

Setem



FASE II

# ¿Consumimos **VIOLENCIA?**

Proceso Colectivo de Aprendizaje y Creación de Conocimiento sobre las Violencias Machistas y los Consumos

**Sistematización y redacción:**

Laura Modonato

**Estudio de campo:**

Adimen Investigación

**Consejo editorial:**

MUGARIK GABE (María Viadero Acha), Empresa Social Altekio, Iniciativas hacia la Sostenibilidad (Conchi Piñeiro), Vanessa Álvarez González, Pikara Magazine (Andrea Momoitio), SETEM Hego Haizea (Iratxe Arteagoitia Recalde y Laura Castresana Martínez).

**Edición:**

SETEM Hego Haizea – [www.setem.org/euskadi](http://www.setem.org/euskadi)

**Diseño y maquetación:**

Labox Marketing y Comunicación

Puede encontrar esta investigación en formato digital en [www.setem.org/euskadi](http://www.setem.org/euskadi)

Esta obra está sujeta a una licencia Reconocimiento-No Comercial-Compartir Igual 3.0 España de Creative Commons.



Esta publicación ha sido elaborada con el apoyo económico de la Agencia Vasca de Cooperación para el Desarrollo, Ayuntamiento de San Sebastián-Donostia, Diputación Foral de Bizkaia, Diputación Foral de Álava y Diputación Foral de Gipuzkoa. El contenido de este documento es responsabilidad exclusiva de SETEM.

Con apoyo de:



# AGRADECIMIENTOS

En este proceso de desenredar los consumos y las violencias machistas se ha trabajado desde distintas visiones, desde el reconocimiento mutuo y desde la generación de espacios colectivos de reflexión y aprendizaje. Se ha trabajado intentando escuchar y recoger distintas voces y sabiendo que no podemos llegar a todas, poniendo sobre la mesa los límites y abordando las dificultades. Pero sobre todo se ha trabajado con ilusión, con la ilusión de saber que con este proceso damos un pasito más hacia un modelo social más justo e igualitario, hacia un modelo que desde el compromiso de cada cual genera cambios en lo colectivo.

En este sentido no nos queda más que agradecer a quienes en esta ocasión nos han acompañado en el camino, sabiendo que no están todas las que son pero sí son todas las que están:

Laura Castresana Martínez, Iratxe Arteagoitia Recalde (ONGD SETEM Hego Haizea), Conchi Piñeiro (Empresa Social Altekio, Iniciativas hacia la Sostenibilidad), María Viadero Acha (ONGD Mugarik Gabe), Andrea Momoitio (Pikara Magazine), Vanessa Álvarez González, Laura Modonato (dinamizadora), ADIMEN-Investigación, Red ZarenSare-EnRedando, Lucía Mbomio, Aitzole Araneta, Ianire Estébanez, Paca Blanco e Irene González Pijuan.

# ÍNDICE

> AGRADECIMIENTOS	3
> ÍNDICE DE TABLAS	6
> ÍNDICE DE GRÁFICAS	8
> INTRODUCCIÓN	10
<b>1   SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA</b>	<b>12</b>
1. Los talleres de socialización y las acciones de calle	14
2. Documental <i>Fabricando mujeres</i>	15
3. Vinculación de la investigación con el Plan Pro Equidad 2013-2016 y el Plan Estratégico 2017-2022 de SETEM	16
4. Fases del proceso y metodología empleada	17
<b>2   MARCO TEÓRICO</b>	<b>22</b>
1. Introducción	23
2. Conceptos clave	24
3. Ámbitos del consumo objeto de estudio y criterios de selección	27
4. Desde dónde miramos la realidad	30
5. Las violencias machistas: fenómeno sistémico, complejo y con graves consecuencias	33
6. Alianza entre el sistema capitalista y el sistema heteropatriarcal: violentando la vida	36
7. La relación entre las violencias machistas y el consumo capitalista	40

> Ámbito de ocio audiovisual: series de ficción	42
> Ámbito tecnológico: telefonía móvil	49
> Ámbito doméstico: consumo energético en los hogares	55
<b>3   RESULTADOS TRABAJO DE CAMPO</b>	<b>60</b>
1. Objetivos y metodología	61
2. Limitaciones y factores que han influido en el estudio	64
3. Presentación de resultados	66
> Resultados del trabajo de campo sobre las violencias machistas en las series de ficción	67
> Resultados del trabajo de campo sobre las violencias machistas en los aparatos móviles	98
> Resultados del trabajo de campo sobre las violencias machistas en el consumo energético en los hogares	120
<b>4   CONCLUSIONES</b>	<b>138</b>
1. Violencias machistas en el consumo de series de ficción	139
2. Violencias machistas en el consumo de los aparatos móviles	143
3. Violencias machistas en el consumo energético en los hogares	146
<b>5   PROPUESTAS PARA UN CONSUMO LIBRE DE VIOLENCIAS MACHISTAS</b>	<b>149</b>
1. Series de ficción	151
2. Aparatos móviles	153
3. Consumo energético en los hogares	156
<b>&gt; BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>160</b>

# ÍNDICE DE TABLAS

<b>TABLA 1.</b> Ámbitos propuestos en los talleres de socialización y en las sesiones de trabajo realizados con SETEM Hego Haizea así como con algunas de las entidades de la Red ZarenSare-EnRedando	18
<b>TABLA 2.</b> Ámbitos del consumo capitalista objeto de estudio generadores de violencias machistas	27
<b>TABLA 3.</b> Diferencias entre la Economía Capitalista y la Economía Solidaria	37
<b>TABLA 4.</b> Potenciales violencias machistas en el consumo de series de ficción	44
<b>TABLA 5.</b> Potenciales violencias machistas en el consumo de móviles	51
<b>TABLA 6.</b> Potenciales violencias machistas en el consumo energético de los hogares	57
<b>TABLA 7.</b> Cuadro resumen de la violencia estructural en el ámbito de las series de ficción	68
<b>TABLA 8.</b> Cuadro resumen de la violencia simbólica en el ámbito de las series de ficción	72
<b>TABLA 9.</b> Cuadro resumen de la violencia directa en el ámbito de las series de ficción	79
<b>TABLA 10.</b> Cuadro resumen de la violencia estructural en el ámbito de las series de ficción	83
<b>TABLA 11.</b> Cuadro resumen de la violencia simbólica en el ámbito de las series de ficción	90

<b>TABLA 12.</b> Dime el nombre del personaje, la serie y la persona / ¿Qué tiene ese personaje que te gustaría tener a ti?	92
<b>TABLA 13.</b> Cuadro resumen de las violencias estructurales en el ámbito del consumo de los aparatos móviles	99
<b>TABLA 14.</b> Cuadro resumen de las violencias simbólicas en el ámbito del consumo de los aparatos móviles	102
<b>TABLA 15.</b> Cuadro resumen de las violencias directas en el ámbito del consumo de los aparatos móviles	105
<b>TABLA 16.</b> Cuadro resumen de las violencias estructurales en el ámbito del consumo de los aparatos móviles	108
<b>TABLA 17.</b> ¿Para qué utilizas el teléfono móvil?	109
<b>TABLA 18.</b> ¿Para qué utilizas el teléfono móvil? Opinión de las mujeres de diferentes grupos de edad y condición económica	112
<b>TABLA 19.</b> Cuadro resumen de las violencias directas en el ámbito del consumo de los aparatos móviles	114
<b>TABLA 20.</b> ¿En qué medida sientes que...?	116
<b>TABLA 21.</b> ¿En qué medida sientes que...? Opinión de las mujeres de diferentes grupos de edad y condición económica	118
<b>TABLA 22.</b> Cuadro resumen de las violencias estructurales en el ámbito del consumo energético de los hogares	122
<b>TABLA 23.</b> Cuadro resumen de la violencia simbólica en el ámbito del consumo energético de los hogares	126
<b>TABLA 24.</b> Cuadro resumen de las violencias directas en el ámbito del consumo energético de los hogares	128
<b>TABLA 25.</b> Cuadro resumen de las violencias estructurales en el ámbito del consumo energético de los hogares	129
<b>TABLA 26.</b> Cuadro resumen de la violencia simbólica en el ámbito del consumo energético de los hogares	133
<b>TABLA 27.</b> Cuadro resumen de las violencias directas en el ámbito del consumo energético de los hogares	135

## ÍNDICE DE GRÁFICAS

<b>GRÁFICA 1.</b> Triángulo vicioso de la violencia	25
<b>GRÁFICA 2.</b> ¿Con qué frecuencia ves series de ficción?	81
<b>GRÁFICA 3.</b> Las series de televisión las ves...	82
<b>GRÁFICA 4.</b> Cuando viven en familia, las mujeres de las series suelen ser las responsables de las tareas del hogar o el cuidado de la familia	84
<b>GRÁFICA 5.</b> En mi opinión, las series suelen mostrar una realidad igualitaria entre hombres y mujeres	85
<b>GRÁFICA 6.</b> En general, las series muestran una posición de superioridad o privilegio de los hombres frente a las mujeres	86
<b>GRÁFICA 7.</b> Cuando en las series se producen agresiones a mujeres, se realiza de forma crítica	87
<b>GRÁFICA 8.</b> ¿En alguna ocasión te has sentido ofendida/o con la forma en la que se tratan en alguna serie temas como la violencia de género, la desigualdad entre hombres y mujeres, o el tratamiento de la homosexualidad y la transexualidad?	89
<b>GRÁFICA 9.</b> ¿Existe algún personaje, de alguna serie, con el que te sientas especialmente identificada/o?	91
<b>GRÁFICA 10.</b> Para ti es una forma de violencia contra las mujeres... que las mujeres ocupen papeles secundarios frente a los hombres	94

**GRÁFICA 11.** Para ti es una forma de violencia contra las mujeres... que se use el cuerpo de la mujer como reclamo para captar audiencia 95

**GRÁFICA 12.** Para ti es una forma de violencia contra las mujeres... que se muestre como canon de belleza casi exclusivo el de mujer joven, delgada y de aspecto cuidado 96

**GRÁFICA 13.** En general, cuando aparecen personajes homosexuales o transexuales, suelen ser personajes más cómicos o graciosos que el resto 97

**GRÁFICA 14.** En tu hogar ¿sueles mantener una temperatura que te haga sentir confortable tanto en verano como en invierno? 130

**GRÁFICA 15.** ¿Cuáles son los motivos? 131

**GRÁFICA 16.** Personas que han señalado no poder pagar la factura como motivo principal del discomfort térmico por grupos de edades 132

**GRÁFICA 17.** De estas opciones que lees, dónde dirías que está el problema para que una persona no pueda mantener una temperatura confortable en su hogar. 134

**GRÁFICA 18.** No poder mantener una temperatura confortable en tu hogar, ¿te ha provocado en alguna ocasión...? 136

**GRÁFICA 19.** No poder mantener una temperatura confortable en tu hogar, ¿te ha provocado en alguna ocasión...? 137

# INTRODUCCIÓN

Este proceso colectivo de aprendizaje y conocimiento sobre las violencias machistas y los consumos se inicia en el año 2015, con el objetivo de visibilizar el nexo entre las violencias machistas y el consumo capitalista, y de proponer alternativas para transformar la realidad desde el consumo crítico, responsable y transformador (CCRT). Para ello, elaboramos un marco teórico que denuncia el capitalismo como uno de los sistemas de opresión que se sostiene en el heteropatriarcado ejerciendo y perpetuando las desigualdades de género en general y las violencias machistas en particular. También realizamos un trabajo de campo que nos permitió identificar cuatro ámbitos concretos del consumo capitalista generador de violencias machistas:



**ÁMBITO DOMÉSTICO (2)**  
ALIMENTACIÓN Y PRODUCTOS DEL HOGAR



**ÁMBITO PERSONAL**  
ESTÉTICA (COSMÉTICA, TEXTIL, TRATAMIENTOS...)



**ÁMBITO PÚBLICO**  
MOVILIDAD EN LOS MUNICIPIOS

El trabajo realizado se materializó en dos documentos:

- El informe de investigación: **SETEM Hego Haizea (2015): ¿Consumimos Violencia? Proceso colectivo de aprendizaje y creación de conocimiento sobre las violencias machistas y los consumos**<sup>1</sup>.
- La guía para la reflexión para un consumo libre de violencias machistas: **SETEM Hego Haizea (2015): ¿Consumimos Violencia?. Guía para la reflexión para un consumo libre de violencias machistas**<sup>2</sup>.

1. SETEM Hego Haizea (2015): ¿Consumimos Violencia? Proceso colectivo de aprendizaje y creación de conocimiento sobre las violencias machistas y los consumos. *Marco teórico: pág. 34-66. Disponible en: [http://www.setem.org/setem\\_ftp/euskadi/consumimosviolencia\\_estudio.pdf](http://www.setem.org/setem_ftp/euskadi/consumimosviolencia_estudio.pdf)*

2. SETEM Hego Haizea (2015): ¿Consumimos Violencia? Guía para la reflexión para un consumo libre de violencias machistas. *Disponible en: [http://www.setem.org/setem\\_ftp/euskadi/consumimosviolencia\\_guia.pdf](http://www.setem.org/setem_ftp/euskadi/consumimosviolencia_guia.pdf)*

Tras la publicación de estos dos documentos en 2016, SETEM Hego Haizea realizó un intenso trabajo de socialización de los resultados obtenidos, dirigido a entidades del tercer sector y a la ciudadanía en general. Fruto de ese trabajo y del feedback recibido, pudimos identificar la necesidad de seguir abordando nuevos ámbitos de estudio en los que profundizar en la relación entre las violencias machistas y los consumos.

Este documento es, por tanto, una continuación del proceso iniciado en 2016, e incorpora **nuevos ámbitos de estudio** a partir de los cuales hemos querido profundizar en la relación entre las violencias machistas y el consumo capitalista. Más concretamente, **en esta ocasión se ha profundizado en el consumo de series de ficción, de telefonía móvil y de energía en el hogar para averiguar de qué manera generan violencias machistas**, incorporando nuevas miradas, reflexiones y aprendizajes.

Para ello, en el primer capítulo de este documento exponemos de forma resumida la sistematización del proyecto, las fases que lo componen y la metodología empleada; en el segundo capítulo damos a conocer el marco teórico y conceptual de la investigación adaptado a los nuevos ámbitos de estudio; en el tercer capítulo detallamos la metodología así como los resultados del trabajo de campo realizado; en el cuarto capítulo se dan a conocer las conclusiones de las violencias machistas detectadas en los ámbitos del consumo capitalista estudiados; y por último, en el quinto capítulo, exponemos unas propuestas concretas para impulsar un consumo crítico, responsable y transformador (CCRT) libre de violencias machistas.

El contenido que exponemos a continuación es fruto de las aportaciones de los colectivos que forman parte del Grupo Asesor que hemos configurado para este proceso (Mugarik Gabe<sup>3</sup>, Altekio<sup>4</sup>, SETEM Hego Haizea, Vanessa Álvarez González, Pikara Magazine<sup>6</sup> y Laura Modonato) y de las reflexiones individuales del personal técnico y voluntario de las entidades de la red ZarenSare-En-Redando<sup>7</sup> y aliadas, que han sido consultadas durante los diversos estadios del proceso.

3. Mugarik Gabe, ONGD vasca que desde hace tiempo viene reflexionando y abordando el tema de las violencias machistas, siendo referente en el tema entre las ONGD de Euskadi.

4. Altekio, Iniciativas hacia la Sostenibilidad es una empresa social que ofrece actividades formativas, proyectos de investigación e intervención, diseño de proyectos, asesoramiento a entidades públicas y privadas, y facilitación de procesos a organizaciones con el horizonte de la sostenibilidad en todas sus vertientes: medio ambiente, desarrollo comunitario y economía social.

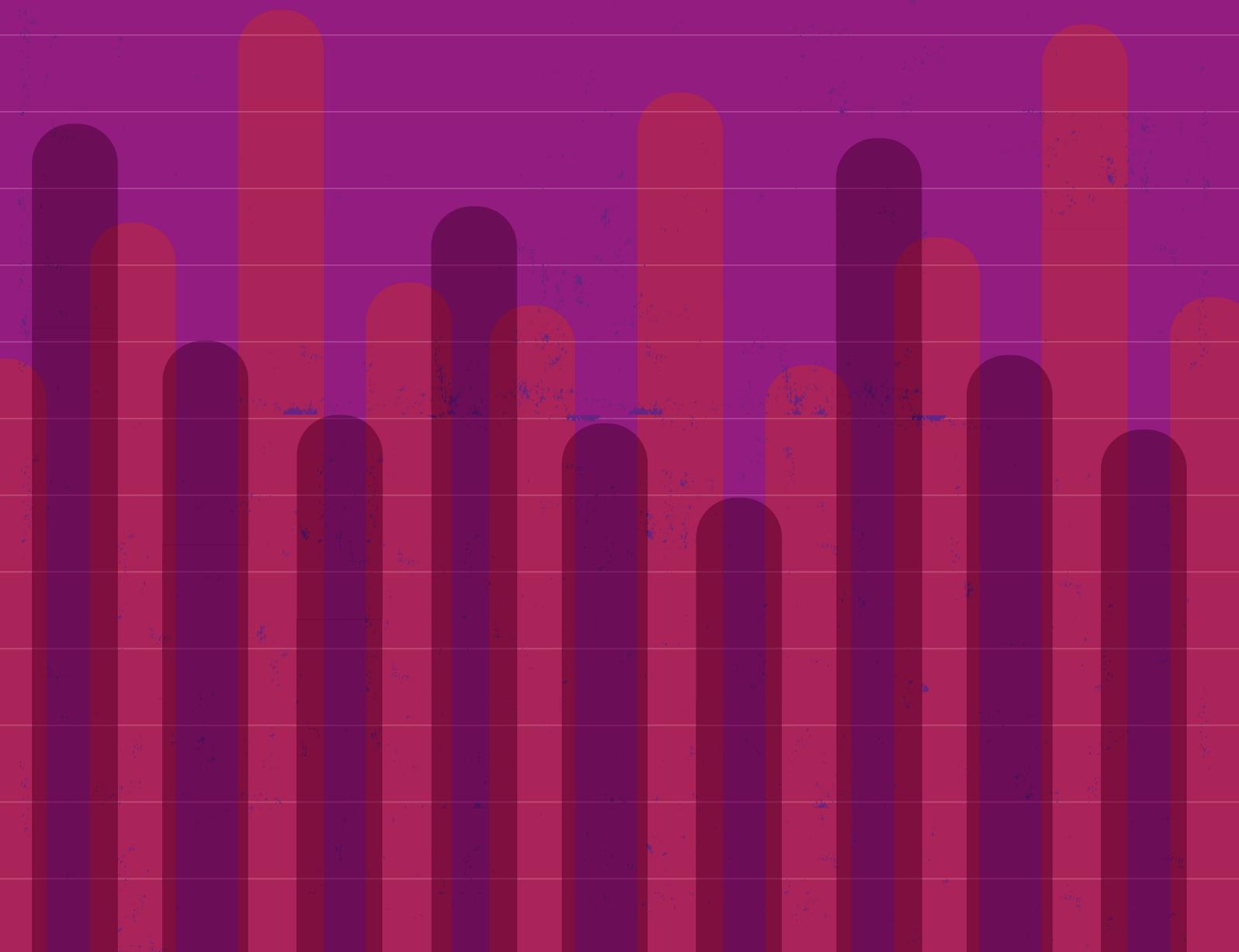
6. Pikara Magazine practica un periodismo de calidad, con perspectiva feminista, crítico, transgresor y disfrutón.

7. La que en su origen se conocía como Red de "municipios éticos" viene intercambiando experiencias y saberes desde el 2009. En enero de 2014 tuvo lugar el primer encuentro de la que hoy se conoce como red ZarenSare-EnRedando, al que le siguió un segundo encuentro en Medellín (agosto-septiembre, 2014) y el tercero en enero de 2015. En este último encuentro se vislumbraron los objetivos políticos, funcionamiento y acciones de la red. Está conformada por las organizaciones Corporación para la Vida Mujeres que Crean y Corporación Ecológica y Cultural Penca de Sábila de Colombia; la Fundación REDES y Mujeres Transformando de El Salvador; AFEDES de Guatemala "Maquita de Ecuador"; Kinal Antsetik de Chiapas; las Asociaciones Margotu, Mujeres de Aquí y Allí, Sagararak y la Casa de las Mujeres de Ermua de Bizkaia; la cooperativa Beizama de Gipuzkoa y la ONGD vasca SETEM Hego Haizea.



1

# Sistematización de la experiencia



## > | INTRODUCCIÓN

Como apuntábamos en la introducción, tras la publicación del informe de investigación *¿Consumimos Violencia?* en 2016, SETEM Hego Haizea realizó un intenso trabajo de socialización de los resultados obtenidos. En este apartado, explicamos de forma resumida en qué ha consistido concretamente el trabajo realizado, ya que fue el germen que permitió el desarrollo de la continuación de esta investigación, a través de la incorporación de los nuevos ámbitos de estudio.

La socialización de los resultados del trabajo se desarrolló a través de:

- Talleres de socialización dirigidos a entidades sociales y personas físicas con el apoyo de las entidades de la **Red ZarenSare-EnRedando**.
- Procesos de creación artística para realizar acciones de calle de carácter reivindicativo con el apoyo de entidades y colectivos sociales, como son **Plataforma Tirante**, **La Flamencura todo lo Cura**<sup>8</sup> y **Pikara Magazine**.
- Elaboración del documental *Fabricando mujeres* de la mano de **Al Borde films**<sup>9</sup>.

---

8. *Plataforma Tirante* es un colectivo multidisciplinar formado por personas profesionales de las Artes Escénicas y la Cooperación para el Desarrollo. *La Flamencura todo lo cura* es un colectivo que trabaja desde el flamenco y el humor como herramientas pedagógicas y terapéuticas.

9. *Al Borde films* es una cooperativa productora independiente que nace en Bilbao en el año 2015. Cuentan historias que contribuyen a construir identidades, llegando a diferentes realidades con las que compartir, aprender y transformar. Forma parte de REAS-Red de Economía Alternativa y Solidaria.

# 1 | LOS TALLERES DE SOCIALIZACIÓN Y LAS ACCIONES DE CALLE

Los talleres de socialización que se han realizado desde la presentación del informe de investigación en marzo de 2016 hasta la actualidad (2019) han tenido los siguientes **objetivos**:

- **Visibilizar la relación entre las violencias machistas y el consumo capitalista** en los ámbitos estudiados en 2016: hogar (productos del hogar y alimentación), estética y movilidad.
- **Llevar a la vida cotidiana los datos cuantitativos y cualitativos** que se han señalado en la investigación.
- **Realizar propuestas de cambio** hacia un CCRT libre de violencias machistas.

El formato de estos talleres, liderados por el equipo técnico de **SETEM Hego Haizea**, ha consistido, por un lado, en realizar una breve presentación de los resultados de la investigación; y por otro lado, a través de una metodología participativa, se ha buscado que los y las participantes se apropiasen de los resultados identificando nuevas violencias vinculadas al consumo de los ámbitos estudiados a partir de su experiencia concreta, y realizando propuestas de denuncia y reivindicación para un CCRT.

La metodología implementada ha contado con diferentes herramientas artísticas, lo cual ha permitido que las personas y entidades participantes pudiesen profundizar en la relación entre violencias machistas y consumo capitalista, mediante la creación de vídeos, cortometrajes y canciones entre otros. El uso de herramientas artísticas ha servido para profundizar en las reflexiones desde las vivencias personales, lo cual se ha considerado una estrategia imprescindible para que las personas y entidades participantes pudieran interiorizar las reflexiones y hacerlas suyas.

Los talleres de socialización se han llevado a cabo en Vitoria-Gasteiz, Bilbao, Donostia, Oñati, Ermua, Ondarroa, Basauri, entre otros lugares, y se ha contado con el apoyo de las entidades que conforman la Red ZarenSare-EnRedando y de otras entidades como la cooperativa Equipare.

El equipo de SETEM valora muy positivamente la acogida que han tenido estos talleres entre las personas y entidades participantes, en la medida en que la metodología implementada ha asegurado que se apropiaran de los resultados y, por tanto, los interiorizaran.

Paralelamente a los talleres de socialización se realizaron varias acciones de calle de carácter reivindicativo con el apoyo de entidades y colectivos sociales, como son Plataforma Tirante, La Flamencura todo lo Cura y Pikara Magazine.

## 2 | DOCUMENTAL *FABRICANDO MUJERES*

La idea de realizar el documental *Fabricando mujeres* sobre los resultados de la investigación surgió con el objetivo de dar a conocer los resultados entre un público más amplio, ya que los talleres de socialización y las acciones de calle habían sido dirigidas a grupos muy específicos.

Para la realización del documental se contactó con Al Borde films, una productora que ya conocía la investigación y que había trabajado previamente con SETEM Hego Haizea. Para el proceso de elaboración del documental se realizaron reuniones semanales, en las cuales se trabajaron los contenidos y el formato final. El documental se presentó en 2018 en varias ciudades y pueblos de Euskadi y también ha sido reclamado en otros territorios como Barcelona, Girona, Cuenca, Pamplona, Madrid y Valencia. Además, se ha presentado en festivales de cine de gran relevancia, como es el Festival Internacional de Cine Documental y Cortometraje de Bilbao, *Zinebi*, en 2019.

Desde el formato de documental tradicional, surge la idea de realizar una *docuweb*<sup>10</sup>, es decir, crear un espacio interactivo para que las personas interesadas pudiesen, por un lado, denunciar la violencias machistas en el consumo capitalista, publicando en la web anuncios o cualquier otra imagen, vídeo, etc., que se considera generadora de violencia machista; y por otro lado, proponer alternativas para un consumo libre de violencias machistas, también publicando información en diferentes tipos de formatos. La *docuweb* se ha convertido por tanto en una herramienta que ha permitido alimentar los resultados de la investigación. Esta herramienta interactiva se ha dado a conocer a la ciudadanía en marzo de 2019.

---

<sup>10</sup>. La *docu web Fabricando Mujeres* está disponible en la siguiente página web: <https://fabricandomujeres.org/es/>

### 3 | VINCULACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN con el Plan Pro Equidad 2013-2016 y el Plan Estratégico 2017-2022 de SETEM Hego Haizea

Tal y como ya señalamos en el primer informe de investigación, *¿Consumimos violencia?* surge del proceso de diagnóstico y elaboración del plan pro-equidad realizado por SETEM Hego Haizea en 2012. En concreto, el objetivo estratégico 4º del Plan Pro-Equidad 2013-2016 recogía lo siguiente: “Consolidar y ampliar la red de relaciones que permitan a SETEM Hego Haizea tejer las alianzas necesarias para alimentar la reflexión feminista y el quehacer organizacional en materia de género y lucha contra las desigualdades”. En este sentido, desde SETEM Hego Haizea se explicitó el compromiso para abordar cualquier acción y/o reflexión sobre el consumo desde una perspectiva que analice el impacto que esta cuestión tiene tanto en mujeres como en hombres. Con ese compromiso se desarrolló *¿Consumimos violencia?*, que conecta las violencias machistas con el consumo capitalista.

Tras la realización del estudio, SETEM Hego Haizea se sumergió en un proceso de elaboración del nuevo Plan Pro-Equidad 2017-2022, en el que la relación entre violencias machistas y consumo capitalista se ha convertido en una línea estratégica del trabajo de la entidad, al señalar que “a través de la investigación, la denuncia, la estructuración de alternativas, la formación, la movilización ciudadana y la cooperación internacional, incidimos social y políticamente para impulsar – entre otros ámbitos- la erradicación de las violencias machistas en el consumo”<sup>11</sup>.

En paralelo al proceso de elaboración del nuevo Plan Pro-Equidad de la entidad, durante finales 2016 y comienzos 2017, SETEM Hego Haizea se sumergió en un proceso de reflexión interna liderado por Fernando Altamira para incorporar la diversidad sexual y de género y la interseccionalidad tanto en su funcionamiento interno como en los proyectos y en las iniciativas que dirige a la ciudadanía, apuesta que ha quedado recogida en su nuevo Plan Pro-Equidad 2017-2022. Estas perspectivas, como veremos más adelante, se han incorporado en esta investigación en coherencia con el posicionamiento político de SETEM Hego Haizea.

---

11. Plan Estratégico 2017-2022 de SETEM Hego Haizea pág. 2. El documento está disponible en la siguiente página web: [http://www.setem.org/setem\\_ftp/euskadi/planestrategico2017-2022.pdf](http://www.setem.org/setem_ftp/euskadi/planestrategico2017-2022.pdf)

## 4 | FASES DEL PROCESO Y METODOLOGÍA EMPLEADA

Desde el posicionamiento político enmarcado en su **Plan Estratégico**, SETEM Hego Haizea inicia un proceso dirigido a valorar la pertinencia de realizar una ampliación de la investigación realizada en 2016, con el objetivo de seguir profundizando en la relación entre violencias machistas y consumo, incorporando las vivencias, opiniones y experiencias del personal técnico y voluntario de la organización así como de las entidades de la Red ZarenSare-EnRedando.

**Presentamos a continuación las fases del proyecto:**

- Definición de las estructuras del proceso: el primer paso del proyecto ha sido constituir las estructuras de trabajo de desarrollo y seguimiento del proceso. Para ello, se han vuelto a crear las estructuras constituidas en 2016:
  - ✓ **GRUPO MOTOR**, conformado por SETEM Hego Haizea y Laura Modonato y encargado de impulsar y facilitar el proceso.
  - ✓ **GRUPO ASESOR**, conformado por SETEM Hego Haizea, Altekio, Mugarik Gabe y Laura Modonato, a las cuales se añadieron Vanessa Álvarez González y Pikara Magazine en esta nueva fase, con el objetivo de incorporar nuevas miradas y de profundizar en el enfoque de Diversidad Sexual y de Género. El grupo Asesor se ha encargado de asesorar teórica y metodológicamente durante el proceso.
  - ✓ **COMISIÓN DE SEGUIMIENTO**, conformada por las entidades de la red ZarenSare-EnRedando y entidades aliadas. A lo largo del proceso, la Comisión de Seguimiento ha realizado aportes vinculados sobre todo a la definición de los ámbitos de estudio, y a la adaptación del marco teórico.

→ Preselección de ámbitos de estudio y metodología: conscientes de que la temática abordada es amplia tanto en cuanto a contenidos como a enfoques, la primera tarea fue la de identificar qué queríamos analizar, cómo lo íbamos a hacer y qué instrumentos íbamos a utilizar. Para ello, en un primer momento, se realizó una revisión de la información recabada en los talleres de socialización explicados en el apartado 1.1 de este documento, a través de los cuales las personas y entidades participantes propusieron otros ámbitos de estudio relevantes. Además, en 2018 se realizaron talleres específicos tanto con SETEM Hego Haizea así como algunas de las entidades de la Red ZarenSare-EnRedando, con el objetivo de identificar nuevos ámbitos de estudio. Los ámbitos que se propusieron en estas sesiones de trabajo fueron los siguientes:



### **TABLA 01** ÁMBITOS PROPUESTOS EN LOS TALLERES DE SOCIALIZACIÓN Y EN LAS SESIONES DE TRABAJO REALIZADOS CON SETEM HEGO HAIZEA ASÍ COMO CON ALGUNAS DE LAS ENTIDADES DE LA RED ZARENSARE-ENREDANDO

**CONSUMO ENERGÉTICO**



Efectos del modelo energético sobre las mujeres

**SALUD Y CONSUMO**



Consumo de medicamentos  
Violencia obstétrica  
El consumo de productos "contaminados" y su efecto en el cuerpo de mujeres y hombres

**CONSUMO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS**



Acceso y control de la información (por ejemplo, brecha digital)

**CONSUMO Y EDUCACIÓN**



Reproducción de modelos sexistas en la infancia

**VIOLENCIAS ECONÓMICAS**



Exclusión de las mujeres de la lógica capitalista (menor poder adquisitivo)

**CONSUMO DE OCIO Y CULTURA**



Análisis de la producción y consumo de revistas, deporte, literatura, prensa, pornografía, etc.

Estos temas se discutieron en la primera sesión de trabajo realizada con el grupo asesor, se definieron unos criterios de selección<sup>12</sup>, y en base a los mismos, se preseleccionaron tres grandes ámbitos de estudio: el consumo energético, el consumo tecnológico y el consumo audiovisual.

- a. **SELECCIÓN DEFINITIVA DE LOS ÁMBITOS DE ESTUDIO:** en base a esta primera preselección desde el Grupo Motor se llevó a cabo una revisión de la bibliografía más relevante que se compartió con las entidades del grupo asesor, las cuáles enriquecieron esta primera aproximación referenciando ulteriores contenidos y fuentes bibliográficas. A continuación, se estructuraron diversos espacios de trabajo encaminados a definir y delimitar el campo de estudio. Para ello, en primer lugar repasamos el marco teórico elaborado en 2016 para identificar de qué manera los nuevos ámbitos de estudio encajaban con el marco conceptual y el enfoque de la investigación. En segundo lugar, y en línea con el proceso de reflexión que había impulsado SETEM, se valoró de qué manera los ámbitos seleccionados podían incluir la perspectiva de diversidad sexual y de género y de interseccionalidad entendida como una apuesta política consensuada en los quehaceres de la entidad. Revisadas todas estas cuestiones y a través de varios debates impulsados en el grupo asesor, se consensuaron finalmente los nuevos ámbitos de estudio.
- b. **ADAPTACIÓN DEL MARCO TEÓRICO:** se llevó a cabo una tarea de revisión y adaptación del marco teórico en el que incorporamos nuevas miradas y enfoques de análisis y en el que incluimos un análisis conceptual de los nuevos ámbitos de estudio. También realizamos una aproximación teórica de la relación entre las violencias machistas y el consumo de los ámbitos seleccionados: consumo de series de ficción, de telefonía móvil y de energía en los hogares.
- c. **TALLERES DE SOCIALIZACIÓN DE LOS NUEVOS ÁMBITOS DE ESTUDIO CON LAS ENTIDADES DE LA RED ZARENSARE-ENREDANDO:** seguimos el proceso socializando, con algunas de las entidades que participan en la red, los ámbitos concretos que habíamos escogido, con el objetivo de recibir aportes sobre el enfoque de análisis y la metodología a emplear.
- d. **TRABAJO DE CAMPO:** al igual que la investigación realizada en 2016, también en este caso una pieza fundamental del proceso ha sido el estudio exploratorio sobre las violencias machistas y el consumo capitalista que se ha llevado a cabo en Euskadi con dos objetivos: (i) conocer la percepción de la ciudadanía vasca sobre la relación entre las violencias machistas y el consumo convencional capitalista y (ii) caracterizar el nexo/relación entre las violencias machistas y el consumo convencional capitalista. Para ello, se han contratado los servicios profesionales de la empresa experta en estudios de mercado ADIMEN, la cual se ha encargado de llevar a cabo el trabajo de campo y que ha consistido en:

---

*12. Los criterios de preselección de los nuevos ámbitos de estudio han sido los siguientes: i) la relación entre violencias machistas y el consumo capitalista; 2) la transversalización del enfoque Interseccional; 3) la transversalización del enfoque de Diversidad Sexual y de Género; y por último, 4) ausencia de duplicidad. Estos criterios se describen con más detalle en el Capítulo 2 (marco teórico) del presente documento.*

- ✓ **Entrevistas en profundidad a personas expertas:** es importante puntualizar que hemos entendido por experta a cualquier persona que, por su trayectoria o por su experiencia, pudiera aportarnos una visión más profunda de los ámbitos a estudiar, intentando que no fueran estrictamente del ámbito académico. Por tanto, los perfiles que hemos buscado han sido de personas que, bien por sus investigaciones aplicadas a la realidad social o bien por su activismo, pudieran darnos información relevante para alimentar el marco teórico elaborado y para ajustar las siguientes fases del trabajo de campo.
  - ✓ **Entrevista en profundidad a personas consumidoras:** a partir de las entrevistas realizadas a personas expertas y de la adaptación del marco teórico, se han realizado entrevistas a personas consumidoras con el objetivo de profundizar en sus opiniones y vivencias personales, e identificar el impacto de las violencias machistas en los ámbitos del consumo seleccionados. Además, con el objetivo de ahondar en la perspectiva de diversidad sexual y de género, se han seleccionado personas con un perfil muy concreto: mujeres cis y personas trans, con diversas orientaciones sexuales: lesbianas, heterosexuales y bisexuales. Además, para la selección de los perfiles se han incorporado otras variables como la edad, la procedencia geográfica, el nivel de concienciación con temáticas sociales y la condición económica.
  - ✓ **Encuesta telefónica tipo CATI (Computer Assisted Telephone Interview):** dirigida a la ciudadanía en general. Con la encuesta se ha buscado recabar datos cuantitativos acerca de la percepción de la ciudadanía vasca sobre la relación entre las violencias machistas y el consumo capitalista.
- e. **ELABORACIÓN DE PROPUESTAS:** una vez analizados los resultados del trabajo de campo y tras haberlos cruzado con el marco teórico elaborado, el grupo asesor trabajó en propuestas y recomendaciones para la construcción de un modelo de consumo que realmente haga frente a las violencias machistas con el objetivo de utilizarlo para reorientar el trabajo tanto de SETEM Hego Haizea, como de las entidades de la red ZarenSare-EnRedando y otras entidades aliadas. Este proceso ha servido para contar con aprendizajes muy concretos de aplicabilidad práctica en el trabajo que se viene realizando en relación a las violencias machistas y consumos.
- f. **SISTEMATIZACIÓN Y PRESENTACIÓN PÚBLICA DEL PROCESO:** la última fase del proceso ha previsto la elaboración de un documento final que recoge el marco teórico, los resultados del trabajo de campo y propuestas de cara al cambio, a la vez que sistematiza los momentos

que han tenido lugar a lo largo del proceso. Por último, se tiene previsto realizar presentaciones públicas del proceso para difundir los resultados alcanzados entre aquellos sectores de la población más afines a estas temáticas y, más concretamente, entre aquellas entidades que intervienen en el ámbito de las violencias machistas y los consumos.

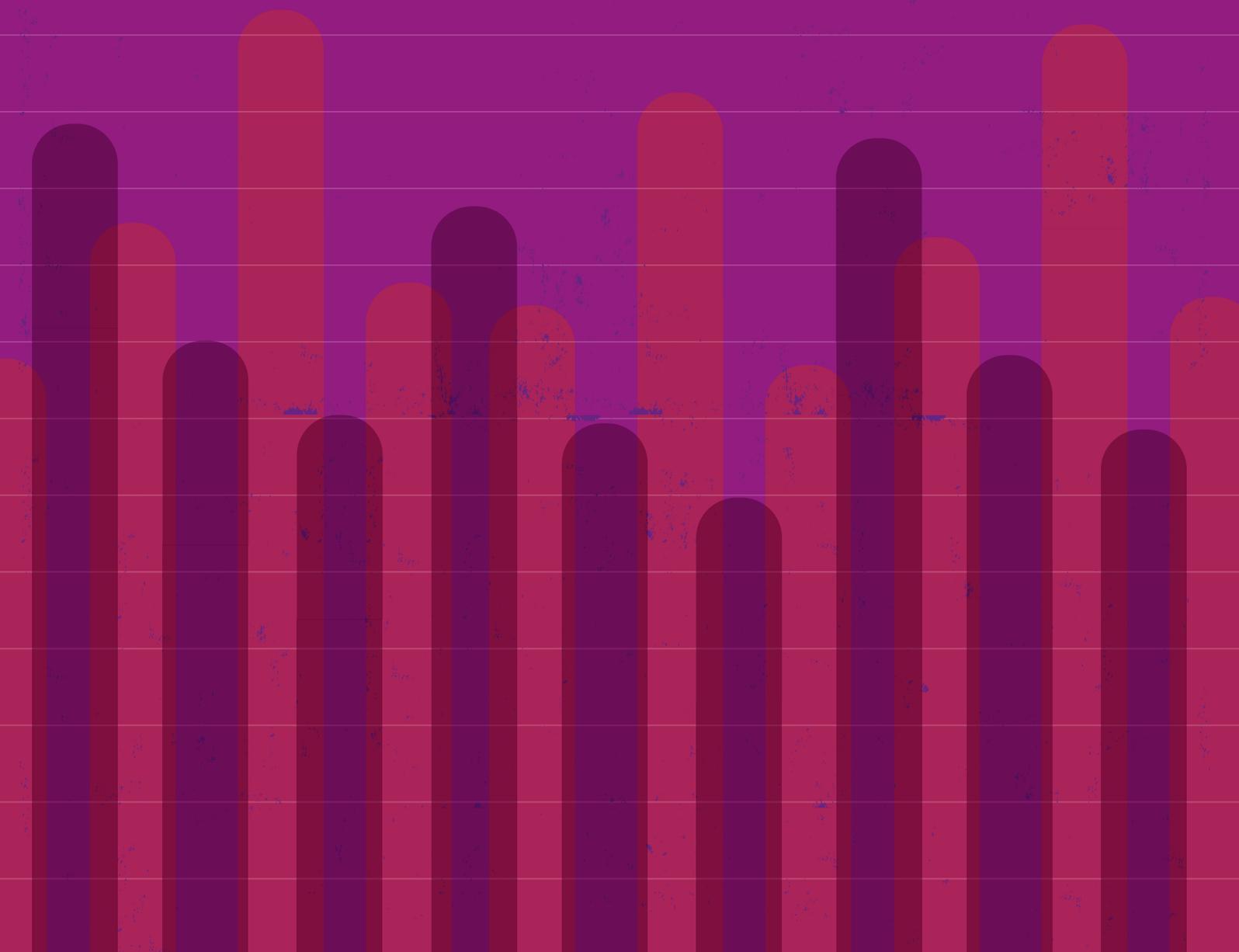
En cuanto a la metodología empleada, es destacable que también en esta ocasión hemos buscado favorecer el trabajo colectivo y la participación de distintas entidades y que, a su vez, teníamos como objetivo tomar medidas y actuar sobre el fenómeno que se analizaba.

