

FEMINISMO INSTITUCIONAL Y GRUPOS DE PRESIÓN: RELACIÓN ENTRE EL LOBBY EUROPEO DE MUJERES Y EL GOBIERNO DE ESPAÑA

INSTITUTIONAL FEMINISM AND LOBBYING: CONNECTIONS BETWEEN THE EUROPEAN WOMEN'S LOBBY AND THE GOVERNMENT OF SPAIN

MARTA MANGAS SANTOS

LORENA R. ROMERO-DOMÍNGUEZ

Authors / Autoras:

Marta Mangas Santos

Universidad de Sevilla, Sevilla, España

marta.mangas@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0003-7362-8499>

Lorena R. Romero-Domínguez

Universidad de Sevilla, Sevilla, España

lorenaromero@us.es

<https://orcid.org/0000-0001-6942-0183>

Submitted / Recibido: 31/10/2022

Accepted / Aceptado: 20/03/2023

To cite this article / Para citar este artículo:

Mangas Santos, M. y Romero-Domínguez, L. R. (2023). Feminismo institucional y grupos de presión: relación entre el Lobby Europeo de Mujeres y el Gobierno de España. *Feminismo/s*, 42, 469-495. Women, data and power. Insights into the platform economy [Monographic dossier]. Miren Gutiérrez (Coord.). <https://doi.org/10.14198/fem.2023.42.17>

Licence / Licencia:

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International.



© Marta Mangas Santos y Lorena R. Romero-Domínguez

Resumen

El presente estudio se centra en comprobar la capacidad de influencia de los *lobbies* sobre los gobiernos. De manera concreta, tomamos como referencia el caso del *Lobby* Europeo de Mujeres (LEM, en adelante), seleccionado por ser la mayor entidad coordinadora de asociaciones de mujeres a nivel europeo, y sus conexiones con el Gobierno de España, conduciendo las necesidades de la sociedad en la consecución de políticas de igualdad entre mujeres y hombres desde lo particular al bien general. Procedemos, para identificar el grado de cooperación entre ambos, al análisis de la campaña «Movilizate contra el sexismo», desarrollada entre octubre de 2020 y enero de 2022. Se tendrán en cuenta diversas variables discursivas (los recursos y actividades empleados, los tipos de estrategias, las técnicas y herramientas comunicativas) para analizar el grado de adscripción a la defensa de la igualdad institucional y su plasmación en iniciativas legislativas del Gobierno de España y otros documentos vinculantes de organismos públicos dependientes del Estado.

Debemos indicar, como resultado general, que las ideas de LEM España se difunden en dos formatos distintos, en lo audiovisual con los seminarios y en lo escrito con las propuestas, y que las redes sociales actúan como evidencia y principal herramienta comunicativa de la campaña. Los anuncios y mensajes que se difunden en redes sociales suelen ser efectivos, sobre todo si estos son publicados por el Instituto de las Mujeres, dando voz a las acciones e intereses de LEM España. Asimismo, se identifican paralelismos entre las recomendaciones realizadas en los seminarios de la campaña analizada y algunas de las actividades legislativas recientes del Gobierno en materia de igualdad.

Palabras clave: *Lobbying*; Feminismo; Estado; *Lobby* Europeo de Mujeres; Discurso; España; Mujer, Igualdad institucional.

Abstract

This paper focuses on testing the influence of lobbyists within governments. Specifically, we study the Spanish section of the European Women's Lobby (EWL, hereinafter), the largest entity of women's associations in Europe, and its connections with the Government of Spain. We are particularly interested in observing how this cooperation helps to achieve the goal of institutional equality policies between women and men. In order to identify the levels of cooperation between the two organizations, the online seminars and written proposals of the campaign 'Mobilize against sexism' (developed between October 2020 and January 2022) have been analysed taking into account the following discursive variables: resources and activities, types of strategies, communicative techniques and tools. As a general result, we have identified parallels between the recommendations made in the seminars of the campaign 'Mobilize against sexism' in the field of justice, sport, education, and some of the recent legislative activities of the Government in the area of equality and other binding documents of public bodies.

