, y qué prácticas, dinámicas y contenidos utilizan para conseguir que la nueva sociedad tenga un mundo mejor, igualitario y libre.

"...es imprescindible que los hombres tomen también conciencia y consideren necesario cuestionarse el modelo tradicional de masculinidad,..."

Analizaremos el pensamiento feminista desde el territorio que habitamos, Andalucía, y cómo se traduce en desempleo y precariedad para las mujeres. En otra línea cultural debatiremos y daremos a conocer sobre la lucha de otros pueblos y los procesos revolucionarios que se están viviendo desde la mirada de mujeres luchadoras y comprometidas.

En definitiva, el objetivo principal de estos XXX Encuentros no es otro que el mismo que tuvimos en aquellas primeras jornadas de 1989: intentar, a través del debate y la toma de conciencia, desde la óptica del feminismo y la coeducación, un mundo mejor sin opresiones para todos y todas, una sociedad más igualitaria, más respetuosa con la diversidad humana y más libre. Son las raíces que han dado y darán sentido siempre al Espacio Feminista de USTEA.

"...debatiremos y daremos a conocer sobre la lucha de otros pueblos y los procesos revolucionarios que se están viviendo desde la mirada de mujeres luchadoras y comprometidas."

ARTÍCULO.

EL SEXISMO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN¹

Mamá, ¿por qué casi todas las cantantes que salen en la televisión enseñan el culo? Hace unos meses, una importante periodista española contaba en un programa de radio que su hijo pequeño le había preguntado precisamente eso. Responderle no debió ser tarea fácil, como tampoco responder a cuál es la razón por la que los adultos no nos hacemos la misma pregunta. ¿Tan asimilado y asumido tenemos la utilización del cuerpo de la mujer como reclamo en espectáculos, vídeos musicales, televisión, cine, videojuegos, moda, prensa, internet... y publicidad?

No se trata de abordar este asunto desde ningún punto de vista moral, sino de analizar el tipo de representación que se hace tanto de la mujer como de su sexualidad, a pesar de lo dispuesto por la Ley española 7/2010, de 31 de marzo, General de la **Comunicación Audiovisual** en su art.4.2: “La comunicación audiovisual nunca podrá incitar al odio o a la discriminación por razón de género o cualquier circunstancia personal o social y **debe ser respetuosa con la dignidad humana** y los valores constitucionales, **con especial atención a la erradicación de conductas favorecedoras de situaciones de desigualdad de las mujeres**”.

Sin duda, la sociedad en la que vivimos continúa siendo machista y discriminatoria, algo a lo que también contribuye la “industria musical” al explotar el estereotipo de la mujer como objeto sexual. No siempre, pero en numerosas ocasiones transmite roles que reproducen la desigualdad y la cosificación de la mujer y muestra de forma reiterada una imagen de la mujer pasiva, dependiente, despectiva, frívola, que adquiere la felicidad a través del consumo de cosas superfluas y cuyo objetivo es complacer al hombre.



ANA CARRETERO GARCÍA

- Profesora Titular de Derecho Civil e Investigadora del Centro de Estudios de Consumo de la UCLM.
- Máster en Derecho Comunitario y Máster en Igualdad de Género
- Vicerrectora de Estudiantes y Responsabilidad Social de la UCLM.

¹ Dra. Ana Carretero García. Profesora Titular de Derecho civil. Investigadora del Centro de Estudios de Consumo. Universidad de Castilla-La Mancha.

Sin duda, la sociedad en la que vivimos continúa siendo machista y discriminatoria, algo a lo que también contribuye la “industria musical” al explotar el estereotipo de la mujer como objeto sexual. No siempre, pero en numerosas ocasiones transmite roles que reproducen la desigualdad y la cosificación de la mujer y muestra de forma reiterada una imagen de la mujer pasiva, dependiente, despectiva, frívola, que adquiere la felicidad a través del consumo de cosas superfluas y cuyo objetivo es complacer al hombre.

Analicemos también un fragmento traducido de la canción “Blurred Lines”, que suena por todas partes, de Robin Thicke: él estuvo cerca, intentó domesticarte, pero tú eres un animal, cariño, está en tu naturaleza, simplemente déjame liberarte. Una cosa te pido, déjame ser al que le arrimes ese culo desde Malibú a París. Tenía una zorra, pero no era tan mala como tú. Eres la zorra más caliente de todo este sitio, te daré algo lo suficientemente grande como para romper tu culo en dos, y añade repetidas veces “sé que lo quieres”, “sé que lo quieres”².

El autor de esta canción trata a las mujeres como animales, puesto que habla de domesticación, sin embargo, ha estado nominado a algunos premios por el vídeo musical, vídeo en el que Thicke se pasea con dos amigos entre chicas semidesnudas que posan a cuatro patas o jueguetean con una ristra de salchichas. Cuando en alguna entrevista le han preguntado si creía que esa canción denigraba a las mujeres, éste ha respondido que sí y que ello le resultaba placentero.

A través de este tipo de letras y las imágenes que las acompañan se lanzan a la sociedad (principalmente jóvenes) unas determinadas pautas de conducta en las relaciones entre hombres y mujeres que legitiman un trato agresivo y ofensivo (entre los vocablos utilizados para nombrar a la mujer se encuentran con bastante reiteración fulana, mentirosa, víbora, zorra, fiera, loca, cachorra, perra...). Sin olvidar que, en ocasiones, también se transmite el mensaje de que es la mujer la que pide, quiere y provoca el maltrato o se merece la violencia.

² Una expresión que según los testimonios de las víctimas de violación utilizaban sus agresores mientras abusaban de ellas.

Por otro lado, la imposición permanente de determinados patrones físicos y de belleza puede generar frustración e inseguridad, menoscabando a quienes no se encuentran dentro del perfil establecido. La mujer está sometida continuamente al mensaje de que si no es bella (con arreglo a los cánones marcados) no vale nada y que si no es capaz de seducir y provocar el deseo en los hombres de forma continua no tiene lugar en esta sociedad (incluso se ha llegado a pervertir el propio concepto de salud a través de la promoción de productos que potencian la obsesión por la delgadez).

Los medios de comunicación y la publicidad tienen una importante responsabilidad en la configuración de una imagen estereotipada de la mujer, de una imagen no coherente con la sociedad que pretendemos construir y de una imagen que atribuye roles que mantienen al hombre como ser creador, imaginativo y con poder de decisión y a la mujer como objeto sexual o sujeto de consumo fundamentalmente.

El art.3 de la **Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad** define como ilícita la publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente a los que se refieren sus artículos 18 y 20, apartado 4³. Asimismo, califica de ilícitos los anuncios que representen a las mujeres de forma vejatoria o discriminatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo, o partes del mismo, como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento, coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género.

En cuanto a las posibles acciones frente a la publicidad ilícita, el art.6 de la Ley General de Publicidad establece, en su apartado primero, que serán las establecidas con carácter general para las acciones derivadas de la competencia desleal por el capítulo IV de la **Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal**⁴. Si el contenido de la publicidad incumple los requisitos legalmente exigidos en esta o cualquier otra norma

“Los medios de comunicación y la publicidad tienen una importante responsabilidad en la configuración de una imagen estereotipada de la mujer...”

³ BOE nº 274 de 15 de noviembre de 1988.

⁴ BOE nº 10 de 11 de enero de 1991.

específica o sectorial, a la acción de cesación prevista en esta Ley podrá acumularse, siempre que se solicite, la de nulidad y anulabilidad, la de incumplimiento de obligaciones, la de resolución o rescisión contractual y la de restitución de las cantidades que correspondiera.

Asimismo, el art.6, en su apartado segundo, establece que, adicionalmente, frente a la publicidad ilícita por utilizar de forma discriminatoria o vejatoria la imagen de la mujer, están legitimados para el ejercicio de las acciones previstas en el artículo 32.1, 1.ª a 4.ª, de la Ley de Competencia Desleal⁵: a) La Delegación del Gobierno para la Violencia de Género. b) El Instituto de la Mujer o su equivalente en el ámbito autonómico. c) Las asociaciones legalmente constituidas que tengan como objetivo único la defensa de los intereses de la mujer y no incluyan como asociados a personas jurídicas con ánimo de lucro. d) El Ministerio Fiscal.

