

ARTIVISMO E INTERVENCIONES EN CAMPAÑAS ARTÍSTICAS

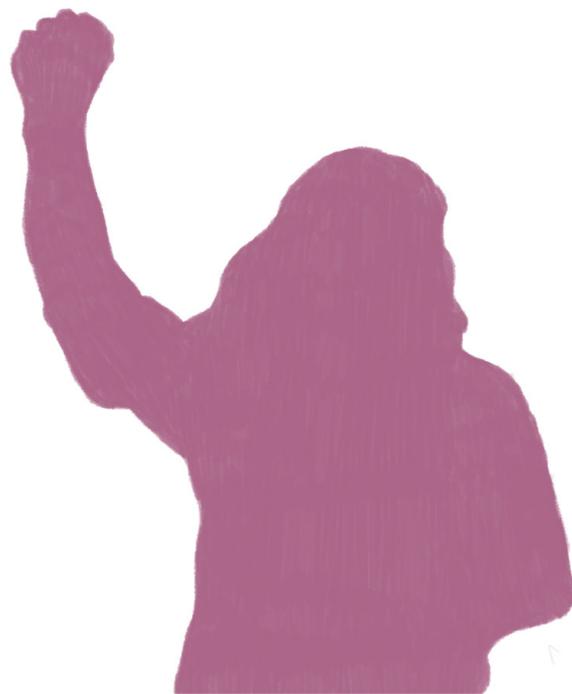
ANA
CEB
RIAN

POWER

Exploring Gender and
Power through/in Art

POWER

Exploring Gender and
Power through/in Art



COLOFÓN

Autoras: Sara Šabec, Marián López Fernandez-Cao, Carolina Peral, Isabella Mileti, Julia Nyikos, Eleonora Schulze-Battmann and Vera Varhegyi.

Este material educativo ha sido producido por el proyecto POWER. Power, Exploring Gender and Power through/in Art (2020-2-FR02-KA205-017944) es un proyecto Erasmus+ KA2 - Asociaciones estratégicas, financiado por la Agencia Nacional Francesa

POWER está compuesto por las siguientes organizaciones miembro (por orden alfabético):

- **City of Women (CoW) Asociación para la promoción de las mujeres en la cultura, Ljubljana, Eslovenia.** <http://www.cityofwomen.org/en>
- **DADAU (de l'art et de l'autre). Paris, Francia.** <https://delartetdautre.com/> (Coordinador)
- **EARTDI, Grupo de investigación en educación artística e inclusión psicosocial. Universidad Complutense de Madrid, España.** <https://www.ucm.es/eartdi>
- **Elan Interculturel, organización intercultural, Paris, France.** <https://elaninterculturel.com/>
- **MOH - Mobility Opportunities Hub, Asociación Socicultural en Bari, Italia.** <https://www.mohbari.eu/en/>

Diseño: Carolina Peral, Ana Cebrián

Autora de la portada: Ana Cebrián

Coordinación de este material educativo: City of Women (CoW)

Traducción y revisión en diferentes idiomas del Proyecto:

- Traducción al francés: Julia Nyikos, Elianor Oudjedi.
- Revisión en francés: Julia Nyikos, Elianor Oudjedi.
- Revisión en italiano: Eleonora Schulze-Battmann, Isabella Mileti.
- Traducción al italiano: Eleonora Schulze-Battmann.
- Revisión en esloveno: Sara Šabec
- Traducción al esloveno: Sara Fabjan
- Revisión en español: Marián López Fdz. Cao
- Traducción al español: Carolina Peral

© Copyright 2023. Todos los derechos reservados



ARTIVISMO E INTERVENCIONES EN CAMPAÑAS ARTÍSTICAS

El activismo artístico, o artivismo, es una práctica híbrida que combina el impacto emocional del arte con el impacto instrumental del activismo. Lleva existiendo desde que la gente articula y comunica sus aspiraciones mediante signos e historias, pero en los últimos años el activismo artístico ha obtenido un amplio reconocimiento en el ámbito educativo, artístico, filantrópico y de las ONG.

¿CUÁL ES SU FINALIDAD Y PARA QUÉ SIRVE?

