

es de índole nacional tanto como internacional. Los estereotipos y las ideas estrechas de miras chocan con la necesidad de mantener unas relaciones raciales sanas en Europa y unas relaciones sanas en todo el Mediterráneo. Uno de los primeros objetivos de cualquier diálogo entre Europa y el mundo árabe es el de hacer frente a los estereotipos en ambas partes. Los medios de comunicación árabes, especialmente los conservadores y ultrarreligiosos, también están empleando estereotipos de los occidentales como enemigos del islam y de los musulmanes de todo el mundo. Pero la influencia de esos medios tiene ciertos límites, y ello por tres razones: la primera es el impacto de los programas de los medios occidentales importados y emitidos por las emisoras de televisión árabes; la segunda es el impacto de la música pop y las canciones occidentales especialmente en la joven generación árabe, y la tercera es la difusión del inglés y el francés en el mundo árabe. Basta preguntarse por el porcentaje de árabes que hablan inglés o francés en comparación con el de europeos que hablan árabe, y la respuesta resulta suficientemente elocuente.

El diálogo entre las culturas mediterráneas iniciado como resultado de la Declaración de Barcelona proporciona una buena y sólida base para una mejor comprensión que pueda limitar el daño causado por los estereotipos. En los últimos años, los miembros del club de Barcelona han logrado firmar

numerosos acuerdos de colaboración bilaterales y multilaterales. Esta nueva colaboración a través del Mediterráneo ha abierto el camino a una relación de cooperación que sustituya a la confrontación.

Los programas de intercambio entre instituciones mediáticas a través del Mediterráneo deberían ayudar a unir a quienes trabajan en los medios de comunicación (periodistas, productores, presentadores, escritores, planificadores, etc.) al norte y al sur de este mar a fin de debatir temas de interés común. La producción conjunta de programas de noticias, reportajes y documentales sobre la importancia de reformar la opinión pública en ambas partes puede asimismo desempeñar un papel constructivo a la hora de comprender la historia y la vida de las gentes del Mediterráneo. Pueden reexaminarse los acontecimientos clave de la historia de los pueblos mediterráneos mediante la producción conjunta de documentales destinados a subrayar la necesidad de paz y de tolerancia. Los programas de intercambio formativo, el hermanamiento de universidades y ciudades, los acontecimientos culturales organizados y las visitas de personalidades de ambas partes pueden ayudar a crear una imagen equilibrada en cada una de ellas. Luchar contra los estereotipos es una responsabilidad común, y puede producir beneficios mutuos y contribuir a promover la paz, la tolerancia y el respeto por los demás. Hay que tomar en serio esa responsabilidad.

Mujeres periodistas y comunicadoras de ambas orillas del Mediterráneo: percepciones mutuas a través de los medios de comunicación

Tona Gusi, Virginia Montañés, Elena Zambelli. Red Internacional de Mujeres Periodistas y Comunicadoras – Red Internacional de Periodistas con Visión de Género

Agradecimientos a Patricia Estévez, Jeannette Mauricio, Sonia Ruiz y CIMAC de la Red Internacional, al fotógrafo Muhammad Jaridi y a la FCDP.

Una de las ventajas de las redes profesionales de mujeres es la de poder realizar análisis en los que convergen diferentes perspectivas culturales y realidades políticas, llevados a cabo por las propias mujeres a partir de la puesta en común de sus distintas experiencias profesionales, en este caso como periodistas. En sus encuentros se constata que, hoy por hoy, la visibilidad de las mujeres en los medios de comunicación del Mediterráneo es aún baja, altamente estereotipada, y su tratamiento suele ir siempre vinculado a los aspectos más problemáticos derivados de la inmigración.

Mujeres migrantes árabes y/o musulmanas: la «otra» dentro de la Fortaleza Europa

A lo largo de la historia moderna y contemporánea, las mujeres siempre han representado la proyección de la nación o comunidad deseada, imaginada, reinventada, redescubierta: desde las revoluciones francesa y rusa a los proyectos coloniales, los movimientos nacionalistas anticoloniales y los fundamentalismos religiosos, pasando por el conflicto de Afganistán, iniciado en el año 2001 por Estados Unidos y aún por concluir.

