

Decía Pitágoras que “En público, una mujer está siempre fuera de lugar”. Aunque la frase pueda parecer algo caduca a estas alturas, no queda más remedio que reconocer que todavía persisten muchos prejuicios y demasiadas ideas preconcebidas, que aún existen muchas dificultades para que las mujeres puedan concebir el ámbito público como algo propio. Efectivamente, existe una serie de factores que aún determinan esa idea tan generalizada de que las mujeres y los hombres tenemos funciones sociales muy distintos en la organización social: los procesos de socialización a través de la familia, el sistema educativo y los medios de comunicación, siguen transmitiendo modelos estereotipados de lo que debería ser la identidad masculina y la femenina, independientemente de las capacidades personales. Y siempre con el agravante de que las capacidades de las mujeres siguen estando infravaloradas en el ranking social.

Ante este panorama tan complejo, existen sin embargo estrategias que se pueden llevar a cabo para cambiar estas tendencias y existe una herramienta de enorme potencial en una sociedad desarrollada como la nuestra: los medios de comunicación. Por su capacidad de transmitir ideas y valores, los medios se han convertido en una herramienta poderosa para impulsar cualquier cambio social y de ahí la importancia de que en su quehacer diario, transmitan una idea real del papel y del protagonismo que ejercen las mujeres en la sociedad. Es más, si el ámbito doméstico es el “espacio natural” en el que se ha movido el discurso social en torno a las mujeres, los medios de comunicación puede ejercer una doble tarea a la hora de cambiar esta tendencia: por un lado, puede dar oportunidades para que las mujeres se conviertan también en “personas públicas”, voces con autoridad y opinión propia para ser tenidas en cuenta en el discurso social. Y por otro lado, aquellos elementos que tradicionalmente se han considerado “femeninos” (como son el cuidado de las personas, la gestión de lo doméstico, etc.) podría convertirse en temas de discusión pública ya que afectan directamente al bienestar de toda la ciudadanía.

En esta doble tarea, a buen seguro que esta nueva publicación que se presenta en sociedad con el nombre de Frida, nombre sugerente que a mi me evoca lucha y creatividad, contribuirá a que se dé un paso más para que las mujeres vascas puedan contar con voz propia y poder ir avanzando hacia una sociedad verdaderamente más igualitaria.

Zorionak!

TXARO ARTEAGA ANSA
Directora de Emakunde

BIENVENIDA A UNA NUEVA REVISTA ONGI ETORRI ALDIZKARI BERRIARI

Pitagorasek esan zuenez, “Jendartean, emakumea beti dago lekuz kanpo”. Esaldia zaharkitu samar irudituko zaigu agian, baina aitortu beharra dago oraindik ere aurreiritzi asko dagoela, eta emakumeek gaur ere eragozpen garrantzitsuak dituztela eremu publikoa euren ere badela sentitu ahal izateko. Oraindik ere zenbait faktore daude, gizezkoek eta emakumezkoek gizartean funtzio ezberdinak dituztelako ideia hori zabaltzen dutenak: familiaren, hezkuntza-sistemaren eta komunikabideen bidezko gizarteratze prozesuek eredu estereotipatuak transmititzen dituzte, emakumeen eta gizonen nortasuna nolakoan izan behar den agintzen, norberaren gaitzatsunak bazter uzita. Eta gainera, emakumeei egokitzen zaizkien “ezaugarriak” gizartean gutxien baloratzen direnak izan ohi dira.

Egoera hain zaila izanik ere, badaude estrategiak horrelako joerei aurre egiteko, eta badaude tresna izugarri indartsua, gurearen moduko gizarte aurreratueta: komunikabideak. Ideiak eta balioak transmititzeko duten gaitasunarengatik, komunikabideak botere handiko tresna bihurtu dira gizarte-aldaketak bultzatzeko; horra hor haien garrantzia, emakumeek gizartean duten paperaren eta protagonismoaren benetako ideia euren eguneroko lanean azal dezaketelako. Are gehiago, emakumeei buruzko gizarte-diskurtsoaren araberako emakumeen “espazio naturala” etxea izan bada, komunikabideek lan bikoitza egin dezakete joera hau aldatzerakoan: batetik, emakumeak ere “pertsona publiko” izan daitezen aukerak sor ditzakete, hau da, gizarte-diskurtsoan kontuan izan behar diren aholkari, iritzi propioekin. Bestetik, “emakumeenak” omen diren esparruak (pertsonen zaintza, etxea kudeatzea, eta abar) plazara atera litezke, herritar guztien ongizateari dagozkiolako.

Lan bikoitz honetan, beraz, gizartean Frida izenarekin aurkeztuko den argitalpen honetan (izen erabat aproposa, niri behintzat borroka eta sormena ekartzen baititkit gogora), beste tresna bat aurkituko dute eskual emakumeek euren aholka eskuratzeko eta benetan berdintasunezko gizarte baterantz aurrera egiteko.

Zorionak!

TXARO ARTEAGA ANSA
Emakundeko zuzendaria