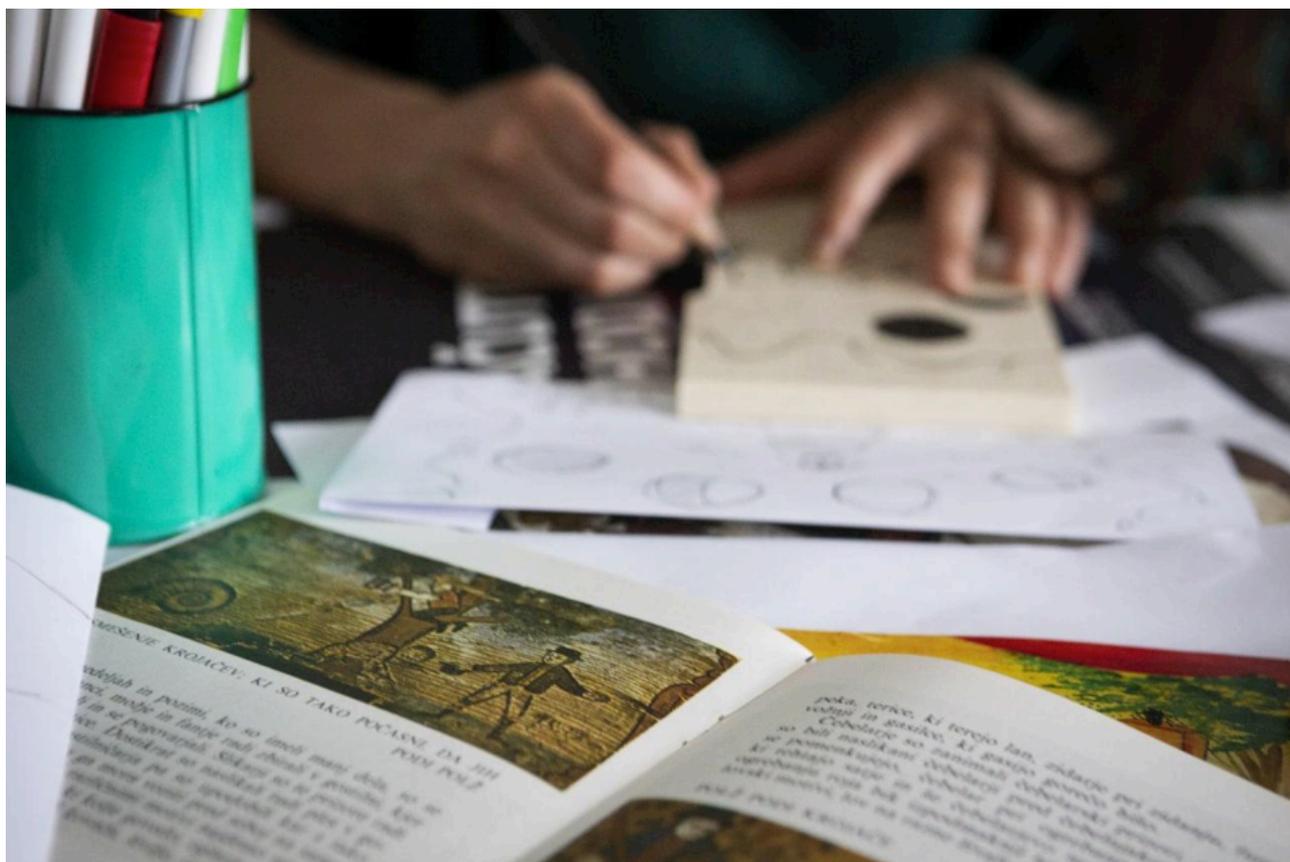
Para conceptualizar el impacto del activismo artístico, primero hay que reconocer que el arte y el activismo desempeñan papeles diferentes en el mundo. Cuando pensamos en el activismo, a menudo pensamos en su impacto. El activismo, como su nombre indica, es la actividad de desafiar y cambiar las relaciones de poder. Hay muchas formas de ser activista, pero el elemento común es la actividad dirigida a un objetivo identificable: movilizar a una población, cambiar una política o derrocar a un dictador. El objetivo del activismo es simplemente causar un impacto.

Sin embargo, afecto es un término que solemos utilizar cuando hablamos de las artes. El arte no suele tener ese uso instrumental. Es difícil saber lo que el arte defiende o no; su valor reside a menudo en mostrarnos nuevas perspectivas y nuevas formas de ver nuestro mundo. Su impacto suele ser sutil y difícil de medir, y la obra puede contener mensajes confusos o contradictorios. De hecho, el arte siempre contiene un exceso de significado: algo que no podemos describir o nombrar con exactitud, pero que aun así nos influye. Su propósito, si es que podemos usar esa palabra, es estimular un sentimiento, espolearnos emocionalmente o alterar nuestra percepción. También en este caso el arte nos conmueve.

El poder y el potencial del activismo artístico, o artivismo, reside en la combinación de efecto y afecto. Como diría cualquier activista experimentado, la gente no decide sobriamente cambiar de opinión y actuar en consecuencia, sino que lo hace movida por poderosos estímulos emocionales, ya sean de amor, odio, miedo, esperanza o compasión. Así que, cuando se trata de estimular el cambio social, el impacto y el afecto están entrelazados. Podríamos llamarlo efecto afectivo o afecto efectivo.

Cuando se trata de lo que el activismo artístico hace o puede hacer para transformar la cultura, empoderar a las personas y provocar el cambio, el desacuerdo es aún mayor. Algunos activistas artísticos identifican el objetivo del activismo artístico como la concienciación a través del acce-

so a la información, entendiendo que la información debe presentarse de forma que apele a los sentidos y cree conexiones afectivas. Otros hacen hincapié en la capacidad del activismo artístico para fomentar la conversación y convertir las ideas en algo que se crea colectivamente, no que se recibe. Mientras que otros ven el activismo artístico como una herramienta para perturbar la hegemonía de la sociedad dominante y abrir espacios para la disidencia. Otros plantean el potencial del activismo artístico para llenar esos espacios y proporcionar esquemas alternativos para ver, ser y hacer. Y algunos activistas artísticos ven el papel del activismo artístico como un método que puede fusionarse con otros para lograr el cambio social mediante la alineación con movimientos sociales y organizaciones sociales.