Hasta la fecha, los poderes coloniales y neocoloniales occidentales han utilizado la condición de las mujeres en los países del «otro» para justificar el peso del hombre blanco en el cumplimiento de su «misión civilizadora» en los confines del mundo. La construcción esencialista de la mujer árabe y/o musulmana media que lleva velo como una categoría de seres homogéneamente subordinados, pasivos y oprimidos tipifica a la perfección el recorrido de la mirada orientalista occidental. Sin embargo, estos mismos procesos de otredad produjeron antitéticamente contrarreacciones entre los pueblos «nativos», por lo que las mujeres —y el control de sus cuerpos— pasó a ser igualmente fundamental en el proyecto político de la reconstrucción de la nación o comunidad regeneradas fuera de la interferencia extranjera.

Junto con las revoluciones en el transporte y las comunicaciones del último cuarto del siglo xx, los procesos de globalización económica, cultural y social aceleraron los flujos migratorios hacia los países occidentales, en los que las mujeres sí representan ahora una proporción importante, ya sea en el contexto de la reunificación de las familias o como trabajadoras por su cuenta que regularmente envían remesas a sus países de origen.

Por lo tanto, los debates sobre la gestión interna de los procesos migratorios entre políticas asimilacionistas e integracionistas no son nuevos, como lo demuestra, por ejemplo, el resurgimiento de los partidos de extrema derecha, chovinistas y racistas en toda Europa. Sin embargo, al parecer, con el 11-S algo cambió irreversiblemente, dado que la ideología del choque de civilizaciones ha proyectado una sombra islamofóbica sobre las mujeres y hombres migrantes (de primera, segunda, tercera

o cualquiera que sea la generación), que ahora representan la «quinta columna»: el enemigo dentro de la Fortaleza Europa.

La imagen de la mujer árabe y/o musulmana cubierta con el velo, subyugada y oprimida, vuelve ahora aparentemente a poblar la mirada occidental desde dentro de sus metrópolis, significando con su cuerpo (más o menos oculto) las fronteras siempre difusas de culturas que, sin embargo, la poderosa retórica del choque de civilizaciones presenta como históricamente incomunicadas entre sí. La mujer árabe y/o musulmana con velo que vive en Occidente es considerada aún como oprimida y subyugada por los hombres de su familia, pero el velo ha pasado a representar un rechazo obstinado a «integrarse» en la cultura o culturas de los países de acogida y, como tal, se ve e interpreta como una amenaza. Sin duda, los cuerpos de las mujeres han vuelto a personificar los proyectos identitarios rivales en la construcción de comunidades reimaginadas que son el resultado de la yuxtaposición entre «nativos» (hombres y mujeres blancos occidentales) y otros «invasores» amenazadores (hombres y mujeres migrantes).

Responsabilidad de los medios: ¿construyen puentes o barreras?

En todos los encuentros que mantenemos las periodistas de los países mediterráneos desde 1990, el lugar central de los debates lo ocupa el tema de las distintas percepciones que obtenemos a través de las informaciones y las imágenes que transmiten los medios de comunicación árabes y los occidentales de las mujeres de ambas orillas.

No es de extrañar, ya que esas imágenes que se transmiten, a pesar de que todas las consideremos muy alejadas de la realidad y no creamos en absoluto que reflejen a las mujeres, ni su realidad, ni sus luchas, van creando opinión y contribuyen a consolidar estereotipos. Las reflexiones que recogemos en estas reuniones y en las que mantenemos con asociaciones de mujeres o con ONG que incluyen en sus acciones la perspectiva de género, nos recuerdan cómo esta influencia nos afecta a las propias periodistas, y cómo esos estereotipos se manifiestan a través de nuestras preguntas y nos delatan mediante nuestra extrañeza ante respuestas alejadas de las esperadas.