Pero la Ley General de Publicidad no es la única norma que en nuestro ordenamiento pretende luchar contra esta situación.

La **Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional**⁶ establece el régimen jurídico de las campañas institucionales de publicidad y comunicación promovidas o contratadas por la Administración General del Estado y por las demás entidades integrantes del sector público estatal. De acuerdo con su art.3.3, las campañas institucionales contribuirán a fomentar la igualdad entre hombres y mujeres y respetarán la diversidad social y cultural presente en la sociedad. Asimismo, su art.4.1 prohíbe promover o contratar campañas que incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los principios, valores y derechos constitucionales. Mientras que su art.7 establece las vías para solicitar la cesación o rectificación y los plazos establecidos para ello.

La **Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres**⁷ contiene también varias disposiciones al respecto. Su art.39.1 señala que todos los medios de comunicación

⁵ 1ª. Acción declarativa de deslealtad. 2ª. Acción de cesación de la conducta desleal o de prohibición de su reiteración futura. Asimismo, podrá ejercerse la acción de prohibición, si la conducta todavía no se ha puesto en práctica. 3ª. Acción de remoción de los efectos producidos por la conducta desleal. 4ª. Acción de rectificación de las informaciones engañosas, incorrectas o falsas.

⁶ BOE nº 312 de 30 de diciembre de 2005.

⁷ BOE nº 71 de 23 de marzo de 2007.

respetarán la igualdad entre hombres y mujeres, evitando cualquier forma de discriminación. Mientras que su art.41 dispone que la publicidad que comporte una conducta discriminatoria de acuerdo con esta Ley se considerará publicidad ilícita, de conformidad con lo previsto en la legislación general de publicidad y de publicidad y comunicación institucional.

Por su parte, la **Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual**⁸ establece en su art.18.1 que, además de lo dispuesto en la Ley 34/1988 General de Publicidad en relación con la publicidad ilícita, está prohibida toda comunicación comercial que vulnere la dignidad humana o fomente la discriminación por razón de sexo, raza u origen étnico, nacionalidad, religión o creencia, discapacidad, edad u orientación sexual; e igualmente está prohibida toda publicidad que utilice la imagen de la mujer con carácter vejatorio o discriminatorio.

De acuerdo con su art.57, se consideran como infracciones muy graves, entre otras, la emisión de contenidos que de forma manifiesta fomenten el odio, el desprecio o la discriminación por motivos de nacimiento, raza, sexo, religión, nacionalidad, opinión o cualquier otra circunstancia personal o social, así como la emisión de comunicaciones comerciales que vulneren la dignidad humana o utilicen la imagen de la mujer con carácter vejatorio o discriminatorio.

De acuerdo con el art.60.1 a), las infracciones muy graves serán sancionadas con multa de 500.001 hasta 1.000.000 de euros para los servicios de comunicación audiovisual televisiva y de 100.001 a 200.000 euros para los radiofónicos, para los prestadores de servicio de comunicación electrónica y para los prestadores de servicio de catálogo de programas.

Sin embargo, son prácticamente inexistentes las resoluciones judiciales dictadas hasta el momento en materia de publicidad ilícita por sexista⁹. Así que, a pesar del marco normativo, continuamente se emiten

“...son prácticamente inexistentes las resoluciones judiciales dictadas hasta el momento en materia de publicidad ilícita por sexista ”

⁸ BOE nº 79 de 1 de abril de 2010.

⁹ Cabe citar la Sentencia del Juzgado de Primera Instancia e Instrucción de Ibi de 3 de marzo de 1992. La Federación de Mujeres Progresistas demandó a la empresa Feber por una campaña publicitaria de Navidad, al entender que ésta era ilícita por sexista. Un bloque publicitario estaba dirigido a las niñas, ofertando exclusivamente muñecas y utensilios para la casa y la cocina, y otro estaba dirigido a los niños, con una oferta de juguetes más amplia relacionada con el mundo exterior y diferentes profesiones. Se consideró que la campaña era sexista y discriminatoria por establecer diferencias entre niños y niñas basadas exclusivamente en el sexo. Los anuncios reforzaban en los niños y las niñas papeles y estereotipos limitativos para las personas al crear dos mundos separados en función del sexo.

anuncios plagados de imágenes dirigidas a activar respuestas sexuales de compra (en ropa, cosmética, perfumes, coches, comida, bebida, tecnología... y hasta productos de limpieza); anuncios que a veces usan imágenes degradantes para la mujer; que mayoritariamente cosifican a la mujer; que en ocasiones incitan a la violencia; que reproducen tópicos, estereotipos y roles culturales y sociales que perpetúan la desigualdad entre sexos; y en los que las características del producto carecen de la más mínima importancia.

Veamos algunos ejemplos, la compañía alemana Media Markt lanzó una campaña para vender televisores antes de la celebración de un mundial de fútbol en la que aparecían dos chicas con pechos voluminosos con camisetas de tirantes ajustadas junto al mensaje "Verás las mejores delanteras del mundo" (pero por ningún lado aparecía ningún futbolista). Asimismo, en un anuncio de prensa de un vehículo Lancia se utiliza la imagen de una mujer como reclamo, de nuevo sin ninguna relación con el producto, a través del que se atenta contra su dignidad con un texto que perpetúa el estereotipo de que lo único importante para la valoración de las mujeres es su físico: "¿Desde cuándo a alguien le importa si eres bella por dentro?".

El Instituto Canario de la Mujer recibió denuncias por una cuña radiofónica también de Media Markt en la que una mujer mostraba su satisfacción y agradecimiento porque su marido le había regalado una lavadora. En la misma línea cabe resaltar un anuncio en televisión de Calgonit sobre detergente en pastillas para lavavajillas, en el que la voz de fondo nos comunica: "Calgonit Quantum, el único recomendado por los fabricantes y la sonrisa de 9 de cada 10 mujeres. Elegido producto del año por las consumidoras".

Como vemos, este tipo de anuncios vinculan las tareas domésticas exclusivamente con las mujeres y transmiten la idea de que es la mujer la obligada natural a realizarlas. Muchas campañas representan a las mujeres como únicas responsables del cuidado del hogar, lo que fomenta la diferencia de roles en detrimento de una corresponsabilidad que, al parecer, nunca llega.

Por otro lado, determinado tipo de revistas también contribuye a plantear un canon de belleza preestablecido como requisito necesario para triunfar profesional, personal y socialmente. Se presenta el cuerpo de las mujeres como algo lleno de imperfecciones que hay que corregir e insisten en dar consejos para ser más guapa, más delgada y más seductora. Parece que la mujer es un ser no pensante que necesita que los demás le digan lo que debe pensar, lo que debe hacer, lo que debe comer, cómo debe vestirse... y resulta lamentable la frase publicitaria utilizada en innumerables ocasiones de que “el mundo de una mujer cabe en un bolso”.

Sin embargo, y como antes señalábamos, no hay sanciones, así que nos preguntamos dónde están en estos casos el Ministerio Fiscal, el Instituto de la Mujer, las Asociaciones que deberían defendernos y también dónde estamos nosotros como ciudadanos a la hora de plantear las correspondientes quejas y configurar nuestras decisiones de compra.

Como señala FACUA en su informe “Las prácticas publicitarias discriminatorias para la mujer”¹⁰, las administraciones competentes en la materia no suelen sancionar este tipo de prácticas, no instan a los anunciantes a retirar sus anuncios y pocas veces actúan de oficio. Se limitan a derivar las denuncias a organismos públicos dedicados a la defensa de la igualdad de la mujer, muy concienciados sobre la problemática denunciada, pero carentes de potestad sancionadora. Hay casos en los que los anunciantes retiran o modifican las campañas denunciadas a instancias de los Institutos de la Mujer, pero en otros, a sabiendas de que éstos carecen de potestad sancionadora, hacen caso omiso de sus peticiones.

Así que, además de que es preciso que se cumplan las normas vigentes, quizás también sea necesario que tanto Estado como Comunidades Autónomas doten de competencias sancionadoras en materia de publicidad discriminatoria a las instituciones públicas que trabajan contra la discriminación por razón de sexo y en defensa de la igualdad.