La capacidad del activismo artístico para sorprendernos, para aparecer en lugares insólitos (por ejemplo, no en una galería) o adoptar formas desconocidas (por ejemplo, no en una marcha de protesta), brinda la oportunidad de desbaratar las ideas preconcebidas de la gente sobre el arte y la protesta, así como sus ideas predeterminadas sobre los mensajes que intentamos comunicar. El activismo brinda la oportunidad de eludir ideas políticas e ideales morales aparentemente inamovibles y replantear patrones cognitivos. La sorpresa es un momento en el que se pueden tocar los corazones y llegar a las mentes, y cambiar ambas cosas.

La capacidad del activismo artístico para escapar a una categorización fácil es una ventaja en las sociedades en las que la protesta es algo frecuente. Mientras que las formas tradicionales de protesta, como las marchas, necesitan aumentar constantemente su tamaño o alcance, o caer en la violencia para hacerse notar (y ser noticia), la innovación creativa en el corazón del activismo artístico proporciona algo poco común, o fuera de lugar, que puede atraer la atención y convertirse en trascendente. El deslizamiento de fronteras del activismo artístico funciona igualmente en regímenes represivos en los que se prohíbe la protesta política abierta, pero se toleran las prácticas artísticas. Al pasar desapercibido, el activismo artístico no es identificado como “política” por las autoridades, pero sigue siendo capaz de comunicar un mensaje social al público.

¿CÓMO CREAR UNA CAMPAÑA DE INTERVENCIÓN ARTÍSTICA?

Empezar con química y un horizonte común

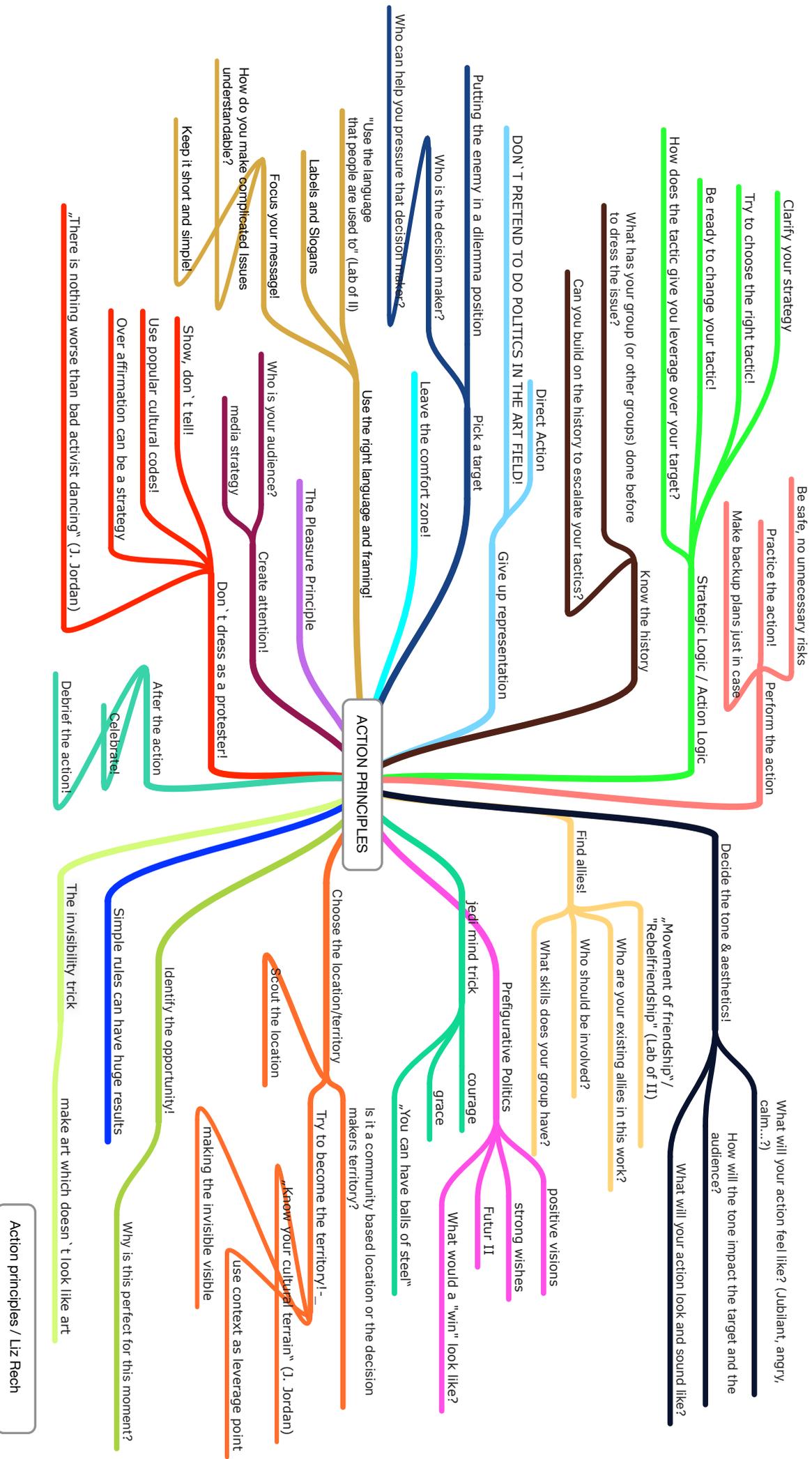
Cuando planifiques una colaboración con un grupo, empieza por entablar una buena relación y una idea que entusiasme a todas y todos los implicados. Algo en el horizonte, algo a lo que aspiras y que hace que tus ojos brillen de alegría cuando piensas en ello. Ese entusiasmo es la química inicial necesaria para embarcarse juntos en una campaña artística, un viaje en el que probar cosas en distintas direcciones, retocar y ajustar los términos de la trama y la narrativa hasta que las piezas de los distintos rompecabezas encajen en su sitio. Compartir la intención de una acción subversiva, algo que sacuda el orden hegemónico dominante que se manifiesta de un modo u otro en el espacio público. Buscar intuitivamente un momento antagónico en la realización de una acción política artística. El antagonismo como fuerza motriz del potencial político de las intervenciones artísticas también es formulado por Chantal Mouffe, quien escribe:

“Su dimensión crítica [de las intervenciones artísticas] consiste en hacer visible lo que el consenso dominante pretende oscurecer y borrar, en dar voz a todos aquellos que son silenciados en el marco de la hegemonía existente”. (Mouffe, Chantal, *Agonística, Pensar el mundo políticamente*, Verso, 2013, p)

Esta visión de las personas, el espacio público y el arte implica que el espacio público no siempre es un espacio de armonía o consenso, sino que también puede ser un espacio de conflicto. Un conflicto que está constantemente presente, que permanece latente, que se silencia, que se amortigua bajo una alfombra. Una intervención artística puede contribuir a romper este silencio y, de este modo, cuestionar el orden hegemónico y desplazarlo hacia un punto de vista más favorable. Esto puede hacerse a través de una campaña artística - acto performativo conectado al espacio público y la posterior documentación y mediatización a través de diferentes medios sociales.

Hacer una tormenta de ideas y llegar a una idea común

Una vez establecido el primer contacto, suele seguir otra sesión de brainstorming. ¿Qué se quiere conseguir? ¿Cuál es la diferencia que se quiere marcar? ¿Cómo lo vas a hacer? Intenta encontrar ideas comunes, símbolos o códigos culturales (pop) que puedan subvertirse o cuestionarse para crear una intervención conjunta en la campaña. El simbolismo debe atraer a un público más amplio para que pueda ser comprendido por muchas personas diferentes, pero sin dejar de ser crucialmente diferente e inherentemente provocador. También hay que tener en cuenta dónde tendrá lugar la intervención y cómo es la cultura o el terreno local. El principio de actuación que me viene a la mente es “conoce tu terreno cultural”. Elige una forma de arte y prepara el terreno de juego. Utiliza como recurso los principios de actuación que se indican a continuación.



Action principles / Liz Reich

Localizar el contexto espacial narrativo

Cuando planifiques una intervención, piensa en el lugar en el que tendrá lugar. El lugar conlleva un contexto con un significado específico. Puede estar relacionado con la historia, el contexto cultural, social, político o individual. ¿Qué articula el lugar, qué hegemonía manifiesta? ¿La intervención en ese lugar apoya la narrativa de la intervención? ¿Qué querría cambiar en ese lugar? ¿Qué forma artística sería la mejor para ello?

Evalúa los riesgos: pacífica y a largo plazo

El activismo artístico y las intervenciones en campañas artísticas, como enfoque cultural, son intrínsecamente no violentos y tardan tiempo en desarrollarse. El activismo artístico se dirige a los corazones y las mentes, no a los cuerpos ni a los edificios. El objetivo no es forzar el status quo, sino persuadir creando experiencias conmovedoras que inciten a la gente a cuestionar el mundo tal y como es, a imaginar cómo podría ser el mundo y a unirse para hacer realidad ese mundo nuevo.

Crear y mantener un cambio duradero exige un cambio de valores, creencias y pautas de comportamiento, es decir: un cambio cultural. Aunque cambiar las leyes y las políticas es esencial, las leyes no se cumplirán ni las políticas se promulgarán a menos que la gente haya interiorizado los valores que las sustentan. Y aunque las marchas, concentraciones y protestas son importantes, no tendrán un impacto duradero a menos que los temas resuenen en las personas. La cultura sienta las bases de la política. Esboza los contornos de nuestras propias nociones de lo que es deseable e indeseable, posible e imposible.

Al planificar, no dejes de ser consciente del riesgo que puedes correr. Para ello, es importante evaluar los riesgos sobre cuáles pueden ser los posibles resultados de las acciones y qué consecuencias puede acarrear.