En este sentido, volvemos a puntualizar que este proceso está íntimamente ligado a la acción, es decir, los resultados del mismo deben servir para **elaborar propuestas y recomendaciones concretas para la construcción de un modelo de consumo que realmente haga frente a las violencias machistas** con el objetivo de reorientar el trabajo tanto de SETEM como de las entidades de la red ZarenSare-EnRedando y aliadas.



2

# Marco teórico



# 1 | INTRODUCCIÓN

Tal y como ya hemos mencionado, **el objetivo de este proceso colectivo de aprendizaje y creación de conocimiento sobre las violencias machistas y los consumos es de visibilizar el nexo entre las violencias machistas y el consumo capitalista, y de proponer alternativas para transformar la realidad desde el consumo crítico, responsable y transformador (CCRT)**. Para ello, elaboramos un marco teórico<sup>13</sup> que denunciaba el capitalismo como uno de los sistemas de opresión que se sostiene en el heteropatriarcado ejerciendo y perpetuando las desigualdades de género en general y las violencias machistas en particular.

En este sentido, este marco teórico es una ampliación del que ya se elaboró en 2015, ya que en esta ocasión hemos querido analizar cómo el consumo de series de ficción, de telefonía móvil, y de energía en el hogar pueden generar violencias machistas, incorporando nuevas miradas, reflexiones y aprendizajes.

Para su elaboración se ha contado con las integrantes de los colectivos que forman parte del Grupo Asesor que hemos configurado para este proceso (Altekieo Iniciativas hacia la Sostenibilidad, Vanessa Álvarez González, Mugarik Gabe, Pikara Magazine, SETEM Hego Haizea, y Laura Modonato, en calidad de dinamizadora del proceso) y con las reflexiones individuales del personal técnico y voluntario de las entidades de la red ZarenSare-EnRedando y aliadas, que han sido consultadas durante los diversos estadios del proceso.

Antes de explicar los conceptos clave en los que se fundamenta este estudio, queremos recordar varias cuestiones que ya explicitamos en la primera parte de la investigación:

- El marco teórico se centra en el análisis de las violencias machistas en el consumo capitalista. Dado el contexto de desigualdad actual deberemos mantener esta mirada crítica en todos los ámbitos u organizaciones, incluso en aquellos que se definen como transformadores.
- El marco teórico se centra en la realidad de Euskadi, ya que, por un lado, se ha elaborado a partir de un proceso de reflexión colectiva integrado por diversas entidades ubicadas en este territorio, algunas de ellas participantes en la red ZarenSare-EnRedando. Por otro lado, este marco teórico se nutre de un trabajo de campo cuantitativo y cualitativo realizado en Euskadi y centrado en la relación de las violencias machistas y el consumo capitalista, el cual se ha elaborado, entre otros motivos, con el fin de validar este documento.

---

13. SETEM Hego Haizea (2015): ¿Consumimos Violencia? Proceso colectivo de aprendizaje y creación de conocimiento sobre las violencias machistas y los consumos. Marco teórico: pág. 34-66. Disponible en: [http://www.setem.org/setem\\_ftp/euskadi/consumimosviolencia\\_estudio.pdf](http://www.setem.org/setem_ftp/euskadi/consumimosviolencia_estudio.pdf)

## 2 | CONCEPTOS CLAVE

### ¿QUÉ ENTENDEMOS POR VIOLENCIAS MACHISTAS?

Entendemos las violencias machistas como todos los actos que discriminan y someten a las mujeres y a toda persona o relación que no responde a los modelos heteronormativos, y que en último término afectan a su libertad, dignidad, seguridad e integridad moral y/o física (Almirón Prujel, 2009).

En nuestro proceso de reflexión colectiva, y en este marco teórico en concreto, adoptamos el término de “violencias machistas” porque: (i) es un concepto arraigado en Euskadi; (ii) engloba la violencia patriarcal, la violencia de género, la violencia contra las mujeres y la violencia sexista; (iii) permite analizar la violencia machista dirigida a todas las personas que desafían el esquema sexo-género-sexualidad<sup>14</sup>; (iv) plantea una mirada amplia de las violencias focalizadas en sus causas más estructurales. Por tanto, hablamos de violencias machistas en plural para visibilizar las diversas formas que adopta, más allá de la violencia física o aquella que se produce en el ámbito de la pareja o expareja.

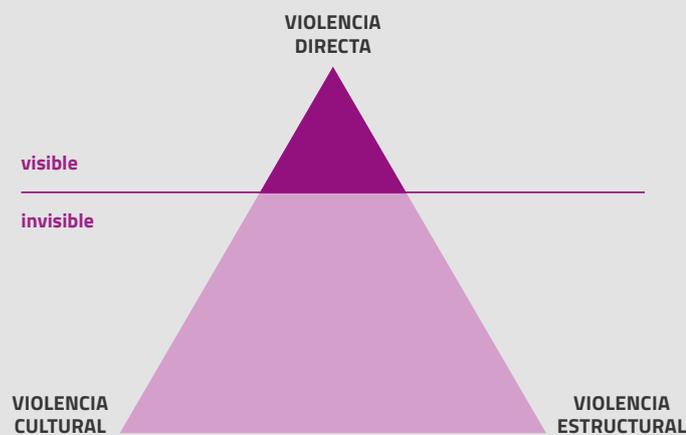
En este sentido, la teoría del triángulo vicioso de la violencia de Johan Galtung nos ha permitido visibilizar y analizar los distintos niveles/dimensiones en los que operan las violencias machistas. Desde este enfoque se entiende que el heteropatriarcado combina violencia directa, estructural y cultural o simbólica en un triángulo vicioso, reforzándose y “haciendo que la estructura sea muy duradera” (Diputación Foral de Gipuzkoa, 2012).

En la punta del triángulo se encuentra la violencia directa o visible, entendida como todo acto intencionado y visible, realizado por una persona sobre otra y que causa daños físicos y psicológicos (violencia física, sexual, psicológica y económica).

---

<sup>14</sup>. Estos serían “los cuerpos intersex, transgénero, homosexuales, lésbicos, las mujeres y hombres que rompen los esquemas de género tradicionalmente asignados”, desafiando “la relación unilateral e inmutable del esquema patriarcal sexo/género/sexualidad convertido en parámetro de normalidad” (Diputación de Gipuzkoa, 2014).

## GRÁFICA 01 TRIÁNGULO VICIOSO DE LA VIOLENCIA



En la base del triángulo, se encuentran dos tipos de violencia indirecta o invisible. Por un lado, la violencia estructural, que se refiere al conjunto de estructuras políticas, sociales, económicas y políticas que mantienen la subordinación de las mujeres<sup>15</sup>. Este es el caso de la feminización de la pobreza, por ejemplo. Por otro lado, la violencia cultural o violencia simbólica es la que legitima y naturaliza la violencia directa y la estructural al hacer que estas se interpreten como justas, necesarias o inevitables. Se refiere, por tanto, al conjunto de símbolos que mantienen la subordinación de las mujeres y de cualquier otro sujeto no heteronormativo a través de las representaciones culturales y el lenguaje.

Cada dimensión de las violencias machistas refuerza a las demás. La violencia directa daña, intimida y reprime; la violencia estructural institucionaliza; y la violencia cultural o simbólica interioriza esa relación, haciendo que la estructura sea muy duradera. Es, por tanto, necesario abordar las violencias machistas en sus distintas dimensiones, para así poder romper el círculo vicioso que se genera entre ellas.

<sup>15</sup>. Nos referimos a todas las mujeres, incluyendo a las trans y a otros cuerpos no normativos, desde un análisis político más amplio, pero que también apuesta por visibilizar específicamente a las mujeres.

## ¿QUÉ ENTENDEMOS POR CONSUMO?

Durante nuestro proceso de reflexión colectiva hemos hablado de consumoS (en plural) para referirnos a (1) el consumo capitalista y (2) el consumo crítico, responsable y transformador (CCRT). Cuando hablamos de consumo capitalista aludimos al consumo a ultranza, depredador, ecocida y generador de desigualdades. Un consumo acrítico presente en nuestra cotidianidad, que responde a la lógica de acumulación y maximización del beneficio del capitalismo y que planteamos reconocer y sustituir por un CCRT. Cuando hablamos de un consumo crítico, responsable y transformador (CCRT) en SETEM, entendemos que es cuando la acción de compra o no compra promueve una transformación social y escoge los productos o servicios no sólo en base a su calidad y precio, sino también según criterios éticos, culturales, sociales y medioambientales, potenciando la adquisición de aquellos más justos y sostenibles. El proceso colectivo ha mirado a ambos tipos de consumo, para desde ese análisis orientar la reflexión y acción de las entidades que trabajan desde el CCRT.

Así, tanto el marco teórico como el diagnóstico realizados en Euskadi se han centrado en la relación de las violencias machistas y el consumo capitalista, sin poder explorar en profundidad su relación con el CCRT, que apuesta por otro modelo socioeconómico para cubrir las necesidades humanas.

### 3 | **ÁMBITOS DEL CONSUMO OBJETO DE ESTUDIO Y CRITERIOS DE SELECCIÓN**

Desde esta crítica central al sistema capitalista y desde el enfoque feminista de sostenibilidad de la vida como alternativa para el desarrollo de un modelo socioeconómico democrático y equitativo, hemos analizado 7 ámbitos (cuatro en 2015 y tres en la actualidad) del consumo capitalista generadores de violencias machistas:



**TABLA 02** ÁMBITOS DEL CONSUMO CAPITALISTA OBJETO DE ESTUDIO GENERADORES DE VIOLENCIAS MACHISTAS

CUÁNDO	ÁMBITOS DE ESTUDIO
2015	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Ámbito doméstico (2): alimentación y productos del hogar</li><li>✓ Ámbito personal: estética</li><li>✓ Ámbito público: movilidad</li></ul>
2018	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Ámbito de ocio audiovisual: series de ficción</li><li>✓ Ámbito de tecnología: telefonía móvil</li><li>✓ Ámbito doméstico: consumo energético en los hogares</li></ul>

Estos ámbitos del consumo capitalista tienen varios aspectos en común que queremos visibilizar para dotar de coherencia a todo el proceso:

- a. Desde los inicios del proceso hemos incidido en qué entendemos por consumo en la medida en que las decisiones de compra no dependen únicamente de las decisiones individuales, sino que responden a cuestiones de carácter estructural que influyen en las capacidades y posibilidades que las personas tenemos a la hora de consumir. En este sentido, nos hemos centrado en reflexionar no sólo en qué consumimos, sino en cómo consumimos, en cuáles son los factores y mecanismos que influyen en las decisiones de compra, de dónde vienen, cómo se producen y se distribuyen los productos que consumimos y en cuáles son los beneficios que el sistema capitalista obtiene a través del consumo.

Fruto de estos análisis previos, hemos podido constatar que en el consumo existen cuestiones estructurales que es necesario analizar y poner sobre la mesa para entender el entramado de intereses y beneficios que obtiene el sistema capitalista a través del consumo y que genera, como señalamos en este documento, múltiples violencias machistas.

Desde esta perspectiva, entendemos que, para avanzar hacia un modelo de CCRT, **es importante actuar desde el poder a tres niveles**<sup>16</sup>:

- ✓ **El poder del cambio personal:** qué decisiones y actuaciones podemos llevar a cabo desde lo personal para consumir de forma más crítica, responsable, sostenible y que sirva como herramienta de transformación.
- ✓ **El poder de la fuerza colectiva:** cómo nos articulamos colectivamente para generar otro modelo de consumo respetuoso con la vida humana y el planeta.
- ✓ **El poder de cambiar las reglas del juego:** cuáles son las responsabilidades políticas y económicas a la hora de modificar las estructuras sobre las cuales se asienta y descansa el consumo capitalista.

Aunque los ámbitos de estudio escogidos en este proceso se sitúan en diferentes niveles de concreción, todos ellos tienen un impacto claro en la vida de las personas y refuerzan la lógica capitalista de acumulación de bienes.

---

<sup>16</sup>. Esta forma de enmarcar los tres poderes en el consumo procede de la revista *Opciones*, especializada en consumo consciente y transformador.

b. Por otro lado, la elección de los ámbitos de estudio de esta nueva fase del proceso se ha realizado a partir de **cuatro criterios bien definidos**:

- ✓ **Relación entre violencias machistas y consumo capitalista:** hemos seleccionado ámbitos de estudio que nos permitieran avanzar hipótesis sobre cuáles son las violencias machistas que el modelo capitalista perpetúa a través del consumo en estos ámbitos. Son hipótesis que hemos querido validar en el trabajo de campo realizado posteriormente.
- ✓ **Transversalización del enfoque interseccional:** hemos escogido ámbitos de estudio que nos permitieran identificar pautas de consumo diferenciadas según sexo, edad, procedencia y condición económica, con el fin de detectar mecanismos de opresión y violencias machistas concretas.
- ✓ **Transversalización del enfoque de diversidad sexual y de género:** hemos analizado ámbitos de estudio que nos permitieran profundizar en la situación particular de opresión y violencia de los colectivos LGTBI+ vinculada al consumo en estos ámbitos concretos.
- ✓ **Evitar duplicidad:** hemos escogido ámbitos de estudio que, si bien han sido analizados desde la perspectiva de género, carecen de un análisis vinculado a las violencias machistas desde la mirada al consumo capitalista, tal y como las entendemos en el marco de este proceso.

## 4 | DESDE DÓNDE MIRAMOS LA REALIDAD

- Desde el feminismo, sí, pero adoptando enfoques y conceptos que pertenecen a diferentes corrientes dentro del feminismo (o los feminismos, en plural). Aunque algunos de ellos pudieran entrar incluso en contradicción hemos preferido evidenciar la diversidad de enfoques y conceptos que manejamos entre las entidades que hemos participado en este proceso, apostando por los matices que nos aportan unas y otras corrientes y siendo flexibles; saltándonos, en muchos casos, las fronteras entre una corriente u otra. Desde esta perspectiva, queremos rescatar las aportaciones dadas desde los feminismos decoloniales que, a través de corrientes de pensamiento y movimientos diversos y múltiples, recuperan el legado de voces feministas silenciadas y abordan su invisibilidad dentro del feminismo hegemónico. En este sentido, este proceso conecta con los feminismos decoloniales desde una doble vertiente: por un lado, porque planteamos un proceso de construcción colectiva de conocimientos desde otros saberes que no sean el académico, intentando recoger miradas diversas desde su planteamiento y marco teórico, pasando por la definición de un proceso participativo y un análisis que está aprendiendo a incorporar diversidad de enfoques; por otro lado, porque es un proceso que quiere aplicar una mirada interseccional al análisis feminista.
- Desde el enfoque de diversidad sexual y de género que constituye una valiosa herramienta para superar el binarismo sexo-género, que limita el género a dos categorías únicas y contrapuestas: mujeres y hombres. En concordancia con lo expuesto por el Grupo Nahia<sup>17</sup>, entendemos este enfoque como una alternativa al modelo dominante que denuncia la heteronormatividad como única forma de vivir la sexualidad y la identidad y la sitúa en el plano de la elección. Este enfoque, por tanto, no sólo reivindica los derechos de las personas y los colectivos LGTBI+ sino que plantea la necesidad de avanzar hacia un concepto de ciudadanía que explicita derechos y deberes también en lo relativo al sexo, al género, a la identidad de género y la orientación sexual. Por otra parte,

---

17. Nahia (2013): Los deseos olvidados. La perspectiva de género y de diversidad sexual en la Cooperación al Desarrollo, en la Educación para la Ciudadanía Global y en la promoción y defensa de los DDHH de las personas inmigrantes y refugiadas. Diputación Foral de Bizkaia.

nos ha resultado de interés incorporar en este marco teórico, el concepto de “tríada de la exclusión”, acuñado por Fernando Altamira<sup>18</sup>, en un proceso de investigación realizado con dos entidades involucradas en este proceso: SETEM Hego Haizea y Mugarik Gabe<sup>19</sup>. Para este autor, el modelo dominante es neoliberal, heteronormativo y etnocéntrico. Estas tres características del modelo dominante confluyen entre sí y dan lugar a la “tríada de la exclusión”, concepto que hace referencia a cómo cualquier sujeto, práctica, modelo, pensamiento o alternativa a “lo dominante” queda excluido de lo “hegemónico” y sujeto a múltiples formas de opresión y violencia. En nuestro proceso queremos visibilizar cómo estas tres características se encuentran ancladas al modelo de consumo capitalista y cómo todo ello produce múltiples opresiones que tienen consecuencia no sólo en las mujeres sino en todas las personas que no encajan en la norma como por ejemplo, las personas transexuales o lesbianas.

- Desde la interseccionalidad, definida como “un sistema complejo de múltiples y simultáneas estructuras de opresión”, en el cual la discriminación por razones de sexo, raza/etnicidad, edad, orientación sexual y otros factores, entre los que se incluye la pobreza, interactúan generando un contínuum que comprende diversas manifestaciones de violencia (Muñoz, 2011). La interseccionalidad parte de la constatación y certeza de que los fenómenos sociales son construidos colectivamente y están interconectados, generando una realidad compleja que necesita de una mirada igualmente compleja para ser analizada (Mugarik Gabe, 2017). En este sentido, este enfoque no suma discriminaciones, sino que permite “identificar los lugares en los que se cruzan las exclusiones y cómo afecta a sujetos concretos” (Platero, 2015), a la vez que ofrece la oportunidad “de estudiar cómo los grupos dominantes organizan el poder” (Foucault, 1998).
- Desde la sostenibilidad de la vida, que es una perspectiva que permite vislumbrar un nuevo modelo de sociedad centrado en la satisfacción de las necesidades humanas y de otros seres vivos dentro de los límites biofísicos del planeta. Dentro de los diferentes enfoques que integran esta corriente de pensamiento, y como novedad con respecto a la primera fase del estudio (2015), queremos visibilizar los aportes de la Economía Política Feminista<sup>20</sup>, cuyo objetivo principal es identificar cómo la lógica mercantil/productiva se sostiene sobre procesos desligados de lo que se considera “económico”. Para ello, esta disciplina apuesta por: i) la inclusión de la perspectiva ética<sup>21</sup> en el análisis económico y centrada en el cuidado de la vida; y ii) la interdisciplinaridad con otros saberes/ramas de pensamiento. En este sentido la Economía Política Feminista se conecta con este proceso porque analizamos el consumo capitalista desde la sostenibilidad de la vida humana y del planeta, y lo hacemos

---

18. Fuente: Altamira Basterretxea F. (2017): *Bailando con el deseo. Algunas claves para incorporar la diversidad sexual y de género en las ONGD. Cuadernos de investigación en procesos de desarrollo*. Nº 19.

19. Los objetivos de la investigación fueron: i) identificar la realidad de la Diversidad Sexual y de Género en SETEM Hego Haizea y en Mugarik Gabe; ii) descubrir posibles vínculos entre la Diversidad Sexual y de Género con las propuestas de cooperación crítica; iii) y proponer líneas de abordaje de la Diversidad Sexual y de Género en el ámbito de las ONGD. Los resultados obtenidos se han plasmado en la publicación: Altamira Basterretxea F. (2017): *Bailando con el deseo. Algunas claves para incorporar la diversidad sexual y de género en las ONGD. Cuadernos de investigación en procesos de desarrollo*. Nº 19.

20. Agenjo Calderón A. (2016): *Repensando la economía feminista desde las propuestas de(s) coloniales. Revista de economía crítica*, nº 22.

21. La aplicación de la dimensión ética en el análisis socioeconómico se basa (entre otros) en los siguientes principios: el desuniversalismo, la heterogeneidad de las sociedades, la diversidad humana, las diferencias entre género, clase, raza, etnia, etc. (Agenjo, 2016).

vinculando ámbitos/disciplinas como la económica social y solidaria y el análisis feminista para no reproducir violencias machistas en los consumos.

- Desde los Derechos Humanos, ya que las violencias machistas en todas sus manifestaciones constituyen una violación de los mismos. La progresiva incorporación de los derechos de las mujeres y de los colectivos LGTBI+ en el marco internacional ha sido posible gracias a las reivindicaciones de colectivos feministas de todo el mundo y ha sido clave para visibilizar la naturaleza colectiva y política de las violencias y para reclamar la responsabilidad del Estado en la erradicación de este fenómeno (Mugarik Gabe, 2017). En este sentido, el enfoque de Derechos Humanos dentro de este proceso nos ofrece un marco internacional que permite dotar de legitimidad tanto a los ámbitos de estudio como a los enfoques escogidos: los Derechos Sexuales y Reproductivos vinculados a la Diversidad Sexual y de Género, los Derechos de Segunda Generación vinculados al consumo energético de los hogares, etc.

## 5 | LAS VIOLENCIAS MACHISTAS:

### Fenómeno sistémico, complejo y con graves consecuencias

En este apartado ya explicamos en 2015<sup>22</sup> la historia y complejidad del fenómeno de las violencias machistas, aportando datos al respecto. En esta ocasión, y dada la ampliación de enfoques citados anteriormente, queremos aportar una reflexión y nuevos datos sobre la realidad de las manifestaciones de las violencias machistas en relación a la diversidad sexual y de género.

## DIVERSIDAD SEXUAL Y DE GÉNERO Y VIOLENCIAS MACHISTAS

El concepto de violencias machistas que utilizamos en este proceso nos obliga a poner sobre la mesa también aquellas violencias ejercidas sobre aquellos cuerpos e identidades que no encajan en el binomio hombre-mujer y en la heterosexualidad normativa. En este sentido, entendemos la lesbofobia y la transfobia como una manifestación más de las violencias machistas.

Según el Informe 2017/18 de Amnistía Internacional sobre la situación de los Derechos Humanos en el mundo<sup>23</sup>, todos los gobiernos de Europa del Este y de Asia Central utilizaron el discurso de los “valores tradicionales”, para promulgar actitudes xenófobas, homófobas y misóginas entre la población. En Tayikistán, el mismo discurso sirvió para tachar de amorales las conductas de los colectivos LGTBI+.

En el territorio español, según el Informe sobre la Evolución de los Incidentes relacionados con los delitos de odio en España, del Ministerio de Interior, en 2016 descendieron todos los tipos de delitos de odio a excepción de aquellos relacionados con la diversidad funcional, la orientación o identidad sexual y la discriminación por razón de sexo/género, que aumentaron en un 15,9%, 36,1%

22. SETEM Hego Haizea (2015): *¿Consumimos Violencia? Proceso colectivo de aprendizaje y creación de conocimiento sobre las violencias machistas y los consumos. Apartado del marco teórico*: Disponible en: [http://www.setem.org/setem\\_ftp/euskadi/consumimosviolencia\\_estudio.pdf](http://www.setem.org/setem_ftp/euskadi/consumimosviolencia_estudio.pdf)

23. Amnistía Internacional (2018): Informe sobre la situación de los Derechos Humanos en el mundo. Disponible en: <https://www.ehu.es/documents/1734204/9225412/Informe-2017-2018-Amnistia-Internacional.pdf/9f408650-4141-1cfc-f218-b1818d0a040b>

y 70,8%, respectivamente. De hecho, en 2016 se contabilizaron 260 delitos de odio<sup>24</sup> vinculados a la orientación o identidad sexual frente a los 169 de 2015. Las Comunidades Autónomas con el mayor número de delitos de odio fueron Cataluña, la Comunidad de Madrid y el País Vasco.

Por otra parte, según el Informe de Incidentes de Odio en la Cobertura Mediática en España en 2017<sup>25</sup>, del Observatorio Español contra la LGTBfobia, se registraron en el territorio español 54 incidentes de odio, de los cuales la gran mayoría (46%) fueron agresión física y el 25% agresión verbal. El 57% de estos incidentes fueron motivados por homofobia, el 20% por transfobia y el 19% por discriminación múltiple.

Además, los resultados de la investigación *Lesbofobia, homofobia y transfobia en el sistema educativo*<sup>26</sup>, realizada en 2016 por el Gobierno Vasco y que tenía como objetivo conocer el grado de sensibilización de la población vasca adolescente con respecto a la diversidad afectivo sexual, indican que, aunque los y las adolescentes no muestran conductas fóbicas visibles, persisten en este colectivo fobias más sutiles, como el sentir una cierta incomodidad ante manifestaciones de afectos entre personas del mismo sexo. **Estas fobias han sido clasificadas de la siguiente manera:**

- **FOBIAS COGNITIVAS**, relacionadas con prejuicios sobre los colectivos LGTBI+, como la idea de que la homosexualidad y el lesbianismo son una moda. En el caso de las lesbianas además, se les asocia a su falta de feminidad. La bisexualidad suele asociarse a promiscuidad o vicio. La transexualidad genera confusión y la intersexualidad apenas se conoce.
- **FOBIAS AFECTIVAS**, relacionadas con sentimientos negativos hacia estos colectivos, aunque las chicas muestran una mayor aceptación vinculada a la diversidad sexual y de género en contraposición con los chicos que se muestran más reticentes.
- **FOBIAS CONDUCTUALES**, si bien la población adolescente encuestada manifiesta no tener actitud de rechazo hacia estos colectivos, los y las pocas adolescentes LGTBI+ que han participado en el estudio han asegurado haber sido ofendidas y amenazadas por sus coetáneos en varias ocasiones.

24. Ministerio de Interior (2016): Evolución de los Incidentes relacionados con los delitos de odio. Disponible en: <http://www.interior.gob.es/documents/10180/5791067/ESTUDIO+INCIDENTES+DELITOS+DE+ODIO+2016.pdf/c5ef4121-ae02-4368-ac1b-ce5cc7e731c2>

25. Observatorio Español contra la LGTBfobia (2017): Informe de Incidentes de Odio en la Cobertura Mediática en España en 2017. Disponible en: <http://www.stoplgbtfobia.org/wp-content/uploads/2018/05/INFORME-INCIDENTES-DE-ODIO-ESPA%C3%91A-2017.pdf>

26. Gobierno Vasco (2016): Lesbofobia, homofobia y transfobia en el sistema educativo. Un acercamiento cualitativo. Disponible en: [http://www.gizartelan.ejgv.euskadi.eus/contenidos/informacion/28junio\\_diainternacional/es\\_documento/adjuntos/InformeLGTBfobia.pdf](http://www.gizartelan.ejgv.euskadi.eus/contenidos/informacion/28junio_diainternacional/es_documento/adjuntos/InformeLGTBfobia.pdf)

## NOMBRANDO EL PROBLEMA

A lo largo de los años distintos términos y definiciones referidos a las violencias machistas han convivido y conviven. Es importante tener claro que **cada término y definición responde a marcos explicativos distintos y por lo tanto propone estrategias de prevención, erradicación y atención también distintas.**

Como señalábamos anteriormente, compartimos el enfoque sobre las violencias machistas, que trabaja desde una mirada amplia entendiendo la desigualdad como forma de violencia y discriminación, y que reconoce la violencia como una herramienta del sistema heteropatriarcal para establecer, reforzar o perpetuar las desigualdades de género y la opresión de las mujeres y cualquier sujeto que escape a la norma y lo establecido.

Entendemos, además, que las violencias machistas son un fenómeno sistémico y complejo que requiere un abordaje multicausal. El triángulo vicioso de la violencia introducido por Johan Galtung<sup>27</sup>, y que algunas feministas ya han explorado y utilizado, nos va a permitir visibilizar y analizar los distintos niveles/dimensiones en los que operan las violencias machistas, que no hay que confundir con los tipos o manifestaciones de violencia, y la relación compleja entre los distintos niveles. Desde este enfoque se entiende que el heteropatriarcado mezcla violencia directa, estructural y cultural o simbólica en un triángulo vicioso, reforzándose y “haciendo que la estructura sea muy duradera” (Diputación Foral de Gipuzkoa, 2012).

Por último, reforzar que entendemos que los orígenes de las violencias machistas se encuentran en las estructuras de dominación patriarcales y androcéntricas que legitiman la desigualdad y la violencia contra las mujeres y contra todo sujeto que se mueve en los márgenes del modelo heteropatriarcal. Las entendemos así como la manifestación extrema del sistema heteropatriarcal que permite que se perpetúen las desigualdades de poder.

---

<sup>27</sup>. Matemático y sociólogo noruego, nacido en Oslo en 1930, pionero en los estudios sobre paz y conflictos sociales.

## 6 | ALIANZA ENTRE EL SISTEMA CAPITALISTA Y EL SISTEMA HETEROPATRIARCAL: Violentando la vida

Las violencias machistas no son un fenómeno aislado, sino que se dan en el marco de estructuras culturales, sociales y familiares que las justifican, legitiman y perpetúan. El sistema capitalista es una de ellas porque ejerce y perpetúa las desigualdades de género (nutriéndose de ellas y siendo éstas clave para sostenerlo), sostiene el binomio heteropatriarcal y posibilita las violencias. Y lo hace a través del conflicto capital-vida, y a través de distintos dispositivos, como es el consumo.

Desde la Economía Social y Solidaria se visibiliza el conflicto capital-vida en relación a las siguientes dimensiones que diferencian esta propuesta de la Economía capitalista:



**TABLA 03** DIFERENCIAS ENTRE LA ECONOMÍA CAPITALISTA Y LA ECONOMÍA SOLIDARIA

<b>Economía solidaria</b>	<b>Economía capitalista</b>
✓ Economía al servicio de las personas	✓ Personas al servicio de la economía
✓ Igualdad y horizontalidad	✓ Desigualdad y verticalidad
✓ Cooperación e inclusión	✓ Competencia y exclusión
✓ Concepto amplio y diverso de progreso	✓ Concepto único de progreso
✓ Beneficio social	✓ Beneficio financiero
✓ Colectivismo	✓ Individualismo
✓ Compromiso con el entorno social	✓ Desvinculación con el entorno social
✓ Compromiso con el entorno medioambiental	✓ Desvinculación del entorno medioambiental
✓ Iniciativa y participación social	✓ Falta de responsabilidad y participación social
✓ Pequeñas y medianas organizaciones	✓ Grandes empresas transnacionales

## EL CONFLICTO CAPITAL-VIDA

El sistema capitalista ha sido identificado por muchas corrientes de pensamiento y acción como un sistema que explota y destruye vida, humana y no humana (naturaleza), y que irrumpie con todos sus dispositivos en cualquier esfera de la vida donde intuye potencial ganancia. Desde la Economía Feminista y el Ecofeminismo Crítico se ha denunciado la contradicción entre la lógica de acumulación del beneficio económico propio del capitalismo con la lógica del cuidado de la vida humana y de la naturaleza. Más concretamente, denuncian cómo el sistema capitalista se apoya en una supuesta supremacía de lo humano, y en concreto de lo masculino (antropocentrismo y androcentrismo), para poner en marcha un modelo de desarrollo que obvia la vulnerabilidad de la vida y nuestra interdependencia y ecodependencia.

Se trata de un sistema tremendamente injusto a muchos niveles y en concreto desde el momento en el que el desarrollo de una minoría está basado en la exclusión o la precariedad de una gran parte de la población global. En este sentido, una de las críticas fundamentales desde los feminismos se dirige hacia el estilo de vida occidental basado en el consumismo<sup>28</sup>, el cual alimenta la necesidad constante de aumentar la producción y el crecimiento económico a niveles no sostenibles en detrimento del bienestar de grandes sectores de la población global.

Todo ello es posibilitado por la perversa alianza con el sistema heteropatriarcal, que delega el cuidado de la vida a las esferas invisibilizadas y feminizadas de la economía. Siendo el mercado lo importante, se excluye todo aquello que quede fuera de ese ámbito y de las transacciones monetarias. Es en esa lógica que el trabajo doméstico y de cuidados es absolutamente necesario para el sostenimiento de la vida, pero queda oculto, si bien, como sabemos, la existencia del propio sistema depende directamente del trabajo gratuito y no reconocido de las mujeres.

En este sentido, el sistema capitalista se construye sobre la desigualdad de poder entre diversas esferas (pública-privada/doméstica), trabajos (productivos-reproductivos/cuidados) y personas (hombres-mujeres/otros sujetos no heteronormativos). De esta manera, el sistema capitalista y el sistema heteropatriarcal están íntimamente imbricados y ambos se sostienen gracias a la violencia y la explotación de la naturaleza y las personas, y en concreto de las mujeres.

---

28. Hemos optado por hablar en este marco de consumo capitalista, que está relacionado con la idea de consumismo, ya que ambos sustentan el capitalismo. Según Fernández Miranda (2015) el consumismo es un modelo que hace del consumo un fin en sí mismo; la necesidad percibida, más que con el objeto que se compra, se relaciona con el propio acto de comprar. Para este autor, detrás de estas prácticas existe un sistema de ideas y de valores de la sociedad de consumo que las dota de sentido: todo es susceptible de convertirse en mercancía y de ser tratado como tal.

## CONSUMO CAPITALISTA: PERPETUANDO DESIGUALDADES E IMPOSIBILITANDO UNA VIDA SOSTENIBLE

Como se señala desde la Red ZarenSare-EnRedando, el sistema capitalista en su etapa actual se sustenta sobre la sociedad de consumo, denominándolo algunos autores y autoras como capitalismo del consumo. La sociedad de consumo se basa, por un lado, en el ideal de que es posible cubrir las necesidades humanas a través del consumo de bienes y servicios, y, por otro lado, en la tendencia a mercantilizar todas aquellas dimensiones susceptibles de convertirse en nicho de negocio, como aquellas relacionadas con el cuidado de la vida. A través de su mercantilización, lejos de romper con la división sexual del trabajo, la invisibilización y la falta de reconocimiento de la centralidad de los cuidados para el sostenimiento de la vida, lo que se está consiguiendo es adaptarlos a la lógica del capitalismo. Por un lado, da supremacía al beneficio económico en detrimento de la búsqueda equitativa y de calidad de las necesidades humanas y de otros seres vivos, y por otro, reproduce en el mercado las desigualdades existentes en el ámbito privado: menor valor, invisibilización, etc.

Estas dinámicas se sostienen y perpetúan gracias a una serie de valores como: la producción y la acumulación sin límite, la independencia frente a la ecodependencia y la interdependencia, el individualismo hedonista, el etnocentrismo que invisibiliza y oprime otras cosmovisiones y valores, y la homogeneización frente a la supuesta valoración de las diferencias que vende la globalización. En última instancia, los bienes y servicios en sí pierden importancia ya que el objetivo no es responder realmente a las necesidades humanas a las que supuestamente se dirigen, sino que lo que se prima es el consumo en sí como vía para “un mayor bienestar y un grado superior de felicidad individual y colectiva” (Orellana, 2007); un consumo que viene cargado de valores muy cuestionables.

## 7 | LA RELACIÓN ENTRE LAS VIOLENCIAS MACHISTAS Y EL CONSUMO CAPITALISTA

Debemos aclarar que en este proceso colectivo de aprendizaje y creación de conocimiento nos hemos centrado en el eslabón del consumo, aunque reconocemos que el consumo forma parte de una cadena más amplia de producción, comercialización, distribución, consumo y desecho, que lo contiene, explica y complejiza. Se trata de una cadena en la que se dan y reproducen desigualdades, y que entendemos que esconde violencias machistas en todas sus etapas. Entendemos por tanto que este vínculo entre consumo y violencias machistas puede y debe ser completado también desde el análisis de estos otros eslabones de la cadena que en nuestro proceso no hemos abordado.

Desde el enfoque amplio de las violencias machistas que manejamos en nuestro proceso colectivo de reflexión y aprendizaje, se pueden identificar una serie de ámbitos y dispositivos del consumo capitalista que posibilitan y/o perpetúan las violencias machistas.

En este apartado del marco teórico queremos nombrarlos y visibilizarlos para facilitar su desvelamiento y análisis durante el trabajo de diagnóstico que hemos puesto en marcha en Euskadi. **Estos son los tres ámbitos del consumo que presentamos ahora para el análisis de las desigualdades de género y las violencias machistas:**



**ÁMBITO DE OCIO AUDIOVISUAL**  
SERIES DE FICCIÓN



**ÁMBITO TECNOLÓGICO**  
TELEFONÍA MÓVIL



**ÁMBITO DOMÉSTICO**  
CONSUMO ENERGÉTICO EN LOS HOGARES

Tras una breve introducción de cada ámbito, explicamos en un cuadro su interés desde la crítica feminista y las potenciales violencias machistas detectadas en el proceso. Posteriormente, explicamos con mayor detalle las violencias nombradas en el cuadro, para favorecer una mayor comprensión de las mismas.



**ÁMBITO AUDIOVISUAL**  
SERIES DE FICCIÓN

En el ámbito de las series de ficción nos hemos centrado en analizar qué consumimos mayoritariamente y cómo, según perfil de población. También hemos analizado qué discursos/contenidos promueven y qué impacto tienen en la construcción de la identidad individual y colectiva desde una perspectiva de género y de diversidad sexual. Nuestra hipótesis de partida es que las series mayoritarias y normativas reproducen estereotipos de género que tienen un impacto en la construcción de la identidad individual y colectiva y que reproducen violencias machistas.

De hecho, la fuerza de estos productos radica en que, a través de los relatos que proponen, convierten los hechos en una realidad visible y contrastada y promueven modelos de vida concretos. Los productos audiovisuales en general y las series en particular, por tanto, son promotoras de valores. Es destacable la investigación llevada a cabo por Chesebro (2003) que tras analizar 1.365 series, entre 1974 y 1999, argumenta que estas distribuyen mensajes elaborados intencionalmente con el fin de promover modelos de vida a través de la construcción de los personajes y los relatos.