¹⁰ Documento que puede consultarse en www.facua.org/es/guia15.pdf

El Observatorio de la Imagen de las Mujeres (OIM), que por cierto ya no se denomina Observatorio de la Publicidad Sexista, se creó en 1994 para dar cumplimiento a los compromisos legales, tanto europeos como nacionales, de fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de las mujeres.

Para cumplir sus objetivos, el OIM tiene encomendadas las siguientes funciones (entre las que no se encuentra la de aplicar ningún tipo de sanción): recogida de las quejas ciudadanas y seguimiento de oficio de los contenidos considerados sexistas; análisis y clasificación de los contenidos detectados o denunciados con el fin de obtener una visión del tratamiento actual de la imagen de las mujeres en la publicidad y los medios de comunicación; actuación frente a los emisores de los mensajes discriminatorios, solicitando la modificación o retirada de las campañas más estereotipadas o denigrantes para las mujeres, o requiriéndoles un cambio de línea en sus acciones futuras; difusión de la información obtenida con el fin de continuar fomentando el rechazo social al tratamiento discriminatorio a través de la comunicación mediática; y participación en actividades de formación y sensibilización sobre la influencia que el tratamiento discriminatorio en los medios y la publicidad tiene en la desigualdad.

El OIM ha atendido en los dos últimos años miles de quejas por publicidad sexista (curiosamente, hay muchas más quejas de particulares que de las propias entidades o instituciones públicas), aunque ha pedido la retirada o rectificación de campañas a muy pocas empresas. Tampoco acude ante los tribunales. Cabe señalar el caso en el que se sumó a la demanda presentada por la Asociación de consumidores y usuarios ADECUA contra una campaña publicitaria con azafatas en biquini utilizada por la compañía aérea Ryanair para vender billetes en 2012 con el lema “Tarifas al rojo vivo. ¡Y la tripulación!”. ADECUA denuncia la alusión a las azafatas de vuelo por llevar aparejado el mensaje publicitario de que las mujeres integrantes de la tripulación también están “al rojo vivo”, con una evidente connotación sexual. Asimismo, en la página web de Ryanair se oferta un calendario benéfico con la

imagen de seis azafatas en biquini titulado “Las chicas de Ryanair”, sirviéndose de nuevo del cuerpo de la mujer como gancho publicitario. La parte demandante solicita la acción de cesación y prohibición de reiteración futura de publicidad ilícita y desleal al amparo de lo dispuesto en el art.3 de la Ley General de Publicidad y en el art.18 de la Ley de Competencia Desleal.

En este caso, el Juzgado de lo Mercantil nº 2 de Málaga sí ha declarado ilícitas y desleales las citadas campañas por usar la imagen de la mujer como reclamo sexual. Respecto al lema “Tarifas al rojo vivo. ¡Y la tripulación también!”, la Sentencia de 5 de diciembre de 2013¹¹ considera que se emplea el cuerpo femenino como parte captatoria de la publicidad, que se utiliza el cuerpo femenino como mero objeto y que se aprecia una absoluta desconexión entre la imagen utilizada y el producto que se promociona (venta de billetes de avión). En cuanto al calendario, considera que éste enmascara una campaña de marketing de la compañía, que utiliza el cuerpo de la mujer como reclamo, adoptando las azafatas posturas en clara invitación sexual, y que incurre, además, en trato discriminatorio respecto de la mujer, pues cuando se anuncia el calendario de 2014, tras aparecer el cuerpo de un hombre en bañador, se acaba con la frase “sólo estábamos bromeando”.

En la sentencia se apunta que es evidente que, en pleno siglo XXI, pocas personas van a escandalizarse por el hecho de ver el cuerpo de una mujer en biquini, pero lo que aquí se discute es si con la campaña publicitaria directa en la web o indirecta del calendario se incurre en cosificación de la mujer, en trato discriminatorio y en atentado contra la dignidad de la persona. En ambos casos se utiliza el cuerpo de la mujer reducido a un mero objeto sexual, como un recurso para captar la atención del potencial consumidor y ajeno al contenido del anuncio y de lo anunciado, por lo que la sentencia condena a la aerolínea a cesar la campaña y a abstenerse de reiterarla en el futuro¹².

¹¹ JUR\2013\375143.

¹² Además, la condena a publicar a su costa el fallo de la sentencia en el plazo de 15 días desde su notificación en los dos periódicos de mayor difusión nacional con caracteres tipográficos que garanticen la legibilidad y notoriedad del anuncio, sin embargo, no hay sanción económica más allá del pago de las costas (tampoco había sido solicitada por las partes demandantes).

Por cierto, y hablando de biquinis, FACUA solicitó a Carrefour que retirara un biquini con relleno en la parte del pecho destinado a niñas de entre 9 y 14 años por considerar que se potencia una peligrosa erotización y sexualización prematura de la infancia (en el anuncio aparece una niña posando con el biquini en cuestión y un vaso en la mano que simula un combinado).

En nuestro país existe un sistema de autorregulación o autodisciplina publicitaria¹³. Este sistema se gestiona a través de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (**Autocontrol**), una organización integrada por anunciantes, agencias de publicidad y medios de comunicación. De acuerdo con sus estatutos, el fin de esta asociación es “contribuir a que la publicidad constituya un instrumento particularmente útil en el proceso económico, velando por el respeto a la ética publicitaria y a los derechos de los destinatarios de la publicidad, con exclusión de los intereses profesionales”.

Las resoluciones del denominado Jurado para la Publicidad sólo serán vinculantes para las empresas adheridas a Autocontrol. Para las empresas no adheridas, pero que se sometan expresa o tácitamente al procedimiento ante el Jurado, éste emitirá su resolución, aunque no tendrá carácter vinculante.

Cualquier interesado puede presentar una reclamación ante el Jurado de la Publicidad, ya sea particular, empresa, asociaciones de consumidores, organismos de las Administraciones Públicas, etc., siempre que considere que se infringen las normas éticas contenidas en el Código de Conducta Publicitaria¹⁴. En el ámbito que nos ocupa, la norma número 10 establece que “la publicidad no sugerirá circunstancias de discriminación, ya sea por razón de raza, nacionalidad, sexo u orientación sexual, ni atentará contra la dignidad de la persona”.

¹³ El art.39.2 de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres establece que las Administraciones públicas promoverán la adopción por parte de los medios de comunicación de acuerdos de autorregulación que contribuyan al cumplimiento de la legislación en materia de igualdad entre mujeres y hombres, incluyendo las actividades de venta y publicidad que en aquellos se desarrollen.

¹⁴ www.autocontrol.es/pdfs/Cod_conducta_publicitaria.pdf

Pero, a la vista del tipo de publicidad que nos bombardea continuamente, tampoco parece que este mecanismo sea muy eficaz¹⁵. Como señala FACUA, en realidad, la denominada autorregulación sirve a los anunciantes para evitar leyes que restrinjan en mayor medida cierto tipo de publicidad y mayores controles por parte de las administraciones.

Sin duda, los medios de comunicación y la publicidad conforman actitudes y hábitos sociales, crean modelos de conducta e intervienen en la construcción de la identidad. Desde que nacemos, niños y niñas recibimos mensajes diferentes respecto a las normas de comportamiento, los gustos que se consideran propios de cada sexo, habilidades, prioridades en la vida, etc. El proceso a través del cual aprendemos lo que se considera femenino y masculino se denomina socialización diferenciada y los distintos agentes socializadores (familia, centros docentes, medios de comunicación...) influyen de forma decisiva en la formación de la personalidad.

Dentro de este panorama es imprescindible tener en cuenta que los anuncios no sólo intentan vender productos sirviéndose del cuerpo de la mujer como reclamo sexual, sino que directa o indirectamente también inculcan una concepción del sexo que en innumerables ocasiones presenta a la mujer como mercancía (y lo mismo cabe decir de algunas series y programas de televisión, películas, vídeos musicales, revistas, vallas publicitarias, etc.).

La cosificación es el acto de representar o tratar a una persona como a un objeto. De modo que la cosificación sexual consiste en representar o tratar a las personas como objetos sexuales, ignorando sus cualidades y habilidades intelectuales y personales y reduciéndolas a meros instrumentos a disposición de otros sujetos (una cosa puede ser objeto de propiedad y usada, por tanto, como se desee).