Presencia en los Media y documentación

Mientras se desarrolla la acción, grábala y fotografíala. Crea un vídeo con los momentos clave que quieras destacar para promocionar la propia campaña. Crea una campaña online, busca canales en los que tenga sentido completarla y difunde la idea entre otras personas.

A CONTINUACIÓN ENCONTRARÁS 5 EJEMPLOS QUE TE AYUDARÁN A CREAR TU PROPIA CAMPAÑA ARTÍSTICA

1: Queering Beehives

Organización: City of Women



En la campaña artística Queering Beehives (Queering colmenas) se analizan las culturas de la memoria y cómo responder al borrado o al desconocimiento de las historias LGBTQIA+ en Koroška, pero también cómo marcar e inscribir nuevas historias vividas hoy en día. La intención principal era encontrar una artesanía tradicional y cambiar el medio. Se nos ocurrió transformar las tradicionales placas de madera pintadas con fines decorativos de las colmenas eslovenas

(Panjska končnica) con las historias personales LGBTQIA+ de los participantes e instalarlas en la región durante el Orgullo. Historias como mi primer beso o el primer Orgullo de Koroška, entre otras. (Pensando también en el proyecto Queering the Map: <https://www.queeringthemap.com/> y la Marcha Trans en Bogotá, donde la comunidad colocó placas de cerámica para conmemorar los feminicidios trans). Las placas se hicieron un fin de semana antes del Orgullo y el fin de semana del Orgullo junto con queers locales. En el taller se enseñó a las personas a reproducir esta técnica por sí mismas para poder generar suficientes placas susceptibles de ser colocadas durante el Orgullo de Koroška. Para difundir el mensaje, los participantes del taller también pudieron coger una placa y llevarla a su región, ya que nuestra intención era implicar también a las personas que no viven en grandes ciudades.

En lugar de utilizar únicamente el medio de la pintura sobre madera, proponemos “hacer queer” los motivos ya existentes que aparecen en Panjske končnice. Aproximadamente la mitad de los 600 motivos son laicos y están codificados como heterosexuales/cis: por ejemplo, una mujer que saca a su marido borracho del bar, un hombre que lleva a una mujer en una cruz, el molino del diablo donde las mujeres se convierten en jóvenes, etc. Todo esto se puede adaptar a experiencias e historias queer. Por ejemplo, dos mujeres cargando con el patriarcado en una cruz.

El molino queer donde la gente hace la transición. (Por supuesto, estos son sólo ejemplos, y las placas reales deberían reflejar de forma más concreta la historia individual mencionada anteriormente -primer Orgullo, primer beso, salida del armario, ataque a la propia homosexualidad, etc.) Muchas de las placas tradicionales de madera también tienen texto, lo que nos ofrece cierto espacio para elaborar los motivos. También se han colocado tres placas en nombre del propio Orgullo de Koroška: lugar del desfile, edificio antiguo y edificio nuevo que se inaugurará en agosto. De este modo, el proyecto pretende iniciar una tradición de señalización y archivo de historias colectivas e individuales de forma similar a las placas conmemorativas de acontecimientos que se han considerado importantes a nivel nacional/regional hasta la fecha. La acción no pretende necesariamente generar una polémica seguida de interés mediático, sino que sirve más bien como intervención de construcción de comunidad en el espacio público, abrazando a las personas LGBTQIA+ a nivel local.

Jóvenes participantes en la campaña: Neža Oder, Nika Uhan, Urška Mori, Praprotnik Tisa, Knez Lea, Sekereš Hana, Arih Petra, Mlakar Rebeka, Višner Eni, Tomaž Žiga, Frece Gaja.

Enlace al vídeo: <https://youtu.be/9XtaMIDgrWc>

2. Señales de prohibición irónicas para recuperar nuestra ciudad

Organización: *Mobility Opportunities Hub*



Las ciudades no sólo pertenecen a quienes las aman, sino sobre todo a quienes adoptan una actitud abierta y responsable ante la red de relaciones, encuentros, intercambios, diferencias, necesidades y narrativas que se desenvuelven a lo largo del entramado urbano. Cada día vivimos en el sur de Italia, donde, a pesar de las contradicciones y las brechas socioculturales que aún persisten, se hace más fuerte la necesidad de emanciparse de los estigmas relacionados con el género.

Por este motivo, con la esperanza de construir un presente y un futuro más inclusivos, hemos creído necesario partir de las calles de nuestra ciudad, Bari, para poner de relieve un fenómeno que, de un modo u otro, concierne a todos: hablamos de los piropos y acoso en las calles (*catcalling*).

¿Es posible recuperar el espacio urbano convirtiéndolo en un lugar de lucha política? ¿Es posible luchar contra la discriminación encubierta en la vida cotidiana mediante acciones creativas e irónicas? Estas son las preguntas a partir de las cuales empezamos a desarrollar nuestra campaña artística. Así, hemos creado “señales de prohibición” para reflexionar irónicamente contra el fenómeno del “catcalling”.