La mitad de las mujeres del mundo no se consideran representadas en la cultura popular y la mayoría no se sienten representadas en los medios (el 71% en el Estado español), según datos de un estudio sociológico de la empresa Dove. Mientras esta percepción está muy asumida respecto al propio ámbito territorial y cultural, persiste la idea de que la «otra», la de «otra cultura», sí está bien representada. Ello lleva a una retroalimentación de estereotipos que nos aleja entre nosotras o, como mínimo, nos obliga a hacer un gran esfuerzo para relacionarnos sin prejuicios y vencer las desconfianzas o recelos mutuos que han surgido debido a estas respectivas percepciones que no se ajustan a la realidad.

El fenómeno migratorio. Datos sobre el tratamiento informativo de las mujeres del sur del Mediterráneo en el Estado español

El fenómeno migratorio está creciendo. Las personas migrantes tienen cada vez mayor presencia en los países europeos. Este hecho, sin embargo, no se refleja en las televisiones locales, autonómicas o estatales.

El Observatorio de la Diversidad (coordinado por Mugak y XenoMedia en el Estado español) constata, en la edición de 2007 de la Semana Europea de los Medios y la Diversidad, presentada bajo el eslogan «Igualdad de oportunidades para tod@s», los siguientes datos:

- el tiempo dedicado a inmigración y minorías en los canales locales oscila del 0,78% al 2,86% de la totalidad de la programación; dentro de este escasísimo espacio, entre los temas tratados destacan abrumadoramente los relacionados con la violencia y el conflicto social, quedando en un tercer plano la integración y las condiciones de vida;
- en los canales autonómicos, su presencia oscila entre el 3,17 y el 6,72%, y el reparto temático lo ocupan en tres cuartas partes la delincuencia, el control de entrada migratoria y el conflicto social;

- en los estatales, los tres temas anteriores continúan siendo los más tratados; la delincuencia y el conflicto reciben más dedicación por parte de las televisiones más sensacionalistas, mientras que el control y las políticas migratorias son temas prioritarios para las públicas o aquellas ideológicamente cercanas al actual gobierno.

Además de esta escasa representación del fenómeno migratorio en los medios, generalmente la imagen del colectivo migrante se construye de manera estereotipada. Como dice Mary Nash en su libro *Inmigrantes en nuestro espejo*:¹ «Fabricar una identidad colectiva del otr@ desde estrategias discursivas de simplificación y de homogeneización facilita el asentamiento de estereotipos y una construcción simbólica de jerarquización cultural y social.» No veremos a los migrantes como iguales, sino como subalternos.

En el caso de las mujeres migrantes se produce una doble estereotipación: por una parte, por el hecho de ser migrantes y, por otra, por el hecho de ser mujeres. A pesar del aumento de mujeres de este colectivo durante los últimos veinte años, esta feminización de las migraciones no se ha reflejado en los medios de comunicación, que siguen mostrando una imagen de los colectivos de otras culturas completamente masculinizada. Las mujeres migrantes como fuente, protagonistas o sujeto de las informaciones en estos medios de comunicación no existen. Cuando no son invisibilizadas directamente, las mujeres pertenecientes a otras culturas suelen aparecer como víctimas, como madres de familia, esposas sumisas o prostitutas. En muy pocas ocasiones se las presenta como agentes de la acción, o como personas autónomas con capacidad de decisión.

Según Mary Nash en el libro antes citado, la constatación de la invisibilidad femenina refuerza la negación de las mujeres migrantes como agentes en la construcción de identidades y de valores de diálogo intercultural. Además de presentar una visión sesgada que niega la diversidad de género, el tratamiento de las migraciones en los medios de comunicación rehúsa el protagonismo al colectivo de mujeres migrantes y su condición de ciudadanas.