¹⁵ Si bien es cierto que en el asunto "Dolce & Gabbana", resolución de 2 de marzo de 2007, el Jurado concluyó que el anuncio mostraba una escena de sometimiento sexual de una mujer y que, por tanto, infringía de manera manifiesta la norma 10 del Código de Conducta Publicitaria. En la fotografía de la campaña se mostraba una mujer tumbada en el suelo (boca arriba y con las rodillas flexionadas) y un hombre con el torso desnudo que se inclina sobre ella sujetándola por las muñecas. Mientras tanto, otros cuatro hombres, dos de ellos con sus camisas desabrochadas y un tercero con el torso también desnudo, contemplan la escena. El resultado: críticas sí, sanción económica no, y muchas descargas de la página web de la firma para ver el polémico anuncio.

Los efectos nocivos de crecer y vivir en una sociedad que cosifica a las personas a través de esos y otros mecanismos son evidentes para niñas y mujeres y ahí están a diario las consecuencias derivadas de la violencia machista (asesinatos, maltratos, vejaciones, abusos, acosos, agresiones sexuales...). A pesar de ello, cuando se aborda este tema en los medios de comunicación, normalmente sólo se dan las lamentables estadísticas sin analizar ni cuáles son las causas que la provocan, ni cuáles las medidas necesarias para prevenirla y resolverla (pero la responsabilidad es de todos).

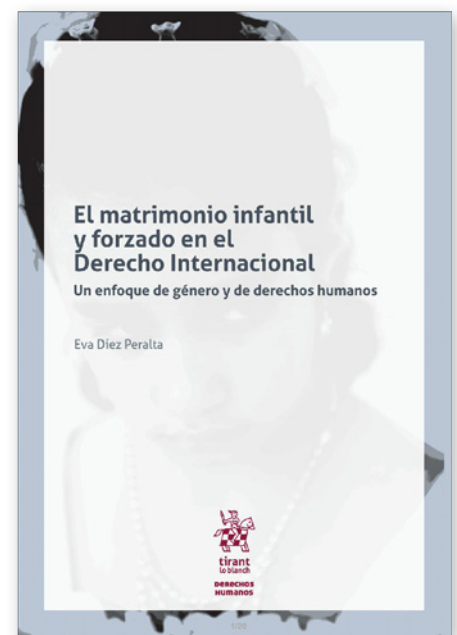
RESEÑA

“EL MATRIMONIO INFANTIL Y FORZADO EN EL DERECHO INTERNACIONAL. UN ENFOQUE DE GÉNERO Y DE DERECHOS HUMANOS”. EVA DíEZ PERALTA

UNA RESEÑA DE DORINA C.SUCIU

La profesora Díez Peralta, Profesora Titular de Derecho Internacional Público de la Universidad de Almería, nos presenta una obra que ofrece un análisis completo y actualizado sobre la prevención y eliminación del matrimonio infantil, precoz y forzado, a partir de lo dispuesto en las vigentes normas internacionales de carácter universal y regional, así como en la doctrina emanada de los organismos internacionales, incluyendo unas consideraciones desde la perspectiva de España y de la Unión Europea. Con esta finalidad, se adentra en la complejidad de una práctica nociva que en ningún caso puede ser aceptada como “tradición”, sino que debe entenderse como una vulneración de los derechos humanos, una manifestación de la discriminación estructural por motivos de género, una forma contemporánea de esclavitud y, en general, un acto de violencia que se ejerce, de manera ingente, contra las mujeres y niñas. Los matrimonios forzados de niñas y adolescentes se consideran, igualmente, una barrera para el desarrollo y la prosperidad de un país.

Lo cierto es que cada año, y a nivel mundial, hay cerca de 15 millones de niñas que contraen matrimonio antes de celebrar su 18 aniversario. Aparte del papel que juegan las causas de la pobreza, el matrimonio infantil y forzado también aparece vinculado a los principales desafíos de nuestro tiempo, a saber: las situaciones de conflicto, los problemas humanitarios, las crisis migratorias y los desastres medioambientales. De otro lado, estas prácticas tienen un claro componente de género, al tener una relevancia desproporcionada y negativa sobre las mujeres y las niñas; y, aunque el



El matrimonio infantil y forzado en el Derecho Internacional

EVA DíEZ PERALTA

Editorial Tirant Lo Blanch
319 páginas, Abril de 2019
ISBN 9788491909934

matrimonio forzado atañe a mujeres de todas las edades, el mayor número de casos concierne a niñas y adolescentes menores de 18 años. A esto hay que añadir que, por lo general, estas jóvenes suelen padecer otras formas entrecruzadas de discriminación que hallan sus raíces más profundas en los estereotipos de género, o en las situaciones de especial vulnerabilidad a la violencia que pueden derivarse de su raza o etnia, de su condición de migrante o desplazada, de su situación socioeconómica desfavorable, o porque simple y llanamente les ha tocado nacer o residir en países sumidos en conflictos.

La defensa de los derechos de las mujeres y niñas se deposita en un número apreciable de declaraciones y convenciones internacionales. Este universo normativo, inicialmente el desarrollado en el plano universal, ha conducido a la autora a sostener que las jóvenes y adolescentes no pueden estar sometidas a costumbres, prácticas y normas referentes al matrimonio y la familia que son incompatibles con muchos de los principios enunciados, principalmente, en la Carta de las Naciones Unidas, la Declaración Universal de los Derechos Humanos, los Pactos de Derechos Civiles y Políticos y Económicos, Sociales y Culturales, la Convención sobre el Consentimiento para el Matrimonio, la Edad Mínima para contraer Matrimonio y el Registro de los Matrimonios, la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer, la Convención sobre los Derechos del Niño, y la más reciente Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad. En el plano del soft law, destaca sobremanera la Declaración de la Asamblea General de la ONU sobre la Eliminación de la Violencia contra la Mujer.

Por otro lado, en el marco de la vigente Agenda 2030 del Desarrollo Sostenible, el Objetivo 5 enuncia el propósito de lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a las mujeres y las niñas, incluidos sus derechos sexuales y reproductivos; y ahora su meta tercera sí contempla, de manera contundente, la eliminación de las prácticas nocivas como son la mutilación genital femenina y el matrimonio infantil, precoz y forzado. De hecho, señala la autora, “si se tiene en cuenta, además, la necesidad de incorporar de manera sistemática y transversal la perspectiva de



DORINA C. SUCIU

- Graduada en Derecho por la Universidad de Almería
- Máster en Abogacía por la Universidad de Almería
- Máster en Altos Estudios Internacionales y europeos por la Universidad de Granada
- Investigadora en formación UAL. Contratada Predoctoral en el área de Derecho Internacional Público y Relaciones Internacionales

género en el cumplimiento global de esta agenda, se puede abrir una oportunidad histórica para prevenir y erradicar el matrimonio forzado de niñas, puesto que se considera un obstáculo también incompatible con el logro de los restantes objetivos y metas que en ella se reúnen: se trata, particularmente, de los objetivos de reducción de la pobreza, la promoción de la salud y la educación, la reducción de las desigualdades, el trabajo decente y la prohibición de la esclavitud, o los relacionados con la reducción de todas las formas de violencia, bien en espacios seguros, bien en el contexto de sociedades pacíficas”.

Ahora bien, la profesora Díez Peralta es de la opinión de que “la pelota está en el tejado de los Estados”. Como se pone de relieve a lo largo de esta monografía, los Comités u órganos creados al amparo de los mencionados tratados de derechos humanos, especialmente el Comité CEDAW, plantean permanentemente su preocupación por las siguientes cuestiones: así, han denunciado que algunos sistemas jurídicos estatales no aumentan la edad mínima para contraer matrimonio a los 18 años tanto para los niños como para las niñas; otros, sin embargo, no garantizan de manera efectiva el derecho de todas las mujeres a elegir libremente a su cónyuge; y los hay que no incorporan mecanismos para registrar los nacimientos y los matrimonios, tanto los civiles como los celebrados con arreglo a normas consuetudinarias o religiosas. De otro lado, se echan en falta campañas de sensibilización dirigidas a los hogares, las autoridades locales, los líderes religiosos y comunitarios, y los jueces o fiscales, que sirvan para desafiar las actitudes culturales que legitiman el matrimonio precoz, así como para advertir de los efectos nocivos del matrimonio infantil en la salud física y mental y el bienestar de las niñas. También es una opinión muy extendida que es una constante en los Estados la falta de recopilación de datos estadísticos, sistemáticos y desagregados por sexos, edades, origen étnico, etc, sobre el número de personas que han sido sometidas a un matrimonio forzado y, en general, sobre el alcance de las prácticas tradicionales perjudiciales, lo que condena a estas mujeres al ostracismo e imposibilita el patrocinio de estrategias políticas públicas destinadas a erradicarlas. También se censura el escaso número de enjuiciamientos en los Estados por la comisión del delito de matrimonio infantil y/o forzado. En definitiva, se ha

constatado que los Estados no dispensan una protección adecuada contra la discriminación y todas las formas de intimidación contra las mujeres adultas, jóvenes y niñas.