## TABLA 04 POTENCIALES VIOLENCIAS MACHISTAS EN EL CONSUMO DE SERIES DE FICCIÓN

Interés desde el análisis crítico feminista	Potenciales violencias machistas en el consumo de series de ficción
<p>Podemos considerar las series de ficción como “constructoras de modelos de sociedad”, en la medida en que a través de sus narraciones difunden socialmente una serie de valores, comportamientos, normas y una estética. Tienden a la homogeneización cultural en la medida en que invisibilizan las realidades, cosmovisiones y culturas no hegemónicas. Difunden roles y estereotipos de género socialmente aceptados y normalizan e incitan a la violencia. Invisibilizan las diversidades sexuales y de género y difunden una imagen estereotipada de lo que no se considera como “normal”.</p> <p>Las series pueden considerarse, por tanto, como una herramienta del sistema capitalista que reproduce un modelo de sociedad heteropatriarcal, cargado de valores sexistas, xenófobos, misóginos e individualistas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Violencia directa:</b> frustración, complejos, aislamiento, depresión, inseguridad, etc., como consecuencia de la exclusión de identidades y cuerpos “no ideales” (gordofobia, capacitismo<sup>29</sup>, etc.). Enfermedades conectadas con la reproducción de modelos de belleza: anorexia, bulimia, etc.</li> <li>✓ <b>Violencia simbólica:</b> representación de cuerpos e identidades ideales; instrumentalización de la diversidad y de las luchas sociales; publicidad dirigida, sexista y excluyente; construcción de un relato único; colonización del saber; instrumentalización y uso de la desigualdad. Naturalización y normalización de la violencia hacia las mujeres y colectivos LGTBI+.</li> <li>✓ <b>Violencia estructural:</b> pinkwashing<sup>30</sup>; reproducción de modelos sexistas, patriarcales y heteronormativos.</li> </ul>

29. Capacitismo es una forma de discriminación social hacia las personas con diversidad funcional.

30. Pinkwashing es “un término para evidenciar la estrategia de marketing que usan ciertas marcas para ganar consumidores a través de su simpatización con los movimientos LGTBI, en el marco de lo que críticamente se ha llamado capitalismo rosa”. Definición tomada de la revista digital feminista Pikara Magazine. Para más información sobre el concepto, se aconseja visitar la siguiente página web: <https://www.pikaramagazine.com/2017/03/pink-washing/>

## VIOLENCIA DIRECTA



- > Los modelos de belleza, identidad y éxito que promueven suelen ser muy homogéneos y estereotipados. Los y las protagonistas suelen caracterizarse por tener un gran atractivo físico y/o psicológico, exitosas en lo laboral y en lo social. Aunque se empieza a vislumbrar más diversidad en los personajes, esta diversidad responde de nuevo a una realidad ficticia y estereotipada en términos de cuerpos, identidades, modelos de vida, etc.

**Todo ello tiene un impacto claro en la salud de las mujeres y de cualquier otro sujeto no heteronormativo** debido a las dificultades existentes a la hora de alcanzar estos ideales, y que suelen desembocar en frustración, complejos, aislamiento, depresión, inseguridad y en otras enfermedades como anorexia, bulimia, etc.

## VIOLENCIA SIMBÓLICA



- > La narración que proponen construye una realidad definida, un tipo concreto de familia, de ser hombre, de ser mujer, de vivir la sexualidad y las relaciones. Este tipo de narración se basa e intensifica en los estereotipos de género. Desde esta perspectiva, hemos llegado a identificar similitudes entre el papel que ejerce la publicidad y el que ejercen las series de ficción en la construcción cultural y social de la feminidad y la masculinidad y en el ejercicio de las violencias machistas: estereotipos de mujeres como objeto sexual, modelos de belleza inalcanzables y distorsionados, androcentrismo, etc.

Además, hemos definido esta narración como “única” al invisibilizar las realidades de otros contextos culturales y geográficos, y aún cuando estas realidades se incluyen también se presentan de una forma única: cogiendo los elementos que son de interés para el sistema capitalista y una vez más, estereotipándolos. Dicha forma de presentar la diversidad mantiene las desigualdades y las intensifica. Al respecto, es interesante la reflexión que expone Chimamanda Ngozi Adiche en su libro *El peligro de una historia única*:

*“Así es como se crea una historia única, se muestra al pueblo solo como una cosa, una única cosa, una y otra vez, y al final lo conviertes en eso. Es imposible hablar del relato único, sin hablar del poder. (...) El relato único crea estereotipos, y el problema de los estereotipos no es que sean falsos, sino que son incompletos. Convierten un relato en el único relato. (...) Las consecuencias del relato único es la siguiente: priva a las personas de su dignidad. Nos dificulta reconocer nuestra común humanidad. Enfatiza en qué nos diferenciamos en lugar de en qué nos parecemos”.*

**Chimamanda Ngozi Adiche**

Ligado a lo anterior, se ocultan grandes problemáticas sociales como: **las desigualdades, la pobreza, la exclusión social, la jerarquía entre los países, la precarización y el empobrecimiento de todos los ámbitos de la vida y de los vínculos humanos**. Estas cuestiones, si bien afectan a todas las personas, tienen una mayor incidencia en las mujeres y en aquellas personas y colectivos que no encajan en el sistema: LGTBI+, personas con diversidad funcional, etc.

Invisibilización y/o instrumentalización de los colectivos LGTBI+: manejamos la hipótesis de que las series más normativas invisibilizan a los colectivos LGTBI+ al promover una forma única de vivir la sexualidad, donde sólo caben las relaciones asimétricas entre mujeres y hombres. En otros casos se instrumentalizan dichos colectivos, presentándolos de forma estereotipada y convirtiéndolos en un objeto más de consumo. Un ejemplo de lo que acabamos de mencionar es la serie “Modern Family”, que incluye entre sus personajes una pareja de hombres gays, pero los presenta ejerciendo roles “típicos” de una pareja heterosexual, también estereotipada. En este sentido, la diversidad sexual está caricaturizada.

## VIOLENCIA ESTRUCTURAL



- > Las series reproducen el androcentrismo cultural y la heteronormatividad obligatoria, ya que, tal y como hemos apuntado, divulgan una representación estereotipada de la feminidad y la masculinidad donde cobra relevancia el culto al cuerpo, a la belleza, a la juventud, a la violencia, al poder, a la competitividad y el desprecio al intelecto (Menéndez y Zurian, 2014).

## VENTANA DE OPORTUNIDADES

Terminamos el análisis de las violencias machistas en el consumo de las series de ficción con un apartado que pretende visibilizar los cambios que se están dando en la producción audiovisual desde la perspectiva feminista, al introducirse en el mercado series que cuentan con estas características:

- En el ámbito de la producción, cada vez hay más mujeres productoras y en los repartos se vislumbra una mayor presencia y diversidad de mujeres, en edad, y procedencias. También en cuerpos y orientaciones, pero esto quizá es más puntual.
- Son destacables también las reivindicaciones de actrices que a través del movimiento "Me Too" han visibilizado el acoso y la violencia sexual en el ámbito de la producción audiovisual.
- Por otra parte, se están produciendo con cada vez más frecuencia series de carácter feminista como "Transparent" o "Girls", aunque dichas series suelen encontrarse en plataformas de entretenimiento de pago, como Netflix, Amazon o HBO.
- Asimismo, sea cual sea el tipo de serie (feministas o normativas), se está dando una representación cada vez más diversa de mujeres encarnadas por investigadoras o profesionales (frente a la representación mayoritaria en las décadas anteriores de mujeres como amas de casa).
- Por último y en relación a los contenidos, los y las consumidoras de series de ficción cada vez más nos encontramos con propuestas que abordan fenómenos como las desigualdades, las violencias, la maternidad, el cuerpo y la diversidad sexual y de género.

A pesar de estos cambios sin duda positivos, es interesante visibilizar la crítica feminista en torno a estas nuevas propuestas, ya que existe una duda sobre si estas series se configuran como el inicio de un cambio en las formas de producir y en los contenidos que se proponen, o si representan una pequeña cuota en el mercado, cada vez más amplio, cuyo impacto en la industria audiovisual es de esperar que sea más bien residual.



**ÁMBITO TECNOLÓGICO**  
TELEFONÍA MÓVIL

Hemos decidido focalizar el estudio del consumo de la telefonía móvil en el uso que hacemos del mismo, preguntándonos cómo utilizamos el móvil, para qué y qué impactos tiene en nuestra vida.

Según datos ofrecidos por el Consejo Económico y Social de España<sup>31</sup>, el desarrollo de los sistemas de información y comunicación en las últimas dos décadas ha llegado a modificar los hábitos de vida de una gran parte de la población mundial. La cada vez mayor flexibilización de la industria tecnológica y de las comunicaciones y su permeabilidad a las necesidades del mercado han favorecido que las personas nos encontremos cada vez más conectadas a través de los dispositivos tecnológicos<sup>32</sup>. **Estos permiten adaptar nuestros hábitos de consumo y modos de vida a las posibilidades que nos ofrece el mundo moderno: nuevos métodos de pago, realización de trámites institucionales, uso de aplicaciones que favorece otro tipo de comunicación en tiempo real, etc.**

No obstante, el acceso a los dispositivos tecnológicos y al mundo digital es **profundamente desigual**. Según datos de Eurostat de 2015, hasta el 21% de la población que habita en el territorio español no tiene acceso a Internet. Desde la perspectiva de género, varios estudios concuerdan al afirmar que se está reduciendo la brecha digital de género en lo relativo al acceso, al uso y a las habilidades informáticas, aunque también apuntan que cuanto más intensivo es el uso de las tecnologías y de Internet, mayor es la brecha entre los sexos y las generaciones (Arenas, 2011).

---

<sup>31</sup>. Consejo Económico y Social de España (2017): Nuevos hábitos de consumo, cambios sociales tecnológicos. Disponible en: <http://www.ces.es/documents/10180/3557409/Inf0416.pdf>

<sup>32</sup>. En 2015, según el Consejo Económico y Social de España casi el 80% de las viviendas (con al menos un miembro entre 16 y 74 años) dispone de conexión a Internet, más del 96% tiene teléfono móvil y el 76% posee algún tipo de ordenador. El 61% de los individuos de 15 años o más posee un teléfono inteligente en el tercer trimestre de 2015.



## TABLA 05 POTENCIALES VIOLENCIAS MACHISTAS EN EL CONSUMO DE MÓVILES

Interés desde el análisis crítico feminista	Potenciales violencias machistas en el consumo de móviles
<p>Desde la perspectiva crítica feminista, el consumo de los aparatos móviles plantea muchas preguntas y pocas respuestas: tienen un gran impacto en la vida de las personas porque el capitalismo nos vende la idea de inclusión, accesibilidad y comunicación que facilita la vida. No obstante, son constructores de un modelo de sociedad basado en la flexibilización de los tiempos dedicados al trabajo reproductivo y productivo; las funcionalidades y las aplicaciones asociadas al uso del móvil exponen con gran fuerza la vida privada fomentando mayores cotas de violencia, entre ellas el control de pareja o la ridiculización de lo que no se considera como “normal”, teniendo un impacto claro en los colectivos LGTBI+.</p> <p>La viralización de productos audiovisuales (como fotos, vídeos, gifts, etc.) expone el cuerpo de las mujeres convirtiéndolo aún más en producto de consumo. La comunicación por mensajería se hace más agresiva, directa, rápida y no permite un intercambio contextualizado.</p> <p>Desde la perspectiva de los cuidados, reducen e invisibilizan a las personas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Violencia directa:</b> los efectos en la salud debido al control de pareja y a otros fenómenos como el ciberacoso o el cyberbullying. El estrés generado por la triple jornada laboral, como consecuencia de la conexión digital continuada y que influye en la falta de separación de los tiempos destinados al empleo remunerado, al trabajo reproductivo y al ocio. Enfermedades como la hipersensibilidad electromagnética. Por último, los impactos en la salud producidos por la violencia institucional generada sobre aquellos colectivos que no tienen acceso y/o desconocen el funcionamiento de los recursos tecnológicos y que por tanto no pueden desarrollar trámites, etc.</li> <li>✓ <b>Violencia simbólica:</b> reproducción de los estereotipos de género a través de las aplicaciones y el diseño de los aparatos, desvalorización e invisibilización del trabajo de las mujeres, construcción de modelos de vida que fomentan la desigualdad, publicidad dirigida, invisibilización y/o instrumentalización de colectivos que se salen de la heteronormatividad.</li> <li>✓ <b>Violencia estructural:</b> penalización a través de la exclusión, violencia institucional por no poder realizar trámites a través de la tecnología o no poder acceder a recursos, triple jornada laboral (flexibilización de los horarios, uso de tiempo, etc.), brecha digital y desigualdad en el acceso.</li> </ul>

## VIOLENCIA DIRECTA

Control a través de los dispositivos móviles. A lo largo del proceso de reflexión hemos llegado a identificar **dos tipos de control a través del móvil**:

- **Control empresarial**, que apunta a cómo los móviles y las aplicaciones diluyen los tiempos que utilizamos las personas para trabajar y los que dedicamos a disfrutar de nuestro ocio y tiempo libre. En este sentido, es destacable la experiencia del Gobierno francés, que puso en marcha en 2017 la Ley “Loi 2016-1088, de 8 de agosto de 2016” para regular el *Derecho a la Desconexión Digital*<sup>33</sup> de las personas asalariadas una vez finalizada la jornada laboral, con el objetivo de asegurar el respeto del tiempo de descanso y de vacaciones, así como de su vida personal y familiar. Todo ello tiene un impacto de género en la medida en que las mujeres son las que siguen encargándose en mayor medida de las tareas domésticas y de cuidados a la vez que su progresiva incorporación al ámbito laboral aumenta sus dificultades de descanso, de participación social, política, etc.
- **Control de pareja**, incentivado por la existencia en el mercado de aplicaciones de monitoreo y recolección de datos que no dejan rastro y que permiten acceder a la ubicación, emails y mensajes de la persona que se quiere controlar; o más sencillamente por el uso de herramientas que permiten ver la hora y la fecha de la última conexión así como si se han leído mensajes, etc. Este control de pareja puede traducirse en una mayor incidencia de la violencia contra las mujeres de parte de sus parejas o exparejas, a la vez que fomenta fenómenos como el ciberacoso o el cyberbullying, que además tienen repercusiones en su salud: ansiedad, depresión, etc.

33. Fuente: <http://noticias.juridicas.com/actualidad/noticias/11540-en-francia-entra-en-vigor-el-derecho-a-la-039%3Bdesconexion-digital039%3B-del-trabajador-con-la-empresa/>. Consultada el 10 de julio de 2018.

34. Esta enfermedad está reconocida en algunos países (y referenciada en la resolución del Consejo de Europa 1815) y a nivel estatal por hospitales como el Hospital Clínic de Barcelona o el Laboratorio de Bioelectromagnetismo de la Universidad Politécnica de Madrid, pero no está reconocida por la OMS. Existen iniciativas y propuestas de lugares libres de ondas para las personas llamadas “refugiadas tecnológicas”, como por ejemplo Green Bank en Estados Unidos. Fuentes: Bigorra (2016): *Hipersensibilidad electromagnética, un trastorno desconocido que va al alza*. Ara.cat. Publicado el 13/11/2016. González Moreno (2017): *Sensibilidad electromagnética: tan desconocida como incapacitante*. Efe-salud.com Publicado el 16/10/2017.

35. Es una alteración de la respiración como consecuencia de la cantidad de emails recibida. La Universidad de Stanford tiene un Calming Technology Lab, que trata de generar tecnología que calme y no sólo que distraiga. *Pone el debate en el centro de en qué medida la propia tecnología puede solucionarlo, y nuestro planteamiento que parte de que no es sólo una solución tecnológica la que se necesita.*



### VIOLENCIA DIRECTA

- > El **estrés** generado en las mujeres por la triple jornada laboral, como consecuencia de la conexión digital continuada y que influye en la falta de separación de los tiempos destinados al empleo remunerado, al trabajo reproductivo y al ocio.
- > **Enfermedades** como la electrosensibilidad o hipersensibilidad electromagnética generada por la exposición a campos electromagnéticos procedentes del teléfono móvil, wifi, bluetooth, antenas de telefonía, etc., que tiene una incidencia hasta ocho veces superior en mujeres que en hombres<sup>34</sup>, y otros impactos en la salud como los relacionados con la respiración y el estrés como la denominada “apnea por email”<sup>35</sup>

## VIOLENCIA SIMBÓLICA

- **La reproducción de estereotipos de género en el diseño de los móviles y de los accesorios:** si bien es cierto que el mercado ofrece múltiples y variadas propuestas, los productos dirigidos a las mujeres suelen diferenciarse por el tamaño, los colores y la inclusión de detalles, como “brillantinas” y purpurinas, que pueden llegar a encarecer el precio de dichos productos.
- **Uso de la publicidad dirigida,** que sirviéndose de los roles femeninos y masculinos socialmente aceptados, reproduce los estereotipos de género y excluye e invisibiliza a cualquier otro sujeto no heteronormativo.
- **Asimismo, abordar la utilización del móvil desde las aplicaciones más generalistas** (como las que ofrecen mensajería directa como sería el caso de WhatsApp o Telegram) **nos permite mirar si los estereotipos de género influyen en cómo las personas hacemos uso de estas.** En este sentido, según un estudio que ha sido realizado para aportar datos sobre esta cuestión entre la población adolescente<sup>36</sup>, el uso del móvil se encuentra condicionado por los estereotipos de género. Para ellas, la función del móvil es más bien relacional, al utilizar con más frecuencia aplicaciones que les sirven para comunicarse y relacionarse con las demás; mientras que ellos usan el móvil de forma más instrumental, vinculado mayoritariamente a la descarga de programas o aplicaciones que tienen una utilidad concreta: estudiar, hacer deporte, etc.



### VIOLENCIA SIMBÓLICA

- > En este sentido, no resulta descabellado avanzar en la hipótesis de que la influencia de estereotipos de género en el uso del móvil podría llegar incluso a fomentar **una mayor división sexual del trabajo** (por ejemplo, a través de aplicaciones que permiten hacer la compra a cualquier hora del día o de la noche), **desvalorizando aún más las tareas domésticas y de cuidado.**

36. Fernández, C. y Alcalde, J. B. (2015). No, sin mi móvil. Diferencias de género y uso de las nuevas tecnologías. *Revista ICONO14 Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*. Disponible en: <https://doi.org/10.7195/ri14.v13i1.722>

## VIOLENCIA ESTRUCTURAL

- Un control que hemos definido “macro”, a través del BIGDATA, para referirnos a la compra de datos personales de parte de grandes empresas a través de las aplicaciones, y que se usan para elaborar estrategias de venta que estimulen un consumo adaptado a las necesidades de las personas consumidoras y creando otras para incrementar el consumo. Todo ello, sirviéndose de los estereotipos de género y reproduciéndolos de forma sistemática.
- El desconocimiento generalizado sobre el funcionamiento de los propios dispositivos móviles (instalación de sistemas operativos, reparación, etc.), como consecuencia del monopolio de las empresas que los producen y los diseñan y de la falta de empoderamiento tecnológico que afecta específicamente a las mujeres de mayor edad y de condición económica baja.
- La exclusión de aquellos colectivos que no tienen acceso a los aparatos tecnológicos y/o a Internet (el 21% de la población española en 2015, según los datos de Eurostat).



### VIOLENCIA ESTRUCTURAL

- > Como decíamos, esta desigualdad en el acceso genera grupos de población en riesgo de exclusión social dentro de los cuales podemos incluir a las personas de mayor edad, las personas enfermas, de otras procedencias geográficas, con pocos recursos económicos, etc. Aplicar una mirada desde la precariedad y la vulnerabilidad social, desde quienes están en los márgenes de las estructuras sociales, permite vislumbrar sectores concretos de la población contra quienes el sistema capitalista ejerce violencia estructural o institucional por no acceder a dichos productos, quedándose excluidos de las nuevas formas de vida y consumo que plantean las nuevas tecnologías: trámites institucionales, nuevos métodos de pago, etc. En este sentido, nos preguntamos: **¿Qué impacto tiene desde la perspectiva de género y de diversidad sexual y de género no poseer un móvil en la sociedad actual?**<sup>37</sup>

<sup>37</sup>. Sabater C. y Binger J. (2015): No, sin mi móvil. Diferencias de género y uso de las nuevas tecnologías. *Ícono 14 volumen (13)*, pp. 208-246.



## ÁMBITO DOMÉSTICO

CONSUMO ENERGÉTICO EN LOS HOGARES

El tercer ámbito que hemos escogido para analizar la relación entre consumo capitalista y violencias machistas es el consumo energético en los hogares. Más específicamente, pretendemos analizar el acceso y el uso de la energía denunciando que el actual modelo de consumo energético es profundamente desigual y genera violencias.

Para ello, queremos **profundizar en la pobreza energética y siendo conscientes de que este ha sido un campo ampliamente estudiado desde la perspectiva de género, pretendemos nombrarla como una violencia machista.**

Desde los estudios de género<sup>38</sup>, se ha nombrado y visibilizado el impacto a varios niveles del sector energético, un sector estratégico fundamental para desarrollar un modelo social justo. Por ese motivo, debe regirse por criterios de justicia social, equidad, inclusión y participación, y no circunscribirse a las leyes de un mercado oligopólico que, lejos de defender el derecho a una vida digna de las y los usuarios, prioriza sus propios beneficios. Ese carácter estratégico obliga, precisamente, a que el diseño, la finalidad y las prioridades del modelo energético sean definidas mediante una participación ciudadana efectiva. Actualmente estamos ante un modelo energético fuertemente desigual (oligopolio) y que opera bajo la lógica neoliberal en el bienestar social, en el reconocimiento de las mujeres en el sector energético, en las negociaciones y usos del poder, en el medioambiente, etc.

Cuando hablamos de pobreza energética, nos referimos a “la situación en la que un hogar es incapaz de pagar una cantidad de energía suficiente para la satisfacción de sus necesidades domésticas y/o cuando se ve obligado a destinar una parte excesiva de sus ingresos a pagar la factura energética de su vivienda”<sup>39</sup>.

Según datos de Eurostat de 2016, **el 10,1% de los hogares del territorio español sufre pobreza energética. En números totales, estamos hablando de 4.700.000 personas.** La pobreza energética tiene efectos en la salud física (a nivel estatal, supone la muerte anual de 7.200 personas) y psicológica (por la vulnerabilidad y el estigma de la pobreza), y en la económica de los hogares (falta de una vivienda digna y de una alimentación adecuada). Además, el corte de suministros o el impago de facturas afecta mayoritariamente a las mujeres por ser las que están más vinculadas al ámbito privado del hogar.

Según datos de Energía Sin Fronteras (ISF), las mujeres dedican el doble de horas (casi dos diarias, en concreto) al hogar y la familia, por lo que los cortes de suministro, un acceso insuficiente a los servicios básicos y la generación de deudas por facturas impagadas e impagables afectan en mayor medida, pues, a quienes viven más ligadas al espacio privado –hogar– que aún son mayoritariamente las mujeres. Por otra parte, una mirada interseccional aplicada a este ámbito nos dice que quienes más sufren pobreza energética son las personas que viven en hogares monomarentales, las mujeres jubiladas y las de otras procedencias geográficas, entre otras (González Pijuan, 2016).

---

38. *Xarxa per la soberania energètica: Energia y género: miradas ecofeministas sobre la energía. Le Fede, 24 de abril de 2017.*

39. *Definición de pobreza energética según la Asociación de Ciencias Ambientales: <https://www.cienciasambientales.org.es/index.php/ique-es-la-pobreza-energetica>. Consultada el 3 de julio de 2018.*



## TABLA 06 POTENCIALES VIOLENCIAS MACHISTAS EN EL CONSUMO ENERGÉTICO DE LOS HOGARES

Interés desde el análisis crítico feminista	Potenciales violencias machistas en el consumo energético de los hogares
<p>El consumo energético de los hogares es uno de los ámbitos más próximos a la práctica cotidiana de cualquier persona, al cubrir las necesidades básicas de disfrutar de la electricidad y una temperatura adecuada. Es un sector centralizado en los intereses de unas pocas empresas energéticas y se basa en un modelo profundamente desigual, cuyas repercusiones más claras se dan en la pobreza energética, que afecta mayoritariamente a las mujeres, de mayor edad, en hogares monomarentales.</p> <p>Es imprescindible que la perspectiva feminista atraviese todo el diseño de la transición energética. Si no es así, corremos el riesgo de no tener en consideración la relación que las mujeres y colectivos vulnerables tienen con sus usos energéticos. Pero no sólo eso: una visión feminista del sector energético permitiría visibilizar necesidades, prioridades y líneas de trabajo que hoy en día no se están atendiendo. Así mismo, permitiría que las mujeres tuvieran capacidad de participar en espacios de toma de decisiones en términos de igualdad, así como generar cambios en las maneras de entender la gobernanza. También sería más visible la labor que las mujeres están realizando en la ciencia y en la tecnología, especialmente, en el ámbito de la eficiencia energética.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Violencia directa:</b> efecto en la salud de la pobreza energética como consecuencia del modelo energético actual: muerte prematura sobre todo de mujeres y sujetos que viven en los márgenes de la sociedad, enfermedades respiratorias, cardiovasculares, etc.</li> <li>✓ <b>Violencia simbólica:</b> la consideración de que la pobreza energética es un problema individual ligado a los recursos económicos de los hogares y no una consecuencia del modelo energético actual; publicidad dirigida; reproducción de estereotipos; greenwashing<sup>40</sup>.</li> <li>✓ <b>Violencia estructural:</b> pobreza energética.</li> </ul>

40. El Greenwashing “hace referencia a aquellas prácticas que llevan a cabo las empresas con el único objetivo de aumentar sus beneficios/ventas mediante marketing verde pero sin realmente llevar a cabo una gestión sostenible de verdad. Es decir, se refiere a aquellas empresas que se venden como sostenibles pero que en realidad siguen siendo igual de contaminantes que antes de impulsar su compromiso ambiental”. Definición tomada del portal web: [www.eco-huella.com](http://www.eco-huella.com). Para más información sobre el concepto, se aconseja visitar la siguiente página web: <https://www.eco-huella.com/2015/07/greenwashing.html>

## VIOLENCIA DIRECTA

Tal y como ya hemos mencionado, la pobreza energética influye mayoritariamente en las mujeres, de mayor edad y de condiciones económicas bajas, hogares monomarentales y colectivos con escaso poder adquisitivo.



> Los efectos en la salud de la pobreza energética son profundamente devastadores: muerte prematura, enfermedades respiratorias, cardiovasculares, aislamiento, etc.

## VIOLENCIA SIMBÓLICA

- La consideración de que la pobreza energética es un problema individual ligado a los recursos económicos de los hogares y no una consecuencia del modelo energético. En nuestro proceso de reflexión hemos llegado a identificar que el sistema capitalista, a través de las empresas que se encargan de su producción y distribución, nos traslada la idea de que podemos consumir la energía que deseamos a través de tarifas que supuestamente (y engañosamente) abaratan los precios, aunque la realidad es que las posibilidades de elección de las personas consumidoras es muy reducida. Sólo podemos decidir quién nos suministra la energía y la potencia a contratar. Ello hace que se considere la pobreza energética como un problema individual, es decir, ligado a la incapacidad de las personas que la padecen de contar con los recursos económicos necesarios para un suministro energético adecuado, y no como un problema estructural, es decir, vinculado al modelo energético que promueve el oligopolio.
- En cuanto al enfoque de diversidad sexual y de género, hemos llegado a reflexionar específicamente sobre la situación del colectivo LGTBI+ en la vejez. Debido a las dificultades sociales que acarrea el reconocimiento de su diversidad, son un sector de la población especialmente vulnerable a la pobreza energética. Como consecuencia del estigma que padecen socialmente, su acceso a la energía puede llegar a ser deficiente en la medida en que son personas solas, sin ingresos, etc. En este sentido, lanzamos la hipótesis de que el cruce entre pobreza energética y diversidad sexual y de género nos permite visibilizar otras formas de violencias y desigualdades, ocultas socialmente.



## VIOLENCIA SIMBÓLICA

- > Reproducción de estereotipos: en relación a la lucha de los colectivos LGTBI+, hemos identificado una tendencia de parte de alguna de las empresas energéticas de instrumentalizar estas luchas y utilizarlas para ganar a más personas consumidoras. Estaríamos hablando del pinkwashing, un término utilizado para: **“evidenciar la estrategia de marketing que usan ciertas marcas para ganar consumidores a través de su simpatización con los movimientos LGTBI+, en el marco de lo que críticamente se ha llamado capitalismo rosa”<sup>41</sup>**.

## VIOLENCIA ESTRUCTURAL



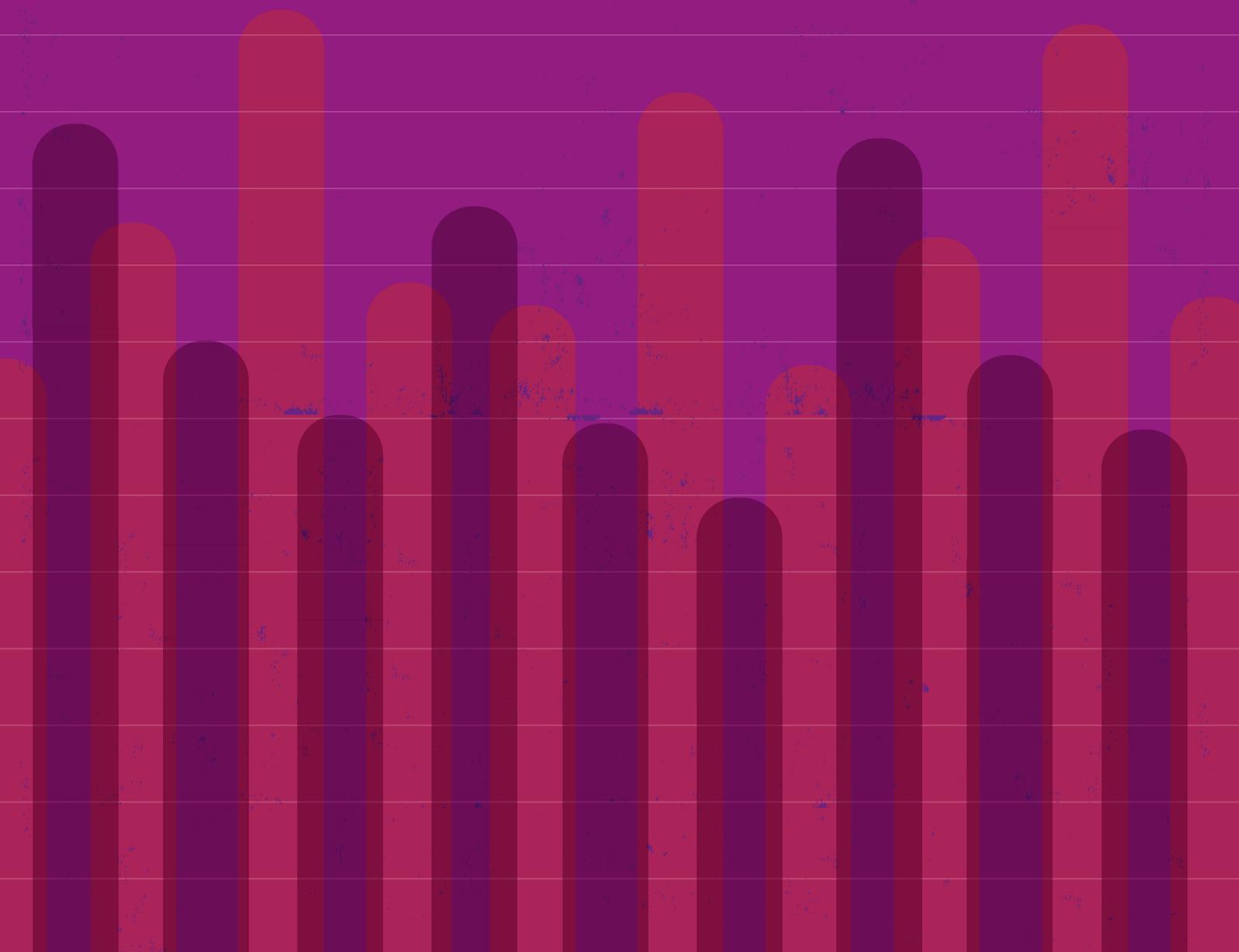
- > La pobreza energética entendida como la manifestación más cruel de la violencia estructural fomentada por el actual modelo de consumo energético.

---

<sup>41</sup>. Pikara Magazine: <http://www.pikaramagazine.com/2017/03/pink-washing/>. Consultado el 15 de julio de 2018.

3

## Resultados trabajo de campo



# 1 | OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El trabajo de campo se ha realizado con **dos objetivos**:

1. Conocer la percepción de la ciudadanía vasca sobre la relación entre las violencias machistas y el consumo convencional capitalista.
2. Caracterizar la relación entre las violencias machistas y el consumo convencional capitalista en Euskadi en **tres ámbitos concretos**:



**ÁMBITO DE OCIO AUDIOVISUAL**  
SERIES DE FICCIÓN



**ÁMBITO TECNOLÓGICO**  
TELEFONÍA MÓVIL



**ÁMBITO DOMÉSTICO**  
CONSUMO ENERGÉTICO EN LOS HOGARES

Para ello, se han contratado los servicios profesionales de la empresa experta en estudios de mercado Adimen, la cual se ha encargado de llevar a cabo el trabajo de campo consistente en:

- a. ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD A PERSONAS EXPERTAS:** se han seleccionado personas que, bien por sus investigaciones aplicadas a la realidad social o bien por su trayectoria profesional y activismo, pudieran darnos información relevante para alimentar el marco teórico elaborado y para ajustar la siguiente fase del trabajo de campo. Las expertas entrevistadas han sido las siguientes: en series de ficción: Lucia Mbomio y Aitzole Araneta; en aparatos móviles: Ianire Estébanez; en consumo energético en los hogares: Paca Blanco e Irene González Pijuan.

Estas entrevistas se han realizado entre noviembre y diciembre de 2018. El guión ha sido elaborado por Adimen y ha contado con la revisión del grupo asesor que ha integrado o matizado las preguntas que consideraba oportunas, para así vincularlas con el marco teórico. Aunque cada experta ha sido entrevistada sobre el ámbito para el que había sido seleccionada, se le ha dado la posibilidad de opinar sobre el resto de ámbitos.

- b. ENTREVISTAS A PERSONAS CONSUMIDORAS:** a partir de las entrevistas realizadas a personas expertas y de la adaptación del marco teórico, se han realizado entrevistas a personas consumidoras con el objetivo de profundizar en sus opiniones y vivencias personales, e identificar el impacto de las violencias machistas en los ámbitos del consumo seleccionados.

Además, con el objetivo de ahondar en la perspectiva de diversidad sexual y de género, se han seleccionado personas con un perfil muy concreto: mujeres cis lesbianas y heterosexuales y personas transexuales heterosexuales y homosexuales. Además, para la selección de los perfiles se han incorporado otras variables como la edad, la procedencia geográfica, el nivel de concienciación con temáticas sociales (como por ejemplo, sobre consumo, derechos del colectivo LGTBI+, etc.) y la condición económica.

Los perfiles de las personas consumidoras seleccionadas han sido los siguientes: mujer cis heterosexual joven poco concienciada; mujer cis heterosexual joven muy concienciada; mujer cis heterosexual mayor poco concienciada; mujer cis heterosexual mayor muy concienciada; mujer cis heterosexual racializada; mujer cis heterosexual de mediana edad en situación de riesgo económico, mujer cis lesbiana joven muy concienciada; mujer cis lesbiana mayor poco concienciada; mujer cis bisexual mayor muy concienciada; hombre transexual heterosexual joven muy concienciado; mujer transexual heterosexual mayor poco concienciada; mujer transexual lesbiana joven poco concienciada; mujer transexual lesbiana joven muy concienciada; mujer transexual lesbiana mayor poco concienciada; mujer transexual no binaria; mujer transexual mayor concienciada.

Estas entrevistas se han realizado entre enero y marzo de 2019. Al igual que en el caso de las expertas, las consumidoras han sido consultadas sobre los tres ámbitos de estudios planteados en la investigación.

- C. ENCUESTAS TELEFÓNICAS TIPO CATI<sup>42</sup> DIRIGIDAS A PERSONAS MAYORES DE EDAD**, residentes en Euskadi, a través de las cuales se ha buscado recabar datos cuantitativos acerca de la percepción de la ciudadanía vasca sobre la relación entre las violencias machistas y el consumo capitalista. La ficha metodológica es la siguiente:



## METODOLOGÍA ENCUESTA CATI

- > **Universo:** personas mayores de edad residentes en Euskadi.
- > **Muestra:** 751 encuestas (451 dirigidas a mujeres y 280 a hombres).
- > **Margen de error:** 3,6% para un NC 95% y asumiendo pq 0,5.
- > **Cuotas:** por sexo y grupo de edad.
- > **Trabajo de campo:** noviembre y diciembre de 2018.
- > Los datos han sido ponderados considerando el sexo y la edad de las personas entrevistadas.
- > **Cuestionario:** elaborado por **Adimen** y puesto a disposición del grupo asesor del proyecto para su previo consentimiento y visto bueno definitivo. Ha tenido una duración media de 14 minutos.
- > **Anonimato y confidencialidad:** se garantiza el absoluto anonimato de las respuestas de las personas encuestadas, cuyas respuestas serán utilizadas únicamente en la confección del estudio; y sus datos opináticos han sido totalmente disociados de sus datos de identificación.
- > **Control de calidad:** de acuerdo a la norma ISO 20252 y el Código de conducta CCI/ESOMAR.
- > **Tratamiento estadístico:** tabulación simple y cruzada de frecuencias y análisis multivariantes.

---

<sup>42</sup>. Computer Assisted telephone Interview.

## 2 | LIMITACIONES Y FACTORES QUE HAN INFLUIDO EN EL ESTUDIO

Antes de comenzar con la lectura de los datos conviene tener en cuenta una serie de reflexiones fundamentales de cara a una mejor comprensión de los mismos.

Conviene insistir en la novedad de la temática de estudio. A lo largo del análisis, tanto en la adaptación del marco teórico como en la fase del trabajo de campo cualitativo y cuantitativo se pone de manifiesto:

- Una escasez de estudios o reflexiones previas que ayuden a configurar el estudio y que puedan servir como referencia y como base de comparativa, en la medida en que, si bien se han realizado varios estudios sobre los impactos que tienen desde la perspectiva de género los ámbitos de la tecnología, del ocio audiovisual o del consumo energético en los hogares, no hemos encontrado estudios que lo hayan trabajado desde la perspectiva de las violencias machistas y sus manifestaciones estructurales, simbólicas y directas.
- En este sentido, al igual que lo ocurrido en la primera parte de la investigación, la reacción inicial de algunas expertas fue de sorpresa ante lo novedoso de la conceptualización como violencias machistas y a lo largo de la entrevista se fue desarrollando el constructo teórico que sirve como base para el diseño del estudio cuantitativo. Además, el grupo asesor tuvo dificultades para encontrar personas expertas en tecnología móvil con perspectiva feminista, hecho que no nos ha permitido afinar con exactitud en las preguntas planteadas en el trabajo de campo realizado posteriormente.
- La naturalización y la invisibilización del fenómeno, por tanto, queda patente. Ello se ha visto reflejado de forma clara en los resultados cuantitativos relacionados con las diversas manifestaciones de violencia directa, las cuales no siempre han sido percibidas como tales por parte de la población encuestada. Por otra parte, no podemos obviar que aunque

la encuesta telefónica es una herramienta sin duda eficaz a la hora de detectar formas de violencia en el consumo, la consideramos más limitante a la hora de abordar temas más delicados y que pueden dar reparo confesar, como podrían ser las violencias más directas y que suelen asociarse más bien con trastornos, enfermedades, etc.

- En el grupo asesor, en la definición del marco teórico en los tres ámbitos estudiados, ha habido debates para definir si en algunos casos, los nombrábamos como violencia ejercida desde el sistema capitalista o si lo nombrábamos como violencias machistas. Se ha nombrado como violencias machistas cuando la violencia ejercida por el sistema capitalista afecta específica y en mayor medida a las mujeres y otros sujetos no heteronormativos por el hecho de serlo.
- Desde el principio ha sido difícil definir los ítems de consumo como algo concreto, por ejemplo, en el ámbito de la telefonía móvil, aunque nos hayamos centrado en el consumo del aparato móvil como tal, no siempre ha sido fácil desvincularlo del consumo de internet. Lo mismo ha ocurrido con la series de ficción, donde no ha resultado sencillo desvincularlas del consumo de otros productos audiovisuales.
- Tal y como hemos explicado anteriormente, con el objetivo de ahondar en la perspectiva de diversidad sexual y de género, en las entrevistas en profundidad a personas consumidoras, decidimos seleccionar un perfil muy concreto: mujeres cis y transexuales lesbianas y heterosexuales incorporando otras variables como la edad, la procedencia geográfica, el nivel de concienciación con temáticas sociales y la condición económica. Sin embargo, nos hemos encontrado con dos dificultades: encontrar estos perfiles a pesar de haber contactado con colectivos por los derechos de personas LGTBI+ y que varias mujeres contactadas no quisieron participar a pesar de tener garantizado su anonimato. Ello nos ha obligado a modificar los perfiles diseñados en un primer momento, incorporando a una persona bisexual y a un hombre trans.
- Pero quizás el reto más importante ha sido describir la pobreza energética como violencia machista. Ello se debe, por un lado, a la invisibilización y naturalización de esta problemática. Por otro lado, es un ámbito que se sitúa en un nivel de concreción distinto al de los ámbitos de telefonía móvil o de series de ficción. En este sentido, el consumo energético en los hogares no puede considerarse como un producto de consumo como tal, sino que como un derecho humano, es decir, ligado a la necesidad básica de cualquier persona de vivir en una condición digna. Esta constatación ha planteado varias dudas vinculadas tanto al enfoque de análisis (marco teórico) como a nivel de constructo metodológico: qué preguntar y cómo preguntarlo.