1. Barcelona, Icaria editorial, 2005.

Tampoco para la publicidad, que sí ha creado discursos para otras minorías, existe el colectivo magrebí. En el tratamiento de las distintas minorías, los publicistas caen en nuevos tópicos al querer integrar a los inmigrantes en su condición de consumidoras/consumidores, transformándolos y transformándolas en personas sonrientes en todos sus carteles publicitarios. Además, las diferencias culturales, la diversidad, las basan en tópicos étnicos trillados y exóticos.

Sin embargo, el colectivo de la población magrebí no aparece jamás. Su ausencia es total para la publicidad, lo que los/las aleja aún más, si cabe, de la realidad cotidiana y de la posibilidad de otra mirada.

Importancia de las fuentes informativas

La elaboración del material informativo es, en esencia, un proceso de reconstrucción de la realidad, en la medida en que supone un trabajo de recorte, selección, exclusión y resumen de la misma. Desde el mismo momento en que en la mesa de redacción se decide qué es noticia, qué se puede y debe publicar, ya se está conformando la actualidad de una manera determinada. Este proceso está condicionado por múltiples factores, desde la línea editorial del periódico hasta el estilo personal del periodista que escribe la información. En el estilo del periodista influye desde la forma de organización del trabajo periodístico hasta el proceso de formación de los propios periodistas: saber profesional, rutinas de trabajo, ámbitos de relación, conocimientos, creencias, actitudes, prejuicios y visiones del mundo.

Una figura clave en la representación de imágenes de las «otras», en el caso de la información que llega de otras zonas, como el Magreb, es la figura del corresponsal, que vive de cerca la evolución del país y se involucra en la sociedad que lo acoge. Sin embargo, esta figura ha desaparecido prácticamente en la televisión, es escasa en la radio, y en la prensa ha sufrido graves recortes. Los medios de comunicación internacionales se conforman con la información que los enviados especiales o expertos en el tema o país donde ocurre la noticia pueden extraer en un plazo muy breve de tiempo, lo que condiciona de alguna manera la calidad de la información que están dando.

Las fuentes mayoritarias a las que se acude para informar en el caso de la inmigración son las instituciones públicas y la policía. Los datos que se dan ofrecen una visión unilateral, indicando siempre la nacionalidad de las y los inmigrantes que han tenido relación con hechos delictivos. Ello potencia en la sociedad los prejuicios y los tópicos que dificultan la integración. En la rutina de las y los periodistas no se contempla la fuente inmigrante, debido en gran parte a la falta de tiempo y a su precariedad laboral, y ello es imprescindible para encontrar una imagen normalizada lejos del estereotipo y del racismo. Hay, pues, una responsabilidad grave de las empresas mediáticas. Otro factor es la escasa contratación de periodistas de esas minorías, que podrían aportar una visión más sensibilizadora y normalizadora. Y, por supuesto, es preciso erradicar el mal uso del lenguaje con tantos términos discriminatorios.

Por otra parte, en algunas ocasiones, y en temas como el planteado en este artículo, los medios van a la deriva y carecen de una estrategia clara. El hecho de que las noticias se cubran de una determinada manera no está tan relacionado con la línea editorial de los medios de comunicación sobre temas concretos, sino con el interés y el conocimiento que hay en las redacciones. Si a esto se le añade la falta de formación de multitud de periodistas en temas relacionados con el islam, el mundo árabe, etc., la falta de sensibilidad o perspectiva de género y la ausencia de fuentes de información alternativas a las oficiales en sus agendas, nos encontramos con una imagen de la mujer migrante estereotipada y descontextualizada.

Una experiencia concreta sobre medios y participación pública de la mujer. Conclusiones del seminario «Hacia una participación justa de la mujer en la vida pública»

En el seminario «Hacia una participación justa de la mujer en la vida pública», organizado por la Association Ennakil pour la Femme et l'Enfant (muy extendida en Marruecos y que trabaja con la ayuda internacional de Intermón Oxfam y de la Diputación de Barcelona) en marzo de 2007 en Ouarzazate (Marruecos), hubo una intervención

sobre mujer y medios en cada una de las tres mesas redondas: «Situación de la mujer en la vida pública en Marruecos», «Los actores y la voluntad de instaurar una participación justa de la mujer en la vida pública» y «Oportunidades posibles e instrumentos para asegurar una participación justa de la mujer en la vida pública».