La profesora Díez Peralta considera que la lucha para combatir esta práctica, también en España, merece un enfoque integral y la puesta en práctica de una amplia gama de políticas de protección de las víctimas, como ya se está haciendo en otros sistemas de nuestro entorno, particularmente en el Reino Unido. Y que los poderes públicos deben disponer de instrumentos variados (no sólo de política criminal aunque también) para impedir que una niña residente en nuestro país sea forzada a contraer matrimonios; y no se equivocan aquellos que sostienen que el respeto de los derechos humanos de las mujeres y niñas no puede lograrse sin la implicación de los hombres y niños, así como de las comunidades que las practican.

ESPECIAL UNIDADES DE IGUALDAD. UNIVERSIDAD DE HUELVA



Universidad
de Huelva

CINTA MARTOS
SÁNCHEZ

*Dirección de Igualdad y
Atención a la
Diversidad*

igUALdad (I.G.) ¿Con que objetivo nace esta Unidad?

Cinta Martos Sánchez (C.M.S) La unidad de igualdad se creó en 2008 dentro de servicio de atención a la comunidad universitaria. En 2017 el nuevo equipo rectoral, decide crear la Dirección de Igualdad y Atención a la Diversidad, dentro del Vicerrectorado de Planificación Estratégica, Calidad e Igualdad. El objetivo es que la Dirección sea un servicio dentro del Vicerrectorado que coordina los demás vicerrectorados, para que la igualdad esté presente en todos los vicerrectorados de manera transversal.

I.G. ¿Cuáles han sido las últimas actuaciones realizadas? ¿Qué novedades destacaría en su Unidad de Igualdad?

C.M.S. Las principales actuaciones de la Dirección han sido la creación de la Red Universitaria contra la Violencia de Género, la elaboración del nuevo protocolo de acoso sexual, por razón de género y por orientación sexual.

Se han puesto en marcha diferentes convocatorias para que cualquier persona que forma la comunidad universitaria pueda presentar actividades y propuestas en género e igualdad.

Se ha aprobado el nuevo protocolo de acoso sexual, por razón de género y por orientación sexual.

Una de las últimas actividades ha sido la participación en el Congreso de mujeres paraolímpicas celebrado en la Universidad de Huelva.

En estos momentos se está trabajando para aprobar el II Plan de Igualdad de mujeres y hombre de la Universidad de Huelva.

I.G. ¿Cuáles son los principales retos?

C.M.S. El principal reto es trabajar por un campus igualitario, es necesario que todos los estamentos vean la necesidad de trabajar por la igualdad. La Dirección apuesta por hacer partícipes a las distintas facultades que componen el campus en las políticas de igualdad.

Es necesario implementar la perspectiva de género en las guías docentes y en las investigaciones

I.G. ¿Qué medidas creéis que son necesarias en las Universidades para conseguir la igualdad real? ¿Cuál es la medida más urgente?

C.M.S. Es necesario trabajar de manera efectiva y eficaz la conciliación familiar que facilite la carrera profesional a las mujeres.

También es necesario trabajar la violencia de género, la universidad no está preparada para hacer frente a actuaciones en violencia de género, no existen protocolos para cuando hay víctimas y agresores cursado estudios en un mismo campus, cuando hay orden de alejamiento. Esto es fundamental, es necesario formar y sobre todo tener protocolos de actuación.

"Las principales actuaciones (...) han sido la creación de la Red Universitaria contra la Violencia de Género, la elaboración del nuevo protocolo de acoso sexual, por razón de género y por orientación sexual."

"El principal reto es trabajar por un campus igualitario, es necesario que todos los estamentos vean la necesidad de trabajar por la igualdad."

Pero para todo los retos y acciones debemos tener unidades de igualdad dotadas de personal técnico. Es imposible avanzar sin dotación presupuestaria suficiente, sin personal.

I.G. *¿Qué papel deben jugar el resto de las instituciones (regionales, nacionales o europeas) en la consecución de estos objetivos?*

C.M.S. La universidad es un aspa más de un sistema formado por la sociedad, las empresas y las instituciones. Si no se camina de la mano es imposible avanzar. La responsabilidad de tener una sociedad más igualitaria y más justa es competencia de todos/as.

"(...) para todo los retos y acciones debemos tener unidades de igualdad dotadas de personal técnico."

TERRITORIO ESTUDIANTE.

CAFÉS FEMINISTAS ALMERÍA

En la ciudad de Almería nace Cafés Feministas en abril de 2016 con el fin de crear un espacio de diálogo abierto, participativo y colaborativo. El objetivo principal era establecer puntos de encuentro con los y las jóvenes almerienses para compartir experiencias y aprender sobre feminismo desde la base. Los cafés suelen ser mensuales en diferentes lugares de la capital: pubs, librerías, cafeterías o asociaciones, ya que estamos abiertas a colaborar con cualquier espacio que comparta nuestro punto de vista sobre la igualdad. Las dinámicas son sencillas: se elige un tema relacionado con el feminismo que proponemos anteriormente en redes sociales a nuestros seguidores y seguidoras, las organizadoras nos preparamos algunos apuntes sobre este y abrimos el debate. Todo el que quiera puede intervenir aportando su visión, por lo que se genera un ambiente diverso en el que aprendemos de nuestros compañeros y compañeras a la vez que podemos expresar libremente nuestra opinión.

Aparte de los cafés mensuales, también organizamos otro tipo de eventos en colaboración con otras asociaciones afines de Almería, ya que creemos que es importante reforzar el tejido asociativo de la capital. Por ejemplo, hemos organizado Jornadas de Educación y Feminismo y de Salud con Perspectiva de Género, hemos participado activamente en la Coordinadora de Colectivos Feministas de Almería para el 8 de marzo, formamos un grupo de investigación informal sobre feminismo y hemos realizado varias convivencias con gente del colectivo para afianzar relaciones con nuestras compañeras entre otras actividades.



“El objetivo principal era establecer puntos de encuentro con los y las jóvenes almerienses para compartir experiencias y aprender sobre feminismo desde la base.”

Nos gusta apostar por la pedagogía y la acción, por eso siempre participamos en manifestaciones y concentraciones feministas a la vez que intentamos aprender sobre conceptos relacionados con la igualdad en nuestro espacio. Creemos que es importante seguir enseñando sobre feminismo, pero nosotras no somos las únicas que lo hacemos, sino que cada persona que acude al colectivo siempre tiene algo nuevo que aportar que resulta muy valioso a la hora de erradicar el machismo que todavía impera en nuestra sociedad. Al fin y al cabo, nuestro espacio lo construye la gente que se acerca a nosotras para compartir vivencias, de forma que también trabajamos la empatía y creamos lazos afectivos que van más allá de un encuentro.

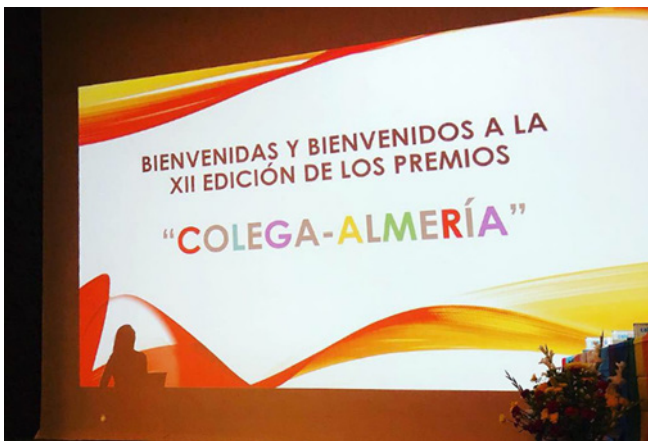
“...cada persona que acude al colectivo siempre tiene algo nuevo que aportar que resulta muy valioso a la hora de erradicar el machismo que todavía impera en nuestra sociedad.”