Keywords: *Lobbying*; Feminism; State; European Women Lobby; Discourse; Spain; Woman; Institutional Equality.

1. INTRODUCCIÓN

Los *lobbies* están cargados, tradicionalmente, de connotaciones negativas. Las relaciones entre estos grupos de presión y el poder político, así como sus técnicas de persuasión y/o influencia para alcanzar sus objetivos, han sido ampliamente criticadas. Sin embargo, dentro de unos parámetros éticos y de transparencia, las acciones de los *lobbies* pueden volver a conectar a la

ciudadanía con los poderes ejecutivos (Haenel et al., 2013), reflejando las necesidades reales de la sociedad y funcionando como un componente legítimo y necesario del proceso de toma de decisiones (Parlamento Europeo, 2020). De este modo, los *lobbies* pueden tener un gran peso en nuestra sociedad (Caldevilla Domínguez y Xifra, 2013), pues se mueven como herramientas capaces de influir e impulsar acuerdos legislativos que representan las necesidades de la ciudadanía (Álvarez Vélez y Montalvo Jääskeläinen, 2014).

Una sociedad en sí misma debe tener una estructura de presión para impulsar los derechos e intereses de los grupos y garantizar la igualdad (Castillo-Esparcia y Almansa, 2011). El modelo democrático representativo ha sido, tradicionalmente, el mejor considerado para responder a las demandas ciudadanas, como explica Elguero y Merino (2017), pero actualmente está pasando por un momento de crisis, generando mayores diferencias entre la sociedad y los gobernantes. Según los datos de la Encuesta sobre tendencias sociales del Centro de Investigaciones Sociológicas de noviembre de 2021, la ciudadanía española tiene una mínima confianza en los partidos políticos (CIS, 2021). Lo mismo ocurre con el Gobierno y el Parlamento de nuestro país. El descontento social reafirma la necesidad de encontrar figuras de representación ciudadana alternativas a los cauces políticos convencionales, y estas pueden localizarse en los *lobbies*.

Elguero y Merino (2017) considera que el *lobby* puede mejorar la actividad legislativa y política, fomentando la participación ciudadana, especializando informaciones y decisiones tomadas desde el *lobista* y articuladas hacia el gobierno. De este modo, la función de los *lobbies* se basa en modular intereses de individuos y grupos mediante actuaciones de reivindicación, integración y aceptación en el marco de un consenso social y político. El objetivo estratégico común se basa en presentar y defender un interés privado (del grupo) y trasladarlo al interés general (de la sociedad), a través de un profundo análisis de las necesidades reales de la población. En este sentido, como apunta García Suárez (2021), los *lobbies* pueden consolidarse en un contexto positivo cuando sus actividades están motivadas por el bien común y, por consiguiente, actúan en favor de la conciencia social y la democracia, siendo útil para el proceso de la toma de decisiones (p. 58). Para ello, las acciones de *lobbying* deben hacer uso de instrumentos de persuasión e influencia como la negociación, la argumentación o la movilización. Pero

todas sus actuaciones deben darse siempre dentro de márgenes legales. Las malas prácticas que se desarrollan fuera de la legalidad no pueden ser estrategias lícitas para los grupos de presión en la consecución de sus objetivos.