Propusimos una pedagogía de la igualdad de género, a través del juego, reeducándonos para configurar el mundo sin prejuicios y en el respeto mutuo de las diferencias, con ironía y ligereza, preciosas aliadas de los mayores logros. Además, queremos vivir los espacios públicos de una forma nueva y consciente.

Equipados con papeles y rotuladores, nos tomamos un momento para pensar en cuántas prohibiciones y limitaciones sufren las personas, especialmente las mujeres, incluso en los lugares de ocio, sin que nos demos cuenta. Creamos prohibiciones viales alternativas para inspirar una reflexión sobre la misoginia. Creemos que la ironía, combinada con una gran dosis de concienciación, es la herramienta más adecuada para reivindicar el espacio urbano y “humano”. ¿Cómo reaccionarías si vieras prohibiciones de circulación con “las tetas están prohibidas”? ¿O “las faldas cortas son ilegales”?

Nuestra campaña artística no ha sido sólo en las calles. Tiene una forma híbrida. Hemos producido y publicado diversos contenidos en nuestras redes sociales, especialmente en Instagram, para difundir aún más nuestro objetivo.

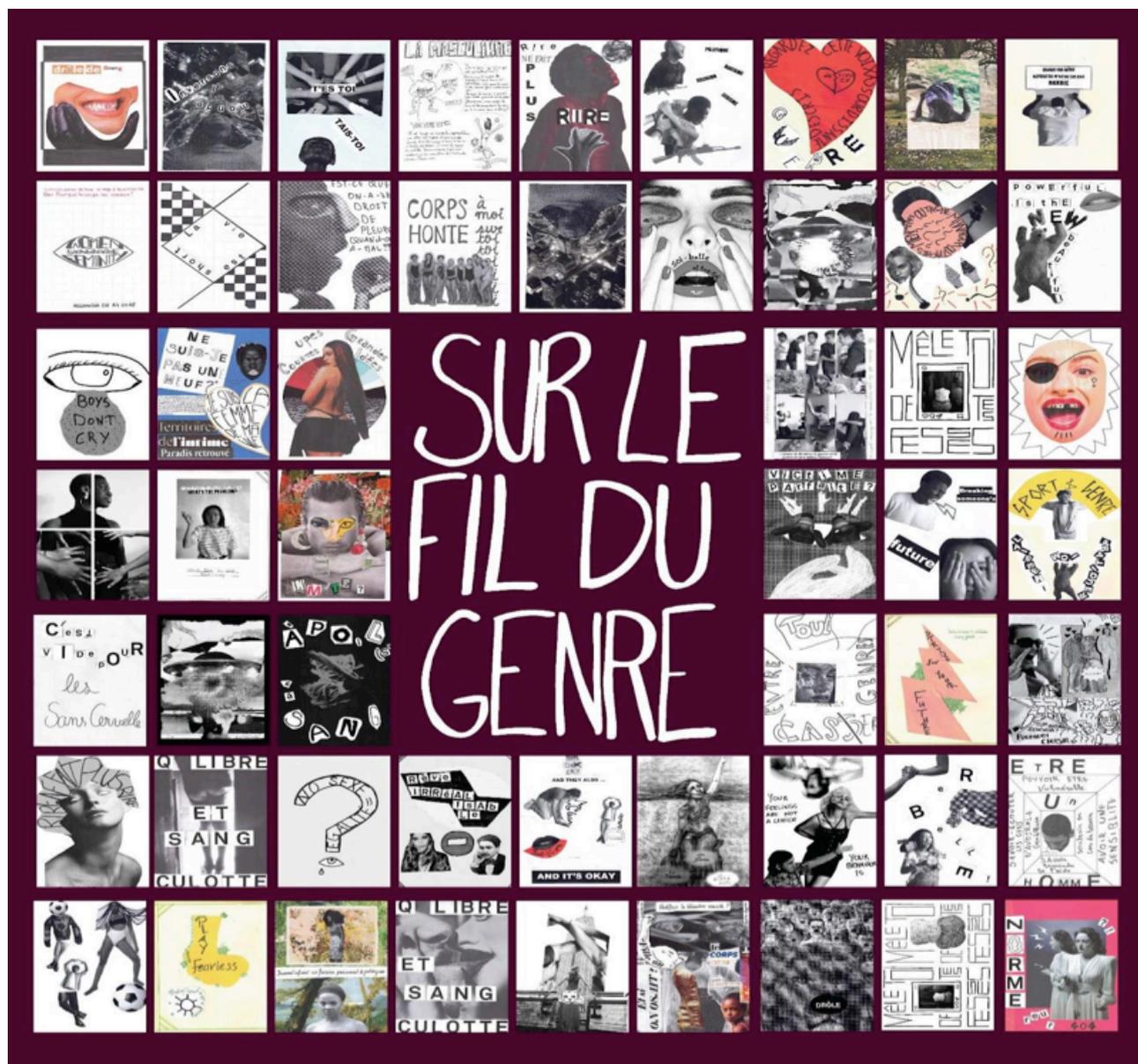
Nuestro acto final ha sido reclamar nuestras calles colgando las prohibiciones de circulación en nuestra ciudad. Y debemos decirlo: fue liberador y nos sentimos empoderadas.