## 3 | PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Se presentan a continuación los resultados cualitativos y cuantitativos del trabajo de campo que se ha realizado con el objetivo de explorar la relación existente entre las violencias machistas y los ámbitos estudiados. Los resultados se presentarán destacando las diferentes formas de violencias (estructural, simbólica y directa) que han sido detectadas en relación a los tres ámbitos analizados: series de ficción, telefonía móvil y consumo energético en los hogares.

Por cada uno de estos ámbitos se dan a conocer en primer lugar los resultados cualitativos detallando las diversas formas de violencia (estructural, simbólica y directa) que han sido detectadas tanto por las personas expertas como por las personas consumidoras entrevistadas. En un segundo momento, se dan a conocer los resultados cuantitativos, presentándolos nuevamente por las diferentes formas de violencia.

**Los resultados por ámbitos se presentarán en este orden:**



**ÁMBITO DE OCIO AUDIOVISUAL**  
SERIES DE FICCIÓN



**ÁMBITO TECNOLÓGICO**  
TELEFONÍA MÓVIL



**ÁMBITO DOMÉSTICO**  
CONSUMO ENERGÉTICO EN LOS HOGARES



**ÁMBITO AUDIOVISUAL**  
SERIES DE FICCIÓN

## RESULTADOS CUALITATIVOS

### VIOLENCIA ESTRUCTURAL



**TABLA 7** CUADRO RESUMEN DE LA VIOLENCIA ESTRUCTURAL EN EL ÁMBITO DE LAS SERIES DE FICCIÓN

**VIOLENCIA  
ESTRUCTURAL  
EN LAS SERIES  
DE FICCIÓN**

- ✓ Reproducción de roles de género .
- ✓ Ocultamiento de fenómenos sociales como la pobreza, que afecta mayoritariamente a las mujeres.
- ✓ Consumo irreflexivo basado en estereotipos de género y que reproduce desigualdades.
- ✓ Pinkwashing.

Tal y como hemos apuntado en el marco teórico, consideramos las series de ficción como “constructoras de modelos de sociedad”, en la medida en que a través de sus narraciones difunden una serie de valores, comportamientos y normas, tanto individuales como colectivas, bien definidas y coherentes a los roles y estereotipos de género aceptados socialmente. Además, naturalizan la violencia y específicamente las violencias machistas, e invisibilizan lo que no se considera como “normal”. Consideramos las series de ficción una herramienta más para la reproducción de un sistema capitalista, colonialista y heteropatriarcal. Un sistema que como planteamos en el marco teórico genera desigualdad y exclusión, aumentando los privilegios de unos pocos sobre otras, justificándolos sobre la base del acceso a recursos de las personas, su sexo, su género y/o su origen, entre otras claves de desigualdad.

Las personas expertas entrevistadas concuerdan ampliamente con lo que acabamos de exponer y precisan que a través del consumo de series se puede llegar a visibilizar cómo estos dos sistemas –el capitalista y el heteropatriarcal– se retroalimentan entre sí, construyendo un ideario que las personas debemos cumplir:

*“Al final vemos cómo el patriarcado y el sistema capitalista son dos sistemas que se retroalimentan sin ser lo mismo. Lo más habitual es ver mujeres de cierto estrato, con ciertos estudios y clase media alta como profesionales liberales y blancas en la mayoría de veces. Se le da importancia a lo amoroso y la pareja como prioridad. Se crea un ideario de que ese es el referente que debemos cumplir”*

Entrevista a experta

En este sentido, una primera violencia estructural nombrada por las expertas **es aquella vinculada a la omnipresencia del binomio hombre-mujer**, lo que refuerza los roles de varón trabajador y mujer cuidadora, difundiendo un modelo concreto y único de establecer y desarrollar proyecto vitales (elección de una carrera profesional, estudio, relaciones de pareja, modelos de familia, etc.), que, como bien sabemos, tiene un impacto claro en términos de desigualdades de género y de reproducción de las violencias machistas en todas sus manifestaciones. Además, podemos vislumbrar un impacto en términos de **invisibilidad tanto de las mujeres como de las personas no heteronormativas** en las series de ficción en la medida en que cuentan con roles minoritarios y estereotipados:

*“La influencia es brutal, nos dicen cómo vestir, cómo comportarnos, qué comer y lo que es peor cómo llevar nuestras relaciones personales para no salirnos del guion”*

Entrevista a experta

*“La tele es una herramienta que reproduce un modelo de sociedad patriarcal, el modelo del éxito, del fracaso, las características globales de un modelo patriarcal, mucho sexo, éxito individual, económico. Se valora y representa lo de fuera del hogar, valores que se repiten continuamente”*

Entrevista a experta

*"La representación de las mujeres en las series aparece poco, o no son protagonistas, ayudan a hombres a realizar sus objetivos, siempre están en un segundo plano sumisas o para lograr el objetivo del varón"*

Entrevista a experta

*"Es discriminatorio el hecho de que en las franjas que consideran que hay más mujeres es cuando se ponen contenidos desprovistos de cualquier intelectualidad"*

Entrevista a experta

Otra violencia estructural que se detecta a partir del discurso de las expertas tiene que ver con **la invisibilización de problemáticas sociales como la pobreza**, precisando cómo estos fenómenos quedan ocultos tras la transmisión de un "ideario de vida" basado en la abundancia económica y en el materialismo. Ocultar la pobreza, que afecta de forma más cruda a las mujeres por la división sexual del trabajo, por su rol de cuidadoras y por las desigualdades económicas existentes, tiene consecuencias directas en términos de vergüenza entre las mujeres con menos recursos, en la medida en que se encuentran invisibilizadas y su voz queda silenciada al no estar representadas entre tanta perfección:

*"Se oculta la miseria del país, ocultan las calamidades, falta de trabajo, sueldo de miseria, falta de calefacción y electricidad. Hacen series idílicas para que veas qué se puede conseguir. Se habla poco de violencia de género, no se habla de sueldos como con los que vivimos (...) se oculta la pobreza. Nos hacen sentir vergüenza de ser pobres. La mayoría de mujeres que van a comedor social van avergonzadas como si tuvieran la culpa, les han quitado su opinión, eso no está representado entre tanta perfección"*

Entrevista a experta

*"Falta justicia entre lo representado y lo real, necesidad de inclusión"*

Entrevista a experta

Ligado a lo anterior, se considera que las series apoyan el **consumo irreflexivo que sustenta el sistema capitalista**, en la medida en que tienden a trasladar todo lo material como algo esencial en nuestras vidas (las casas grandes, con jardín, formas de ocio) sin importar el impacto que este tipo de consumo puede tener tanto a nivel medioambiental como humano. El impacto en términos de consumo y violencias machistas radica en que, al igual que otros productos que consumimos, también las series de ficción proponen un consumo diferenciado entre mujeres y hombres, cargado de valores que reproducen estereotipos femeninos y masculinos. Y es así como existe una cada vez más variada oferta de series específicamente “para mujeres”, donde priman los valores vinculados al amor romántico, al culto a la belleza y a la juventud, entre otros; y series específicamente para hombres, en las que se refuerzan los ideales de masculinidad independiente y de hombre salvador.

Siguiendo con este análisis, desde el grupo asesor se ha observado cómo desde la industria audiovisual se propone una oferta cada vez más amplia de series de ficción donde, principalmente las mujeres, tienen más protagonismo y/o roles más transgresores dirigidas de forma predominante a mujeres. Al igual que existe un mercado cada vez más variado de series de ficción que abordan la diversidad sexual y de género, que también se dirigen principalmente a colectivos LGTBI+. De hecho, no es casual que este tipo de series suelen englobarse dentro de “nuevos géneros cinematográficos” como el “cine para mujeres” o el “cine LGTBI+”. En este sentido, otra violencia estructural detectada en este ámbito se relaciona con el **pinkwashing**, que tal y como ya hemos apuntado en el marco teórico, es un fenómeno a través del cual el sistema capitalista y heteropatriarcal se apropian de las luchas y reivindicaciones sociales para crear nuevos nichos de mercado o para dotar de un toque de modernidad al canal, justificando lo rancio de otras. De hecho, no es de extrañar que la oferta de este tipo de series se encuentre en la gran mayoría de los casos, en canales de pago como HBO y Filmin, entre otros.

*“Es cierto que ha habido un intento de que los personajes femeninos sean más, pero estos personajes están muy ligados a cuestiones relacionadas con lo amoroso o romántico en relación a los hombres. Se trata de un doble discurso, ya que aunque se hace ver un personaje independiente económicamente luego priorizan y dan importancia a objetivos de amor, pareja”*

Entrevista a experta

## VIOLENCIA SIMBÓLICA



### TABLA 8 CUADRO RESUMEN DE LA VIOLENCIA SIMBÓLICA EN EL ÁMBITO DE LAS SERIES DE FICCIÓN

#### VIOLENCIA SIMBÓLICA EN LAS SERIES DE FICCIÓN

- ✓ Reproducción de los estereotipos de género: amor romántico, heteronormativo y monógamo; mujer heroína, mujeres poderosas masculinizadas y asexuadas.
- ✓ Visión androcéntrica y heteronormativa de la diversidad humana: personajes migrantes caricaturizados, mujeres representadas desde el doble estigma; diversidad sexual y de género también caricaturizada; representación jerárquica entre lo aceptado socialmente y lo que no lo es; falta de diversidad vinculada al sexo y al género, así como la brutalidad con la que se representan los universos existenciales no heteronormativos; representación de personajes estereotipados y no reales.
- ✓ Ejercicio de la violencia basado en la cosificación del cuerpo de las mujeres; uso del humor para ejercer violencia sutilmente.

Antes de profundizar en el análisis de la reproducción de las violencias simbólicas en las series de ficción, recordamos que entendemos este tipo de violencias como el conjunto de símbolos y valores que naturalizan y reproducen las violencias machistas. Para ello, hemos preguntado a las expertas y a las personas consumidoras entrevistadas qué tipo de valores y símbolos reproducen las series de ficción.

Desde la transmisión de modos de vida basados en los ideales androcéntricos, capitalistas y heteropatriarcales que ya hemos mencionado, las personas entrevistadas señalan que las series de ficción cuentan con las siguientes características:

- **Mantienen estereotipos.** El enfoque utilizado coloca al hombre como el salvador de la mujer, y las mujeres a menudo son representadas desde ideales de belleza inalcanzables, desde su rol predominante de cuidadora (madre y esposa), y comportándose como se espera de ellas: que sean

consumistas, rivales entre mujeres, dispuestas a ser “salvadas”, etc. En opinión de las expertas consultadas, la imagen de **súper heroína** que puede con todo y lo consigue daña la realidad de las mujeres que hacen lo posible para llegar a todo y ven cómo no cumplen sus “estándares” de trabajadora, madre, compañera, mujer bella y dispuesta, renunciando a ellas mismas por el “bien de todos”:

*“Se reproducen los roles clásicos de lo que debe ser una mujer, con lo que marcan la senda por la que tienes que ir”*

Entrevista a experta

*“El consumo es parcial y sectario hacia cierto tipo de belleza y de cuerpos, no son feas ni con sobrepeso, suelen cuidar su aspecto físico. En muchas series hablan de estilos de vida con cosas de belleza, de alimentación o que consumen ropa de marca, artículos de determinada clase”*

Entrevista a experta

Las **representaciones sobre el amor romántico, heteronormativo y monógamo** también son otra forma de violencia simbólica que las expertas mencionan. Al igual que lo comentando anteriormente, se insiste en que esta forma de representar las relaciones “dictamina” lo que se espera socialmente y se vincula al modelo de éxito al que en especial las mujeres deben aspirar. Tal y como es bien sabido, se difunde un modelo mayoritario de relaciones entre mujeres y hombres basadas en el amor romántico, a través de las cuales se legitiman valores vinculados a aguantar el sufrimiento, la entrega y disponibilidad total, el control y los celos, todas ellas son una forma muy visible de violencia machista:

*“La violencia en las series que se traslada es por la vía de amor monógamo y romántico que obliga a ese modelo de éxito. Se puede hablar de violencia por ausencia o por los roles que adoptan los protagonistas”*

Entrevista a experta

Desde el prisma del éxito heteropatriarcal, las **mujeres poderosas aparecen masculinizadas y asexuadas**. El enfoque de la mujer profesional e independiente con un claro perfil masculino sirve para remarcar las diferencias entre los roles de hombres y mujeres. Las personas entrevistadas señalan, por ejemplo, que cuando en las series aparece una mujer profesional de éxito, con un carácter fuerte e independiente, suele convertirse en un ser completamente asexuado. Además, asocian este personaje con valores masculinos como la fortaleza, el poder económico, incluso llegando a la frialdad del personaje, son mujeres sin lazos familiares visibles. Y si son madres se trata como una maternidad ausente:

*"Para representar una mujer fuerte con éxito profesional masculinizan el personaje, es el rol de un hombre con traje de falda y chaqueta"*

Entrevista a experta

*"Se ejerce una violencia simbólica sobre las mujeres por ejemplo en cómo trasladan la maternidad, no la trasladan como un modelo de éxito, sino como una madre de una manera ausente, modelo muy patriarcal"*

Entrevista a experta

Ligado a lo anterior, las mujeres poderosas suelen ser de raza blanca, de clase media y con estudios y recursos económicos. En esta representación única y precisa queda oculta la diversidad y en el imaginario colectivo, el ideal de éxito queda atrapado en una **visión androcéntrica, capitalista, racista y heteronormativa**.

*"Cuando son mujeres fuertes les añaden rasgos varoniles. Por ejemplo Cómo defender a un asesino, es una mujer fuerte, que hace lo que quiere, que no ha tenido hijos y se culpa por ello, es infiel, es ejemplo de fortaleza"*

Entrevista a experta

- En este sentido, cuando preguntamos a las expertas cómo se **representa la diversidad humana**, se explicita que también en estos casos la tendencia manifiesta es la de reproducir los valores que predominan en nuestra sociedad. En el caso de las representaciones de colectivos de otra procedencia geográfica, la tendencia imperante es la de reproducir los

estereotipos presentes socialmente en torno a la inmigración. Y es así como las personas migradas aparecen en un segundo plano, con roles poco relevantes y en situaciones que refuerzan las condiciones de discriminación que padecen. A este respecto una experta precisa que, en el caso de las mujeres negras, los papeles que asumen refuerzan en ocasiones su doble condición de mujer y marginada: no tienen nombre ni diálogo. Su aparición se limita a una imagen gráfica vacía de contenido:

*"Es el caso de mujeres que limpian, que cuidan... Sucede que el hecho de que haya personas negras en España no es un fenómeno reciente, las migrantes están aquí desde hace años. En este caso el colectivo está más perjudicado y con mayor desigualdad, son las mujeres que tienen doble estigma de género y raza. Todas las razas tienen un sesgo, a las gitanas por ejemplo se les califica como más violentas (...). No hay ninguna mujer negra que tenga una profesión medianamente respetable. No se trata de que todas sean médicas sino de hacer justicia porque todas las mujeres negras no son así, hay de todo"*

Entrevista a experta

Vemos por tanto que se presenta una realidad única que poco tiene que ver con la realidad objetiva. En el caso de la **representación de la inmigración, los personajes se caricaturizan** y el papel que asumen en las series las personas migradas, especialmente las mujeres, no refleja el aporte de las mismas a la sociedad de acogida, en todos los ámbitos (laboral, cultural, relacional...). En el caso concreto del ámbito de los cuidados, es interesante la reflexión de una de las expertas que, haciendo referencia a las cadenas globales de los cuidados, insiste en cómo este tema se trata de una forma desvinculada de la realidad. Todo ello no sólo presenta una explicación descontextualizada del fenómeno migratorio, de sus causas y de su relación con otros fenómenos globales, si no que además empeora la situación de estas mujeres en términos de prejuicio y de discriminación, desvalorizando su rol como sujetas activas y su aportación al cuidado de la vida humana en un territorio (el estado español) con mayores necesidades en este sentido:

*"Hay elementos ausentes, claro que no refleja la España real desde el momento que se representan estereotipos y personajes que son caricaturas. Lo que representa cuidar la familia de otro y no ver a la tuya. O cuando te dice que te tienes que ir porque el anciano al que cuidas se ha muerto y se te echa a la calle"*

Entrevista a experta

*"Falta representación de mujeres no blancas, colectivo de lesbianas, transexuales, mujeres que no tengan ideal de belleza física. Hace falta más diversidad, más clases sociales, hay ejemplos pero no es la mayoría"*

Entrevista a experta

- Vinculado a la representación de la diversidad humana, hemos preguntado a las expertas sobre **los símbolos que se transmiten en las series en torno a la diversidad sexual y de género**. A este respecto, se señala que la diversidad sexual comienza a estar presente aunque poco normalizada y muy estereotipada o ridiculizada. También en estos casos la tendencia es la de mantener lo aceptado socialmente, y dentro de las personas LGTBI+ se identifica una cierta jerarquía entre aquellas relaciones consideradas moralmente aceptables de las que no lo son. La predominancia, por ejemplo, de gais en las series (generalmente blancos y con recursos económicos) frente a la poca presencia de lesbianas, bisexuales, personas transexuales o intersexuales:

Esta opinión es ampliamente compartida por las personas consumidoras transexuales que han sido entrevistadas. Además, se precisa que dentro de las series se representan mayoritariamente mujeres trans, y muestran sus vivencias ligadas a un momento particular de su vida: la época de transición. En este sentido, varias consumidoras critican la **falta de diversidad vinculada al sexo y al género de estos personajes, así como la brutalidad con las que se representa su universo existencial**:

*"Está cambiando el enfoque hacia la diversidad sexual porque se está normalizando y cada vez hay más. No es igual la representación de hombres que de mujeres, hay más representación de hombres que de mujeres también en este ámbito. Es necesario que haya transversalidad, que se cuelen con normalidad, que no pre-estereotipemos, que pueda haber personajes con o sin pluma aunque sean homosexuales, que no sea el centro ese rasgo sino que sea una cara más del poliedro que conforma. Falta justicia entre lo representado y lo real, necesidad de inclusión"*

Entrevista a experta

*"Yo no me siento para nada identificado porque representan siempre a las personas trans, en su mayoría mujeres, de manera brutal. Las exponen demasiado y siempre presentan la brutalidad sobre ellas; son las que trabajan en la calle, las prostitutas, son receptoras de violencia (palizas, violaciones...)"*

Entrevista a hombre trans heterosexual mayor muy concienciado

*"Lo habitual es representar a mujeres transexuales porque así se puede recurrir al cliché fácil y a la imagen de esperpento y disfraz"*

**Entrevista a mujer trans heterosexual joven muy concienciada**

Se achaca además la intención manifiesta de insertar las relaciones de pareja de los colectivos LGTBI+ en el modelo familiar patriarcal socialmente aceptado, basado en el matrimonio y en la crianza de hijos e hijas.

Por último, se señala que en muchas ocasiones las representaciones de las minorías –tanto sexuales como raciales– se construyen desde personajes que no pertenecen a estas minorías, hecho que ayuda a crear una imagen irreal de la situación de estas personas, ajustada a patrones que poco tienen que ver con su realidad:

*"En el caso de transexuales son invisibles porque se oculta una realidad. Sorprende cuando sale un personaje transexual, está muy estereotipado y se trata con ironía y humor. Las personas que hacen de ellos son personas postizas, no entiendo por qué no cogen a una persona transexual para cumplir estos papeles. Lo mismo ocurre con otros papeles y el racismo, como por ejemplo escoger a una mujer blanca y estadounidense para hacer de Cleopatra"*

**Notas entrevista mujer cis heterosexual joven muy concienciada**

*"Por ejemplo, la película sobre las gitanas lesbianas, ha escrito la historia una mujer paya. La ha hecho una persona que no sabe representarlo y no están contentas porque no se ha visibilizado su realidad, si se hubiera tenido en cuenta su opinión en la grabación y en el guión. No sólo se trata de visibilizar otras minorías sino de hacerlo bien, no de seguir estereotipando los mismos papeles"*

**Notas entrevista a mujer cis lesbiana muy concienciada**

## LAS REPRESENTACIONES SIMBÓLICAS DE LA VIOLENCIA

Cuando preguntamos a las personas entrevistadas cómo se representa la violencia, explican que una parte importante del contenido audiovisual donde **se ejerce la violencia está centrada en la cosificación de la mujer**, que la representa como un mero objeto sexual, ignorando sus cualidades y habilidades intelectuales o más allá del aspecto físico. Además, en el caso de las mujeres, la cosificación de su cuerpo tiene un impacto en términos de violencia directa, ya que la presión social por contar con un “cuerpo perfecto” puede llegar a generar enfermedades alimentarias, depresión, aislamiento, etc.

La concepción única del cuerpo de las mujeres como objeto sexual conlleva la falta de representación de la diversidad humana vinculada a: **i)** la gran variedad de cuerpos, **ii)** la concepción no estereotipada de la belleza, **iii)** la pluralidad a la hora de establecer y vivir relaciones. Frente a la predominancia simbólica del hombre cazador y mujer cazada, las relaciones diversas, igualitarias, no monógamas y no heteronormativas quedan relegadas a un segundo plano.

Más allá de estas representaciones, nos parece relevante la observación de una experta vinculada al **uso del humor como recurso para ejercer violencia de forma sutil**. La violencia que se puede ejercer desde el humor se disfraza de un “chiste” del que es difícil defenderse. Además, desde otras voces consultadas para este estudio, se precisa que el humor, cuando se dirige a situaciones o fenómenos que no están normalizados socialmente, puede llegar a tener un impacto negativo en la medida en que legitima el “todo vale”:

*“La función (del humor) es vender y aporta gracia a los que no se sienten identificados, en cambio a nosotras, que nos ha costado luchar y conseguir que se nos respete, no nos hace gracia. A mí no me hace gracia cuando nos humillan, aunque se tome con humor porque luego pasa lo que pasa en la sociedad y luego cuando vas a la calle, todo vale”*

**Entrevista a mujer trans heterosexual muy concienciada**

## VIOLENCIA DIRECTA



**TABLA 9** CUADRO RESUMEN DE LA VIOLENCIA DIRECTA EN EL ÁMBITO DE LAS SERIES DE FICCIÓN

**VIOLENCIA DIRECTA EN LAS SERIES DE FICCIÓN**

- ✓ Ansiedad por no alcanzar ideales
- ✓ Frustración y enfado, por un nivel de vida o ideales de belleza inalcanzables

Según las personas entrevistadas, las violencias estructurales y simbólicas que hemos ido nombrando hasta el momento tienen un impacto en la salud psicológica de los y las espectadoras, en la medida en que se toma conciencia de que los ideales que se transmiten en las series de ficción son difícilmente alcanzables. Cuando una persona que está visionando este tipo de contenidos toma conciencia de lo que se aleja su vida de la vida de estos personajes ideales, aparece la **ansiedad por querer parecerse a ellos**.

Y es así como desde la ansiedad van surgiendo **las comparaciones y la frustración por querer un nivel de vida difícilmente alcanzable**. Además, si tenemos en cuenta las desigualdades existentes y cómo los mandatos de género afectan mayoritariamente a las mujeres por el rol que les ha sido asignado, no resulta descabellado afirmar el mayor impacto que estos ideales tienen precisamente en las mujeres; en un contexto en el que ellas cargan con la doble o triple jornada laboral, y donde la presión por el cuerpo perfecto, la eterna juventud y el “poder con todo” se dirige expresamente a ellas.

Estas representaciones influyen en la construcción de la personalidad individual y moldean los deseos y las expectativas que tenemos sobre nosotras mismas, sobre nuestros cuerpos y sobre lo que las demás personas esperan de nosotras. Una consumidora entrevistada nos alerta sobre las consecuencias que tiene todo ello, sobre todo, en la adolescencia:

*“Me siento enfadada por una parte porque soy consciente de que no me representa pero que inciden en nuestra construcción de la personalidad y de nuestros deseos. Y además cara a la adolescencia puede tener mucho efecto. Mujeres con diferentes aspiraciones sin que cumplan la novia de... o cumplan el papel de la madrastra. Hay que romper moldes”*

**Entrevista a mujer trans heterosexual joven muy concienciada**

## RESULTADOS CUANTITATIVOS

Antes de explicar los resultados obtenidos a través de la encuesta a población relativos a la percepción de las violencias machistas en la series de ficción, presentamos un primer apartado sobre el consumo de estos productos en función del sexo, la edad y los recursos económicos de las personas encuestadas.

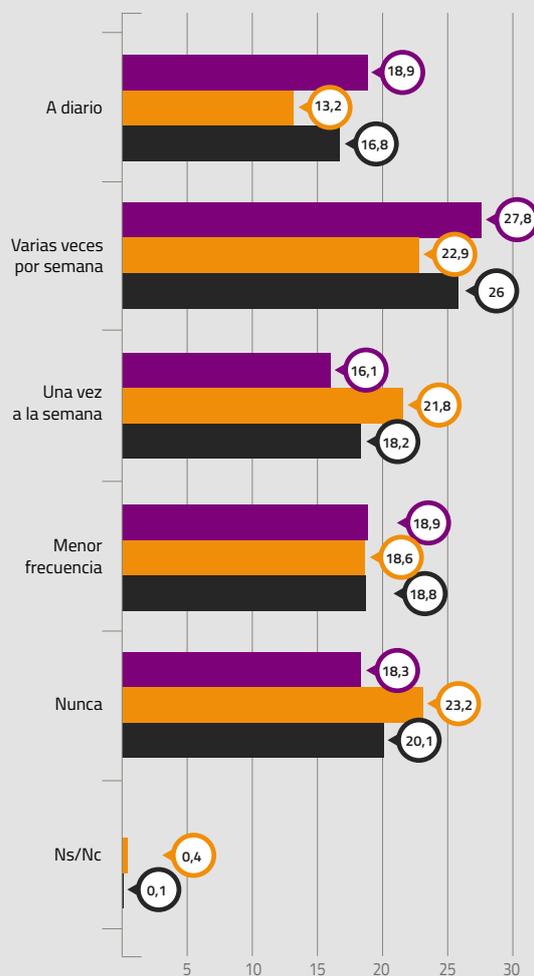
Según los datos obtenidos, hasta **el 80% de las personas encuestadas es público de series de ficción. En este universo, las mujeres consumen series con mayor frecuencia:** dentro de las personas que han indicado no ver nunca las series de ficción, el porcentaje de hombres se sitúa en torno al 23% y en el caso de las mujeres, esta cifra baja al 18,3%. Profundizando en el análisis, vemos que el porcentaje de mujeres que ha indicado ver “a diario” o “varias veces por semana” las series, alcanza el 46,5% frente al 36,1% de los hombres que han indicado lo mismo.

El análisis por edad muestra que 9 de cada 10 personas menores de 35 años ve este tipo de series, y en general, lo hace con mayor frecuencia que el resto de la población consultada. Llama la atención que casi el 30% de las personas mayores de 51 años afirma no ver nunca las series.

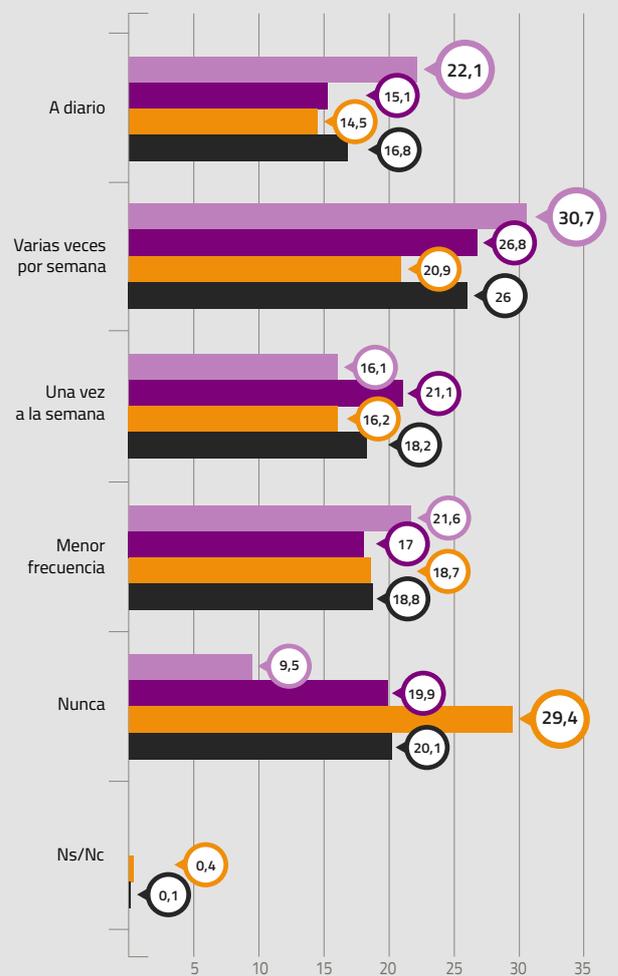
Estos datos nos indican que, aunque el consumo de series es bastante generalizado entre la población encuestada, **son las mujeres y las personas menores de 35 años las que consumen mayoritariamente este tipo de producto.**

## GRÁFICA 2 ¿CON QUÉ FRECUENCIA VES SERIES DE FICCIÓN?

**SEXO**    Mujeres    Hombres    Total



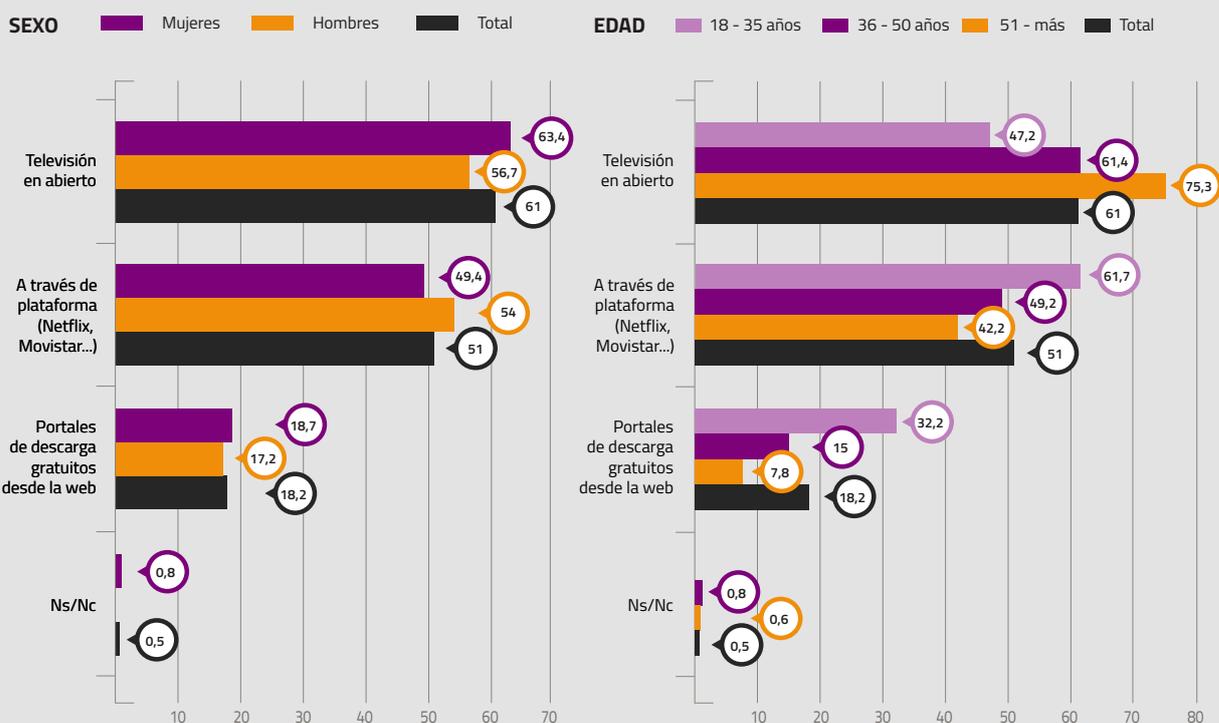
**EDAD**    18 - 35 años    36 - 50 años    51 o más    Total



El grueso de las personas sigue viendo las series **en abierto**, aunque el cambio generacional es evidente:

- Entre las personas de mayor edad, el 75,3% ve series en abierto y únicamente el 7,8% en portales de descargas.
- Entre las personas jóvenes, la forma más frecuente de ver series es a través de plataformas de pago (61,7%), la televisión en abierto cae al 47,2% y los portales de internet se elevan hasta el 32,2%.
- Entre las personas en peor situación socioeconómica, también es mayor la diferencia de consumo de series en canales gratuitos frente a los de pago.

### GRÁFICA 3 LAS SERIES DE TELEVISIÓN LAS VES... (RESPUESTA MÚLTIPLE)



## VIOLENCIA ESTRUCTURAL



**TABLA 10** CUADRO RESUMEN DE LA VIOLENCIA ESTRUCTURAL EN EL ÁMBITO DE LAS SERIES DE FICCIÓN

### VIOLENCIA ESTRUCTURAL EN LAS SERIES DE FICCIÓN

- ✓ El 70,3% de las personas encuestadas percibe que las series pocas veces o nunca muestran una realidad igualitaria entre hombres y mujeres, porcentaje que se eleva al 74% en el caso de las mujeres, frente al 64% de los hombres.
- ✓ Hasta el 55% considera que cuando se producen agresiones sexistas, se realiza de forma crítica, porcentaje que asciende hasta el 59% en el caso de las mujeres, y baja hasta el 48% en el caso de los hombres.
- ✓ El 72% considera que las series muestran una posición de superioridad o privilegio de los hombres frente a las mujeres.
- ✓ El 33,7% de las personas entrevistadas (35,8% en el caso de las mujeres), afirma haberse sentido ofendido/a con la forma en la que alguna serie trata temas relacionados con la violencia de género, la desigualdad entre hombres y mujeres o la realidad LGTBI+.

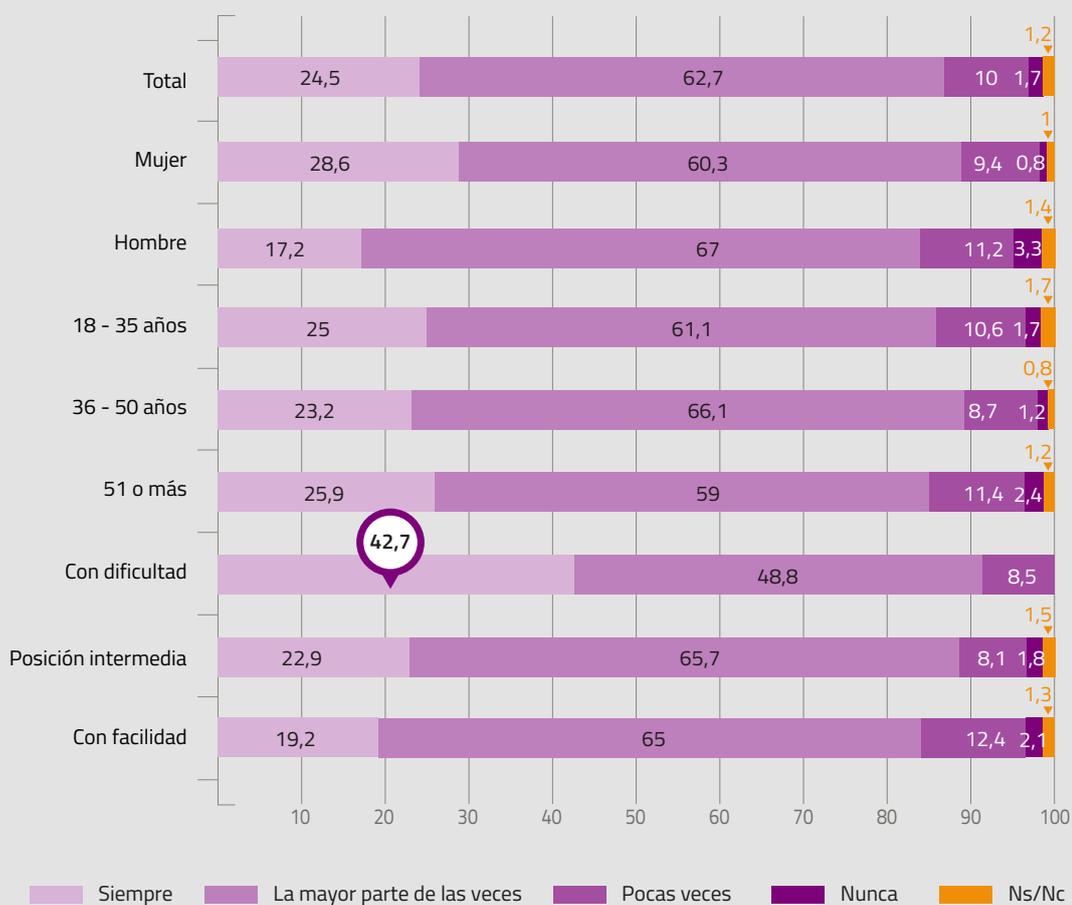
De cara a identificar las violencias estructurales en el ámbito de las series de ficción, hemos preguntado a las personas encuestadas su percepción en torno a algunas de las violencias que habían sido identificadas previamente por el grupo asesor y que se han explicado en el marco teórico de este documento.

Las personas identifican una reproducción de la división sexual de los trabajos en las series de ficción. Así **el 87,2% de las personas encuestadas considera que las mujeres que aparecen en las series de ficción viviendo en familia suelen asumir el rol de cuidadoras**. Dentro de los perfiles incluidos en el análisis, es destacable que el mayor nivel de conciencia sobre este tipo de violencia se da principalmente entre:

- Las mujeres, ya que hasta el 89% ha respondido afirmativamente a esta pregunta, frente al 84% de hombres.
- Las personas de edades comprendidas entre los 36 y los 50 años (el 89% ha respondido afirmativamente).

→ Las personas con menos recursos económicos (92%). Es de interés cómo, a medida que aumentan los recursos económicos, el nivel de conciencia sobre la reproducción de los roles de género desciende, si bien sigue siendo alto: el 89% de las personas con recursos intermedios y el 84% de las personas con un nivel alto de recursos han respondido afirmativamente a esta pregunta.