En diversas referencias dedicadas a los medios pudo constatarse que, si bien las mujeres con responsabilidades públicas en estos países tienen asesoramiento y apoyo de diversos colectivos profesionales, no pueden contar precisamente con la complicidad de los periodistas. A la gran dificultad del déficit de libertad de expresión, hay que sumar la casi nula visibilidad de las mujeres en los medios en todos los ámbitos de la vida y el estereotipo publicista de la *superwoman* occidental. Además, las propias mujeres periodistas o comunicadoras, ya sea por motivos laborales o por prejuicios informativos, no hacen esfuerzos para incorporar una perspectiva de género en la información.

De hecho, un breve análisis de los cinco periódicos más importantes de Marruecos durante los días en que se celebró el seminario mostró que sólo se cubrían las actividades de las mujeres de la casa real, la publicidad incluía anuncios para el consumo de mujeres embarazadas al más puro estilo de la mujer perfecta e irreal occidental, y apenas aparecía alguna que otra información breve sobre algún desgraciado suceso.

Como dato positivo cabe señalar que un periódico daba a conocer una encuesta sobre los nuevos valores de la ciudadanía marroquí en la que, si bien no se ofrecía la información con indicadores de género, sí se recogía la transformación social hacia un mayor reconocimiento del valor y posición de la mujer tanto en la vida familiar como en la profesional y social. Finalmente, otro periódico publicaba una entrevista a una conocida presentadora de la televisión marroquí durante el reinado del anterior monarca, en un estilo muy recordatorio.

Esa escasa incidencia en los medios, el no disponer de medios de comunicación propios y la percepción de impenetrabilidad en el mundo del

periodismo y la comunicación son una constante en todos los encuentros, seminarios y foros, tal y como también quedó reflejado en las áreas de comunicación y mujeres del Foro Social Mundial de Nairobi, celebrado en Kenia en enero de 2007.

Voces de mujeres que desmontan estereotipos, tópicos y confusiones

Cada vez hay más voces de mujeres luchando contra las percepciones erróneas que el Norte tiene del Sur —victimismo, sumisión, atraso cultural (incluso preislámico), vestimenta, relación familiar y social relegada, orgullo, etc.— y contra las percepciones que el Sur tiene del Norte —la mujer como objeto sexual, frivolidad, olvido de valores, egoísmo, superioridad, etc. A continuación, recogemos las opiniones de algunas mujeres de ambas orillas del Mediterráneo, o acerca de ellas, publicadas en prensa escrita reciente.

Sobre el velo

«Las mujeres musulmanas tienen otros problemas más importantes, y quizás más comunes con el resto de mujeres. El problema se ha creado aquí (en Occidente). [...] Sin negar que en esta comunidad (la musulmana), como en todas, hay desigualdades de género y que es cierto que hay mujeres a las que se les impone el velo (de la misma forma que se les imponen muchas otras cosas), vemos que hay una gran parte que lo lleva como una opción personal. [...] El problema no es el velo sino lo que hay detrás.»² Lena de Botton, estudiosa de la presencia pública de la mujer musulmana.

Sobre la educación y la integración social y laboral

«El Corán da al hombre la responsabilidad del sostenimiento familiar, y eso dificulta la promoción social femenina. [...] La participación de las mujeres en las actividades económicas es inferior a la de otros lugares, a pesar de que el informe (de la ONU) reconoce que las chicas aprenden más rápido

2. Cristina Mas, *Diari de Terrassa*, 17 de abril de 2007.

y son más responsables y esforzadas en el trabajo que los hombres.»³ Dolors Bramon, profesora de estudios islámicos.