Jóvenes participantes en la campaña: Angelica Nisi, Beatrice D’Abbicco, Carmen Sportelli, Giuditta Giuliano y todos los participantes que asistieron al taller.

Enlace al video: <https://youtu.be/PKc5VoYiPto>

3. Al filo del género

Organización: Élan Interculturel



Los participantes de los anteriores talleres POWER nos ayudaron a montar una exposición para presentar los trabajos realizados a lo largo del proyecto, y aceptaron presentar ellos mismos lo que habían hecho a los visitantes que acudieron ese día. Así pues, trabajamos en colaboración con ellos y pudimos implicar a la gente que se acercaba hablando con ellos y ellas y presentándoles el proyecto y las obras que estaban viendo.

En las paredes teníamos fanzines, collages, carteles y otras cosas producidas durante los talleres

anteriores. También se expusieron fotografías y se colgó un texto junto a ellas para que la gente entendiera mejor el proceso que había detrás.

Nos propusimos crear una sala de escucha en la que los visitantes pudieran sentarse y escuchar también los podcasts que se habían grabado para el proyecto, cosa que disfrutaron mucho.

También imprimimos algunos textos sobre el tema del género que colgamos en la pared con pinzas para que las personas que no estuvieran muy familiarizadas con el tema pudieran coger algunos de los textos elegidos y echarles un vistazo.

Al animar a los y las participantes de los talleres anteriores a presentar sus trabajos, pudimos hacerles partícipes de la creación de una campaña artística, de su proceso y de cómo se desarrolla en el momento, para que pudieran replicarla si quisieran, pero, sobre todo, para que supieran que su esfuerzo, trabajo y participación eran valorados y reconocidos.

Esto también ayudó a fomentar su autonomía e independencia; así, pudimos animarles a que eligieran por sí mismos cómo querían que se presentara su trabajo, a que hablaran sobre el proyecto y la forma en que lo vivieron, a que mostraran lo que aprendieron de él, etc., lo que a su vez nos ayudó enormemente a que la jornada se desarrollara sin contratiempos.

Por la tarde, organizamos actividades sobre el tema del género para que la exposición fuera más dinámica: por ejemplo, una actividad se centraba en entender cómo se relacionaba la gente con el concepto de identidades y límites de género en su vida cotidiana. Un antiguo participante también compartió ante el público un texto que había escrito sobre el tema de la masculinidad, y organizamos una sesión de preguntas y respuestas tras la lectura.

Las obras de arte expuestas que no se habían producido dentro de los límites del proyecto POWER se presentaron a los visitantes a lo largo del día utilizando técnicas de mediación artística. Algunas eran fotografías, otras pinturas y también vídeos. En el caso de los vídeos que habíamos elegido, instalamos un rincón en la sala donde se repetían para que cualquiera pudiera entrar y verlos.

Las reacciones fueron muy positivas: la mayoría de los asistentes consideraron que la exposición era interesante e interactiva, y apreciaron el hecho de que nosotros -miembros del personal de Elan, pero también antiguos participantes- estuviéramos disponibles para proporcionarles más contexto e información sobre el proyecto POWER y sobre el tema del género y el arte en general.

Jóvenes participantes en la campaña: Han Wu, Afaq Akhlaq, Amélie Desson, Valentin Lehmann, Sohrab Abd.

Enlace al video: <https://youtu.be/rcvDgU0aag4>

4. Campaña de arte postal

Organización: De l'art et d'autre



La noción de “empoderamiento” estaba en el centro de nuestro taller y campaña artística. Aunque hay muchos enfoques para entender este término, la interpretación que queríamos destacar era la idea de que un proceso de aprendizaje puede ser beneficioso tanto a nivel individual como colectivo.

El objetivo de nuestro taller era compartir una metodología y algunas herramientas técnicas y artísticas para equipar a los participantes a liderar una campaña sobre los temas que son importantes para ellos y ellas. Elegimos el “arte postal” como modelo para llevar a cabo una campaña de sensibilización sobre las desigualdades de género en el mundo del arte.

El arte postal o “mail art” nos pareció un modelo apropiado por varias razones: es un movimiento artístico sin jerarquías entre los miembros participantes, cualquiera puede convertirse en artista, su objetivo es cuestionar y subvertir el sistema oficial del mundo del arte, los mensajes transmitidos están desprovistos de violencia, por otra parte, a menudo se utiliza el humor, la producción artística del arte correo es de muy bajo coste y accesible a todos, la red entre los miembros está descentralizada y, sobre todo, el arte correo se basa en la idea de interactividad.

Durante los talleres, se pidió a las participantes que crearan piezas de arte postal, postales artísticas. Los productos debían transmitir un mensaje de sensibilización sobre la desigualdad de género y, más concretamente, sobre la situación de las mujeres artistas en relación con las prácticas

museológicas, las leyes subyacentes del mercado del arte o los discursos historiográficos.

Las participantes podían probar varias técnicas artísticas; collage, dibujo a tinta, subversión de imágenes clásicas y realización de sellos de artista, por un lado, y, por otro, escritura de poesía visual, acrósticos, textos colaborativos, etc.