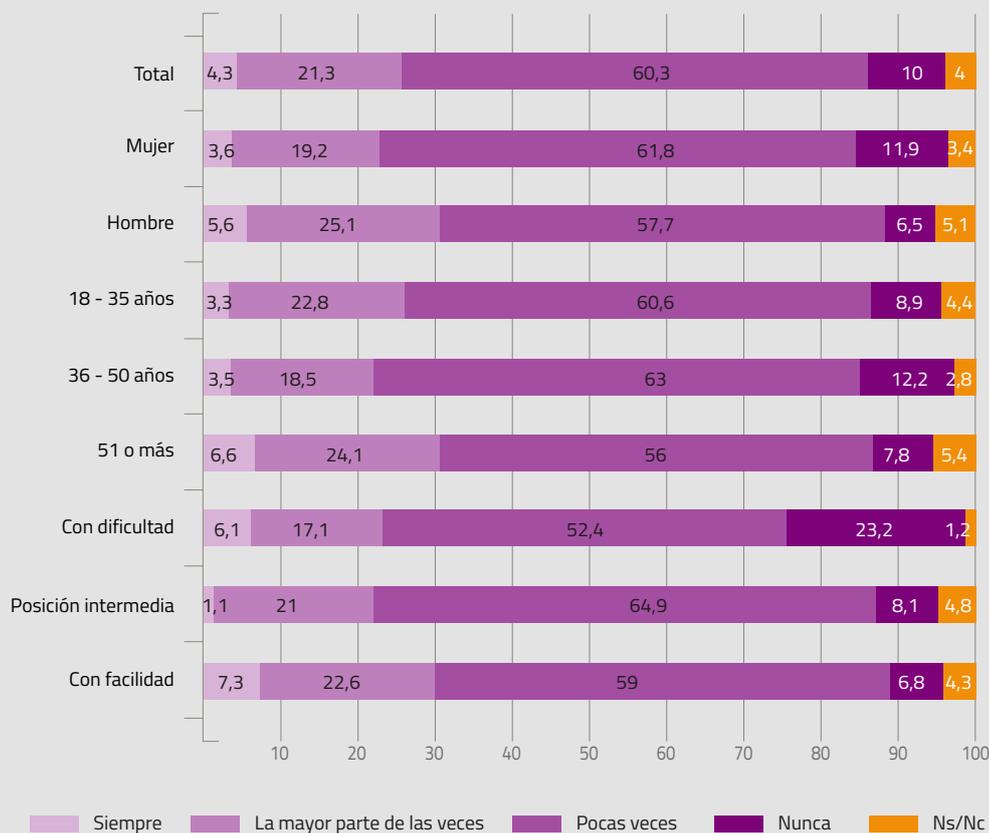
### GRÁFICA 4 CUANDO VIVEN EN FAMILIA, LAS MUJERES DE LAS SERIES SUELEN SER LAS RESPONSABLES DE LAS TAREAS DEL HOGAR O EL CUIDADO DE LA FAMILIA



Siguiendo con el análisis, se observa que hasta **el 70,3% percibe que las series pocas veces o nunca muestran una realidad igualitaria entre hombres y mujeres**. También en este caso las mujeres se muestran más críticas, ya que hasta el 74% frente al 64% de los hombres ha respondido afirmativamente. Al igual que en la pregunta anterior, son las personas con menores recursos las que identifican mayoritariamente esta cuestión: el 76% frente al 66% de las personas que han indicado contar con mayores recursos económicos.

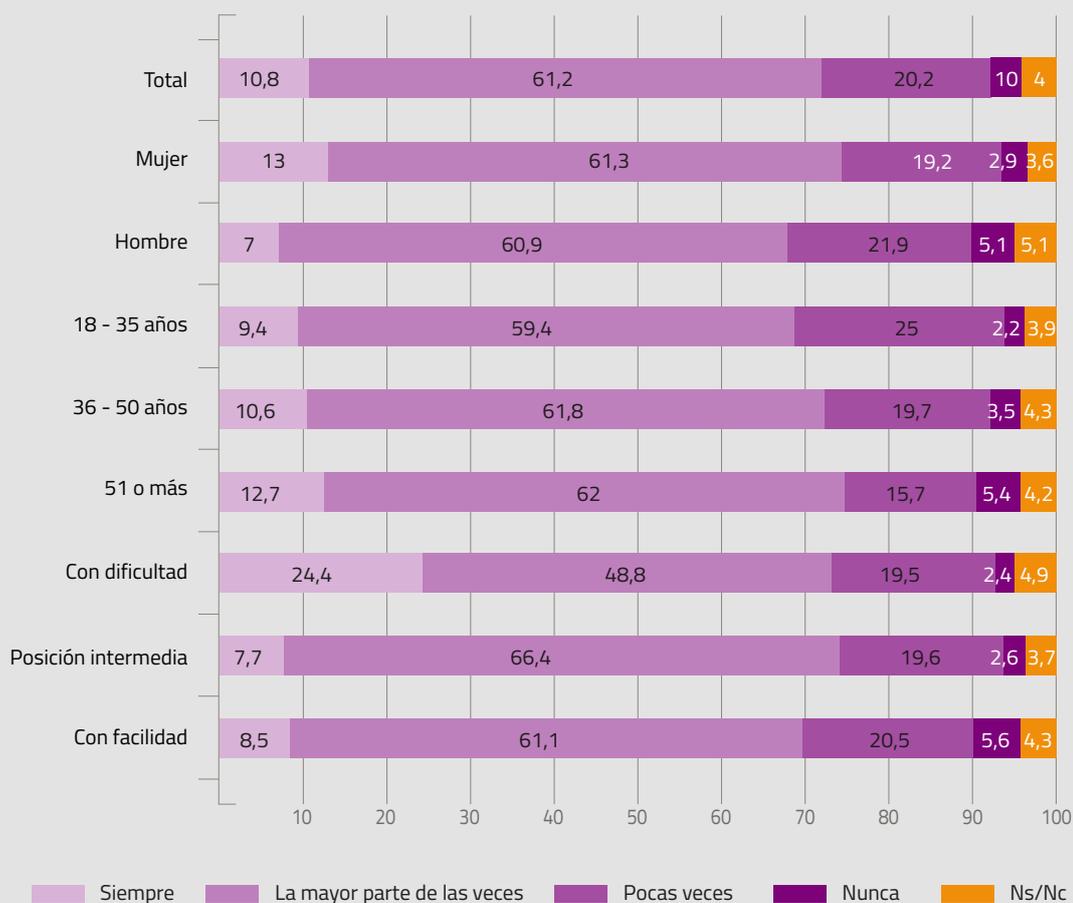
Esta valoración nos puede plantear una doble reflexión, por un lado la conciencia de que las series muestran realidades aún machistas, al igual que lo sigue siendo nuestra sociedad. Y por otro lado, que las series reproducen lo que hay en la sociedad y en vez de ser “pioneras” y promover modelos alternativos, desechan esa posibilidad y no construyen imaginarios colectivos diversos.

## GRÁFICA 5 EN MI OPINIÓN, LAS SERIES SUELEN MOSTRAR UNA REALIDAD IGUALITARIA ENTRE HOMBRES Y MUJERES



**El 72% considera que las series muestran una posición de superioridad o privilegio de los hombres frente a las mujeres.** Las mujeres, las personas mayores de 50 años y aquellas que se encuentran en una situación de mayor dificultad económica se muestran más de acuerdo con esta afirmación.

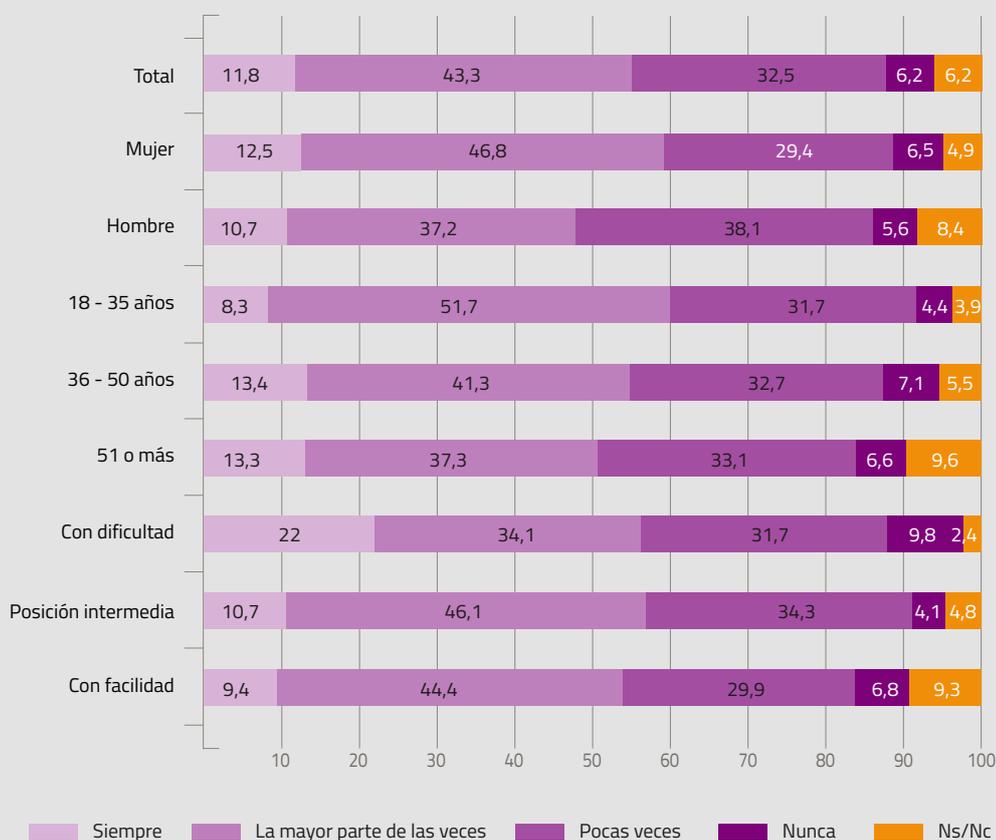
## GRÁFICA 6 EN GENERAL, LAS SERIES MUESTRAN UNA POSICIÓN DE SUPERIORIDAD O PRIVILEGIO DE LOS HOMBRES FRENTE A LAS MUJERES



Resultan de especial interés las percepciones en torno al **tratamiento de las agresiones sexistas** en las series. Cuando estas se producen, **hasta el 55% de las personas encuestadas considera que se realiza de forma crítica**, porcentaje que asciende hasta el 59% en el caso de las mujeres, y baja hasta el 48% en el caso de los hombres. Esta percepción además se comparte mayoritariamente entre las personas menores de 36 años y entre los colectivos con menos recursos económicos.

El hecho de que más de la mitad de la población encuestada reconozca que se hace un tratamiento crítico de las agresiones sexistas cuando estas se producen podría indicarnos que las series de ficción están evolucionado hacia nuevas formas de representar la violencia, debido principalmente a la producción de series de carácter

**GRÁFICA 7** CUANDO EN LAS SERIES SE PRODUCEN AGRESIONES A MUJERES, SE REALIZA DE FORMA CRÍTICA



feminista que, además de entretener, quieren poner sobre la mesa problemáticas centrales de la agenda feminista, como son las violencias machistas en todas sus manifestaciones y el tratamiento que se hace de ellas. Este dato también puede indicar que la población reconoce más claramente las agresiones sexistas y es crítica hacia su tratamiento, situación que puede deberse al auge del movimiento #MeToo, que precisamente tuvo lugar en la industria del cine de Estados Unidos.

**El 33,7% de las personas entrevistadas afirma haberse sentido ofendido/a con la forma en la que alguna serie trata temas relacionados con la violencia de género, la desigualdad entre hombres y mujeres o la realidad LGTBI+.** Ese porcentaje se eleva al 35,8% en el caso de las mujeres encuestadas, y se reduce al 29,8% el caso de los hombres.

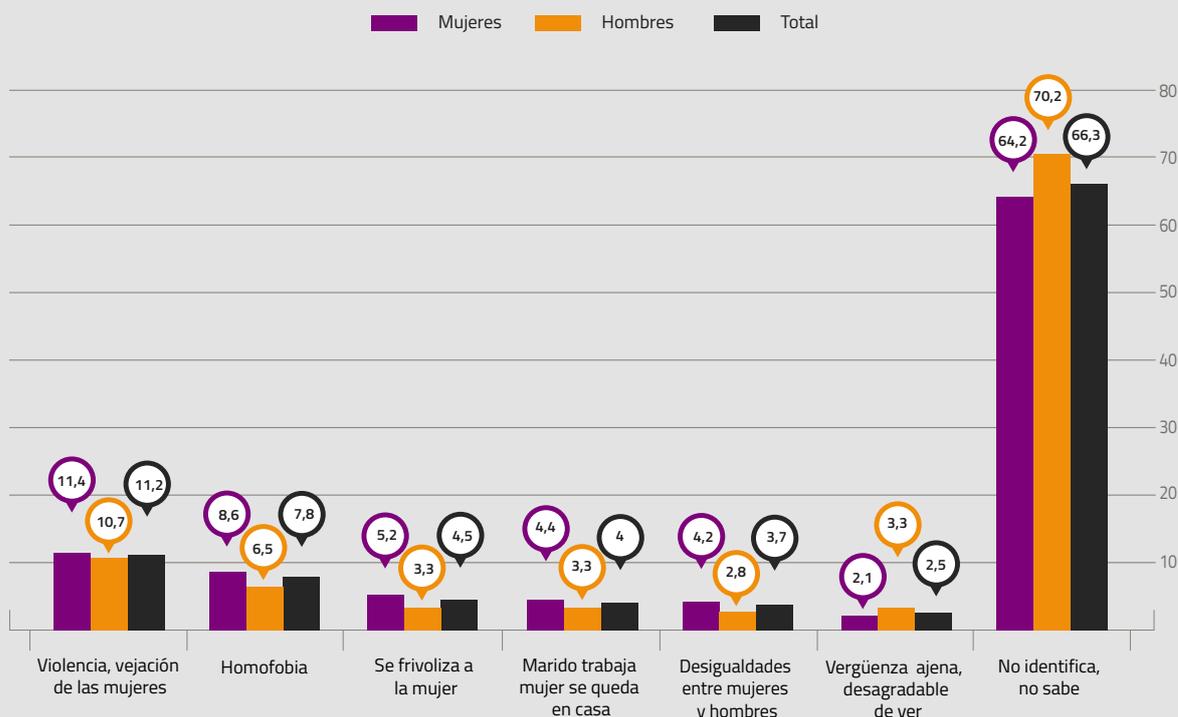
Estos datos nos invitan a poner el foco en dos cuestiones, una vinculada a los logros del feminismo como movimiento social y otra relacionada con el papel que tiene la violencia en la series de ficción.

Con respecto a la primera cuestión, podríamos avanzar la hipótesis de que se está dando una cada vez mayor conciencia feminista y de los derechos de las personas LGTBI+, de parte de los y las espectadoras en torno al tipo de mensaje que se nos traslada desde las series. Este tipo de conciencia podría vincularse al hecho de que el feminismo y las diversidades sexuales y de género están cada vez más presentes en la realidad social vasca, gracias al trabajo de denuncia y reivindicación que se está llevando a cabo desde el propio movimiento feminista, el movimiento LGTBI+ y desde otros movimientos afines, junto con la labor de las entidades del tercer sector y de colectivos muy diversos.

Por otro lado, el hecho de que una de cada tres personas se sienta ofendida por el tratamiento que se hace de la desigualdad de género nos invita a preguntarnos sobre cómo se usa la violencia en el espacio de la producción audiovisual. Tal y como ya hemos comentando en el marco teórico, el uso de la violencia no deja de ser un reclamo que ayuda a las empresas productoras a vender más y aumentar el número de personas consumidoras. Además, las representaciones que se hacen de la violencia suelen asociarse a la masculinidad, hecho que explica por qué la gran mayoría de los personajes que encarnan agresores son hombres. Por el contrario, las mujeres suelen ser representadas como víctimas del hecho violento, y además, cuando este ocurre, suelen ser rescatadas por hombres.

Dicho de otra manera, ante la sobrerrepresentación de los hombres en las series a través de su doble papel de agresor y salvador, el protagonismo de las mujeres queda relegado a la **doble victimización**: sufren más violencia por el hecho de ser mujeres y necesitan de un hombre que las salve, por su supuesta debilidad.

**GRÁFICA 8** ¿EN ALGUNA OCASIÓN TE HAS SENTIDO OFENDIDA/O CON LA FORMA EN LA QUE SE TRATA EN ALGUNA SERIE TEMAS COMO LA VIOLENCIA DE GÉNERO, LA DESIGUALDAD ENTRE HOMBRES Y MUJERES, O EL TRATAMIENTO DE LA HOMOSEXUALIDAD Y LA TRANSEXUALIDAD?



## VIOLENCIA SIMBÓLICA



**TABLA 11** CUADRO RESUMEN DE LA VIOLENCIA SIMBÓLICA EN EL ÁMBITO DE LAS SERIES DE FICCIÓN

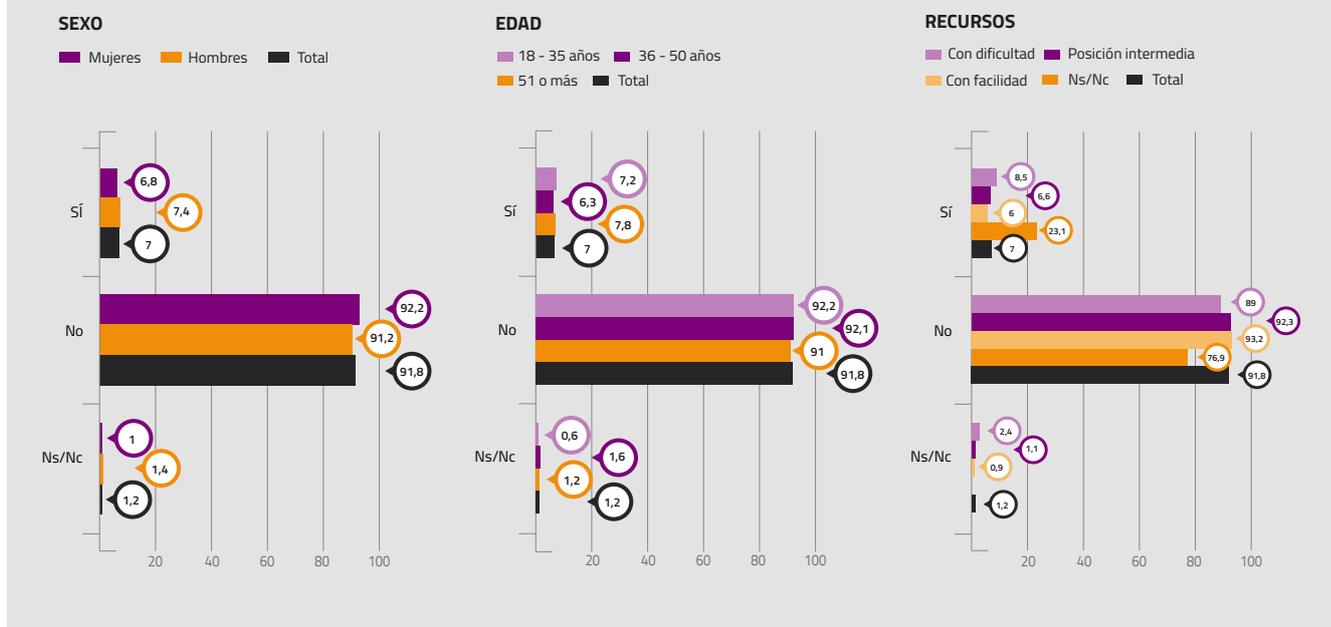
### VIOLENCIA SIMBÓLICA EN LAS SERIES DE FICCIÓN

- ✓ Entre quienes han afirmado sentirse identificados con algún personaje, el 70% menciona hombres.
- ✓ El 56,9% de las personas encuestadas, considera una forma de violencia el hecho de que ellas tiendan a ocupar papeles secundarios frente a los hombres.
- ✓ El 92,2% de las personas entrevistadas percibe como violencia contra las mujeres que se use el cuerpo de las mujeres como reclamo.
- ✓ El 89,9% de las personas entrevistadas percibe como una forma de violencia contra las mujeres la imposición de un único canon de belleza.
- ✓ El 66,2% entiende que, cuando aparecen personajes LGTBI+, suelen ser personajes más cómicos o graciosos que el resto, porcentaje que asciende al 69% en el caso de las mujeres.

Con el objetivo de identificar las violencias simbólicas que se reproducen en las series, en un primer momento, se ha preguntado a las personas encuestadas si alguna vez se han sentido identificadas con algún personaje en concreto.

Según los datos analizados, únicamente el 7% afirma que se siente identificada con algún personaje. Y esto es así independientemente de la edad, el género o la condición socioeconómica.

## GRÁFICA 9 ¿EXISTE ALGÚN PERSONAJE, DE ALGUNA SERIE, CON EL QUE TE SIENTAS ESPECIALMENTE IDENTIFICADA/O?



No obstante, cuando preguntamos a las personas que afirman sentirse identificadas con algún personaje de ficción con qué personaje se identifican, el 70% menciona hombres. Además, los rasgos mejor valorados de los personajes que mencionan son:

- En las mujeres la seguridad, la independencia, la paciencia, el humor, el trabajo y el dinero.
- En los hombres el coraje, la capacidad de lucha, la sinceridad, la paciencia y el dinero.

En general, los personajes con los que dicen identificarse y los rasgos mejor valorados (tanto de hombres como de mujeres) son fuertes, empoderados y autónomos, es decir, elementos de éxito tradicionalmente masculinos con los que se identifican tanto mujeres como hombres. Estos datos podrían indicarnos que, efectivamente, los roles de género y los símbolos aceptados socialmente sobre lo masculino y lo femenino, así como su jerarquía, se refuerzan a través de las series de ficción, y que estas se sirven precisamente de estos símbolos

para crear narrativas y personajes que contribuyen a reforzar las desigualdades de género.

Presentamos a continuación el detalle de los personajes que han sido mencionados por las personas encuestadas que han afirmado identificarse con algún personaje, así como los elementos que mejor valoran de los mismos:

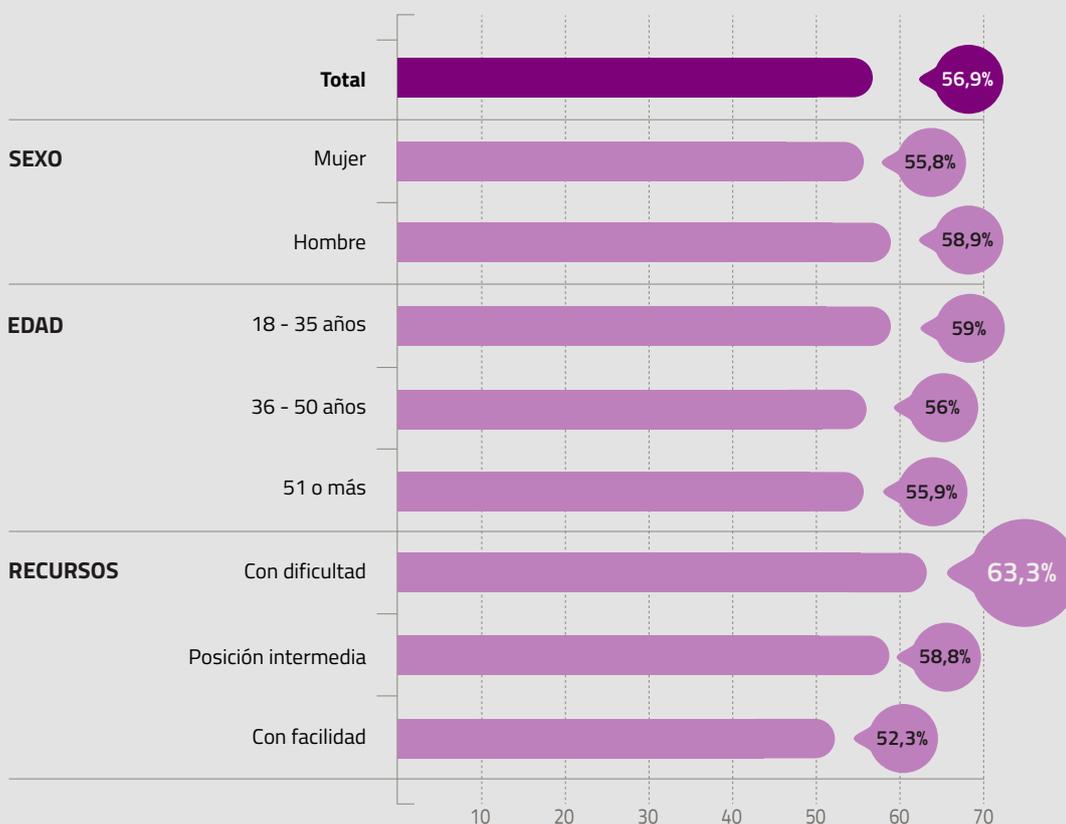
**TABLA 12** DIME EL NOMBRE DEL PERSONAJE, LA SERIE Y LA PERSONA/ ¿QUÉ TIENE ESE PERSONAJE QUE TE GUSTARÍA TENER A TI?

PERSONAJE	PERSONAJE	SERIE	LO QUE TE GUSTARÍA TENER A TI
Ns/Nc	Mujer	Anatomía de Grey	Su trabajo
Eimy Santiago	Mujer	Brookling nine nine	Su humor
Kate	Mujer	Castle	Su decisión
Nano	Mujer	Chica de ningún sitio	Su seguridad en sí misma
Ns/Nc	Hombre	CSI	Su capacidad de análisis
Una de las hijas	Mujer	Cuéntame	Nada, pero se identifica
Merche	Mujer	Cuéntame	Su paciencia
Antonio Alcántara	Hombre	Cuéntame	Nada, pero se identifica
Imanol Arias	Hombre	Cuéntame	Me gusta cómo trabaja
Carlitos	Hombre	Cuéntame	Nada, pero se identifica
Charly Harper	Hombre	Dos hombres y medio	Su dinero
Quim Gutierrez	Hombre	El accidente	Su paciencia
Señora Dolores	Mujer	El secreto del puente viejo	Su humor
Ns/Nc	Hombre	Élite	Su empatía
Melinda	Mujer	Entre fantasmas	Ve espíritus
Patri	Mujer	Gomorra	Coraje y valor
Protagonista	Hombre	Hijos de la Anarquía	Su libertad
Personaje no protagonista	Hombre	Hijos de la Anarquía	Su forma de ser

Doctor House	Hombre	House	Coraje y valor
Jessica Jones	Mujer	Jessica Jones	Es una superheroína, independiente, empoderada
Jon Nieve	Hombre	Juego de Tronos	Las dificultades que supera
Antonio Recio	Hombre	La que se avecina	Dice lo que piensa
Judith	Mujer	La que se avecina	Es nerviosa pero quiere mejorar su forma de ser
Judith	Mujer	La que se avecina	Su dinero
Ns/Nc	Hombre	Los enanos	Su dinero
Homer Simpson	Hombre	Los Simpson	Cara dura, su locura
Emilio Aragón	Hombre	Médico de familia	Su humanidad
Ns/Nc	Hombre	Mindhunter	Somos criminólogos
Alonso de Entre Ríos	Hombre	Ministerio del tiempo	Coraje y valor
Ns/Nc	Hombre	Modern Family	Su humor
Gloria	Mujer	Modern Family	Nada, pero se identifica
Phil	Hombre	Modern Family	Es inocente, le gusta la tecnología
Jon Kortajarena y José Coronado	Hombre	Ns/Nc	Me gusta cómo trabaja
Jorge Javier Vazquez	Hombre	Ns/Nc	Dulzura, educación, sincero
Will Smith	Hombre	El Príncipe de Bel Air	Su humor
Ns/Nc	Hombre	Resident	Es un luchador
Ns/Nc	Hombre	The Big Bang Theory	Nada, pero se identifica
Sheldon	Hombre	The Big Bang Theory	Dice lo que piensa
Sheldon	Hombre	The Big Bang Theory	Su inteligencia
Leonard	Hombre	The Big Bang Theory	Su personalidad
Leonard	Hombre	The Big Bang Theory	Nada, pero se identifica
James Macmon	Hombre	The Millers Roo	Rapidez inmediato

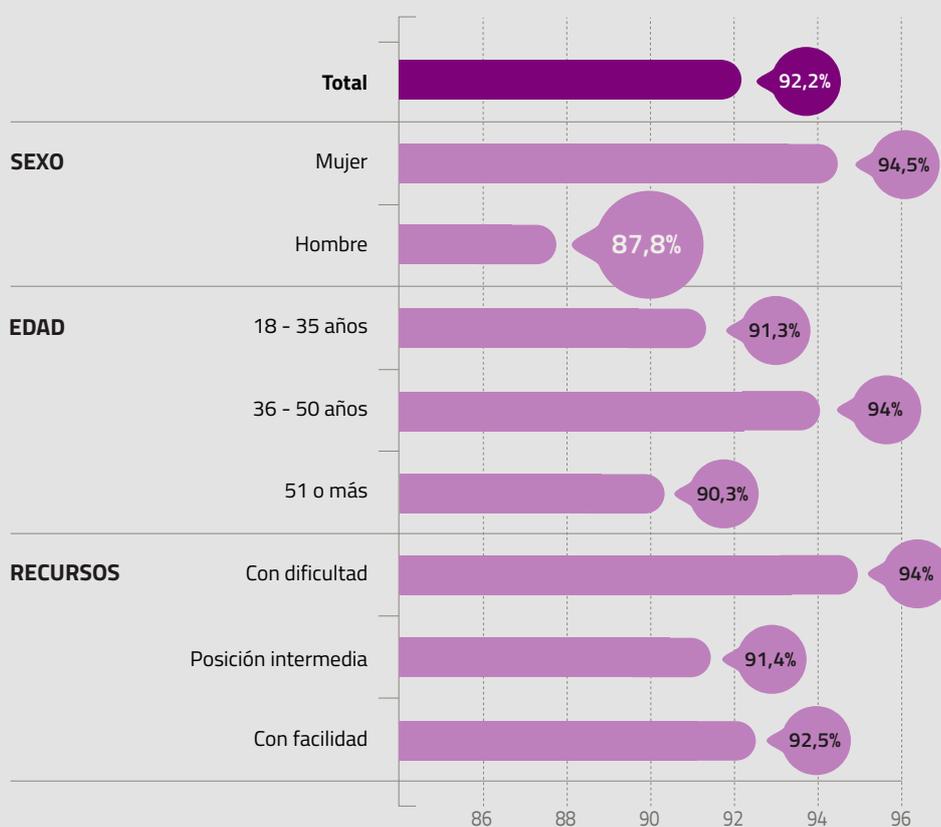
Siguiendo con el análisis de las violencias simbólicas reproducidas en las series, vemos que hasta el **56,9% de las personas encuestadas considera una forma de violencia el hecho de que ellas tiendan a ocupar papeles secundarios frente a los hombres**. Esta percepción es similar entre mujeres y hombres, y es independiente de la edad. Las personas con mayores dificultades para llegar a fin de mes son las más críticas, y como se ha observado con otras afirmaciones, a medida que el nivel de bienestar aumenta, desciende el nivel de percepción sobre el reconocimiento de estas violencias.

**GRÁFICA 10** PARA TI ES UNA FORMA DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES... QUE LAS MUJERES OCUPEN PAPELES SECUNDARIOS FRENTE A LOS HOMBRES (% RESPUESTA AFIRMATIVA)



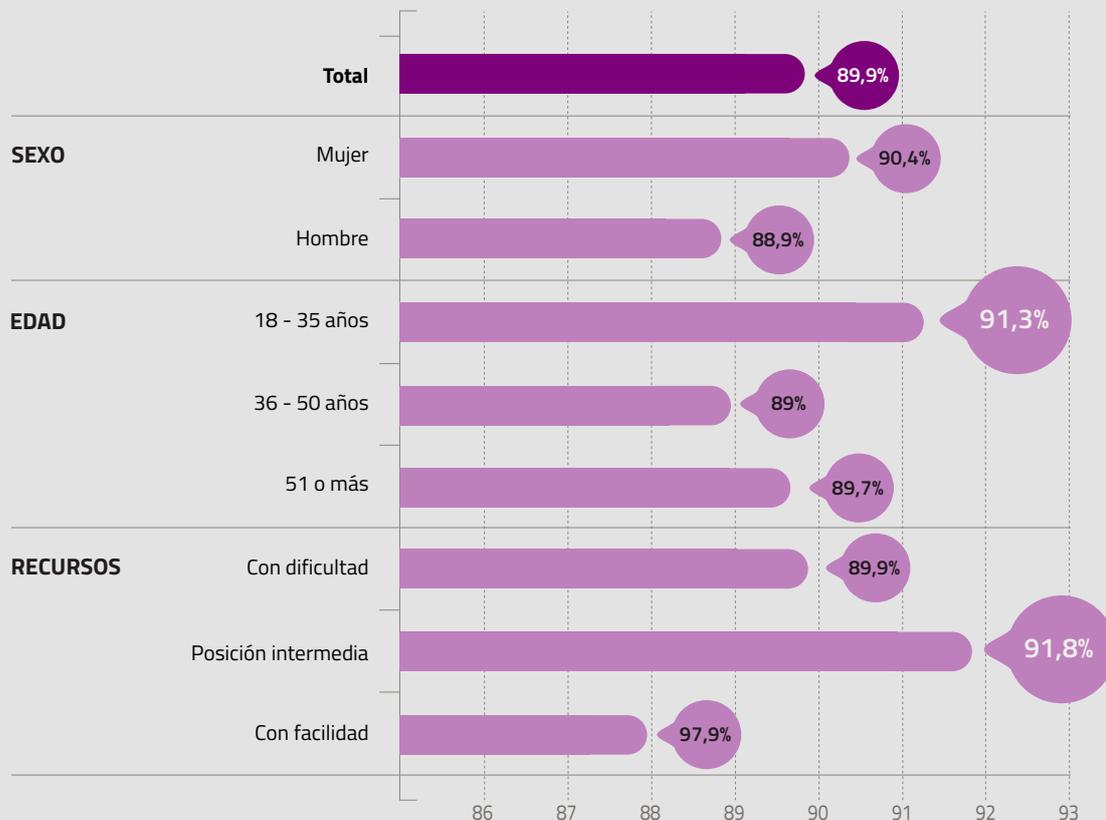
En esta línea, **existe una mayoritaria sensibilidad hacia el uso del cuerpo femenino como reclamo, definiéndola incluso como forma de violencia (elemento de mayor dificultad cuando entramos en formas de violencia no visibles)**. Así, el 92,2% de las personas entrevistadas percibe que esta práctica es una forma de violencia contra las mujeres. Nuevamente las mujeres muestran tener más conciencia sobre esta cuestión, ya que hasta el 94,5% contesta afirmativamente a esta pregunta frente al 87,8% de los hombres.

**GRÁFICA 11** PARA TI ES UNA FORMA DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES QUE... SE USE EL CUERPO DE LA MUJER COMO RECLAMO PARA CAPTAR AUDIENCIA (% RESPUESTA AFIRMATIVA)



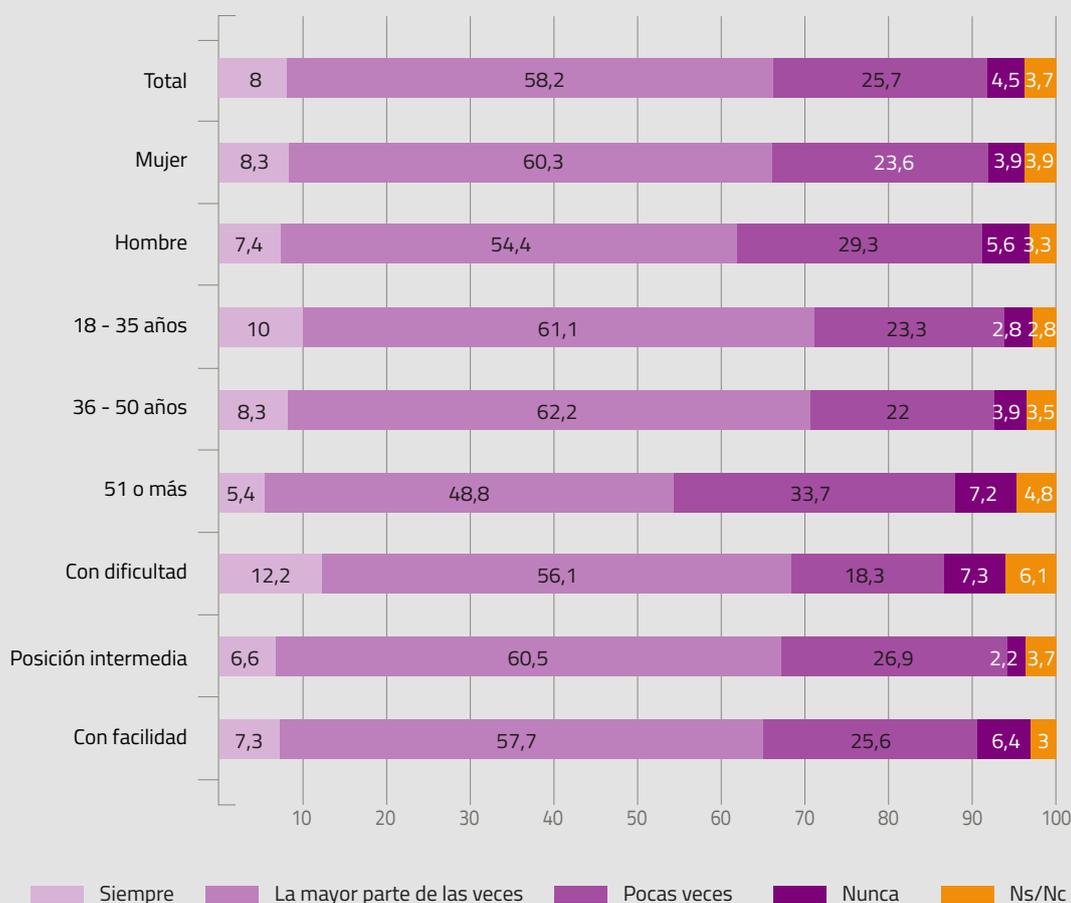
De la misma forma, **un 89,9% de las personas entrevistadas percibe como una forma de violencia contra las mujeres la imposición de un único canon de belleza.** En este caso, no se pueden apreciar diferencias significativas entre mujeres y hombres, ni entre los diferentes grupos de edad o situación económica.

**GRÁFICA 12** PARA TI ES UNA FORMA DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES... QUE SE MUESTRE COMO CANON DE BELLEZA CASI EXCLUSIVO EL DE MUJER JOVEN, DELGADA Y DE ASPECTO CUIDADO (% RESPUESTA AFIRMATIVA)



**El 66,2% entiende que, cuando aparecen personajes LGTBI+, suelen ser personajes más cómicos o graciosos que el resto, porcentaje que se asciende al 69% en el caso de las mujeres. Las personas menores de 35 años y aquellas en una condición económica con mayor dificultad, junto con las mujeres, reconocen en mayor medida este tipo de violencia.**

### GRÁFICA 13 EN GENERAL, CUANDO APARECEN PERSONAJES HOMOSEXUALES O TRANSEXUALES, SUELEN SER PERSONAJES MÁS CÓMICOS O GRACIOSOS QUE EL RESTO





**ÁMBITO TECNOLÓGICO**  
TELEFONÍA MÓVIL

## RESULTADOS CUALITATIVOS

### VIOLENCIA ESTRUCTURAL



**TABLA 13** CUADRO RESUMEN DE LAS VIOLENCIAS ESTRUCTURALES EN EL ÁMBITO DEL CONSUMO DE LOS APARATOS MÓVILES

#### VIOLENCIA ESTRUCTURAL

- ✓ Fomenta la exclusión social de aquellas personas que se encuentran poco familiarizadas con la tecnología o que simplemente, por elección personal, deciden no disponer de este aparato. Entre los perfiles de más riesgo, las mujeres de mayor edad.
- ✓ Crea nuevas necesidades, obligaciones y formas de control basadas en valores capitalistas y heteropatriarcales que refuerzan los roles de género.
- ✓ Las nuevas necesidades y obligaciones creadas a través del móvil producen una flexibilización y el solapamiento de los tiempos dedicados al trabajo productivo, reproductivo y de ocio, teniendo un impacto directo en el aumento de la carga de trabajo de las mujeres.
- ✓ Propician una comunicación rápida y agresiva que reduce e invisibiliza a las personas desde una perspectiva de cuidados.