CULTIVANDO IGUALDAD

ENTREGA DE LOS XII PREMIOS COLEGA ALMERÍA

El pasado 3 de abril, con motivo del Día de la Visibilidad Trans, el Teatro Apolo de la capital almeriense acogió la entrega de los XII Premios Colega-Almería. Unos galardones en los que el colectivo almeriense de lesbianas, gays, bisexuales y transexuales quiso poner de relieve la trayectoria de personas, entidades, empresas, medios y asociaciones que luchan por la visibilización y normalización del hecho LGBTI en la provincia almeriense.



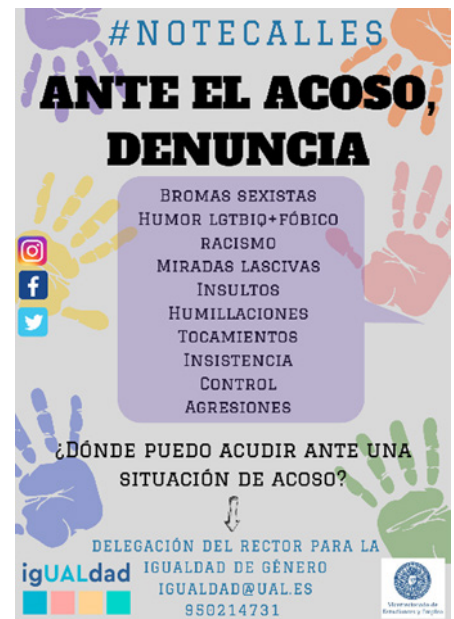
JORNADA: RETOS Y PROPUESTAS EN LAS POLÍTICAS Y ACCIONES QUE ENFRENTAN LA TRATA DE PERSONAS EN ALMERÍA DESDE UN ENFOQUE DE DERECHOS HUMANOS". 4 DE ABRIL

Unas jornadas de acercamiento a la realidad actual de la provincia, organizadas por el Proyecto 'Trata de personas, género y migraciones en Costa Rica, Marruecos y Andalucía, por una defensa multi-garantista y multi-espacial de derechos humanos', de la Universidad Pablo de Olavide.



LA DELEGACIÓN DEL RECTOR PARA LA IGUALDAD DE GÉNERO PRESENTA EL PROTOCOLO DE ACOSO.

- Como viene siendo habitual, desde la Delegación del Rector para la Igualdad de Género, damos a conocer las medidas y actuaciones que llevamos a cabo en temas de igualdad. En esta ocasión, el **26 de abril**, en el aula de 2ºB de Ingeniería informática, se presentó el Protocolo para la prevención y el tratamiento del acoso sexual, por razón de sexo, orientación sexual e identidad de género de la Universidad de Almería.
- El pasado **15 de mayo**, a petición de la Escuela Superior de Ingeniería, con motivo de la celebración de su patrón, San Isidro, la Delegación del Rector para la Igualdad de Género se dio a conocer mediante una jornada de sensibilización, acercando los recursos que ofrecemos a la comunidad universitaria, entre ellos, el protocolo de acoso.



II CONCURSO DE MICRORRELATOS, RELATOS, POESÍA Y VÍDEO. ENTREGA DE PREMIOS: 30 DE ABRIL

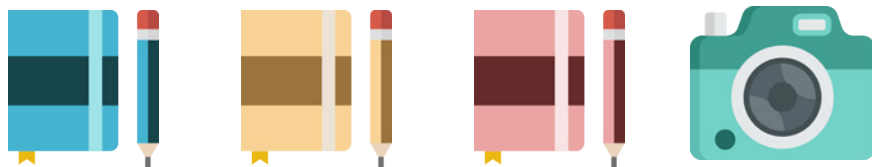
La Delegación del Rector para la Igualdad de Género, junto con la Delegación de Humanidades, convocó el II Concurso de Microrrelatos, relatos, poesía y vídeo, con el objetivo de incrementar la concienciación y sensibilización a la comunidad universitaria sobre el necesario respeto del principio de igualdad en el ámbito universitario.



La temática debía versar sobre la discriminación de la mujer y su lucha por una igualdad efectiva y real, utilizando un lenguaje inclusivo y no sexista y fomentando las relaciones igualitarias entre las personas. Podría participar cualquier persona que perteneciera a la comunidad universitaria de la Universidad de Almería (estudiantes y PAS, PDI).

Durante el mes de marzo estuvo abierto el plazo para participar en el concurso, dándose a conocer el 24 de abril el fallo del jurado. La entrega de premios se llevó a cabo en un acto el día 30 de abril en el que pudimos contar con la periodista y escritora Ana del Paso, que presentó su libro "Reporteras españolas, testigos de guerra. De las pioneras a las actuales".

Las participaciones ganadoras de dicho concurso quedan reflejadas a continuación:



PRIMER PREMIO DE MICRORRELATOS

Laura Moya Díaz. 2º Grado en Trabajo Social

Título: "Rugidos en el eco de la libertad"

A ti, que estás leyendo esto.

A ti, que te recuerdan cada día que calladita estás más guapa, que te recriminan haber dejado escapar tantos trenes. A ti, que prefieren no creerte cuando te arrancan la libertad, que aseguran que eres el sexo débil.

Y tú, mientras tanto, te has convertido en tu propia estación, y ahora tú controlas tus trenes y tus horarios. Has roto la jaula y has gritado por ti y por todas tus compañeras. Porque has dejado de ser refugio para convertirte en fortaleza.

Solo te pido que rías; que le bailes a la vida y que alces el vuelo con la misma osadía con la que un día quisieron cortarte las alas.

Ahora solo se escuchan rugidos.

Tus rugidos.



Laura Moya Díaz

SEGUNDO PREMIO DE MICRORRELATOS

Lucía Guerrero Barrionuevo. 1º Doble Grado en Estudios Ingleses y Filología Hispánica

Título: “El cliente”

«Creo que hay un error», me dijo alarmado cuando vio que me acercaba, «no he venido a cortarme el pelo, sino a afeitarme». Asentí, le respondí que yo era barbera. Lo cierto es que Munch había pintado rostros con expresiones más simpáticas que la que él me dedicó en ese momento. «Pero usted no tiene... Bueno, quiero decir, yo no puedo dejar que se encargue de esto alguien que carece de vello facial». Me resultó graciosa la forma tan formal que empleó. Sonreí y le di la razón. Yo tampoco podía encargarme de alguien que carecía de sensatez.



Lucía Guerrero

PRIMER PREMIO DE RELATOS

Celia María Noacco Rubio. 1º Grado en Estudios Ingleses

Título: “La primera heroína”

La primera vez que escuché ese nombre tenía siete años. Estaba sentada en la cocina del cortijo de mis abuelos en Puente del Arroyo, un pueblo campestre y el más oxigenado que he podido conocer, rodeado por las gigantes guardianas rocosas y teñidas del verde de los prados floridos que las vestían con su color todos los días del año. Estaba sentada en la mesa central, merendando un vaso de leche con galletas de chocolate que me había preparado mi abuela Elisa. Yo estaba muy feliz devorando y degustando esos deliciosos dulces caseros, pensando en cualquier cosa de un niño de la edad. Mi abuela estaba a mi lado, organizando papeles, documentos, cartas... Cuando de repente abrió un sobre con una enorme sonrisa y se dispuso a mirar la foto que contenía dentro. Entonces, mi abuela me la enseñó, y me dijo:

-Cariño, ¿sabes quién es el hombre que aparece en la foto junto con el abuelo y yo?