Las sesiones prácticas se completaron con una serie de conferencias. La primera ponencia ofreció una visión detallada del movimiento del arte postal, sus orígenes, técnicas, creadores de redes, sellos, y presentó ejemplos de piezas de arte postal procedentes de excepcionales colecciones privadas, en particular la de Géza Perneczky y Niels Lomholt. Una segunda presentación se centró en algunas mujeres artistas del correo, y en artistas femeninas que combinaron dibujo y texto en su obra o correspondencia. Una tercera presentación se dedicó a un repaso histórico, a los orígenes de la tarjeta postal y a las imágenes y caricaturas del movimiento sufragista que transmitían las postales de principios del siglo XX. Una última presentación exploró los inicios de la correspondencia en la Antigüedad (Mesopotamia, Egipto, Grecia y el Imperio Romano), los diferentes soportes utilizados, los tipos de mensajes intercambiados y los pequeños datos que poseemos sobre las escasas mujeres remitentes en el Mundo Antiguo.

Al final del taller, en una pequeña exposición se presentaron todas las tarjetas; se grabaron vídeos y fotos para documentar los procesos creativos.

Jóvenes participantes en la campaña: Blanche Cardoner, Laura Ferrini, Aliénor Amaté, Louise Rivet, Anna Chianese Manca, Julie Bernasconi, Cécilia Bouillé, Johanne Deffarges.

Enlace al video: <https://youtu.be/df8wgazOBJw>

5. ¿Tradicion o violencia?

Organización: Universidad Complutense de Madrid



La campaña artística de la UCM fue desarrollada por miembros del personal de la UCM junto con dos artistas, profesoras y mediadoras artísticas, llamadas Yera Moreno y Eva Garrido, ambas procedentes del colectivo artístico “Colektivof” y los jóvenes participantes en el taller.

La idea principal de nuestra campaña artística era concienciar sobre la violencia simbólica contra las mujeres. La violencia simbólica es un concepto acuñado por Pierre Bourdieu y se refiere a formas invisibles de violencia contra las mujeres, que están arraigadas en nuestra propia cultura y que no son fáciles de reconocer. La violencia simbólica se expresa a través de los medios de comunicación, el arte, la religión, la cultura e incluso el lenguaje corporal, y contribuye a reforzar y justificar la violencia contra las mujeres y las relaciones de poder desequilibradas.

El título de nuestra campaña, “¿Tradición o violencia?”, se inspira en dos sucesos que tuvieron lugar en otoño de 2022 en la Universidad Complutense. En el primero, estudiantes varones gritaron desde todas las ventanas del gran edificio de sus residencias gritos ofensivos dedicados a las jóvenes que vivían en la cercana residencia femenina. En el segundo suceso, el vídeo del cántico tradicional realizado por los jugadores masculinos del equipo de rugby de la facultad de Derecho de la UCM se hizo viral y fue criticado por ser considerado violento contra las mujeres. En su canto, los estudiantes varones hacen referencia al delito de violación y sugieren que los abogados tienen el poder sobre éste. Curiosamente, en ambas situaciones, los hechos fueron descritos por los estudiantes implicados como parte de una tradición no violenta. No obstante, al analizar estas afirmaciones, nos preguntamos seriamente si debemos aceptar estos actos de violencia simbólica en nombre de la tradición.

La campaña fue co-diseñada con estudiantes durante un taller en el que los jóvenes participantes tuvieron la oportunidad de aprender sobre arte activista, artistas feministas y performance. Se realizaron diferentes debates y actividades dinámicas, y entre todos y todas diseñamos una respuesta artística colaborativa a estos hechos violentos y sexistas. Como resultado, decidimos crear pegatinas con diferentes lemas y sellos con símbolos feministas. El grupo también decidió redactar un manifiesto y elaborar un cántico feminista como respuesta al cántico del equipo masculino de rugby.

La Campaña Artística se realizó el 25 de noviembre de 2022, Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer. Ese día, marchamos alrededor de la Facultad de Educación con nuestro Manifiesto y empezamos a distribuir pegatinas en el espacio público y en diferentes Facultades de la Universidad, como acto de información y resistencia. Finalmente, decidimos leer el manifiesto en voz alta y cantar la canción en el espacio público, cerca de los Colegios Mayores de la Universidad.

Los jóvenes encontraron la campaña muy empoderadora y opinaron que este tipo de debates y experiencias deberían estar más presentes en la Universidad.

Jóvenes participantes en la campaña: Paloma Nova, Uma Hervás, Marina Domínguez, Kalus (Susana Galisteo), Pablo Lope García, Laura Guijarro y Silvia Zamorano.

Link to video: https://youtu.be/dXkOiXcKF_k



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



El apoyo de la Comisión Europea a la elaboración de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, que refleja únicamente las opiniones de los y las autoras, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.



Esta obra suscribe el concepto de “uso justo”. El uso justo es un criterio jurisprudencial que permite un uso limitado de material protegido sin requerir el permiso del titular de tales derechos, por ejemplo, para uso académico o informativo.





Exploring Gender and
Power through/in Art