Tal y como apuntábamos en el marco teórico, desde la perspectiva crítica feminista, el consumo de móviles plantea muchas preguntas y pocas respuestas: estos aparatos tienen un gran impacto en la vida de las personas porque el capitalismo nos hace creer que la inclusión, la accesibilidad y la comunicación nos facilitan la vida. No obstante, son constructores de un modelo de sociedad basado en valores propiamente capitalistas y heteropatriarcales. Con el objetivo de profundizar en las violencias estructurales vinculadas al consumo de los aparatos móviles, las expertas señalan en primer lugar cómo el consumo de estos productos implica la creación de nuevas necesidades, señalando entre ellas la conexión digital continuada. Al respecto, precisan que la falta de un

aparato móvil o de una conexión digital continuada **puede llegar a fomentar la exclusión social de aquellos colectivos que se encuentran poco familiarizados con la tecnología o que simplemente, por elección personal, deciden no disponer de este aparato.** Se mencionan principalmente a los colectivos LGTBI+, pero también a las personas con pocos recursos económicos y a las mujeres de mayor edad, como perfiles mayoritariamente en riesgo:

Es importante destacar que se ha observado una diversidad de opiniones entre las expertas a la hora de considerar este aparato como generador de violencia, ya que algunas consideran que el uso del móvil reproduce los niveles de violencia que ya existen en la sociedad. Además de esta opinión, una experta precisa que **la tecnología no es neutra al género y que, como tal, puede llegar a generar violencias machistas<sup>43</sup>:**

*"En ese caso las mujeres mayores de determinadas edades están excluidas del uso al teléfono móvil"*

Entrevista a experta

*"Desde mi punto de vista se ponen demasiados términos tecnológicos a las violencias (ciberacoso, cyberbullying, sexting, sextorsión...). Creo que poner el foco en las tecnologías lo que nos hace es dejar de ver que en realidad son formas de violencia que tienen que ver con las intolerancias sociales y con las problemáticas sociales que vivimos. Estamos demonizando a la tecnología. La tecnología es la herramienta pero el problema está en que tenemos una sociedad que, por ejemplo, hipersexualiza a las adolescentes, que desvaloriza a las mujeres, las cosifica, etc."*

Entrevista a experta

*"Genera el control y potencia actitudes violentas. Puede obligar a tener que dar muchas explicaciones, genera un modelo de control asociado al modelo patriarcal tradicional"*

Entrevista a experta

43. Además de la gran literatura elaborada desde la mirada feminista sobre el acceso y el uso de la tecnología, es interesante mencionar aquellos estudios que se han centrado en analizar con perspectiva de género el diseño de los aparatos tecnológicos. En este sentido, es destacable el estudio realizado por Inmaculada Perdomo Reyes en 2010 para la Universidad de La Laguna: "Género y Tecnologías. La relevancia del diseño centrado en el usuario desde el punto de vista de género". Disponible en: <http://igualdad.iturbrok.com/documentos/2651/g%C3%A9nero-y-tecnolog%C3%ADas.-la-relevancia-del-dise%C3%B1o-centrado-en-el-usuario-desde-el-punto-de-vista-de-g%C3%A9nero/YjowOw==/155/>

*"Toda la publicidad capitalista es discriminatoria, te generan necesidad y dependencia de algo que no necesitas, eso es violencia"*

Entrevista a experta

Siguiendo con esta reflexión, se explica que las nuevas necesidades creadas por el uso del móvil **implican la flexibilización y el solapamiento de los tiempos dedicados al trabajo productivo, reproductivo y de ocio, y que ello tiene un impacto directo en el aumento de la carga de trabajo de las mujeres**, ya que son ellas las que siguen responsabilizándose en mayor medida del trabajo de cuidado:

*"(los móviles) sí pueden incrementar las cargas de algunas mujeres con respecto al tema del cuidado por su hiperconexión"*

Entrevista a experta

Además de aumentar la carga de trabajo de las mujeres, las expertas mencionan que la inmediatez y la rapidez de las aplicaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, etc.) pueden fomentar una **comunicación más agresiva y directa y no contextualizada**. Desde la perspectiva de los cuidados, este tipo de comunicación reduce e invisibiliza a las personas.

*"La comunicación por mensajería es seca, rápida, no permite saber cómo está la persona, quién está escribiendo, cómo está escribiendo, cuál es su momento. Es una comunicación que invisibiliza mucho a la persona desde la perspectiva del cuidado. Sin saber si la persona está bien o está mal, sin mirarle a la cara cuando escribo un mensaje la comunicación puede resultar mucho más agresiva"*

Entrevista a experta

## VIOLENCIA SIMBÓLICA



**TABLA 14** CUADRO RESUMEN DE LAS VIOLENCIAS SIMBÓLICAS EN EL ÁMBITO DEL CONSUMO DE LOS APARATOS MÓVILES

### VIOLENCIA SIMBÓLICA

- ✓ Fomenta una sociedad ultra narcisista basada en valores capitalistas y heteropatriarcales, que naturaliza los mandatos de género y fomenta las desigualdades.
- ✓ Trato diferenciado de las opiniones expresadas por mujeres y hombres: supremacía de lo masculino.
- ✓ Difusión de imágenes y contenidos sobre el cuerpo de las mujeres como objeto sexual.
- ✓ Ridiculización e invisibilización de lo que se considera diferente. Entre los perfiles de más riesgo, las personas trans.

Tanto las expertas como las consumidoras entrevistadas mencionan varios tipos de violencias simbólicas asociadas al consumo de los aparatos móviles. En primer lugar, se señala que las aplicaciones que usamos a través del móvil (Instagram, Facebook, WhatsApp, etc.) están fomentando una sociedad ultra narcisista basada en valores capitalistas y heteropatriarcales, como el culto por la apariencia y por el cuerpo perfecto, propiciando la difusión de modelos de vida basados en la felicidad desmesurada, en el consumismo, en la superficialidad e individualismo, entre otros. **Estos valores y modos de vida que se divulgan a través de fotografías, imágenes, vídeos, textos, etc., por un lado, aumentan la auto-exigencia para alcanzar una perfección ficticia, y por otro lado, desde una perspectiva de género, tienen un impacto diferenciado en mujeres, hombres y en cualquier otro sujeto que desafía la heteronormatividad.** En el caso de las mujeres, estos valores aumentan la presión social con respecto a cómo tienen que mostrarse ante la sociedad, naturalizan los mandatos de género y reproducen las desigualdades existentes:

*"No tengo claro por qué tengo que estar animada todo el rato y animar a la gente a hacer cosas, hay una obligación externa a estar siempre estupendas y maravillosas. Me llama la atención porque me sale un rollo autoexigente y no tengo esa necesidad"*

**Entrevista mujer cis heterosexual poco concienciada**

Ligado a lo anterior, también se considera una **violencia simbólica el diferente trato que se da a mujeres y a hombres ante una divergencia de opinión en un chat**. Se precisa que las mujeres suelen ser tratadas con mayor condescendencia, entendida esta última como una amabilidad forzada que disimula la superioridad de una persona con respecto a otra. En concreto, la superioridad del género masculino vinculada a una mayor aceptación social y valor de su opinión se hace visible en las comunicaciones que se desarrollan a través de la telefonía móvil y fomentan una mayor ridiculización de las opiniones de las mujeres:

**La difusión de imágenes del cuerpo de las mujeres como objeto sexual es otra violencia simbólica mencionada por las personas entrevistadas.** En este caso, la cosificación de las mujeres, como ya hemos identificado en el ámbito de las series de ficción, tiene un impacto claro en términos de violencia desde una doble perspectiva: por un lado, aumenta en el imaginario colectivo el ideal del cuerpo de las mujeres como un producto de consumo más; y por otro lado, fomenta en las mujeres un alto grado de frustración por no alcanzar unos estándares estéticos que son imposibles de conseguir.

*"A nivel personal, en un chat cuando la opinión la expresa una mujer y alguien no está de acuerdo se trata de forma más condescendiente que cuando se trata de un hombre. Se mueven muchos más contenidos que ridiculizan a las mujeres que a los hombres"*

**Entrevista a experta**

*"Es muy habitual la viralización de imágenes o vídeos de mujeres con connotaciones sexuales como meros objetos"*

**Entrevista mujer cis lesbiana mayor muy concienciada**

*"¿A quién no le ha llegado en algún grupo de WhatsApp la foto de una mujer, clickar y que tenga 'sorpresa'?"*

**Entrevista a hombre transexual heterosexual mayor muy concienciado**

Siguiendo con el análisis, desde las consumidoras entrevistadas se menciona como violencia simbólica **la invisibilización o la crítica en tono humorístico de todo lo que se considera diferente socialmente**. A menudo, estos chistes ridiculizan y aumentan los estereotipos hacia aquellos colectivos que por su diversidad no se encuentran aceptados socialmente, como son las personas trans:

*"Siempre se ataca al diferente, se tiene valor para atacar a lo distinto, el colectivo transexual siempre es el más atacado. Cuando pene es hombre y vulva mujer es muy difícil cambiar esa educación tan estricta. El colectivo de mujeres también sale peor parado porque antes callaban y ahora no"*

**Entrevista a hombre transexual heterosexual mayor muy concienciado**

#### **EL USO DEL HUMOR SE ASOCIA A LA DIFUSIÓN DE TRES TIPOS DE CONTENIDO:**

- Contenido donde el humor es un recurso para ocultar o minimizar actuaciones de violencia contra mujeres y hacia colectivos LGTBI+.
- Contenido cargado de violencia tanto textual como ilustrado que se transmite como algo normalizado.
- Contenido con poca denuncia o censura social ante comportamientos o muestras de violencia en medios gráficos por redes sociales o por grupos de WhatsApp.

## VIOLENCIA DIRECTA



**TABLA 15** CUADRO RESUMEN DE LAS VIOLENCIAS DIRECTAS EN EL ÁMBITO DEL CONSUMO DE LOS APARATOS MÓVILES

**VIOLENCIA DIRECTA EN LAS SERIES DE FICCIÓN**

- ✓ Control de pareja y ciberacoso.
- ✓ Compartir sin permiso contenidos, en su mayoría de carácter sexual, para ridiculizar y humillar a las mujeres.
- ✓ Estrés generado por las nuevas necesidades y obligaciones que conlleva el uso del móvil y vinculado al aumento de la carga de trabajo de las mujeres.
- ✓ Difusión de imágenes y contenidos sobre el cuerpo de las mujeres como objeto sexual.
- ✓ Humillación por la proliferación de contenidos discriminatorios y sexistas sobre lo que no es aceptado socialmente, y ausencia de reacciones por parte del público general ante situaciones de control, humillación y otro tipo de amenazas.

Cuando en las entrevistas preguntamos sobre el impacto que tiene el uso del móvil en nuestra cotidianidad, las personas consultadas mencionan varias violencias que hemos identificado como directas. **Por un lado, se habla de que el uso del móvil puede incrementar el control de pareja, mediante la revisión de mensajes y llamadas sin consentimiento o a través de aplicaciones que permiten identificar la localización de la persona que se quiere controlar**<sup>44</sup>. Recordamos que el control y los celos están vinculados a una forma concreta de vivir las relaciones: el amor romántico heteronormativo, que como es bien sabido tiene una relación directa con la violencia ejercitada por un hombre hacia su pareja o expareja, y que en la era digital se encarna a través de nuevos fenómenos, como es el ciberacoso:

<sup>44</sup>. Artículo de El País del 5 agosto 2019 que habla de apps que permiten acciones de control: [https://elpais.com/tecnologia/2019/07/30/actualidad/1564504146\\_617610.html](https://elpais.com/tecnologia/2019/07/30/actualidad/1564504146_617610.html)

*"Que tu marido, novio mire tu teléfono, que invada la intimidad, eso es violencia"*

Entrevista a experta

*"Toda la exposición actual de la telefonía móvil de la vida de uno hace que se potencien las violencias. Ha habido un resurgimiento de la violencia por la tecnología. Si antes un chico sospechaba de algo en su pareja ahora es más fácil que incremente el grado de control"*

Entrevista a experta

*"En el caso del ciberacoso se centra más en las mujeres. En la adolescencia también se habla de las mujeres que controlan a sus novios pero muchas veces hay que preguntar el porqué de dónde sale ese control, es el control... el amor romántico, los adolescentes tienen una visión equivocada del amor romántico"*

Entrevista a mujer cis heterosexual joven muy concienciada

Otra forma de violencia directa mencionada por las personas entrevistadas se vincula a **la pérdida de control de los contenidos que se comparten a través del móvil**. En este sentido, fotos o vídeos que pueden llegar a comprometer la imagen pública de una persona pueden ser publicados y replicados en un sinfín de foros, chats, páginas webs. Se refieren en especial a contenidos de carácter sexual donde son las mujeres las principales víctimas<sup>45</sup>:

*"Por mucho que hayas mandado una foto tuya con un contenido sexual no das permiso a publicarla, por ejemplo. Son nuevas figuras delictivas que se han recogido en el código penal, pero el problema de fondo es de raíz. El problema es el machismo que se traslada en modo de imágenes y de esas actitudes de control o exigencia"*

Entrevista a mujer cis heterosexual joven muy concienciada

45. Mientras estábamos realizando este estudio, una mujer de la empresa Iveco se suicidó al haberse viralizado un vídeo suyo de contenido sexual. Este vídeo se difundió por su expareja y fue viralizado en sucesivas redifusiones, por sus compañeros de trabajo. Presentamos aquí la noticia del periódico El Mundo del 29 de mayo de 2019: <https://www.elmundo.es/madrid/2019/05/28/5ced493efd4dfb-0758b48fb.html>

El estrés generado por las nuevas necesidades y obligaciones que conlleva el uso del móvil y que ya se ha comentado en el apartado de violencia estructural se considera como otra forma de violencia directa. También en este caso, son las mujeres que se ven mayoritariamente afectadas ya que el aumento del estrés y la frustración se relaciona directamente con la imposibilidad de cumplir con unas obligaciones y responsabilidades de cuidados que se intensifican por la tecnología:

*“Todo el tema del teléfono ha generado estrés. O me metía en el WhatsApp para no ser excluida socialmente, o me perdía cosas de la crianza de los sobrinos. A nivel social genera conflictos porque hay tiempos distintos para todo”*

**Entrevista mujer cis lesbiana mayor muy concienciada**

Por último, la divulgación de chistes e imágenes humorísticas sobre lo que socialmente se considera diferente es vivido a menudo como una ofensa y una humillación por aquellos colectivos que se sienten “objeto de broma”. En este caso, una lesbiana entrevistada señala que la humillación se crea no por el chiste en sí, sino por los comentarios que se generan a partir de la broma. Desde esta perspectiva, se **critica la ausencia de reacciones por parte del público general ante situaciones de control, humillación y otro tipo de amenazas**. Se habla del juego desde la posición de poder y de la capacidad de influencia social que tienen determinadas personas o grupos –generalmente los que cumplen con los patrones heteronormativos–, frente a aquellos que desafían la normatividad, y que se ven mayoritariamente expuestos a este tipo de violencia.

## RESULTADOS CUANTITATIVOS

### VIOLENCIA ESTRUCTURAL



**TABLA 16** CUADRO RESUMEN DE LAS VIOLENCIAS ESTRUCTURALES EN EL ÁMBITO DEL CONSUMO DE LOS APARATOS MÓVILES

#### VIOLENCIA ESTRUCTURAL

- ✓ Diferencias en el uso de móviles: las mujeres utilizan más el móvil para publicar contenidos en redes sociales, por lo que pueden verse más expuestas a las diferentes formas de violencias machistas detectadas en el análisis cualitativo.
- ✓ Reproducción de estereotipos de género: las mujeres usan más el móvil para el control y desempeño de las tareas de hogar y de cuidado, si bien las diferencias no son significativas estadísticamente.

Según los datos obtenidos, el teléfono móvil es una herramienta que sirve para comunicarse, especialmente con el entorno familiar. Las mujeres usan el móvil algo más que los hombres para publicar contenidos en redes sociales, y para ver lo que otras personas suben a dichas redes. Las diferencias, aunque pequeñas, son significativas estadísticamente y podrían indicarnos que efectivamente las nuevas necesidades (conexión continuada) y obligaciones (exposición pública) generadas por estos aparatos tienen un impacto mayor en ellas.

Donde también se producen diferencias, aunque no significativas, es en el uso del móvil como forma de control de las tareas de casa o de las tareas del colegio de quienes tienen hijas o hijos en edad escolar. Estas tareas, vinculadas al trabajo doméstico y de cuidados, son asumidas más por las mujeres, hecho que nos podría indicar que **los estereotipos de género influyen en la forma que tenemos mujeres y hombres de usar los aparatos móviles.**

**TABLA 17** ¿PARA QUÉ UTILIZAS EL TELÉFONO MÓVIL? (RESPUESTA MÚLTIPLE)

	TOTAL	SEXO PARA CUOTA		EDAD			¿CÓMO LLEGAS A FIN DE MES?			
		MUJER	HOMBRE	18-35	36-50	50 Ó MÁS	CON DIFICULTAD	POSICIÓN INTERMEDIA	CON FACILIDAD	NS/NC
Contactar con mi familia	92,5%	93,4%	91,1%	91,5%	92,7%	93,2%	92,1%	91,3%	93,7%	100%
Contactar con personas que no son de mi familia	85,4%	86,4%	83,6%	85,9%	85,5%	84,7%	82,2%	85%	87%	81,3%
Consultar información en Internet	42,1%	43,3%	40%	42,7%	47,9%	33,6%	31,7%	42,5%	45%	43,8%
Publicar en redes sociales	23,4%	26,3%	18,6%	43,2%	22,1%	8,5%	16,8%	25,1%	22,3%	50%
Uso del correo electrónico	16%	18,3%	12,1%	15,1%	21,1%	9,8%	12,9%	17,7%	15%	18,8%
Motivos de trabajo	14,4%	13%	16,8%	14,6%	17,4%	10,2%	10,9%	14,7%	15,7%	6,3%
Ver lo que otras personas cuelgan en redes sociales	14%	18,5%	6,4%	29,1%	10,1%	6,4%	6,9%	16,5%	13%	25%
Sacar fotos	10,3%	11,5%	8,2%	9%	11,7%	9,4%	7,9%	9,9%	11,3%	12,5%
Ver vídeos	9,3%	9,1%	9,6%	14,6%	10,1%	3,8%	7,9%	9,6%	9,3%	12,5%
Realizar gestiones propias	8,1%	8,9%	6,8%	9,5%	9,1%	5,5%	8,9%	7,5%	8,3%	12,5%
Utilizar la cámara	6,7%	7%	6,1%	7,5%	7,9%	4,3%	6,9%	7,5%	5,3%	12,5%
Jugar	6,4%	7%	5,4%	7,5%	6,6%	5,1%	5,9%	6,3%	7%	
Escuchar música	6,3%	6,8%	5,4%	10,1%	5,4%	4,3%	3%	6,3%	7,3%	6,3%
Utilizar herramientas	3,5%	3,8%	2,9%	1%	5,4%	3%	2%	3,9%	3,7%	
Para todo	2,7%	2,1%	3,6%	3%	2,5%	2,6%	4%	1,8%	3,3%	
Utilizar la agenda o calendario para citas propias	1,7%	1,5%	2,1%	0,5%	2,5%	1,7%		0,6%	3,7%	
Utilizar la agenda o calendario a nivel profesional	1,5%	0,8%	2,5%	1%	2,2%	0,9%	1%	1,5%	1,7%	
GPS	1,2%	0,8%	1,8%	1,5%	1,3%	0,9%		0,6%	2,3%	
Realizar gestiones del resto de la familia	1,1%	1,1%	1,1%		1,9%	0,9%	2%	0,9%	1%	
Llevar control de las tareas de casa	0,8%	1,1%	0,4%	0,5%	0,6%	1,3%		1,2%	0,7%	
Utilizar la agenda o calendario para citas del resto de la familia	0,7%	0,4%	1,1%		0,9%	0,9%		0,3%	1,3%	
Uso de aplicaciones deportivas	0,7%	0,2%	1,4%		1,3%	0,4%		0,9%	0,7%	
Comunicarme con personas del colegio de mis hijas/os	0,5%	0,8%			1,3%		2%		0,7%	

Focalizando el análisis en las mujeres, podemos observar algunas diferencias en el uso en función de la edad o la condición socioeconómica:

- Las mujeres más jóvenes hacen un mayor uso del móvil más allá de contactar con otras personas mediante llamadas o mensajes cortos (para buscar información, redes sociales, música...). **Es decir, al hacer más uso de este aparato, se ven más expuestas a las diferentes violencias machistas que han sido señaladas en el apartado cualitativo.**
- **Las mujeres con mayor dificultad económica usan el móvil menos en general, salvo para hacer llamadas y mandar mensajes, hecho que podría indicarnos que pueden estar más expuestas a una mayor discriminación vinculada a otros usos, como por ejemplo, la realización de trámites institucionales.** Cuando hablamos de trámites institucionales, nos referimos a los trámites online que requieren un manejo de la tecnología más allá de efectuar llamadas o escribir un mensaje: certificados de empadronamiento electrónicos, trámites vinculados a la Seguridad Social o Hacienda, etc.

**TABLA 18 ¿PARA QUÉ UTILIZAS EL TELÉFONO MÓVIL? (RESPUESTA MÚLTIPLE)**  
**OPINIÓN DE LAS MUJERES DE DIFERENTES GRUPOS DE EDAD Y CONDICIÓN ECONÓMICA**

	TOTAL	EDAD			¿CÓMO LLEGAS A FIN DE MES?			
		18-35	36-50	50 Ó MÁS	CON DIFICULTAD	POSICIÓN INTERMEDIA	CON FACILIDAD	NS/NC
Contactar con mi familia	93,4%	90,3%	94,8%	94,7%	94,5%	91,8%	94,4%	100%
Contactar con personas que no son de mi familia	86,4%	85,5%	89,6%	82,7%	86,3%	85,5%	88,1%	78,6%
Consultar información en Internet	43,3%	45,5%	48,2%	33,8%	31,5%	44%	47,5%	42,9%
Publicar en redes sociales	26,3%	45,5%	22,3%	11,3%	6,4%	27,1%	27,1%	57,1%
Uso del correo electrónico	18,5%	35,2%	12,4%	9%	9,6%	21,7%	17,5%	28,6%
Motivos de trabajo	18,3%	17,2%	23,8%	11,3%	12,3%	19,3%	19,2%	21,4%
Ver lo que otras personas cuelgan en redes sociales	13%	13,1%	15,5%	9%	6,8%	15,5%	13%	7,1%
Sacar fotos	11,5%	10,3%	11,4%	12,8%	9,6%	11,1%	12,4%	14,3%
Ver vídeos	9,1%	13,1%	8,8%	5,3%	9,6%	9,2%	8,5%	14,3%
Realizar gestiones propias	8,9%	11%	10,9%	3,8%	9,6%	6,3%	11,3%	14,3%
Utilizar la cámara	7%	7,6%	8,3%	4,5%	8,2%	7,2%	5,6%	14,3%
Jugar	7%	6,9%	7,3%	6,8%	5,5%	8,7%	6,2%	0,0%
Escuchar música	6,8%	10,3%	4,7%	6%	2,7%	6,8%	8,5%	7,1%
Utilizar herramientas	3,8%	0,7%	5,7%	4,5%	2,7%	3,9%	4,5%	0,0%
Para todo	2,1%	3,4%	1%	2,3%	4,1%	1%	2,8%	0,0%
Utilizar la agenda o calendario para citas propias	1,5%	0,0%	2,1%	2,3%	0,0%	0,0%	4%	0,0%
Realizar gestiones del resto de la familia	1,1%	0,0%	1,6%	1,5%	1,4%	1%	1,1%	0,0%
Llevar control de las tareas de casa	1,1%	0,7%	0,5%	2,3%	0,0%	1,4%	1,1%	0,0%
Utilizar la agenda o calendario a nivel profesional	0,8%	1,4%	1%	0,0%	0,0%	1%	1,1%	0,0%
Comunicarme con personas del colegio de mis hijas/os	0,8%	0,0%	2,1%	0,0%	2,7%	0,0%	1,1%	0,0%
GPS	0,8%	1,4%	0,5%	0,8%	0,0%	0,5%	1,1%	0,0%
Utilizar la agenda o calendario para citas del resto de la familia	0,4%	0,0%	0,5%	0,8%	0,0%	0,0%	1,1%	0,0%
Uso de aplicaciones deportivas	0,2%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%

## VIOLENCIA SIMBÓLICA

La reproducción de estereotipos de género en el uso de los aparatos móviles se corrobora en la percepción que tienen las personas encuestadas a la hora de identificar el tipo de contenido que mujeres y hombres intercambian. **De hecho, el 41,5% de las personas encuestadas consideran que mujeres y hombres intercambiamos contenido de diferente naturaleza. Esa percepción es más acusada entre las mujeres (48,4%) que entre los hombres (29,3%).** Si profundizamos en el perfil de las mujeres encuestadas, la mayor percepción se da entre las mujeres más jóvenes y las de mejor situación económica.

Aunque este dato no puede considerarse como una forma de violencia simbólica, como decíamos, nos habla de la percepción existente entre la población encuestada de los roles de género o de la prevalencia de estereotipos vinculados al tipo de contenidos que intercambiamos en el móvil.

## VIOLENCIA DIRECTA



**TABLA 19** CUADRO RESUMEN DE LAS VIOLENCIAS DIRECTAS EN EL ÁMBITO DEL CONSUMO DE LOS APARATOS MÓVILES

### VIOLENCIA DIRECTA

- ✓ El 16,1% de las mujeres frente el 12,5% de los hombres siente que en las redes sociales y en los grupos de WhatsApp, con frecuencia no puede hablar de desigualdades de género, sin enfrentarse a ser increpadas.
- ✓ El 1,3 % de las mujeres afirma sentirse controlada a través del móvil.
- ✓ Entre las personas que han afirmado sentirse amenazadas a través del móvil, o que han recibido mensajes agresivos, todas son mujeres.

El 14,8% de las personas encuestadas siente que, en las redes sociales y en los grupos de WhatsApp, con frecuencia no puede hablar de desigualdades de género sin enfrentarse a ser increpadas. Esta situación es más frecuente entre las mujeres (16,1%) que entre los hombres (12,5%). **Este dato nos indica que, efectivamente, la comunicación que se desarrolla a través del móvil resulta más agresiva y descontextualizada, y que las mujeres en mayor medida se enfrentan a situaciones de humillación y agresión a la hora de expresar sus opiniones, y en especial, cuando estas son relativas a las desigualdades de género.**

**Por otra parte, el 1,3% de las mujeres afirma que alguien usa frecuentemente su móvil para tratar de conocer su situación.** Además, el 0,5% de la población encuestada afirma que con frecuencia alguien ha tratado de avergonzarle o hacerle daño a través del móvil. Aunque minoritario, ese fenómeno es casi exclusivamente mencionado por mujeres (0,8%), de la misma forma que la recepción de mensajes agresivos (0,2% de las mujeres) y amenazas (0,4% de las mujeres).

**Estos datos indican que efectivamente las mujeres se ven más expuestas a formas de violencia directa a través del uso de los aparatos móviles y a un mayor nivel de vulnerabilidad a las diversas formas de agresiones detectadas en este estudio.**

**TABLA 20 ¿EN QUÉ MEDIDA SIENTES QUE...?**

% PERSONAS QUE RESPONDEN FRECUENTEMENTE	TOTAL	SEXO PARA CUOTA		EDAD			¿CÓMO LLEGAS A FIN DE MES?			
		MUJER	HOMBRE	18-35	36-50	50 Ó MÁS	CON DIFICULTAD	POSICIÓN INTERMEDIA	CON FACILIDAD	NS/NC
Las mujeres intercambian por WhatsApp contenidos diferentes a los que intercambian los hombres	41,3%	48,4%	29,3%	53,8%	41,3%	30,6%	36,6%	40,4%	44%	37,5%
Sientes que en grupos de WhatsApp, o redes sociales, no puedes hablar de desigualdades de género o de violencia machista sin enfrentarte a que alguien te increpe.	14,8%	16,1%	12,5%	23,1%	15,1%	7,2%	18,8%	15,6%	13,3%	0,0%
Alguien te ha reprochado que no le respondas a sus mensajes de forma inmediata	7,5%	8,7%	5,4%	10,6%	7,9%	4,3%	8,9%	8,7%	5,7%	6,3%
En grupos de WhatsApp en los que hay hombres y mujeres, a veces se abordan temas de tipo sexual que te hacen sentir incómodo/a	7,3%	7,9%	6,4%	7,5%	9,1%	4,7%	6,9%	6%	9%	6,3%
Te han remitido contenidos denigrantes para la mujer, o para personas homosexuales o transexuales	6%	4,5%	8,6%	8%	6,6%	3,4%	7,9%	4,5%	7%	6,3%
Recibes mensajes o solicitudes a deshoras por parte de tus jefes/as por motivos de trabajo	2,8%	1,9%	4,3%	4,5%	2,8%	1,3%	2%	3,9%	1,7%	6,3%
Te sientes obligado/a a responder a esos mensajes recibidos a deshoras	28,7%	25,5%	31,9%	32,4%	32,6%	11,8%	50%	27,1%	26,3%	50%
Sientes que el móvil te genera nuevas obligaciones en el ámbito personal o familiar por el hecho de ser mujer	2,8%	2,8%	0,0%	4,8%	2,1%	1,5%	4,1%	3,4%	1,7%	0,0%
Tienes que adquirir móviles o complementos que te ayuden a destacar o sentirte integrado en tu grupo	2,7%	2,5%	2,9%	4,5%	1,9%	2,1%	3%	1,2%	4%	6,3%
Alguna persona ha utilizado tu móvil (a través de llamada, mensaje o localización) para controlar dónde estás	1,2%	1,3%	1,1%	1%	1,6%	0,9%	2%	0,6%	1,7%	0,0%
Alguna persona ha utilizado tu móvil para saber con quién te relacionas	0,7%	0,8%	0,4%	1%	0,9%	0,0%	1%	0,6%	0,7%	0,0%
Alguien ha tratado de avergonzarte o hacerte daño delante de otras personas, usando el móvil, grupos de WhatsApp, redes sociales, o similar	0,5%	0,8%	0,0%	1%	0,6%	0,0%	1%	0,6%	0,3%	0,0%
Has sentido que te dejan fuera de un grupo, que te excluyen	0,3%	0,2%	0,4%	0,0%	0,3%	0,4%	1%	0,0%	0,3%	0,0%
Alguien te ha amenazado, insultado o agredido porque sabe o sospecha que mantienes contacto telefónico con otra persona	0,3%	0,4%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	2%	0,0%	0,0%	0,0%
Te han enviado mensajes agresivos o amenazantes	0,1%	0,2%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%

**TABLA 21 ¿EN QUÉ MEDIDA SIENTES QUE...?**  
**OPINIÓN DE LAS MUJERES DE DIFERENTES GRUPOS DE EDAD Y CONDICIÓN ECONÓMICA**

SÓLO MUJERES QUE RESPONDEN FRECUENTEMENTE	TOTAL	EDAD			¿CÓMO LLEGAS A FIN DE MES?			
		18-35	36-50	50 Ó MÁS	CON DIFICULTAD	POSICIÓN INTERMEDIA	CON FACILIDAD	NS/NC
Las mujeres intercambian por WhatsApp contenidos diferentes a los que intercambian los hombres	48,4%	57,9%	49,7%	36,1%	37%	48,3%	53,7%	42,9%
Te sientes obligado/a a responder	25,5%	30%	30%	0,0%	66,7%	15,8%	29,2%	0,0%
Sientes que en grupos de WhatsApp, o redes sociales, no puedes hablar de desigualdades de género o de violencia machista sin enfrentarte a que alguien te increpe	16,1%	22,8%	16,6%	8,3%	16,4%	17,4%	15,8%	0,0%
Alguien te ha reprochado que no le respondas a sus mensajes de forma inmediata	8,7%	10,3%	10,4%	4,5%	12,3%	10,1%	6,2%	0,0%
En grupos de WhatsApp en los que hay hombres y mujeres, a veces se abordan temas de tipo sexual que te hacen sentir incómodo/a	7,9%	8,3%	10,4%	3,8%	8,2%	6,3%	9,6%	7,1%
Te han remitido contenidos denigrantes para la mujer, o para personas homosexuales o transexuales	4,5%	6,2%	5,7%	0,8%	5,5%	2,9%	5,6%	7,1%
Sientes que el móvil te genera nuevas obligaciones en el ámbito personal o familiar por el hecho de ser mujer	2,8%	4,8%	2,1%	1,5%	4,1%	3,4%	1,7%	0,0%
Tienes que adquirir móviles o complementos que te ayuden a destacar o sentirte integrado en tu grupo	2,5%	4,8%	1,6%	1,5%	2,7%	0,5%	4,5%	7,1%
Recibes mensajes o solicitudes a deshoras por parte de tus jefes/as	1,9%	2,8%	2,1%	0,8%	1,4%	2,4%	1,7%	0,0%
Alguna persona ha utilizado tu móvil (a través de llamada, mensaje o localización) para controlar dónde estás	1,3%	1,4%	1%	1,5%	2,7%	0,5%	1,7%	0,0%
Alguna persona ha utilizado tu móvil para saber con quién te relacionas	0,8%	1,4%	1%	0,0%	1,4%	1%	0,6%	0,0%
Alguien ha tratado de avergonzarte o hacerte daño delante de otras personas, usando el móvil, grupos de WhatsApp, redes sociales, o similar	0,8%	1,4%	1%	0,0%	1,4%	1%	0,6%	0,0%
Alguien te ha amenazado, insultado o agredido porque sabe o sospecha que mantienes contacto telefónico con otra persona	0,4%	0,0%	1%	0,0%	2,7%	0,0%	0,0%	0,0%
Has sentido que te dejan fuera de un grupo, que te excluyen	0,2%	0,0%	0,0%	0,8%	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%
Te han enviado mensajes agresivos o amenazantes	0,2%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%



## ÁMBITO DOMÉSTICO

CONSUMO ENERGÉTICO EN LOS HOGARES

El tercer ámbito que hemos escogido para analizar la relación entre consumo capitalista y violencias machistas es el consumo energético en los hogares. Tal y como ya hemos mencionado en el marco teórico, hemos querido profundizar en la pobreza energética y siendo conscientes de que este ha sido un campo ampliamente estudiado desde la perspectiva de género, nos hemos centrado en ofrecer pautas que nos permitan nombrarla como una violencia machista.

Antes de exponer los datos obtenidos y su relación con las violencias machistas, queremos precisar que consideramos la pobreza energética como una violencia estructural en sí misma, vinculada a las desigualdades existentes en el acceso y el disfrute de la energía en los hogares y que conlleva la vulneración del derecho humano de todas las personas a vivir en condiciones dignas.

Partiendo de esta premisa, el trabajo de campo que hemos realizado ha sido enfocado en visibilizar y nombrar las manifestaciones simbólicas y directas de la violencia machista vinculada a la pobreza energética. Y también en profundizar en las violencias más estructurales, entendidas como el conjunto de estructuras económicas, sociales, de vivienda y de apropiación de los recursos naturales que generan violencia.

## RESULTADO CUALITATIVOS

### VIOLENCIA ESTRUCTURAL



**TABLA 22** CUADRO RESUMEN DE LAS VIOLENCIAS ESTRUCTURALES EN EL ÁMBITO DEL CONSUMO ENERGÉTICO DE LOS HOGARES

#### VIOLENCIA ESTRUCTURAL

- ✓ Feminización de la pobreza energética. Entre otros colectivos de riesgo, mencionar a las personas en riesgo de exclusión social por no amoldarse a los roles aceptados socialmente, como personas transexuales por ejemplo.
- ✓ Las consecuencias de la pobreza energética (limitación o falta de acceso a la luz, a la tecnología, a la calefacción y a todo lo que requiere electricidad) tiene un impacto en términos de exclusión social, en una sociedad caracterizada cada vez más por el avance tecnológico.
- ✓ Reproducción del binomio hombre-mujer como uno de los factores que inciden en la pobreza energética.
- ✓ Las medidas que se impulsan para erradicar la pobreza energética, como el bono social, son profundamente desiguales. No tienen en cuenta los condicionantes y los mandatos de género.

Con el objetivo de profundizar en las violencias estructurales que se dan en el ámbito del consumo energético, hemos preguntado a las expertas su opinión sobre cuáles son las causas de la pobreza energética. **En las respuestas dadas se percibe un consenso a la hora de definir la pobreza energética como una problemática en la que confluyen el sistema heteropatriarcal y capitalista.** En este sentido, se explicita por un lado, que la pobreza energética está vinculada a la apropiación de los recursos naturales en manos de unas pocas empresas que se encargan de distribuir la energía bajo el prisma

de acumulación de capital, que lejos de abaratar los costes para las personas consumidoras, los incrementa y convierte la energía en un bien de consumo no accesible a toda la ciudadanía.

*“Las empresas energéticas actúan en un modelo muy patriarcal y capitalista, ya que en vez de tener en cuenta que la energía está en el centro de los cuidados de la vida y del hogar, este modelo mercantiliza esta energía. En vez de usarlo desde el punto de vista del derecho, desde el cuidado y la necesidad de la vida, lo que se hace es mercantilarla, actuar desde el expolio y el saqueo”*

Entrevista a experta

**Por otra parte, las mujeres se convierten, como consecuencia de la división sexual del trabajo, los estereotipos y los roles de género, en las mayores responsables de los cuidados y las tareas domésticas, lo que conlleva que sean precisamente ellas las que, en mayor medida, se vean afectadas por esta problemática.**

De hecho, una experta llega a emplear el concepto “**feminización de la pobreza energética**” para explicar cómo esta problemática afecta mayoritariamente a:

- Familias monoparentales encabezadas por mujeres
- Mujeres solas en edad de jubilación
- Mujeres que trabajan en sectores particularmente feminizados y precarizados, como es el trabajo doméstico y de cuidados (empleadas de hogar)
- Cualquier otro colectivo o persona cuya situación implique una discriminación social vinculada tanto a la diversidad cultural/de origen -personas migradas- como a la diversidad sexual o de género, transexuales, transgénero, etc.

En este sentido, la experta precisa que en la pobreza energética:

*“Se refleja el sistema de opresión en el binomio rol de hombre y mujer: de ahí la incidencia de la pobreza energética en los colectivos vulnerables donde la mujer queda supeditada al hombre”*

Entrevista a experta

Además, desde las personas consumidoras se vuelve a dejar claro que la pobreza energética afecta al colectivo LGTBI+ y, en particular, a las personas transexuales, que al tener mayores dificultades de acceso al mercado laboral, suelen contar con condiciones de vida más precarizadas:

*"Los problemas de pobreza claro que afectan en mayor medida a unos colectivos porque tienen menos acceso al mercado laboral, por ejemplo el colectivo trans está en un 90-95% de paro"*

**Entrevista mujer cis lesbiana joven muy concienciada**

Cuando preguntamos sobre las consecuencias de la pobreza energética, desde las expertas se nombra la limitación o falta de acceso a la luz, a la tecnología, a la calefacción y a todo lo que requiere electricidad, **lo que tiene un impacto en términos de exclusión social, en una sociedad caracterizada cada vez más por el avance tecnológico.** En este sentido, se precisa que quedarse sin energía implica no sólo no satisfacer unas necesidades mínimas y básicas de bienestar, sino que, además, supone quedarse excluida de la comunicación digital, del acceso a la información y de las relaciones interpersonales. Si como decíamos, **las mujeres por lo general tienen peores oportunidades en todos los ámbitos productivos, viéndose en mayor medida discriminadas por un sistema de valores capitalista y heteropatriarcal, no es de extrañar que la exclusión social desencadenada por la pobreza energética refleje esta realidad:**

*"Vivir en pobreza energética tiene consecuencias muy graves ya que quedas totalmente expuesta hacia un riesgo de exclusión, ya no sólo a nivel de comodidad o de atención humana sino a nivel de ausencia tecnológica y de relación con los demás que sí están conectados"*

**Entrevista a experta**

*"Algunas personas sin recursos que quieren estudiar lo hacen mediante una vela por no tener luz, pero esto es una minoría, lo habitual es que decidan rendirse"*

**Entrevista a experta**

Siguiendo con el análisis, desde las personas consumidoras se considera una violencia, en este ámbito, **el hecho de que el mercado de la energía en general y la pobreza energética en particular, tienden a invisibilizarse en el imaginario colectivo**. Si bien es cierto que desde los colectivos sociales se denuncia y estudia cada vez más el impacto en términos de desigualdad como consecuencia del mercado energético actual, la tendencia casi generalizada es la de “mirar para otro lado”. Aunque la que acabamos de mencionar es una violencia capitalista estructural, tal y como se explica en el siguiente párrafo, las consecuencias de esta invisibilización tienen un impacto en términos de violencias machistas.