«Si bien hasta mediados de los sesenta muchas mujeres árabes tenían vetado el acceso a la escuela, las estadísticas muestran ahora que el 90% de las niñas van al colegio. [...] hay aún graves desequilibrios. La mitad de las mujeres árabes son analfabetas [...] Su participación en la economía global es aún la más baja del mundo. Sólo el 33% tiene un papel activo en ese campo frente al 55,6% de media global.»⁴ Amat Al Alim Alsoswa, ministra yemení de Derechos Humanos y subsecretaria de Naciones Unidas.

«Avanzamos lentamente. Se aprovecha la ocupación femenina en el sector privado y hemos roto el tabú de atrevernos a criticar nuestra situación en público. [...] En el trabajo los hombres nos respetan, sólo la gente tradicional no nos recibe bien cuando saben que no eres ama de casa o que no llevas velo.»⁵ Nadia Alaza, ingeniera de sistemas de la petrolera Aramco.

«Actualmente, en las ciencias, las mujeres trabajan sobre todo en filiales consideradas como “femeninas”, como la biología y la nutrición. Pero a partir de un cierto nivel jerárquico, son invisibles. Toda la carga familiar recae sobre ellas [...] Yo misma he tenido que luchar cinco veces más que cualquier hombre para ser hoy la única mujer profesora. [...] Las mujeres tienen una cualidad muy importante para las ciencias. Son menos agresivas en sus decisiones.»⁶ Amena Gurib-Fakim, profesora de química ganadora del premio L'Oréal-Unesco «Mujeres en la ciencia».

«Jamás he aceptado ser tratada de un modo distinto a mis hermanos [...] jamás he soportado el rol subalterno al que nos querían confinar algunos compañeros masculinos. [...] Intento hacer comprender a las mujeres jóvenes, a las futuras médicas, que deben retomar la antorcha por los

derechos de las mujeres y luchar para ser las mejores. La mediocridad se acepta en un hombre, no en una mujer.»⁷ Hakima Himmich, jefa del Servicio de Enfermedades Infecciosas, CHU Ibn Rochd de Casablanca, Marruecos.

Sobre la participación política

«He participado en el movimiento de las mujeres marroquíes desde su nacimiento a principios de los años ochenta. Nuestro caballo de batalla era la reforma del arcaico código de las mujeres, la *mudawana*. La cuestión femenina era por aquel entonces un tema menor. [...] es definitiva la marcha de mujeres en Rabat en el año 2000 [...] la dinámica que habíamos creado desembocó en la reforma de la *mudawana* en 2003 [...] Actualmente es necesario poner el acento en la representación política femenina y luchar por las cuotas en las elecciones.»⁸ Latifa Jbabdi, de la Instancia Equidad y Reconciliación, Marruecos.

«Se tiende a creer que una mujer que se lanza a la política debe parecerse a los hombres. No estoy de acuerdo. La mujer debe conservar su feminidad y las cualidades propias de las mujeres, el sentido de la realidad, el instinto, el pragmatismo. [...] Soy la única mujer jefa de partido en Mauritania. Tradicionalmente las mujeres no se dedicaban a la política [...] Después el país se ha abierto, [...] pero ellas [las mujeres] se han orientado sobre todo a la esfera económica y yo creo que tienen razón. Es necesario ser económicamente independiente para reafirmarse y ser libre.»⁹ Naha Mint Moknass, presidenta de Union pour la Démocratie et le Progrès, Mauritania.

«El feminismo es educar a la población de mi país en igualdad de trato. En mi organización llevamos a cabo proyectos dirigidos a chicos y chicas, comenzando por el jardín de infancia. Queremos que nuestra población joven entienda que los derechos humanos integran a mujeres y hombres. [...] En Bosnia tenemos una ley de cuotas que asigna el 30%

3. *El Periódico de Catalunya*, 5 de abril de 2007.

4. *El Mundo*, 8 de marzo de 2007.