Mi abuelo Francisco murió de cáncer cuando yo apenas tenía un año de edad. Al ser un bebé no tengo ningún



Celia María Noacco Rubio

recuerdo de él, pero lo he visto en muchas fotos que me han enseñado mi abuela y mi madre. Ellas siempre me han dicho que el abuelo era muy buena persona, respetuoso, inteligente, pero, sobre todo, que amaba a mi abuela con todo su corazón, la respetaba, la protegía, y lo más importante, que la valoraba. Cuando oí esas palabras, sentí un calor que me llenó de ternura, de imaginarme la bondad que le correría a mi abuelo por la sangre. Pero esa bondad, aparte de que él ya la llevaba consigo, se la debe también a una persona muy "especial" para los jóvenes de la época de mis abuelos.

-No, ¿quién es, yaya?

-Ella se llamaba Ángela Martínez Robles, y era conocida como "la primera heroína". Hace muchos años, las mujeres teníamos que abandonar los estudios con 14 años o incluso antes para poder dedicarnos al mantenimiento del hogar, ayudar a nuestras madres... Ya que nuestros padres o maridos llegaban muy tarde de trabajar, y para cuando ellos llegaran ya debía estar todo listo: la cena, la colada, la casa limpia... Y esta mujer, cansada del estereotipo del tiempo, de una mujer que solo podía dedicarse a ser ama de casa, decidió dar el puñetazo sobre la mesa: con mucho esfuerzo, lucha y dedicación fundó varios centros de enseñanza para niñas y mujeres medio analfabetas o que tuvieron que abandonar la escuela en una edad temprana, donde se les enseñaba cualquier tipo de material escolar: Matemáticas, Ciencias Naturales, Plástica, Lengua Española, Gimnasia... E incluso fue dando charlas y conferencias en colegios y universidades de mayoría masculina sobre la mujer y su equiparación con el hombre, lo que hoy llamamos "igualdad de género".

-Pero abuela, si las mujeres tenían pocos derechos, ¿por qué esta mujer logró llegar tan lejos? - pregunté confusa.

-Porque Ángela fue una mujer privilegiada: nació en el seno de una familia adinerada y tuvo la oportunidad de estudiar en colegios privados e internados, hasta llegar a la universidad y cursar la carrera de Magisterio. A pesar de haber tenido mucha más suerte que muchas de las mujeres de su época, tuvo una vida un tanto complicada, porque en esos colegios e internados la gran mayoría de los alumnos eran varones y recibía burlas y comentarios sexistas a menudo, no era tratada al igual que sus compañeros y en reiteradas ocasiones la

miraban por encima del hombro. Ese tipo de circunstancias acumularon rabia y sentimiento de impotencia en su cuerpo, y se formulaba preguntas tipo "¿Por qué por ser mujer soy tratada con menos educación que mis compañeros?" "¿Es que las mujeres somos un objeto de burla?" "¿Por qué el sexo femenino es inferior al masculino?" Y ese tipo de preguntas que se hacía con quince o dieciséis años la llevaron a querer ser maestra, para poder enseñar la igualdad entre hombres y mujeres aparte de enseñar las asignaturas escolares.

Con siete años las palabras de mi abuela y la vida y valentía de esta gran mentora me dejaron perpleja, porque casi todos los días veía en la televisión noticias que hablaban de la desigualdad de género e incluso sobre la violencia machista, las cuales me ponían los pelos de punta. Me preguntaba por qué había tanta maldad en el mundo, tanta desigualdad, y por qué no había un remedio para ello. Pero con el paso de los años y del tiempo maduré y me di cuenta de que hay gente que nace siendo mala y otra siendo buena, que la bondad o maldad la llevamos en la sangre. Una de las cosas malas sin cura que encontramos a lo largo de nuestra vida es la maldad, y como no tiene ningún remedio, lo único que podemos hacer es luchar contra ella, pero no físicamente, sino verbalmente, como hizo doña Ángela Martínez Robles, hoy en día mi ídolo, mi mentora, mi ejemplo a seguir.

Me llamo María Prados Domínguez y tengo treinta años. Estudié Educación Social y hoy en día soy la fundadora y presidenta de la Fundación Ángela Martínez Robles, la cual ayuda a mujeres víctimas de violencia de género o mujeres inmigrantes que vienen en busca de una vida mejor, y da charlas y conferencias en colegios, institutos, universidades y otros tipos e instituciones públicas para poder expandir el pensamiento y los duros años de lucha de la primera heroína de nuestro país, a la que hoy en día le debemos los colegios e institutos mixtos, el acceso femenino a la universidad, el mundo laboral hacia la mujer y el pensamiento de igualdad y espacio libre de machismo en la mentalidad masculina.

Gracias, mujeres que luchasteis, lucháis y seguiréis luchando por nuestros derechos.

Gracias, Ángela Martínez Robles, por dar el primer paso en esta gran revolución.

SEGUNDO PREMIO DE RELATOS

Silvia García Camacho. Máster en Profesorado de Educación Secundaria con especialidad en Lengua Extranjera: inglés. Título: “Nací mujer en un mundo dominado por hombres”

Era sólo una niña cuando mi padre comenzó a planear mi futuro. Me enseñaron a ser obediente, silenciosa, dócil, cuando yo solo quería jugar con otros niños. Concertaron mi matrimonio a una edad a la que yo no podía siquiera entender su significado.

En mi adolescencia empecé a ser consciente de mi posición en casa respecto a mis hermanos. A ellos se les animaba a estudiar, a decidir, a luchar. Es más, se les ofrecía todo un mundo para descubrir, aprovechar y vivir. Mientras yo, olvidada, relegada e invisible, comencé a preguntarme “¿por qué?” No lo entendía.

Tenía sólo quince años cuando conocí a mi futuro marido. Era el típico hombre que cree que domina el mundo y, en parte, tenía razón. Mi madre decía que debía cumplir mi deber como mujer y que ese matrimonio traería honor y riqueza a la familia. No importaba lo que yo quisiera. “¿Por qué?” No lo entendía.

El día de mi boda intenté escapar. Mi padre y mis hermanos me golpearon sin piedad como castigo a mi desobediencia. Ese fue el principio de una serie de maltratos físicos y emocionales que aún estaban por llegar. Cada día desde la noche de bodas fui violada, silenciada, humillada y maltratada por mi marido. Mi vida se convirtió en un infierno y la tristeza invadió mi alma. Envuelta en mi soledad, me repetía una y otra vez “¿por qué?” No lo entendía.

El día que nació mi hija creí que sería el mejor día de mi vida, pero mi marido deseaba un hijo. Su desilusión se tornó en odio y violencia contra nosotras, y tras varios días de maltrato mi hija murió. Sumida en la desesperación y el dolor, tomé la decisión de huir mientras mi mente todavía pensaba “¿por qué?” No lo entendía.

Después del funeral escapé tan rápido como pude. En mi huida he podido ver otras chicas que también abandonan sus pueblos. ¿Estarán escapando, como yo, del maltrato de sus maridos, de sus hermanos, de sus



Silvia García Camacho

padres? ¿Estarán intentando dejar atrás la dura realidad de la sociedad en la que viven? “¿Por qué?”

Sé que mi familia y mi marido no pararán hasta encontrarme. Pero no voy a rendirme. No puedo condenarme a una vida de opresión y tristeza, y estas chicas tampoco. Ya hemos sufrido bastante. Ahora ya no me cuestiono la causa de nuestro sufrimiento, la causa de tanta humillación y maltrato, la causa de la opresión, la obediencia y la sumisión. Ahora ya lo entiendo. Lo he entendido todo este tiempo.

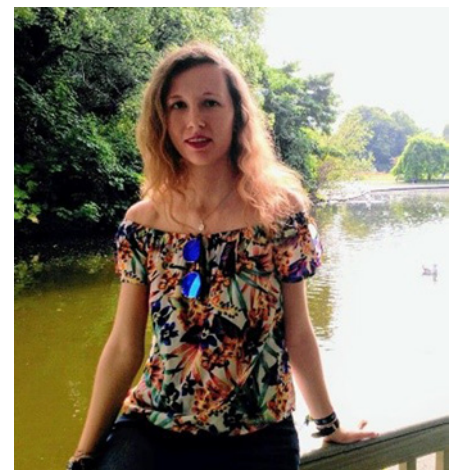
Nací mujer en un mundo dominado por hombres.