Un ejemplo de la invisibilización de esta problemática social **tiene que ver con las medidas que se emplean para reducir la tasa de personas afectadas por pobreza energética, como es el bono social**. Las expertas consultadas coinciden en que no representa una solución eficaz porque el acceso al mismo es complicado y desigual ya que: i) los requisitos de acceso no son equitativos; ii) no se tiene en cuenta el perfil de las personas que mayoritariamente se ven afectadas; iii) se prioriza la situación de unos hogares concretos; y por último iv) no se diseñan ni implementan medidas específicas para los colectivos en mayor riesgo de exclusión social:

*“El bienestar básico de las personas debería concernir a los poderes públicos como una emergencia, una prioridad, y sin embargo, esto no es así y cada vez lo es menos. Incluso las personas que pasan frío consideran peligroso ‘molestar’ a las multinacionales y su oligopolio. Estamos contándonos una mentira que favorece a quien la ha inventado y estamos aceptando su punto de vista como si fuera natural”*

**Entrevista a mujer transexual mayor muy concienciada**

*“No es justo que a las unidades convivenciales numerosas se les dé el bono sin solicitar información de su situación socioeconómica y haya otras unidades convivenciales que lo tengan tan complicado”*

**Entrevista a experta**

Si tal y como ya hemos mencionado son las mujeres (solas, mayores, etc.) las que mayoritariamente se ven afectadas por la pobreza energética así como las personas en riesgo de exclusión social (personas migradas, personas transexuales, etc.), **medidas como el bono social no sólo no sirven para mejorar su situación concreta, teniendo en cuenta los condicionantes que inciden en su precariedad, sino que fomentan la doble victimización: por estar empobrecidas y por estar desamparadas ante un sistema que las ignora.**

## VIOLENCIA SIMBÓLICA



**TABLA 23** CUADRO RESUMEN DE LA VIOLENCIA SIMBÓLICA EN EL ÁMBITO DEL CONSUMO ENERGÉTICO DE LOS HOGARES

### VIOLENCIA SIMBÓLICA

- ✓ La consideración de que la pobreza energética es un problema individual y no un problema sistémico.
- ✓ Culpabilización por no responder a los mandatos de género impuestos socialmente.

Los datos obtenidos en el proceso de investigación **nos permiten afirmar que existe una relación muy clara entre las medidas que se emplean para reducir la pobreza energética y la consideración que existe socialmente de esta problemática.** En este sentido, una de las cuestiones de las que más hemos debatido en el grupo asesor tiene que ver con la consideración en el imaginario colectivo de que la pobreza energética es un problema individual, es decir, vinculado a las limitaciones económicas que supone hacer frente al gasto del suministro de energía. Dicho de otra manera, si una persona no puede pagar la factura, es sencillamente porque no puede permitírselo.

No obstante, como ya hemos apuntado, estamos frente a un problema estructural que beneficia y salvaguarda los intereses de unas pocas empresas energéticas, vulnerando el derecho a vivir en unas condiciones dignas que aseguren un bienestar mínimo. **Se reivindica desde las personas consultadas en este estudio la necesidad de abordar la pobreza energética como un reto colectivo, remarcando que la energía debe ser entendida como un derecho básico y no como un bien de mercado que, bajo los valores del sistema capitalista heteropatriarcal, genera exclusión social y un profundo impacto, en diversos niveles, en quienes están atravesadas por esta problemática.** Se trata, por tanto, de un sistema que no protege y aumenta la vulnerabilidad humana:

*“La pobreza energética se quiere apuntar desde quienes ostentan el poder económico de que es un problema individual. Pero no es una cuestión individual, no es una cuestión culpabilizadora de una persona que no puede pagar la factura sino que es una consecuencia de un sistema que afecta a colectivos”*

Entrevista a experta

*“Es un problema colectivo porque depende y está relacionado con una situación determinada, por tanto, estamos hablando de un fallo a nivel social”*

Entrevista a experta

*“El hecho de que te corten la luz debería tener un enfoque de planteamiento sistémico, si se trata de que hombres y mujeres vivan en igualdad”*

Entrevista a experta

Abordar la pobreza energética desde una perspectiva individual no sólo invisibiliza el conjunto de estructuras que las genera, sino que además culpabiliza a las personas que la sufren. En el caso de las mujeres, recordamos que la **internalización de la culpabilidad responde a unos mandatos de género que aumentan su vulnerabilidad social y las relegan al ámbito doméstico**. Se identifica, por tanto, un círculo vicioso: **ellas presentan un riesgo mayor de sufrir pobreza energética por unos mandatos de género que las relegan a su rol reproductivo**. Y son precisamente estos mandatos de género los que hacen que socialmente se las culpabilice por no cumplir con lo que se espera de ellas, en este caso, con la imposibilidad de mantener un hogar que asegure unos mínimos de confort y bienestar.

## VIOLENCIA DIRECTA



### TABLA 24 CUADRO RESUMEN DE LAS VIOLENCIAS DIRECTAS EN EL ÁMBITO DEL CONSUMO ENERGÉTICO DE LOS HOGARES

<b>VIOLENCIA DIRECTA</b>	✓ Enfermedades físicas y daños emocionales (vergüenza, aislamiento social) derivadas tanto del frío como de la humedad.
--------------------------	---

Las personas entrevistadas que sufren situaciones de pobreza energética o que conocen a personas afectadas por esta problemática, explican el impacto que esta tiene en la salud física y emocional. En concreto, se mencionan las enfermedades físicas derivadas del frío y la humedad y aquellas de naturaleza más psicológica:

*“La casa no está bien acomodada (...) porque no tiene calefacción. Afecta a nivel de asma (...), te puede llegar a embajonar”*

**Entrevista a mujer cis lesbiana joven muy concienciada**

Vinculado al impacto de la pobreza energética en el estado de ánimo, hasta se llega a mencionar el sentimiento de vergüenza que genera el no contar con una temperatura adecuada en el hogar y que a menudo se traduce en evitar visitas de otras personas, aumentando de esta manera el aislamiento social de quienes sufren esta problemática.

## RESULTADOS CUANTITATIVOS

### VIOLENCIA ESTRUCTURAL



**TABLA 25** CUADRO RESUMEN DE LAS VIOLENCIAS ESTRUCTURALES EN EL ÁMBITO DEL CONSUMO ENERGÉTICO DE LOS HOGARES

#### VIOLENCIA ESTRUCTURAL

- ✓ Los motivos de discomfort térmico de las personas encuestadas difieren por sexo. En las mujeres se vinculan a mayores cotas de pobreza y su impacto es mayor debido a su mayor estancia en el hogar.

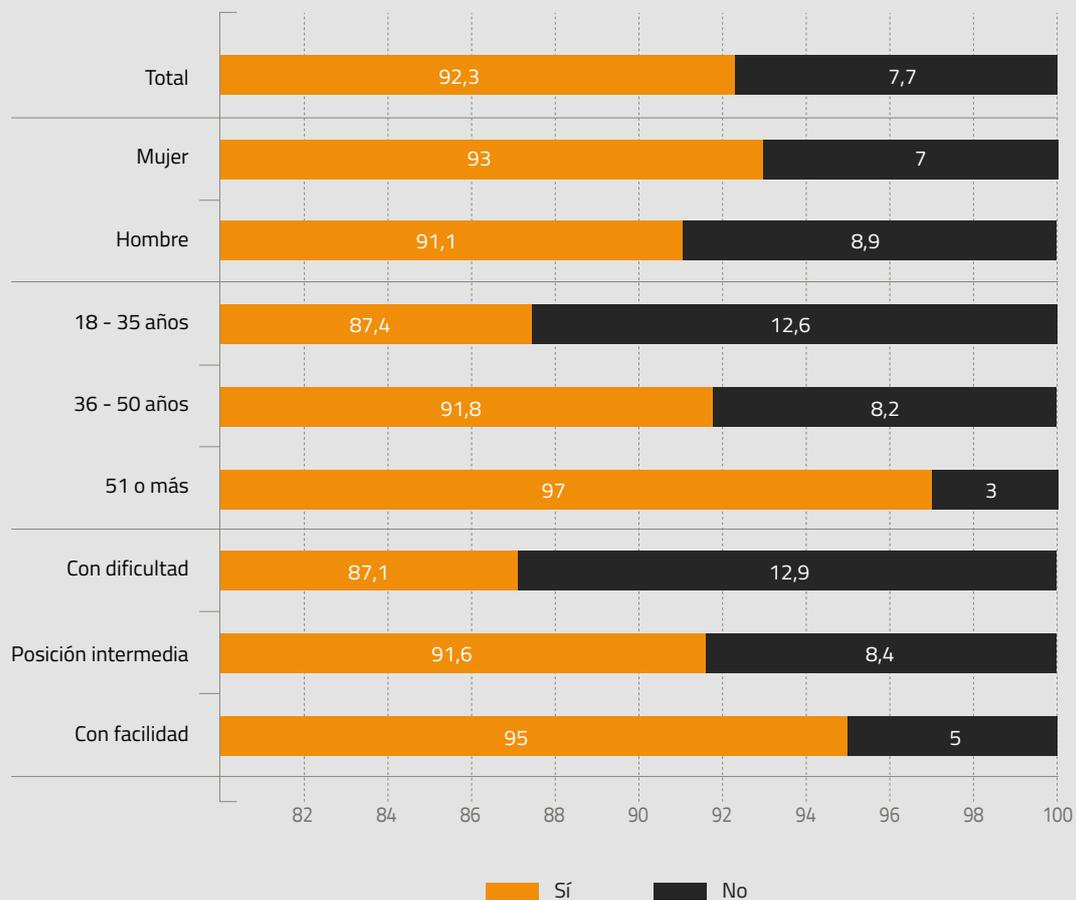
Con el objetivo de profundizar en los diferentes impactos en la vida y en la salud de las personas que sufren pobreza energética, hemos preguntado a las personas encuestadas si en su hogar suelen contar con una temperatura confortable.

De los datos obtenidos podemos indicar que el 92,3% manifiesta disfrutar de una situación de confort térmico en el hogar, no habiendo diferencias significativas entre mujeres y hombres. Las mayores diferencias las introduce la edad y la propia situación económica. **Así, entre las personas más jóvenes, el porcentaje de quienes no pueden mantener una situación de confort térmico alcanza el 12,6% y el 12,9% entre aquellas con menos recursos económicos.**

Por otro lado, si profundizamos en las personas que han señalado no contar con una temperatura agradable en su hogar, se observa, en primer lugar, que el discomfort térmico parece afectar en mayor medida a los hombres: el 8,9% frente al 7% de las mujeres que ha señalado estar en la misma situación. Como grupo asesor debemos reconocer que este dato lleva a confusión en cuanto al discomfort térmico relacionado con la pobreza energética ya que la pregunta que se hizo era tan amplia: “¿Sueles mantener una temperatura que te haga sentir confortable tanto en verano como en invierno?”, que englobaba tanto a

las personas que pasan calor como las que pasan frío en invierno, que es habitualmente cuando se nota más la pobreza energética. De hecho, entre los motivos por el discomfort térmico, se mencionaba el “calor por no poder apagar la calefacción central”, respuesta dada por un porcentaje mayor de hombres que de mujeres. Por este motivo, tuvimos que enfocarnos más en las respuestas de las encuestas que nos hablaran más concretamente de la pobreza energética, tal y como veremos más adelante.

### GRÁFICA 14 EN TU HOGAR, ¿SUELES MANTENER UNA TEMPERATURA QUE TE HAGA SENTIR CONFORTABLE TANTO EN VERANO COMO EN INVIERNO?

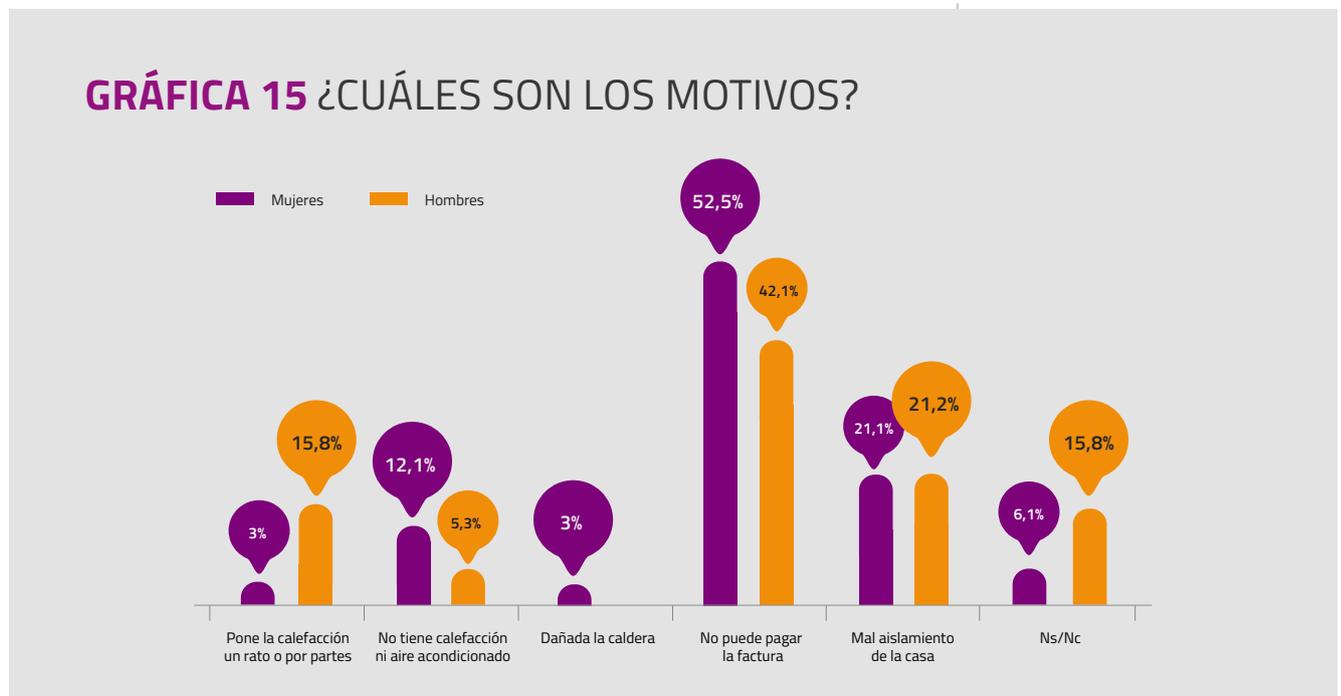


No obstante, es interesante destacar que son las personas que viven solas las que se ven mayoritariamente afectadas por el discomfort térmico. **En estos casos, el porcentaje de mujeres que ha indicado no contar con una temperatura adecuada sube del 7% al 8%, y en el caso de los hombres baja del 8,9% al 8%.**

Profundizando en el análisis, cuando preguntamos a las personas encuestadas que han indicado no contar con una temperatura adecuada (7,7%) cuáles son los motivos, **se observan diferencias significativas entre las respuestas dadas por las mujeres y los hombres:**

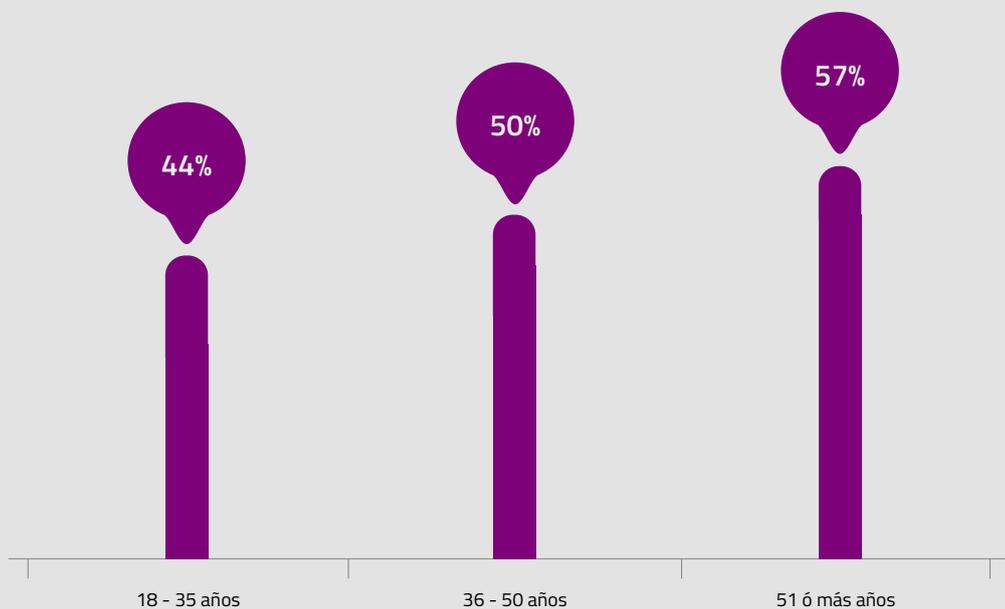
- El 52,5% de las mujeres frente al 42,1% de los hombres indica no poder permitirse el gasto económico que supone.
- El 12,1% de las mujeres frente al 5,3% de los hombres comenta que no tiene calefacción ni aire acondicionado<sup>46</sup>.
- El 3% de las mujeres señala tener dañada la caldera.

*46. Aunque en Euskadi se asocia habitualmente la pobreza energética al frío, debido a las recientes olas de calor y otros efectos asociados al cambio climático, es necesario profundizar en la perspectiva de la pobreza energética en relación al frío y al calor, en aislamiento del hogar, diversos métodos para el confort térmico, etc.*



Los motivos de discomfort siguen el mismo orden en todos los grupos de edad siendo el primero la factura, es decir, no poder asumir el gasto económico que supone tener una temperatura óptima en el hogar.

### GRÁFICA 16 PERSONAS QUE HAN SEÑALADO NO PODER PAGAR LA FACTURA COMO MOTIVO PRINCIPAL DEL DISCONFORT TÉRMICO POR GRUPOS DE EDADES



Este factor tiene una recurrencia elevada, del 44%, entre las personas jóvenes y aquellas entre los 36 y los 50 años, entre quienes alcanza el 50%. No obstante, es reseñable que la imposibilidad de pagar la factura afecta al 57% de las personas mayores de 51 años.

De los datos apuntados hasta el momento, podemos deducir que, de los motivos vinculados a la imposibilidad de pagar la factura de los suministros energéticos, los relacionados con problemas inherentes al mal aislamiento del hogar o los daños de aparatos tales como la caldera afectan mayoritariamente a las mujeres. Por tanto, podemos afirmar que **el impacto de esta problemática en las mujeres es mucho más profundo y se vincula, tal y como ya hemos mencionado anteriormente, a una mayor permanencia en el hogar, al recaer en mayor medida sobre ellas los trabajos reproductivos: los cuidados y las tareas domésticas.**

## VIOLENCIA SIMBÓLICA



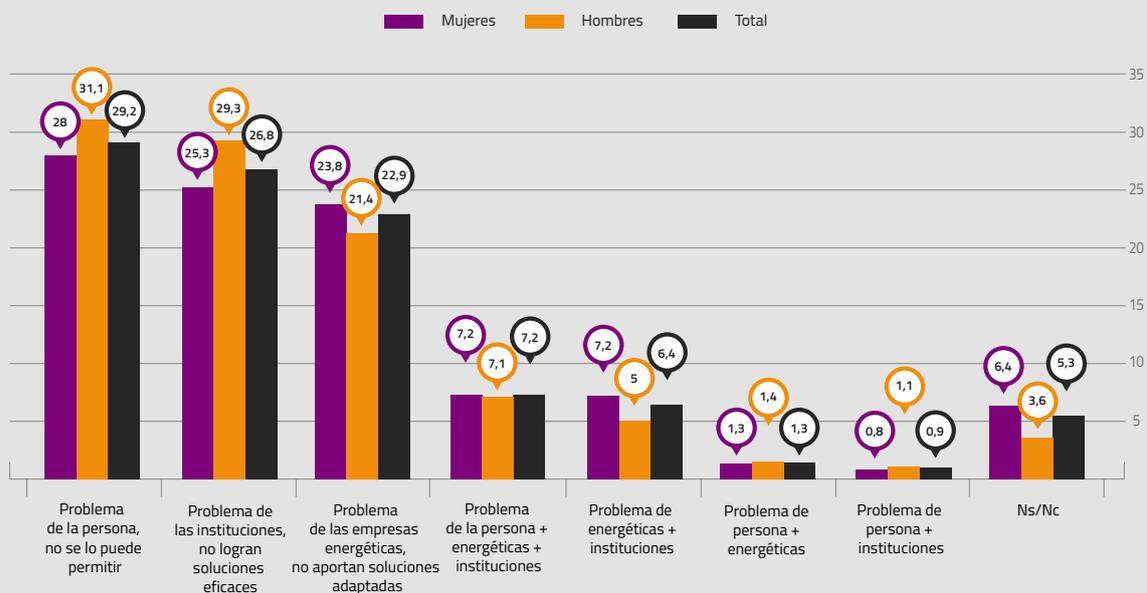
### TABLA 26 CUADRO RESUMEN DE LA VIOLENCIA SIMBÓLICA EN EL ÁMBITO DEL CONSUMO ENERGÉTICO DE LOS HOGARES

#### VIOLENCIA SIMBÓLICA

- ✓ Las mujeres de mayor edad tienden a ver más la responsabilidad en la persona (40,6%), dato que podríamos interpretar como un indicador de interiorización de la culpa generado por los mandatos de género, si bien es cierto que a lo largo del estudio no hemos podido profundizar en las causas.

Cuando se consulta a las personas encuestadas, independientemente de si padecen o no dificultades para regular la temperatura de su hogar, de quién es la responsabilidad de que una persona no pueda mantener una temperatura confortable, las respuestas se dividen en tres grandes bloques: un tercio considera que es un problema individual, es decir, de la persona que no es capaz de asumir los costes derivados del consumo energético; otro tercio considera que es un problema de las instituciones, que no ofrecen soluciones adecuadas; y el último tercio señala que es un problema del oligopolio.

## GRÁFICA 17 DE ESTAS OPCIONES QUE LEES, DONDE DIRÍAS QUE ESTÁ EL PROBLEMA DE QUE UNA PERSONA NO PUEDA MANTENER UNA TEMPERATURA CONFORTABLE EN SU HOGAR:



Centrando el análisis en la opinión de las mujeres, se observa claramente que:

- Las mujeres de mayor edad tienden a situar, en mayor medida, la responsabilidad en la persona individual (40,6%). Lo mismo sucede con las mujeres en mejor situación económica (31,1%).
- Las mujeres más jóvenes, sin embargo, son las más críticas con las empresas energéticas (31,7%).

Estos datos indican dos cuestiones de interés. En primer lugar, **el hecho de que las mujeres de mayor edad consideren que es un problema individual podría interpretarse, como ya hemos mencionado, como un indicador de violencia simbólica vinculado a la interiorización de la culpa** y que responde a la incapacidad de satisfacer unos mandatos de género que se dirigen expresamente a ellas como, por ejemplo, la obligación de mantener el hogar en unas condiciones adecuadas.

En segundo lugar, es importante destacar que cerca de un 60% de las personas encuestadas no lo considera un problema individual, pudiendo indicarnos esta cifra que la labor de información, denuncia e investigación de numerosos colectivos, así como de personas a nivel individual que trabajan para impulsar un cambio en el modelo energético, está calando en la sociedad vasca. Esto se traduce en una mayor consideración social de que la pobreza energética es un problema colectivo que hay que abordar de manera conjunta por parte de toda la sociedad. Pero aún queda aproximadamente un 30% que puede culpabilizar a las personas por no poder pagar su suministro eléctrico, puesto que considera que es un problema individual.

## VIOLENCIA DIRECTA



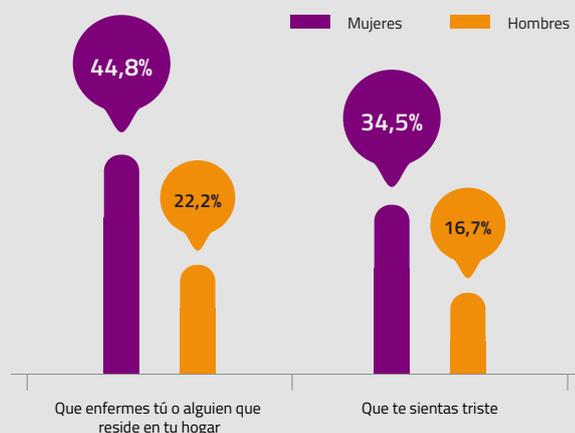
### TABLA 27 CUADRO RESUMEN DE LAS VIOLENCIAS DIRECTAS EN EL ÁMBITO DEL CONSUMO ENERGÉTICO DE LOS HOGARES

#### VIOLENCIA DIRECTA

- ✓ Las enfermedades afectan al 50% de las mujeres que no cuenta con una temperatura confortable en el hogar con independencia de sus recursos económicos, frente al 22% de los hombres.
- ✓ El 34,5% de las mujeres frente al 16,7% de los hombres del total de personas con discomfort térmico siente tristeza; sentimiento que puede conllevar aislamiento social, ansiedad, etc. Además, la tristeza afecta en mayor medida a las mujeres con poco recursos económicos: el 50% frente al 25% de hombres en la misma situación.
- ✓ El 13,8% de las mujeres frente al 5,6% hombres tiende a aislarse evitando visitas de otras personas a su hogar.
- ✓ El 6,9% de las mujeres frente al 0% de los hombres siente vergüenza ante las visitas como consecuencia del discomfort térmico.

Cuando preguntamos a las personas encuestadas que han indicado no poder mantener una temperatura adecuada (que engloba a personas con diferentes motivos y situaciones para no mantener el confort) **las consecuencias que ello tiene en su vida diaria, vemos que hasta el 44,8% de las mujeres que se encuentran en esta situación señala que ella o alguien que reside en su hogar ha enfermado**. Esa cifra, en el caso de los hombres se reduce a un 22,2%. Por edad, las personas más jóvenes son las más afectadas por enfermedades: un 53,3% afirma que no poder mantener una temperatura adecuada le ha llevado a enfermarse ella o alguien que reside con ella. **Así, de los datos arrojados por las encuestas se puede afirmar que las enfermedades afectan a aproximadamente la mitad de las mujeres que sufren pobreza energética, con independencia de sus recursos económicos.**

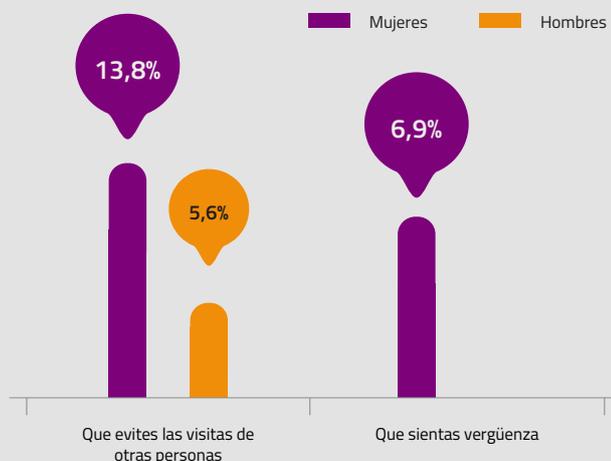
### GRÁFICA 18 NO PODER MANTENER UNA TEMPERATURA CONFORTABLE EN TU HOGAR ¿TE HA PROVOCADO EN ALGUNA OCASIÓN...?



Otro impacto negativo de esta situación es que el 22,4% de las personas que no pueden mantener una temperatura adecuada en su hogar se siente triste. **Aunque no podemos considerar la tristeza como una violencia machista, entendemos que este sentimiento puede tener un impacto en términos de aislamiento social o ansiedad entre las personas que la padecen.** En este sentido, también son las mujeres las que mayoritariamente se ven más afectadas: el 34,5% de las mujeres frente al 16,7% de los hombres. Además, la tristeza afecta en mayor medida a las mujeres con pocos recursos económicos: el 50% frente al 25% de hombres que han indicado contar con escasos recursos económicos.

Vemos, por tanto, que el impacto en la salud de las personas que sufren pobreza energética es mayor en las mujeres. Además, hay que tener en cuenta que (como corroboran varios estudios sobre salud y perspectiva de género<sup>47</sup>) las enfermedades no afectan de la misma manera a mujeres y a hombres. Ellas presentan un riesgo mayor de enfermar por factores estructurales derivados de la división sexual del trabajo, la realización de la triple o doble jornada laboral o las responsabilidades de cuidados, entre otros; así como por cuestiones más simbólicas vinculadas a los diferentes mandatos de género y a las presiones sociales que se ejercen sobre las mujeres por el simple hecho de serlo.

## GRÁFICA 19 NO PODER MANTENER UNA TEMPERATURA CONFORTABLE EN TU HOGAR ¿TE HA PROVOCADO EN ALGUNA OCASIÓN...?



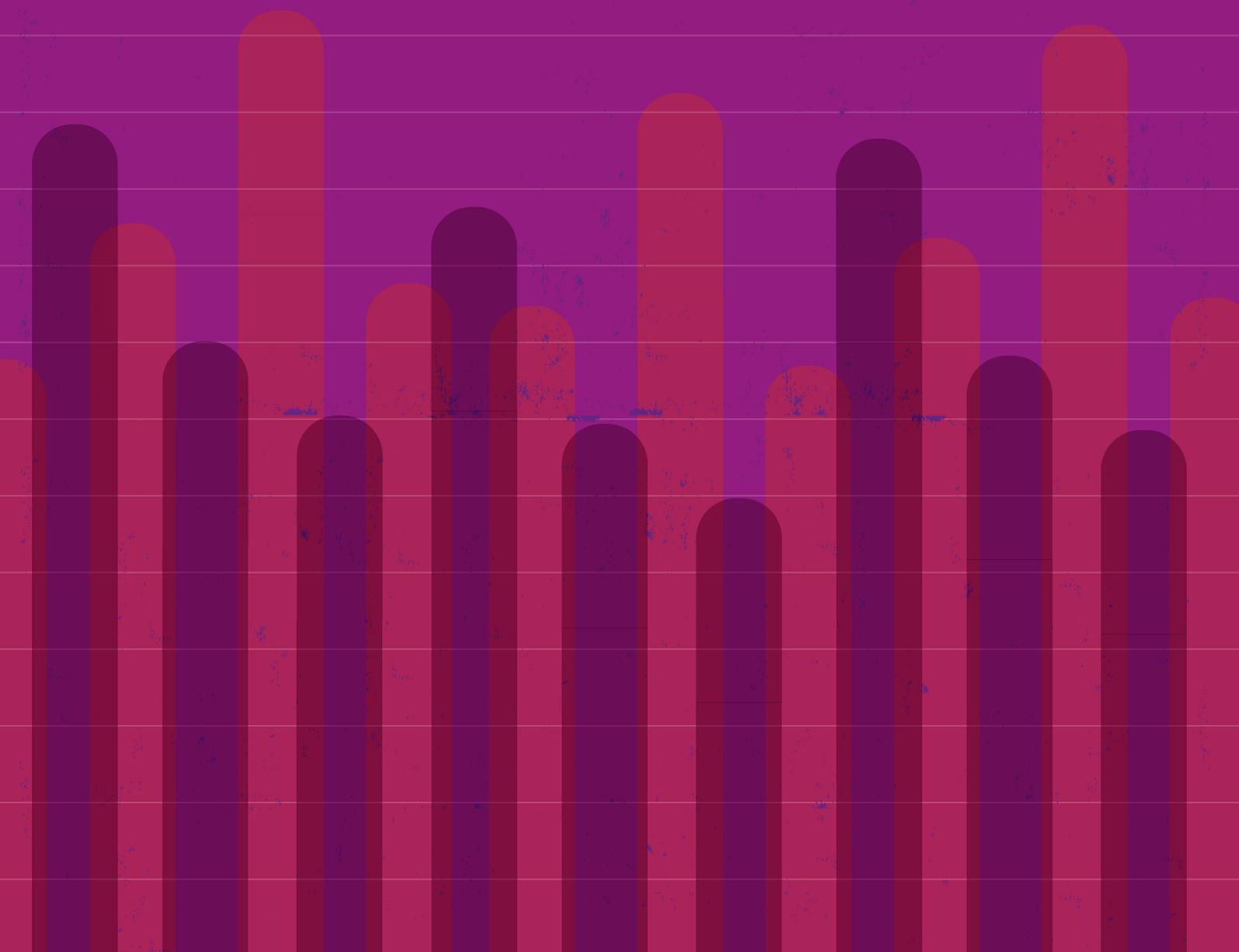
El 13,8% de las mujeres frente al 5,6% de hombres que no pueden tener una temperatura adecuada en su hogar tienden a aislarse evitando visitas de otras personas a su hogar.

Nuevamente, desde un punto de vista emocional, el efecto del desconfort térmico tiene más impacto sobre las mujeres: el 6,9% de las que se encuentran en esa situación siente vergüenza por ello. Ningún hombre de la muestra se ha reconocido en esta situación. Entendemos que esto puede estar conectado con los mandatos de género y, por tanto, con la violencia simbólica que hace que socialmente las mujeres se avergüencen por no cumplir con lo que se espera de ellas; en este caso, con la imposibilidad de mantener un hogar que asegure unos mínimos de confort y bienestar.

47. Por ejemplo, el estudio realizado por Gonzalez, Pijuan, I. (2016): Desigualdad de género y pobreza energética. Un factor de riesgo olvidado. ISF.

4

# Conclusiones



# 1 | VIOLENCIAS MACHISTAS EN EL CONSUMO DE SERIES DE FICCIÓN



ÁMBITO DE OCIO AUDIOVISUAL  
SERIES DE FICCIÓN

## VIOLENCIA ESTRUCTURAL

Podemos considerar **las series de ficción como una herramienta del sistema capitalista que reproduce un modelo de sociedad heteropatriarcal, y lo hacen a través de la reproducción de los estereotipos de género y la división sexual del trabajo.**

Los contenidos que proponen refuerzan las desigualdades de género e invisibilizan a las mujeres y a cualquier otro sujeto no heteronormativo. En este sentido, **el consumo irreflexivo que sustenta el sistema capitalista se basa precisamente en los estereotipos de género.** De hecho, hasta el 82% de las personas encuestadas considera que **las mujeres que aparecen en las series de ficción suelen asumir el rol de cuidadoras**; el 70,3% percibe que **pocas veces o nunca muestran una realidad igualitaria entre hombres y mujeres**, porcentaje que se eleva al 74% en el caso de las mujeres; y el 72% considera que **las series muestran una posición de superioridad o privilegio de los hombres frente a las mujeres.**

Se ha identificado una **predominancia de contenidos que relatan idearios de vidas basadas en el consumismo, la abundancia económica y el materialismo.** Ello hace que queden ocultos problemas sociales como la pobreza, obviando realidades que afectan mayoritariamente a las mujeres.

Por otra parte, hasta el **33,7% de las personas encuestadas (35,8% en el caso de las mujeres) afirma haberse sentido ofendido/a con la forma en**

la que alguna serie trata temas relacionados con la violencia de género, la desigualdad entre hombres y mujeres o la realidad LGTBI+. Este dato nos dice, por un lado, que se está dando una cada vez mayor conciencia feminista de parte de los y las espectadoras en torno al tipo de mensaje que se nos traslada desde las series gracias al trabajo de denuncia y reivindicación realizado desde el movimiento feminista, el movimiento LGTBI+ y desde otros movimientos afines. Por otro lado, **nos invita a preguntarnos sobre cómo se usa la violencia en el marco de la producción audiovisual**, ya que tal y como se ha constatado en varios estudios sobre este tema<sup>48</sup>, la violencia no deja de ser un reclamo que ayuda a las empresas productoras a vender más y aumentar el número de personas consumidoras.

Asimismo, la oferta cada vez más amplia de nuevos géneros cinematográficos, como “cine para mujeres” o “cine LGTBI+”, es otra forma de apropiación del sistema capitalista y heteropatriarcal de las luchas y reivindicaciones sociales para crear nuevos nichos de mercado. **Este fenómeno que ha sido denominado *pinkwashing* o *purplewashing*.**

Por último y como dato esperanzador, es destacable que hasta **el 55% de las personas encuestadas considera que, cuando se producen agresiones sexistas, se realiza de forma crítica** (59% en el caso de las mujeres y 48% en el caso de los hombres). Este último dato podría indicarnos que las series de ficción están evolucionando hacia nuevas formas de representar la violencia debido principalmente a la producción de series de carácter feminista que, además de entretener, quieren poner sobre la mesa problemáticas centrales de la agenda feminista como son las violencias machistas en todas sus manifestaciones y el tratamiento que se hace de ellas.

## VIOLENCIA SIMBÓLICA

Las series de ficción difunden valores y símbolos sirviéndose de los estereotipos de género ya que se muestran:

- Relaciones basadas en el **amor romántico, heteronormativo y monógamo**.
- El enfoque de la **mujer profesional e independiente con un claro perfil masculino sirve para remarcar las diferencias entre los roles de hombres y mujeres**. De hecho, no es de extrañar que, entre quienes han afirmado sentirse identificados con algún personaje en la encuesta a población, **hasta el 70% menciona hombres, y los rasgos mejor valorados son fuertes, empoderados y autónomos**, es decir, elementos de éxito tradicionalmente vinculados a lo masculino con los que se identifican tanto mujeres como hombres.

---

<sup>48</sup>. Un ejemplo es el estudio La representación de la violencia en las series juveniles españolas, realizada por Sara González Fernández en septiembre de 2011 para la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. Disponible en: <http://www.inmujer.gob.es/publicacioneselectronicas/documentacion/Documentos/DE1142.pdf>

- **La imagen de las mujeres como superheroína que puede con todo y lo consigue** daña la realidad de las mujeres ante la imposibilidad de cumplir con los “estándares” de trabajadora, madre, compañera, mujer bella y dispuesta.
- Vinculado a los estereotipos de género, es destacable que hasta el **56,9% de las personas encuestadas considera una forma de violencia el hecho de que ellas en las series de ficción tiendan a ocupar papeles secundarios frente a los hombres**. Este dato indica que existe una percepción relativamente alta en Euskadi vinculada a cómo afectan los estereotipos de género en las oportunidades de mujeres y hombres.

Ligado a lo anterior, hemos observado que a través de las series de ficción se difunde un **conjunto de valores que contribuyen a aumentar una visión androcéntrica, racista y heteronormativa de la diversidad humana**. Por ejemplo, las personas de otras procedencias geográficas aparecen caricaturizadas y, en el caso de las mujeres migradas, se les representa con roles pocos relevantes y en situaciones que refuerzan las condiciones de discriminación que padecen. Todo ello no sólo presenta una explicación descontextualizada del fenómeno migratorio, de sus causas y de su relación con otros fenómenos globales, sino que, además, empeora la situación de estas mujeres en términos de prejuicio y de discriminación, desvalorizando su rol como sujetas activas y su aportación a la sociedad de acogida. La diversidad sexual y de género también aparece caricaturizada y suele plantearse desde una representación jerárquica entre lo aceptado socialmente y lo que no lo es.

Una **parte importante del contenido audiovisual donde se ejerce la violencia está centrada en la cosificación de las mujeres**, que las representa como un mero objeto sexual, ignorando sus cualidades y habilidades intelectuales o más allá del aspecto físico. Ello también ha sido identificado en la encuesta a población donde hasta el 92,2% de las personas encuestadas percibe como violencia contra las mujeres que se use el cuerpo de las mujeres como reclamo, y otro 89,9% percibe como una forma de violencia la imposición de un único canon de belleza.

Se ha observado, asimismo, el **uso del humor en las series de ficción como un recurso para ejercer violencia de forma sutil sobre aquello que no se considera como “normal”**. La violencia que se puede ejercer desde el humor se disfraza de un “chiste” del que es difícil defenderse, aumentando la sensación de desamparo y vulnerabilidad de aquellos colectivos que son objeto de burla por su diversidad, como el colectivo de personas LGTBI+. En este sentido, es destacable que hasta el 66,2% de las personas encuestadas señala que, cuando aparecen personajes LGTBI+, suelen ser personajes más cómicos o graciosos que el resto, porcentaje que asciende al 69% en el caso de las mujeres.

## VIOLENCIA DIRECTA

Las **violencias estructurales y simbólicas que hemos ido nombrando hasta el momento tienen un impacto en la salud psicológica** de los y las espectadoras en la medida en que se toma conciencia de que los ideales que se transmiten en las series de ficción son difícilmente alcanzables. Como consecuencia, querer algo inalcanzable puede provocar ansiedad y frustración.