5. Ricardo Mir, *El Periódico de Catalunya*, 1 de abril de 2007.

6. Elise Colette, *Jeune Afrique*, 4 de marzo de 2007.

7. *Ibid.*

8. *Ibid.*

9. *Ibid.*

de la representación política a las mujeres. Pero la mayoría de las políticas todavía actúan y piensan como hombres. Por eso, uno de nuestros proyectos fundamentales es la promoción de la participación política local de las mujeres.»¹⁰ Aylin Bajramovic, de Medica Zenica, centro de atención a las mujeres afectadas por la guerra y para la promoción de cambios políticos, Bosnia-Herzegovina.

Sobre la libertad personal

«El mayor problema que tenemos es la total dependencia del hombre. Sin el permiso de tu padre o de tu marido no puedes hacer prácticamente nada.»¹¹ Rania Karui, periodista de prensa económica árabe.

«Las del norte de África llegan a la visita ginecológica acompañadas del marido, quien pretende entrar en la sala de reconocimiento u operatoria y rechazar a un médico que sea hombre. [...] En mi país es gratis, aquí la píldora es muy cara, no se encuentra por menos de 12 euros.»¹² Una mujer marroquí sin hijos.

Sobre la multiculturalidad y la integración

«En Europa, durante años, corrientes sociológicas y políticas han abogado por la multiculturalidad como panacea para solucionar la convivencia de distintas culturas. Desde la perspectiva feminista, sus planteamientos y las normativas que se derivan nos muestran que muchas personas salen perdiendo, puesto que se priman costumbres e imposiciones religiosas que, en general, colisionan con muchos derechos humanos que atañen a las mujeres.»¹³ Carme Freixa, periodista y sexóloga.

Sobre la paz y la justicia

«Estas mujeres (las palestinas), como Israel ha intensificado tanto el conflicto, son víctimas de múltiples violaciones y atentados contra sus derechos. Además,

la tradición y las leyes las tratan como a miembros desiguales de la sociedad. [...] Cada vez se concentra (debido a la presión de Israel) en un territorio más reducido un número creciente de personas. Por eso el hecho de tener hijos se convierte para una mujer palestina en una lucha constante contra el Estado de Israel.»¹⁴ Ana Suárez, Coleutivu Milenta Mujeres y Moces, y Lidón Soriano, Euskal Herria.

Sobre los medios de comunicación

«Intentamos reflejar el conflicto con los palestinos ofreciendo la visión palestina de las cosas. La lengua es un problema, porque sólo pueden intervenir palestinos que hablen hebreo. Pero tampoco los medios importantes dan la voz a los palestinos, salvo a Mahmud Abás. Los israelíes no saben nada de la situación real. Es increíble la ignorancia que existe.»¹⁵ Karen Tamir, conductora hebrea de la radio All for Peace, financiada por la UE y codirigida por un israelí, Shimon Malka, y una palestina, Maysa Baransi-Siniora.

«Siempre soñé con ser periodista. [...] Mi audacia me ha llevado varias veces a la cárcel. Desestimada para la prensa pública, creé el periódico *El-Fadjr* ("El Alba") [...] que simboliza la revuelta juvenil del año 2002, y la llegada de la democracia y el pluralismo a Argelia. Ser la única mujer directora de un periódico es un motivo de orgullo.»¹⁶ Hadda Hazzman, directora del periódico *El-Fadjr*.

Para finalizar este apartado de voces de mujeres de o en el Mediterráneo, cabe mencionar un artículo justamente titulado «Mediterráneas»,¹⁷ de Rosa Pareda, periodista y escritora, en el que la autora dice que: «[...] en el encuentro de mujeres del Mediterráneo, celebrado en el Instituto Cervantes de Roma, donde se reunieron una treintena de intelectuales y escritoras de Croacia, Turquía, Francia, Israel, Italia y España [...], se dio una reflexión plural, elaborada desde distintas tendencias feministas y desde

10. En *Voces de Mujeres*, Les Pénèlopes. Puede escucharse en www.penelopes.org/Espagnol.

11. El Periódico de Catalunya, 1 de marzo de 2007.

12. Concita de Gregorio, «L'aborto e l'immigrata. Vergogna e solitudine, Italia falso paradiso», *La Repubblica*, 30 de marzo de 2007.