PRIMER PREMIO DE POESÍA

Eva María Ridao Muñiz. 4º Grado de Estudios Ingleses

Título: “Al margen”

Por todas las voces que quedaron mudas
 Aquellas contra las que hicieron oídos sordos
 Apartando la mirada para no verlas crecer
 Todos los anónimos con nombre de mujer
 Todas las historias que yacen al margen
 Las musas que ansiaban un papel de poeta
 Una voz propia más allá de quimeras
 Tomar la palabra para librar la batalla
 Combatir con orgullo los impuestos prejuicios
 Alcanzar la verdad sin que sea un espejismo
 Las semillas que dejaron han poblado los bosques
 La tierra baldía se tiñe de violeta
 Esperanza que emana de unas flores
 Que muestran cada vez más fuertes sus ramas
 El fruto que trae una vuelta de hoja
 Ahora las calles se han llenado del sexo
 Que hace tanto borró débil de su diccionario
 Se ha cambiado la escena, se comparte el escenario
 Dejar de lado aquel segundo plano
 Por un papel a la altura de nuestro legado



Eva María Ridao Muñiz

SEGUNDO PREMIO DE POESÍA

María Gloria Pascual Torres. Finalizando el Grado de Psicología

Título: “Mañana”

Ayer fuimos la voz
de las que gritaron en silencio
con los ojos empañados
y el puño en la boca
en un abismo donde nadie
quiso oír.

Hoy somos la unión,
la hermandad más canina,
la solidaridad más humana
de llorarnos todas,
de abrazarnos las costillas
y lamernos las heridas
de la otra,
de aullarle al tiempo,
de sacar los dientes
y empezar,
ferozmente,
a exigir lo que nos pertenece
—entiéndanme—
también somos
personas.

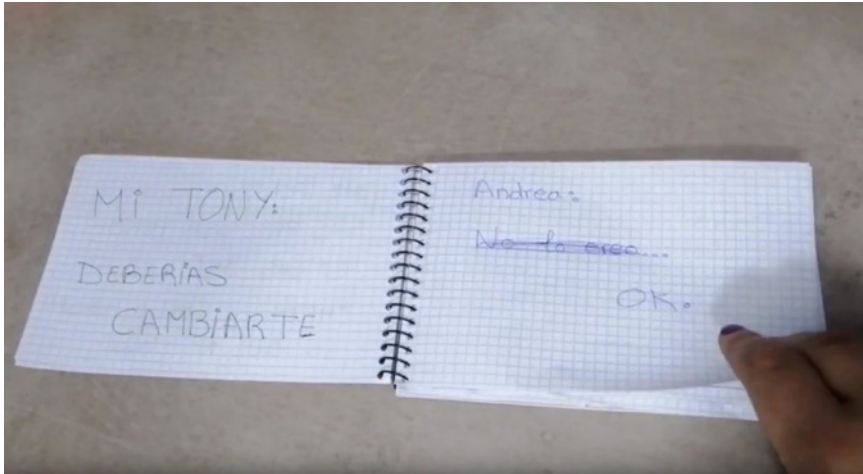
Y mañana,
cuando no resuenen
los ecos patriarcales
en el resurgir frenético
de pasos,
cuando
nos palpiten las entrañas
de orgullo y de justicia;
mañana,
seremos
rotundamente libres,
valientemente humanas
y
felizmente mujeres.



María Gloria Pascual

PRIMER PREMIO DE VÍDEO

Reyes López Losilla . Máster en Ciencias de la Sexología
Título “Simplificación de una pesadilla”



Reyes López Losilla

CELEBRACIÓN DE PATRÓN DE LA ESCUELA SUPERIOR DE INGENIERÍA

Con motivo de la celebración del patrón de la Escuela Superior de Ingeniería, desde la Delegación del Rector para la Igualdad de Género hemos querido dar visibilidad a la labor de las científicas invitando a la Universidad de Almería a dos mujeres especialmente reconocidas en este campo.

PATRÓN ESI, 16 DE MAYO: CONFERENCIA DE TERESA RIESGO ALCAIDE

Una de las ponentes que visitó nuestra universidad fue **Teresa Riesgo Alcaide**, Directora General de Investigación, Desarrollo e Innovación del Ministerio, quien vino a hablarnos sobre la situación actual de la Ciencia y la Innovación en España, así como los retos y el papel de la mujer en estos ámbitos.

Con su conferencia “La ciencia, la innovación y el género”, Teresa Riesgo quiso transmitir la necesidad de seguir mejorando en la posición que nuestro país tiene en Ciencia e Investigación y, en especial, en el posicionamiento que la mujer científica ostenta, destacando nuestra Delegada del Rector para la Igualdad de Género y Vicerrectora de Estudiantes y Empleo, Maribel Ramírez, dos grandes retos a los que se enfrenta la UAL: fomentar las vocaciones STEM en las mujeres estudiantes y formar al alumnado para afrontar grandes retos que la sociedad plantea.



PATRON ESI, 17 DE MAYO: CONFERENCIA DE CONCEPCIÓN ALICIA MONJE MICHARET

La otra ponente invitada fue **Concepción Alicia Monje Micharet**, Investigadora en Robótica y profesora titular de la Universidad Carlos III de Madrid. Es una científica investigadora en el campo de la robótica humanoide, vehículos aéreos no tripulados (UAVs) y control de sistemas. Actualmente es la Directora del Center for Aeronautical Training and Services (CATS) de la Universidad Carlos III de Madrid.

Su conferencia se basó en la sociedad robótica del futuro, mostrándonos varios proyectos que dirige y que versan sobre el desarrollo de robots asistenciales y exoesqueletos. Además, junto con su equipo está investigando para la creación de robots con modelos de emoción. Trabajan en el desarrollo de un robot humanoide llamado TEO, un robot bípedo, de tamaño y peso humano, concebido como un robot asistencial cuyo reto es la locomoción; y otro robot llamado Maggie, el cual tiene entre sus competencias la capacidad de generar empatía, con el objetivo de interaccionar socialmente.



II CAMPUS TECNOLÓGICO DE CHICAS EN LA UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

Del 8 al 12 de julio de 2019 se ha llevado a cabo en la Universidad de Almería el "II Campus Tecnológico para chicas" destinado a estudiantes de ESO (2º a 4º curso). Entre los objetivos del campus destacan el de conseguir aumentar, especialmente entre chicas jóvenes, el número de vocaciones en estudios de Informática, una disciplina que nos proporciona los conocimientos, capacidades y destrezas para desarrollar las tecnologías del futuro, las denominadas Tecnologías de la Información (TI), con el fin de cambiar la percepción de la informática y desechar estereotipos.

El campus tecnológico para chicas se ha desarrollado a lo largo de una semana en la que se ha llevado a cabo una formación a través de talleres, combinada con otras actividades como la presentación de mujeres jóvenes profesionales que trabajan en empresas, quienes contaron su experiencia, ayudando a dar visibilidad y demostrar que hay mujeres trabajando en ámbitos tecnológicos.



Se buscó una estrategia de trabajo basada en la elaboración de proyectos definidos por las propias chicas, utilizando metodologías ágiles, así como herramientas de colaboración de código abierto.

Deseamos seguir realizando este campus en futuros años e ir incorporando a más agentes sociales e institucionales para dar una mayor visibilidad a este tipo de iniciativas.



I JORNADAS PROVINCIALES “MUJERES Y COOPERATIVISMO”

La Universidad de Almería acogió el pasado 19 de junio las I Jornadas Provinciales “Mujeres y Cooperativismo”, organizadas por el Grupo de Mujeres Socias Cooperativistas de Almería (GEA). La jornada fue inaugurada por la Delegada territorial de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible, Dña. Aránzazu Martín, la Vicerrectora de Estudiantes y Empleo de la UAL, Dña. María Isabel Ramírez, y la presidenta de GEA, Dña. Inmaculada Idáñez.

El objetivo fue destacar la importancia del papel de la mujer en el sector agrícola almeriense, reivindicando la infrarrepresentación de éstas en los consejos de las cooperativas. También, se señalaron medidas implantadas por las instituciones con el fin de cambiar la situación de desigualdad que padecen las mujeres, fomentando la representación de las mujeres como interlocutoras directas, siempre en la línea de trabajo en equipo entre hombres y mujeres.

Tras un breve desayuno, en una ronda de preguntas, se reflexionó sobre la situación de las mujeres y el sector agrícola, confiando que en un futuro la igualdad en el sector agrícola sea real.