Además, si tenemos en cuenta las desigualdades existentes y cómo los mandatos de género afectan mayoritariamente a las mujeres por el rol que les ha sido asignado, no resulta descabellado afirmar **el mayor impacto que estos ideales tienen precisamente en las mujeres**, en un contexto en el que ellas cargan con la doble o triple jornada laboral, y donde la presión por el cuerpo perfecto, la eterna juventud y el “poder con todo” se dirige expresamente a ellas.

## 2 | VIOLENCIAS MACHISTAS EN EL CONSUMO DE LOS APARATOS MÓVILES



ÁMBITO TECNOLÓGICO  
TELEFONÍA MÓVIL

### VIOLENCIA ESTRUCTURAL

El capitalismo nos hace creer que el uso de la telefonía móvil favorece la inclusión, la accesibilidad y la comunicación y nos facilita la vida. Sin embargo, **el consumo de aparatos móviles fomenta la exclusión social de aquellas personas que se encuentran poco familiarizadas con la tecnología** o que simplemente, por elección personal, deciden no disponer de este aparato. Entre los perfiles de más riesgo están las mujeres de mayor edad.

Además, crean **nuevas necesidades, obligaciones y formas de control basadas en valores capitalistas y heteropatriarcales que refuerzan los roles de género**. Estas nuevas necesidades y obligaciones producen una **flexibilización** y el **solapamiento de los tiempos dedicados al trabajo productivo, reproductivo y de ocio, teniendo un impacto directo en el aumento de la carga de trabajo de las mujeres**. De hecho, de los resultados de la encuesta a población –si bien las diferencias son pequeñas son estadísticamente significativas por sexo– podemos afirmar que las mujeres usan más el móvil para el control y desempeño de las tareas de hogar y de cuidado el 1,1% de las mujeres frente al 0,4% de los hombres utiliza los móviles para llevar el control de las tareas de la casa. Los estereotipos de género, por tanto, influyen en la forma que tenemos mujeres y hombres de usar los aparatos móviles.

Por otra parte, los aparatos móviles propician una **comunicación rápida y agresiva a través de las aplicaciones de mensajes instantánea**

**(WhatsApp, Telegram, etc.), que reducen e invisibilizan a las personas, tanto faltándoles al respeto como restándoles valor, en vez de cuidarlas desde una perspectiva de cuidados.**

En los resultados de la encuesta a población se han observado **diferencias en el uso de móviles por parte de mujeres y hombres**: ellas utilizan más el móvil para publicar contenidos en redes sociales, el 26,3% de las mujeres encuestadas frente al 18,6% de los hombres, por lo que pueden verse más expuestas a las diferentes formas de violencias machistas que hemos nombrado hasta el momento.

## VIOLENCIA SIMBÓLICA

Las aplicaciones que usamos a través del móvil (Instagram, Facebook, WhatsApp, etc.) están fomentando una sociedad ultra narcisista basada en el culto por la apariencia y por el cuerpo perfecto, propiciando la difusión de modelos de vida basados en la felicidad desmesurada, en el consumismo, en la superficialidad y el individualismo, entre otros. **Estos valores, claramente capitalistas y heteropatriarcales, naturalizan los mandatos de género y fomentan las desigualdades.**

Además, se ha identificado que la comunicación que se establece en las aplicaciones de mensajería instantánea propicia un trato diferenciado de las opiniones expresadas por mujeres y hombres: **subyace una superioridad del género masculino vinculada a una mayor aceptación social y valor de su opinión frente una mayor ridiculización de las opiniones de las mujeres.**

Por otra parte, la **difusión de imágenes y contenidos sobre el cuerpo de las mujeres como objeto sexual**, por un lado, aumenta en el imaginario colectivo el ideal del cuerpo de las mujeres como un producto de consumo más; y por otro lado, fomenta en las mujeres un alto grado de frustración por no alcanzar unos estándares estéticos que son imposibles de conseguir.

**Se ha observado, asimismo, que en las aplicaciones móviles se produce cierta invisibilización o crítica en tono humorístico de todo lo que se considera diferente socialmente.** A menudo, estos chistes ridiculizan y aumentan los estereotipos hacia aquellos colectivos que por su diversidad no se encuentran aceptados socialmente como son las personas trans.

## VIOLENCIA DIRECTA

**El uso del móvil puede fomentar el control de pareja y el ciberacoso** mediante la revisión de mensajes y llamadas sin consentimiento o a través de aplicaciones que permiten identificar la localización de la persona que se quiere controlar. De hecho, los resultados de la encuesta a población indican que el 1,3% de las mujeres afirma haberse sentido controlada a través del móvil.

Asimismo, **se ha identificado la pérdida de control de los contenidos que se comparten a través de los móviles**, y en especial de aquellos que pueden ridiculizar y dañar la imagen pública de las mujeres, como por ejemplo, imágenes sobre el cuerpo como objeto sexual.

Las nuevas necesidades y obligaciones que conlleva el uso del móvil que ya hemos mencionado aumentan la carga de trabajo de las mujeres, **y generan un impacto en la salud física y emocional, como por ejemplo, estrés y ansiedad.**

La proliferación de contenidos discriminatorios y sexistas sobre lo que no es aceptado socialmente, y la ausencia de reacciones por parte del público general ante situaciones de control y otro tipo de amenazas, **generan humillación y frustración.** En este sentido es importante destacar que **entre las personas que en la encuesta han afirmado sentirse amenazadas a través del móvil** (un 0,5% de la población encuestada) **o que han recibido mensajes agresivos, todas son mujeres.**

Por último, el 16,1% de las mujeres frente al 12,5% de los hombres que han contestado en la encuesta siente que, en las redes sociales y en los grupos de WhatsApp, **con frecuencia no puede hablar de desigualdades de género sin enfrentarse a ser increpadas.**

# 3 | VIOLENCIAS MACHISTAS EN EL CONSUMO ENERGÉTICO EN LOS HOGARES



ÁMBITO DOMÉSTICO  
CONSUMO ENERGÉTICO EN LOS HOGARES

## VIOLENCIA ESTRUCTURAL

Podemos considerar **la pobreza energética como una problemática en la que confluyen el sistema de valores heteropatriarcal y capitalista** ya que i) se vincula a la apropiación de los recursos naturales en manos de unas pocas empresas que incrementan los costes de la energía y la convierten en un bien de mercado; y ii) las mujeres como consecuencia de la división sexual del trabajo, los estereotipos y los roles de género son las que pasan más tiempo en el hogar, por lo que son las afectadas por esta problemática. De hecho, aunque en los resultados de la encuesta no se han evidenciado diferencias significativas por sexo en el porcentaje de mujeres y hombres que han afirmado no contar con una temperatura adecuada (que puede deberse a la forma de preguntar amplia que engloba desde pasar calor por la calefacción central hasta pasar frío por no poder calentar el hogar), **sí se han identificado diferencias por sexo en los motivos de discomfort térmico. En las mujeres se vinculan a mayores cotas de pobreza y su impacto es mayor debido a su mayor estancia en el hogar:** el 54,5% de las mujeres frente al 42,1% de los hombres indica no poder permitirse el gasto económico que supone; el 12,1% de las mujeres frente al 5,3% de los hombres comenta que no tiene calefacción ni aire acondicionado, y por último, el 3% de las mujeres señala tener dañada la caldera.

Vinculado a lo anterior, es destacable que se haya llegado a emplear el término de **feminización de la pobreza energética** para explicar cómo esta problemática afecta mayoritariamente a ellas: mujeres solas, en edad de jubilación, y a cualquier otro colectivo o persona cuya situación implique una discriminación social vinculada tanto a la diversidad cultural/de origen -personas migradas- como a la diversidad sexual o de género -transexuales, transgénero, etc.- o que trabajan en sectores particularmente feminizados y precarizados.

**Otra cuestión importante es que la pobreza energética genera exclusión y aislamiento social entre los colectivos y personas afectadas por esta problemática**, ya que quedarse sin energía implica no sólo no satisfacer unas necesidades mínimas y básicas de bienestar, sino que, además, supone quedarse excluida de la comunicación digital, del acceso a la información y de las relaciones interpersonales. Nuevamente son **las mujeres las que se encuentran más afectadas, no sólo por ser quienes más sufren esta problemática, sino que también por las peores oportunidades que tienen en todos los ámbitos productivos ni que se traducen en mayores cotas de precariedad.**

**Finalmente, se ha observado que el mercado de la energía en general y la pobreza energética en particular tienden a invisibilizarse en el imaginario colectivo.** Un ejemplo de ello son las medidas que se impulsan para erradicar la pobreza energética, como el bono social, que son profundamente desiguales al no tener en cuenta el perfil de las personas que mayoritariamente se ven afectadas ni los mandatos de género.

## VIOLENCIA SIMBÓLICA

Aunque no podemos considerar la pobreza energética como una violencia machista simbólica, un primer resultado del estudio tiene que ver **con la consideración social de que la pobreza energética es un problema individual**, es decir, que está vinculado a la incapacidad de una persona de hacer frente al suministro de energía, y no como un problema estructural derivado de un sistema que no protege y aumenta la vulnerabilidad humana.

No obstante, sí puede considerarse una violencia machista simbólica considerar la pobreza energética como problema individual, ya que esta percepción no sólo invisibiliza el conjunto de estructuras que genera el acceso desigual a la energía, sino que además culpabiliza a las personas que la sufren. En el caso de las mujeres, **recordamos que la internalización de la culpabilidad responde a unos mandatos de género que aumentan su vulnerabilidad social y las relegan al ámbito doméstico.** Se identifica, por tanto, un círculo vicioso: ellas presentan un riesgo mayor de sufrir pobreza energética por unos mandatos de género que las relegan a su rol reproductivo. Y son precisamente

estos mandatos de género los que hacen que socialmente se las culpabilice por no cumplir con lo que se espera de ellas, en este caso, con la imposibilidad de mantener un hogar que asegure unos mínimos de confort térmico y bienestar.

De hecho, los datos obtenidos de las encuestas indican que **son las mujeres de mayor edad las que tienden a situar, en mayor medida, la responsabilidad en la persona individual (40,6%)**. Como decíamos, este dato podría interpretarse como un indicador de violencia simbólica vinculado a la interiorización de la culpa y que responde a la incapacidad de satisfacer unos mandatos de género que se dirigen expresamente a ellas, como por ejemplo, la obligación de mantener el hogar en unas condiciones adecuadas.

## VIOLENCIA DIRECTA

**La pobreza energética tiene un impacto en la salud derivada del frío, como son las enfermedades físicas y psicológicas.** De hecho, de los resultados de la encuesta podemos afirmar que las enfermedades afectan a la mitad de las mujeres que no cuentan con una temperatura confortable en el hogar, con independencia de sus recursos económicos, frente al 22% de los hombres.

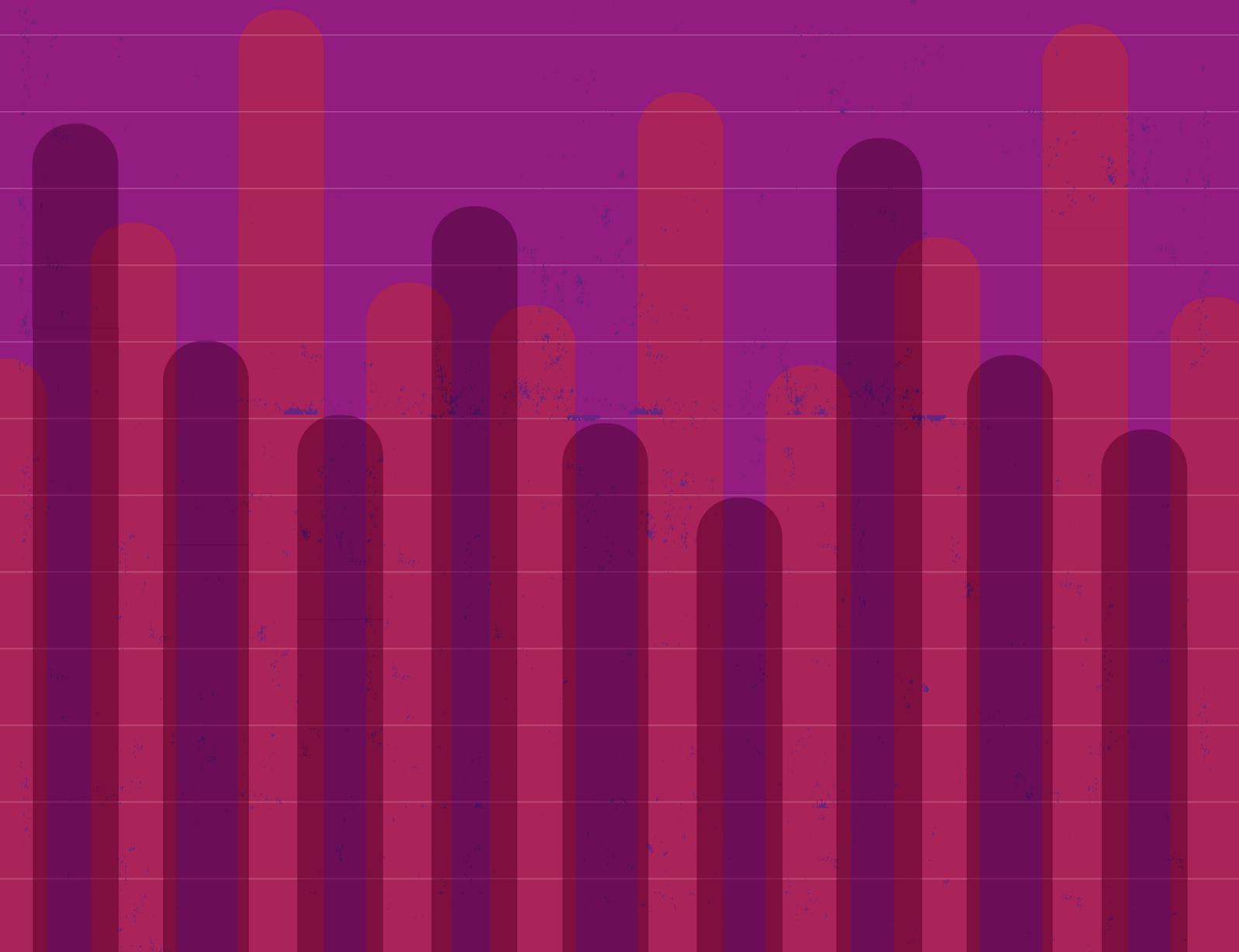
**El 34,5% de las mujeres frente al 16,7% de los hombres que ha indicado no contar con una temperatura adecuada en el hogar señala sentirse triste.** Además, la tristeza afecta en mayor medida a las mujeres con pocos recursos económicos: el 50% frente al 25% de hombres en la misma situación.

Recordamos que, **si bien la tristeza no puede definirse como una violencia machista directa, sí lo son las consecuencias derivadas de este sentimiento, como pueden ser el aislamiento social.** Desde esta perspectiva, los resultados tanto cuantitativos como cualitativos indican que una consecuencia de la pobreza energética es el aislamiento social derivado del sentimiento de vergüenza por no contar con una temperatura confortable, que a menudo se traduce en evitar visitas de otras personas. Ello ha sido comprobado en la encuesta a población, donde el 13,8% de las mujeres frente al 5,6% hombres tiende a aislarse evitando visitas de otras personas a su hogar. Por último, el 6,9% de las mujeres siente vergüenza ante las visitas como consecuencia del discomfort térmico.



5

# Propuestas para un consumo libre de violencias machistas



Tal y como ya hemos mencionado, el propósito de esta investigación, además de analizar la relación entre violencias machistas y consumo capitalista, es el de proponer alternativas para transformar la realidad desde el consumo crítico, responsable y transformador (CCRT).

Fruto de los análisis realizados en el grupo asesor, hemos podido constatar que en el consumo existen cuestiones estructurales que es necesario analizar y poner sobre la mesa para entender el entramado de intereses y beneficios que obtiene el sistema capitalista a través del consumo y que genera, como ya hemos señalado en este documento, múltiples violencias machistas.

Desde esta perspectiva, entendemos que para avanzar hacia un modelo de CCTR, es importante actuar desde el poder a tres niveles:

- El poder del cambio personal: qué **decisiones y actuaciones podemos llevar a cabo las personas desde lo personal**, para consumir de forma más crítica, responsable, sostenible y que sirva como herramienta de transformación.
- El poder de la fuerza colectiva: cómo **nos articulamos colectivamente** para generar otro modelo de consumo respetuoso con la vida humana y el planeta.
- El poder de cambiar las reglas del juego: cuáles son las **responsabilidades políticas y económicas** a la hora de modificar las estructuras sobre las cuales se asienta y descansa el consumo capitalista.

*Para ello, presentamos a continuación unas propuestas para fomentar un modelo de CCRT que no reproduzca las violencias machistas en los tres ámbitos estudiados vinculadas a cada uno de los tres poderes arriba mencionados. Estas propuestas han sido elaboradas por el grupo asesor en base a los resultados obtenidos en el trabajo de investigación.*

# 1 | SERIES DE FICCIÓN

## EL PODER DEL CAMBIO PERSONAL

- **Practicar y difundir** un consumo de **series** no heteronormativas, que promuevan modelos sociales y relacionales más **diversos, reales y feministas**. Este uso y su difusión pone en valor un consumo más diverso y una necesidad de producción también más diversa.
- Promover un consumo **equilibrado** que fomente no sólo contenidos diversos en aquello que consumimos sino también un consumo de series que posibilite nuestro ocio, pero que sea equilibrado en tanto deje tiempos también para otros elementos importantes de nuestra vida: autocuidado, relaciones con otras personas, cuidado de personas dependientes, etc.
- **Conocer** desde una mirada crítica las series actuales y también series alternativas fuera de los circuitos más comerciales en la búsqueda de aquellas más diversas (diversidad de cuerpos, identidades, situaciones económicas, etc.), que nos interesen, sin conformarnos con aquellas más accesibles o “de masas”.

## EL PODER DE LA FUERZA COLECTIVA

- Fomentar **asociaciones y redes** para la denuncia de contenidos sexistas y heteronormativos y para la construcción de nuevos contenidos: periodistas, cineastas, actrices/actores...
- Promover **campañas** de alianza y buenas prácticas desde diferentes sectores vinculados a las series de ficción, como la campaña “No sin mujeres”<sup>49</sup>.
- Exigir **contenidos** no heteronormativos e interseccionales. Por un lado, que sean más realistas y que nos ofrezcan una visión más acorde a la situación actual (diversidad de cuerpos, identidades, situaciones económicas...) que ayude a tener una mirada más amplia y crítica de la realidad. Por otro lado, aprovechar el carácter de ficción de muchas series para poder construir nuevos imaginarios sociales donde no existen identidades binarias, la corresponsabilidad se pone en práctica, los estereotipos de género no se reproducen en todos los ámbitos...
- **Alertar** sobre la posible instrumentalización de las mujeres, la di-

<sup>49</sup>. Para más información sobre la iniciativa, aconsejamos visitar la siguiente página web: <https://sites.google.com/view/nosinmujeres>

versidad sexual, las personas racializadas como “cuota”, nuevo nicho de mercado o con otras finalidades políticas, lejanas a la búsqueda de contenidos más feministas y diversos; así como los lavados de cara sin profundidad (alguna mujer no es lo mismo que una serie feminista, un protagonista negro histriónico y cómico no es lo mismo que diversidad étnica...).

- Promover **investigaciones** sobre el impacto de las series sobre la población y sobre la evolución de sus contenidos y gestión (quienes participan: producción, actores/actrices...).
- Desarrollar **herramientas** que ayuden a las y los profesionales del sector: guías de buenas prácticas, diez claves para impulsar series más feministas...

## EL PODER DE CAMBIAR LAS REGLAS DEL JUEGO

- Promover **campañas** de denuncia pública como el #MeToo, el #Oscars-SoWhite o la iniciativa “Time’s Up” (contra el maltrato sexual y el abuso contra las mujeres).
- También campañas de **boicot** sobre series heteronormativas que fomentan la reproducción de estereotipos y las violencias machistas.
- Exigir mayor presencia de mujeres y diversidad de perfiles entre los **equipos profesionales** vinculados a las series: guion, producción, trabajo actoral, etc.<sup>50</sup>
- Impulsar avances **normativos y administrativos** que posibiliten la denuncia y exigencia de responsabilidades a aquellas empresas que reproducen contenidos sexistas y de odio en sus series (observatorios de series sexistas, recogida de denuncias de parte de entes especializados...).

---

<sup>50</sup>. Por ejemplo, una campaña de recogida de firmas en EEUU consiguió que una productora se disculpara por la clara brecha salarial en el pago a la actriz principal de la serie The Crown: <https://www.elperiodico.com/es/tele/20180321/productores-the-crown-se-disculpan-por-brecha-salarial-6706780>

## 2 | APARATOS MÓVILES

### EL PODER DEL CAMBIO PERSONAL

- **Analizar el uso del móvil** para promover un uso no abusivo del mismo (más tiempo silenciado, menor dependencia, menos horas de conexión...) y hacer un **uso crítico de las diferentes aplicaciones** evitando las que reproduzcan prejuicios de cualquier tipo.
- Promover la compra y uso de **telefonía móvil “ética/sostenible”** (fair-phone...) y de aplicaciones feministas y diversas.
- **Uso coherente del móvil en la crítica y no difusión de mensajes:** supuestos chistes, comentarios o lenguaje despectivo, sexista, homofobia, transfobia, cosificación de los cuerpos...
- **Responder a las violencias que nos llegan a través de la telefonía móvil.** Tomar el control de la tecnología para acabar con las violencias machistas, incluso mediante acciones diarias como el compromiso “Yo no reenvío violencia”. Si no somos capaces de argumentar y que se entienda, abandonar los espacios. El silencio es complicidad <sup>51</sup>.
- **No difundir información ni imágenes privadas que nos lleguen de terceras personas sin su consentimiento.** Denunciarlo.
- **Denunciar la cosificación de las mujeres** en las imágenes que nos llegan a través de las plataformas digitales. Las propias plataformas dan estas opciones, usarlas.
- Promover relaciones sociales en nuestros entornos alternativas al uso del móvil y las redes sociales (volver a las excursiones, las quedadas). Dotar de importancia a los **espacios presenciales** y generar una presencia equilibrada de estos en nuestras vidas (buscando equilibrio entre la presencia y el compartir online).
- **Acercarnos a alternativas** que ya existen al margen de las grandes empresas que nos ofrecen sus servicios. Buscar alternativas a Google, a Facebook. Adquirir conocimientos básicos para ver de qué manera podemos estar más protegidas.
- **Promover el acercamiento de las mujeres al mundo de la tecnología,** desde niñas hasta mujeres más mayores.
- **Donar la tecnología que ya no usamos; arreglar** la que se estropea.

---

<sup>51</sup>. Ejemplo propuesta: [https://www.eldiario.es/eldiarioex/sociedad/what-sapp-machismo-complices-comentarios-denigran\\_0\\_889611391.html](https://www.eldiario.es/eldiarioex/sociedad/what-sapp-machismo-complices-comentarios-denigran_0_889611391.html)

- **Corresponsabilidad en los espacios virtuales de cuidados**, que los grupos de Whatsapp del colegio no sean un espacio femenino.
- Si quieres enviar imágenes tuyas en actitud erótica, siéntete libre para hacerlo, pero protégete. Si se te ven los pechos o los genitales, por ejemplo, que no se te vea la cara. No promover el terror sexual, pero sí reconocer que vivimos en un sistema heteropatriarcal en el que estamos expuestas.

## EL PODER DE LA FUERZA COLECTIVA

- Construir **herramientas didácticas** que fomenten un uso responsable no machista de los móviles (decálogos, unidades didácticas...) adaptadas a diferentes colectivos.
- Generar **aplicaciones** que fomenten el uso del móvil para la denuncia pública y la construcción de nuevos modelos, *apptivism*<sup>52</sup> Hay ya muchas apps creadas desde una óptica feminista e interseccional, contra la publicidad sexista, el acoso callejero, acciones de boicot, reparto de tareas...
- Generar campañas de **sensibilización** de posible mal uso del móvil como forma de control en el marco de relaciones de pareja y de otras formas de violencia machista posibles: ciberacoso, slut-shaming<sup>53</sup>, sextorsión...
- Promover **respuestas colectivas** ante los acosos o violencias de los que estamos siendo testigos a través de nuestros móviles. No dejar que la persona agredida se sienta sola ante lo que está viviendo sino que exista una respuesta colectiva y social.
- Promover espacios de **debate y formación** sobre las violencias machistas vinculadas al uso de la telefonía móvil y la generación de estrategias para luchar contra ellas.
- Incluir estas cuestiones en la agenda de los movimientos sociales. Entender que estamos siendo víctimas de grandes estructuras. ¿Podemos hacer activismo usando las herramientas de Google?
- **No distinguir en el discurso entre la violencia en línea y la violencia real.** La violencia a través de internet también es violencia.
- Incluir la **denuncia de la brecha digital**, que dificulta que las mujeres tengamos el mismo acceso que los hombres a la tecnología; combatirla.
- **Denunciar las condiciones de explotación** en las que se genera la tecnología y las aplicaciones que utilizamos para hacer activismo.
- **Articular el ciberactivismo**, generar unas bases sólidas.

52. Algunos ejemplos: <https://orbita-diversa.wordpress.com/2015/02/23/apps/>

53. El *International Feminist Journal of Politics* define el slut-shaming como «una forma de estigma social aplicada especialmente a las mujeres que se considera que violan las expectativas tradicionales sobre comportamientos sexuales». Algunos de los ejemplos tradicionales de comportamientos que estigmatizan a las mujeres serían las críticas por vestir de forma que se considera provocativa, por ser promiscuas sexualmente o, uno de los casos más extremos, la culpabilización de la víctima en casos de violación.

## EL PODER DE CAMBIAR LAS REGLAS DEL JUEGO

- Incorporar en el **marco legal** actual las diferentes formas de ciberacoso machista, también fuera del marco de la pareja o expareja como un delito con agravante desde una perspectiva feminista. Es necesario ampliar las leyes para que contemplen la naturaleza de las violencias machistas relacionadas con la tecnología. Las leyes que tratan delitos de tecnologías de información y comunicación (TIC) deben considerar las diferencias y desigualdades de género. En los procesos de disposición de normas deberían participar especialistas en políticas de violencias contra las mujeres. Los servicios también deberían incluir mecanismos eficientes de denuncia o queja para denunciar abusos y obtener ayuda para detenerlos<sup>54</sup>.
- **Exigir responsabilidades** a las plataformas intermediarias.
- **Boicotear a las empresas que fomentan los estereotipos de género o la cultura heteropatriarcal**, así como a los medios que las anuncian.
- Presionar como consumidoras.
- **Exigir responsabilidades** a las instituciones.
- Exigir a las instituciones que incluyan los discursos relacionados a las violencias on line en sus campañas. Elaborar campañas públicas que promuevan el repudio hacia las violencias de género on line, dirigidas especialmente a la población masculina mayormente responsable.

---

<sup>54</sup>. Esta propuesta está recogida en la publicación “Las violencias de género en línea” elaborada por la abogada y activista Laia Serra Perelló y Pikara Magazine y publicada en diciembre de 2018. Disponible en: <http://lab.pikara-magazine.com/violenciasdegeneroen-linea/>

## 3 | CONSUMO ENERGÉTICO EN LOS HOGARES

### EL PODER DEL CAMBIO PERSONAL

- **Cuestionarnos y reflexionar sobre nuestras creencias personales en relación a la pobreza energética:** ¿de qué manera o en qué medida mi forma de pensar culpabiliza a las personas que sufren pobreza energética y, en caso afirmativo, cómo transformar esas ideas?
- **En caso de sufrir pobreza energética,** acercarnos a las alternativas existentes, liberarnos del pensamiento capitalista hegemónico que nos hace pensar que es nuestra culpa y dificulta el hablar de ello y buscar apoyo.
- **Informarnos** adecuadamente sobre la diversidad de empresas energéticas existentes, los diferentes modelos y sus impactos, así como sobre la pobreza energética y sus consecuencias.
- **Contratar** el suministro eléctrico con **cooperativas eléctricas sostenibles** en nuestros hogares como Ecovatios, Solabria, Enercoluz, Som Energia, GoiEner, EconActiva, La Corriente, La Solar, Zencer, EnergÉtica, Próxima Energía, Hidroeléctrica El Carmen Energía, Nosa Enerxia, etc., y **elegir aquellas que cumplan criterios de igualdad y equidad de género y LGTBI+.**
- **Realizar un uso crítico y sostenible de la energía diaria en las viviendas.**
- **Promover** un uso energético sostenible en nuestras comunidades de vecinas y vecinos: bajar la temperatura en la calefacción central, aislamiento para el frío y el calor, colocación de paneles solares, paneles de calentamiento de agua en tejados, etc.
- **Difundir** la existencia y modo de contacto de cooperativas eléctricas más sostenibles en nuestros espacios laborales, vecindarios, familias y amistades.

- Hacer **visible** esta contratación: sello en la puerta, identificación en el portal, buzón, etc.
- **Involucrarnos en movimientos sociales** contra la pobreza energética o en aquellos que defienden un cambio del modelo energético hegemónico actual a un modelo más sostenible, equitativo, justo, democrático.
- **Rehabilitar la vivienda** con criterios de eficiencia energética.
- **Convertirnos en autoproductoras** de energía renovable y responsable con la instalación de energías renovables en nuestras viviendas.
- **Participar en una planta fotovoltaica o eólica** colectiva como forma de inversión ética, comprometida, responsable y sostenible.

## EL PODER DE LA FUERZA COLECTIVA

- Generar **espacios de debate, formación y construcción colectiva** que ayuden a la denuncia pública y a la construcción de alternativas. (Por ejemplo, Encuentros de Mujeres sobre Género y Energía, febrero 2018 en Bilbao, Encuentros de género y urbanismo...).
- Promover la creación de **agrupaciones de consumidoras y consumidores responsables**, así como la generación de cooperativas de **producción energética sostenible** (en el caso de la producción energética, promover la diversidad y equidad de género como criterio en la contratación de personal en estas empresas, así como visibilizar a las mujeres del sector energético).
- **Incluir este debate en las organizaciones de las que formamos parte (asociaciones de vecinas/os, ONGs, empresas, AMPAs, movimientos sociales y ciudadanos, etc.)** para dar pasos como organizaciones en este sentido (las organizaciones en su papel de consumidoras, así como en su papel activista de denuncia, información y comunicación, etc.).
- **Denunciar** el aumento de la privatización de todos los recursos (energía, territorio, servicios públicos...), incluida la energía y sus impactos en el medio ambiente y en nuestras vidas.
- Denunciar los impactos específicos de la **pobreza energética en las mujeres y en los colectivos LGTBI+** con una mirada interseccional para visibilizar esta realidad desconocida.
- **Denunciar el papel del oligopolio** en la mercantilización del suministro energético y en los cortes de este a las personas más vulnerables.

- **Rechazar** y denunciar el *greenwashing* del oligopolio eléctrico y la criminalización de la denuncia, la protesta y la lucha.
- Fomentar y participar en **modelos de convivencia** diversa y feminista, y que al mismo tiempo reduzca los impactos energéticos de la vida cotidiana (*cohousing* y proyectos de vivienda comunitaria, colectiva, etc., ecoaldeas, cuidados colectivos, redes de apoyo...).
- Promover y participar en **redes de personas afectadas** por las empresas energéticas para compartir información y generar campañas de denuncia pública conjunta. Visibilizar específicamente a las mujeres y personas LGTBI+. Como organizaciones, asociaciones y colectivos, generar alianzas con estas redes.
- **Organizarnos con nuestras vecinas y vecinos** para autoproducir energía fotovoltaica en nuestros edificios, impulsando el autoconsumo colectivo.
- **Visibilizar, apoyar y no culpabilizar** a las personas que sufren pobreza energética.
- **Exigir a las instituciones** que la energía sea considerada un derecho, con un mínimo vital de consumo energético como derecho y un aumento en las tarifas y la fiscalidad cuando se supera ese mínimo.
- **Realizar y apoyar estudios, manifestaciones, declaraciones, etc. que investiguen y visibilicen la pobreza energética** y las consecuencias que tiene en la vida de las personas, especialmente en las mujeres y personas LGTBI+.

## EL PODER DE CAMBIAR LAS REGLAS DEL JUEGO

- Promover **campañas de denuncia pública** sobre los impactos de las multinacionales energéticas, específicamente en las mujeres y grupos LGTBI+.
- Como instituciones competentes en materia fiscal, generar y aplicar **multas** a aquellas empresas que no cumplan unos mínimos de sostenibilidad y criterios igualitarios.
- Como gobiernos, impulsar y efectuar la **contratación responsable de la energía en todos los servicios públicos**, y hacerlo únicamente con empresas ejemplares desde criterios feministas y de sostenibilidad medioambiental (no sólo en el suministro de energía, también en construcción de viviendas, infraestructuras sostenibles...).

- Establecer **medidas legales** de obligatoriedad de construcción de viviendas e infraestructuras sostenibles (aislamiento, paneles solares...).
- Revisar el **Bono Social de Energía** para un acceso real de todas aquellas personas que lo necesiten, especialmente de las mujeres y colectivos LGTBI+ en situación de vulnerabilidad.
- Promover la **diversidad de empresas y cooperativas energéticas**, para romper con oligopolios que dificultan una presencia en el mercado en igualdad de condiciones.
- Como Administraciones Públicas, establecer la obligatoriedad de asegurar un **mínimo energético vital a toda persona**, para no llegar a situaciones de peligro de la salud física y emocional de las personas, que tengan que cumplir todas las empresas energéticas.
- **Eliminar las puertas giratorias** de cargos públicos a asientos en consejos de administración de empresas energéticas.
- Como ayuntamientos convertirse en **autoprodutores de energía renovable** y comercializadores eléctricos.
- **Impulsar y financiar medidas de rehabilitación energética** ante la emergencia climática y la pobreza energética.
- Como Estado **cumplir con los acuerdos internacionales** y no permitir que las empresas **vascas o españolas** que son transnacionales saqueen otros territorios y sean cómplices de la violencia ejercida contra quienes luchan por la tierra y los Derechos Humanos.
- **Dar ejemplo** como instituciones públicas en relación a las mujeres y las personas LGTBI+ en el ámbito energético, promoviendo la igualdad y equidad efectivas en el sector público energético.

## BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Agenjo Calderón, A. (2016): *Repensando la economía feminista desde las propuestas de(s)coloniales*. Revista de económica crítica, nº 22.
- ✓ Altamira Basterretxea, F. (2017): *Bailando con el deseo. Algunas claves para incorporar la diversidad sexual y de género en las ONGD*. Cuadernos de investigación en procesos de desarrollo, Nº 19.
- ✓ Amnistía Internacional (2018): *Informe sobre la situación de los Derechos Humanos en el mundo*. Disponible en: <https://www.ehu.eus/documents/1734204/9225412/Informe-2017-2018-Amnistia-Internacional.pdf/9f408650-4141-1cfc-f218-b1818d0a040b>
- ✓ Arenas, M: (2011) *Brecha digital de género*.
- ✓ AWID (2004): *Interseccionalidad: una herramienta para la justicia de género y la justicia económica* en Revista Derechos de las mujeres y cambio económico, nº 9.
- ✓ Calderón, C. (2009): *La teoría del conflicto de Johan Galtung*. Revista Paz y Conflictos, nº 2.
- ✓ Consejo Económico y Social de España (2017): *Nuevos hábitos de consumo, cambios sociales tecnológicos*. Disponible en: <http://www.ces.es/documents/10180/3557409/Inf0416.pdf>
- ✓ *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2014-2015 Síntesis de resultados*. Disponible en <https://www.mecd.gob.es/dam/jcr:a185d7f5-0331-4f8c-90be-52b6d4991040/encuesta-de-habitos-y-practicas-culturales-2014-2015-sintesis-de-resultados.pdf>
- ✓ *Consumo televisivo, series e Internet. Un estudio sobre la población adolescente de Madrid*, Caja social de Madrid.
- ✓ Diputación Foral de Gipuzkoa (2014): *Documento sobre la violencia machista, la terminología utilizada por la Diputación Foral de Guipúzcoa y el análisis que la sustenta*. Donostia.

- ✓ Gobierno Vasco (2016): *Lesbofobia, homofobia y transfobia en el sistema educativo. Un acercamiento cualitativo*. Disponible en: [http://www.gizartelan.ejgv.euskadi.eus/contenidos/informacion/28junio\\_diainternacional/es\\_documento/adjuntos/InformeLGTBfobia.pdf](http://www.gizartelan.ejgv.euskadi.eus/contenidos/informacion/28junio_diainternacional/es_documento/adjuntos/InformeLGTBfobia.pdf)
- ✓ González Pijuan, I. (2016): *Desigualdad de género y pobreza energética. Un factor de riesgo olvidado*. ISF.
- ✓ León, C. (2012): *Imagen, medios y telecolonialidad: hacia una crítica decolonial de los estudios*.
- ✓ Visuales. Instituto de Estética - Pontificia Universidad Católica de Chile.
- ✓ Menéndez, I. (2014): *Mujeres y hombres en la ficción televisiva norteamericana hoy*. Universidad de Medellín.
- ✓ Ministerio de Interior (2016): *Evolución de los Incidentes relacionados con los delitos de odio*. Disponible en: <http://www.interior.gob.es/documents/10180/5791067/ESTUDIO+INCIDENTES+DELITOS+DE+ODIO+2016.pdf/c5ef4121-ae02-4368-ac1b-ce5cc7e731c2>
- ✓ Mugarik Gabe (2017): *Flores en el asfalto. Causas e impactos de las violencias machistas en las vidas de mujeres víctimas y sobrevivientes*. Disponible en: <http://www.mugarikgabe.org/floresenelasfalto/wp-content/uploads/sites/6/2017/02/maquetaDEF-1.pdf>
- ✓ Mugarik Gabe (2016): *Construyendo en colectivo de Euskal Herria análisis y reivindicaciones para la construcción de una sociedad justa y equitativa basada en estilos de vida sostenibles*.
- ✓ Muñoz, P. (2011): *Violencias Interseccionales. Debates Feministas y Marcos Teóricos en el tema de Pobreza y Violencia contra las Mujeres en Latinoamérica*. Central America Women's Network (CAWN).
- ✓ Nahia (2013): *Los deseos olvidados. La perspectiva de género y de diversidad sexual en la Cooperación al Desarrollo, en la Educación para la Ciudadanía Global y en la promoción y defensa de los DDHH de las personas inmigrantes y refugiadas*. Diputación Foral de Bizkaia.
- ✓ Observatorio Español contra la LGTBfobia (2017): *Informe de Incidentes de Odio en la Cobertura Mediática en España en 2017*. Disponible en: <http://www.stoplgbtfobia.org/wp-content/uploads/2018/05/INFORME-INCIDENTES-DE-ODIO-ESPA%C3%91A-2017.pdf>

- ✓ Rubin, G. (1989): “Reflexionando sobre el sexo: notas para una teoría radical de la sexualidad” en *Placer y peligro: explorando la sexualidad femenina*. S. Vance, C. (compiladora). Hablan las mujeres.
- ✓ Sabater, C. y Binger, J. (2015): *No, sin mi móvil. Diferencias de género y uso de las nuevas tecnologías*. Icono 14 volumen (13), pp. 208-246.
- ✓ Salgado, J. (2006): *Género y derechos humanos*. FORO. Quito. Disponible en: <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/1715/1/RF-05-AV-Salgado.pdf>
- ✓ Serra Perelló, Laia (2018): *Las violencias de género en línea*. Disponible en: <http://lab.pikaramagazine.com/violenciasdegeneroenlinea/>
- ✓ SETEM Hego Haizea (2015): *¿Consumimos Violencia? Proceso colectivo de aprendizaje y creación de conocimiento sobre las violencias machistas y los consumos*. Marco teórico: pág. 34-66. Disponible en: [http://www.setem.org/setem\\_ftp/euskadi/consumimosviolencia\\_estudio.pdf](http://www.setem.org/setem_ftp/euskadi/consumimosviolencia_estudio.pdf)
- ✓ Xarxa per la soberanía energética: *Energía y género: miradas ecofeministas sobre la energía*. Le Fede, 24 de abril de 2017.

Setem

[www.setem.org/euskadi](http://www.setem.org/euskadi)

 SetemHegoHaizea

 @SetemHegoHaizea