13. *20 minutos*, 28 de marzo de 2007.

14. Antoni Mateu, *Diario de Baleares*, 8 de marzo de 2007.

15. Félix Flores, *La Vanguardia*, 25 de febrero de 2007.

16. *Jeune Afrique*, 4 de marzo de 2007.

17. *El País*, 19 de marzo de 2007.

las tres culturas mediterráneas de origen religioso, que se preguntaba por el papel de las mujeres en la construcción de un Mediterráneo pacífico, próspero e igualitario [...], sólo planeaba una sombra de *incomodidad*, el conflicto árabe-israelí, y la cuestión femenina en el islam.» Y añade la periodista: «Parece que la dimensión simbólica de la mujer nos sobrepasa [...] En estos estereotipos, lo que no hay es mujeres: las musulmanas, desaparecidas bajo el chador, y las cristianas y judías, convertidas en putas o varones [...] Más. Las judías, en agresoras y enemigas, por el conflicto palestino-israelí.»

Objetivos compartidos por las mujeres periodistas y comunicadoras de ambas riberas del Mediterráneo

¿Qué se puede hacer para dar una información más veraz, con perspectiva de género, que nos acerque mucho más a la realidad diaria de las mujeres de los países vecinos?

- Utilizar los instrumentos ya creados y editados por distintos organismos de la profesión periodística y, en especial, por los colectivos de mujeres periodistas con visión de género, como recomendaciones y libros de estilo sobre la inmigración, la perspectiva de género en los medios, el tratamiento de la violencia contra la mujer, etc.
- Atender a las opiniones de los colectivos, asociaciones y ONG de mujeres o que en sus actividades (educación, sanidad, economía...) incluyen la perspectiva de género.
- Disponer de una Agenda de la Diversidad que dé mayor credibilidad a la fuente (un directorio para contactar con mujeres que puedan hablar de su condición y de sus países, así como con expertas que puedan tratar los distintos temas que se generan en los medios). Potenciar el trabajo en red y compartir experiencias y realidades diversas: es lo que ha llevado

a mujeres de todo el mundo (especialmente de América Latina y del Estado español, pero también de otros países europeos como Italia) a conformar la Red Internacional de Periodistas con Visión de Género. En España la red recibe el nombre de Red Internacional de Mujeres Periodistas y Comunicadoras – Red Internacional de Periodistas con Visión de Género.

Durante el II Encuentro Estatal de la red, celebrado en Barcelona en noviembre de 2006, un grupo de periodistas se centró en las mujeres de otras culturas en los medios. Entre sus propuestas, destacan las siguientes:

- permitir a las migrantes hablar en primera persona; considerar a las migrantes como personas autorizadas (en cuanto a capacidades, habilidades, formación) para contar sus realidades/situaciones;
- evitar la victimización de las migrantes en las notas informativas; contar sus diversas realidades (tanto negativas como positivas), e incluir las aportaciones sociales y económicas;
- la formación en red para periodistas; compartir entre nosotras estudios y/o investigaciones sobre las migrantes para conocer mejor sus realidades y cómo influyen en la relación con las mujeres del país receptor;
- utilizar el término *migrante* o *ciudadana* en lugar de *inmigrante*.

Para el octubre de 2007 está prevista la celebración de unas Jornadas de Mujeres Periodistas y Comunicadoras del Mediterráneo, organizadas por la Red Internacional de Mujeres Periodistas y Comunicadoras. Su objetivo es el de reafirmar este puente de comunicación entre mujeres, contribuir a desmontar los estereotipos y tópicos, y conseguir una mejor percepción de las diversas realidades de las mujeres y de las luchas por sus derechos en ambas orillas del Mediterráneo.