No podemos negar que las connotaciones negativas que enmarcan al grupo de presión han impulsado un profundo debate sobre la utilidad y los propósitos de estas prácticas de influencia (González Fernández, 2020; Martínez Maíllo, 2021; Oliver González, 2019a, 2019b; Ridaó, 2017). En el informe *Report of the role of extra-institutional actors in the democratic system*, de la Comisión Europea (2013), se destaca que, aunque la actividad de los *lobbies* puede ser positiva para la democracia, también puede suponer un riesgo para la misma. Rubio Núñez (2017) explica que la transparencia en la actividad de los *lobbies* es una prioridad para «romper con las asociaciones del término ‘lobby’ con conceptos como la corrupción, el tráfico de interés y la defensa de intereses opuestos al interés general» (p. 400). Siguiendo a García Suárez (2021), los principios básicos de regulación del *lobbying* como la transparencia (Mulcahy, 2015), la integridad y la participación han permitido establecer buenas prácticas, no vinculantes todavía como el Registro de la Transparencia de la UE (Comisión Europea, s.f.) y el Código de Conducta (Comisión Europea, s.f.), en el ejercicio de estos grupos en pos de mejorar su imagen social. Como explica Oliver González (2019a):

La (re)legitimación de los sistemas políticos a través de un conjunto de reformas legales sobre transparencia, rendición de cuentas y acceso a la información han sido pilares básicos de cambios políticos sucedidos tanto en la legislación nacional como en las instituciones de la UE. En este ámbito se aprecia un cambio de tendencia respecto del tratamiento jurídico de los *lobbies*, de manera que frente al silencio que mantenían la mayoría de los sistemas jurídicos sobre dicho fenómeno, [...] hemos pasado a una situación en la que ya un elevado número de Estados han introducido o han iniciado la regulación de la actividad desarrollada por tales grupos. (p. 61)

Desde estos planteamientos, y siendo conscientes de la necesidad de transparencia de los *lobbies*, si se apuesta por reconocer un papel positivo a los mismos dentro de la sociedad, nuestra investigación tiene como objetivo fundamental explicitar las relaciones entre el *Lobby* Europeo de Mujeres (LEM, en adelante) y el actual Gobierno, identificando las estrategias y

técnicas comunicativas que han permitido al grupo de presión alcanzar cierto grado de influencia sobre entidades gubernamentales, capaces de impulsar el cambio político y social en materia de igualdad en España. Ello nos ayuda a reconocer la importancia del trabajo de los actores que representan el feminismo institucional, como recogen Lombardo y Verloo (2010):

[...] El feminismo de Estado ha mostrado que las agencias que se ocupan de las políticas para las mujeres juegan un papel importante a la hora de promover la agenda de la igualdad de género, particularmente dependiendo de las características de la agencia, el contexto de políticas y el movimiento feminista. (p. 16)

Atendiendo a estas ideas previas, se enumeran los siguientes objetivos para la presente investigación:

- O1: Demostrar que existe una relación, directa o indirecta, entre LEM España y el Gobierno, como forma de trasladar los intereses del feminismo institucional europeo al ámbito legislativo nacional.
- O2: Identificar las estrategias empleadas por LEM España para canalizar sus intereses en torno a los valores de igualdad.
- O3: Conocer el impacto de las redes sociales como herramienta comunicativa y como parte importante de las técnicas empleadas por el grupo de presión.

Para dar respuesta a los mismos, planteamos como hipótesis principal que la práctica *lobista* dentro del feminismo institucional se produce de manera indirecta sobre el Gobierno, al objeto de diluir las posibles connotaciones negativas que pueda derivarse de reconocer la existencia de una conexión estable entre la estructura administrativa y este grupo de presión concreto. La mala imagen que los *lobbies* transmiten en términos generales justifica una promoción de la conexión *lobby*-gobierno implícita, pero no ocultada completamente.

2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO: EL LOBBY EUROPEO DE MUJERES

El *Lobby* Europeo de Mujeres (*European Women's Lobby*, en inglés) es una organización fundada en 1990 que denuncia la desigualdad de las mujeres

en todos los ámbitos y lucha por los derechos de estas, asegurando que se aplican las políticas de la Unión Europea en lo que a igualdad se refiere (Marrades Puig, 2001; Pudrovska y Marx Ferree, 2004, Strid, 2015). El *lobby* cuenta con una sede en España, constituida en julio de 2016, con los siguientes objetivos de trabajo:

- Realizar propuestas políticas para el ámbito nacional y europeo que mejore las condiciones de vida y trabajo de todos los ciudadanos y ciudadanas, para garantizar la igualdad, así como promover la labor de formación en igualdad de oportunidades para las mujeres.
- Representar a las mujeres españolas en el *European Women's Lobby* (EWL), así como a las asociaciones que la forman, siempre en el marco de la UE e incluyendo a mujeres de todas las clases sociales y razas.
- Influir en las decisiones políticas nacionales y comunitarias para luchar contra la violencia de género a través de propuestas que puedan acabar con el problema social, entre otras premisas.
- Fomentar valores tales como la cooperación y la solidaridad entre mujeres dentro y fuera de la UE.
- Controlar la implantación de directivas, resoluciones, programas de acciones, planes de igualdad, etc.
- Promover la participación de las mujeres en puestos de responsabilidad en empresas e instituciones europeas, nacionales, autonómicas y locales.
- Realizar actividades de cooperación a nivel internacional con asociaciones o entidades con objetivos similares a los del LEM.

LEM España trabaja fundamentalmente en dos proyectos: «Movilízate contra el sexismo» y «También para Ella, un Futuro en Igualdad». El primero de ellos se realiza de manera conjunta en Irlanda, Portugal, Bélgica, Países Bajos, Hungría, Croacia, Bulgaria, Rumanía y España. Cada país cuenta con un sector para analizar y detectar problemas y difundir las recomendaciones. En el ámbito español, la organización se centra en justicia y medios de comunicación. La segunda campaña se articuló en 2021 como respuesta a una iniciativa lanzada desde Bruselas bajo el lema «Juntos por una Europa

Libre de Prostitución». En ella, LEM España participa junto a la Comisión para la Investigación de Malos Tratos a Mujeres (CIMTM) en la erradicación de la explotación sexual en la eurozona.

3. METODOLOGÍA DE TRABAJO

Para nuestra investigación, empleamos una metodología cualitativa de análisis del discurso construido en el marco de la campaña «Movilízate contra el sexismo» de LEM España. Hemos seleccionado esta campaña al ser la más completa en cuanto a variedad de actividades de los dos proyectos desarrollados por el *lobby*. En ella se incluyen las siguientes acciones: webinario «Educación y sexismo en España» (27/10/20); webinario sobre sexismo en los medios de comunicación (29/10/20); webinario «El sexismo en la justicia» (05/11/20); webinario sobre sexismo en el deporte (02/12/20); emisión de documento de propuestas de LEM España para combatir el sexismo en los medios de comunicación y la justicia al objeto de difundir las recomendaciones del Consejo de Europa de 2019 (23/12/20); redacción de recomendaciones «¡Fuera sexismo de nuestras aulas!» (20/01/22).

Estas actividades se han analizado a través de las siguientes variables, adaptando los modelos de Elguero y Merino (2017), Pascual Trujillo (2016) y Pineda Cachero (2002):

1. Tipo de recursos y actividades: seminarios, coloquios, recomendaciones, textos, entradas en redes sociales o en web.
2. Tipos de estrategias:
 - 2.1. de información: directas (cartas, reuniones, conversaciones, etc.), indirectas / concienciación opinión pública: campañas de relaciones públicas y prensa;
 - 2.2. de litigio: desacuerdos legislativos en los tribunales;
 - 2.3. de confrontación política: protestas y representación del conflicto en los medios de comunicación;
 - 2.4. de *monitoring* o productivas: trabajo diario, de despacho, revisando cada información que pueda ser de interés para el *lobby* al objeto de anticiparse a posibles situaciones de conflicto/crisis. Esta estrategia es vital pues resulta más efectivo anticiparse y actuar antes de que el problema llegue, que gestionar la

situación una vez producida la crisis. Aquí se catalogan también las acciones proactivas, como indican Pascual y Uribe-Salazar (2016), cuando se toma la iniciativa, por ejemplo, en la redacción o modificación de una ley, anticipándose así a la promulgación de esta;

2.5. reactivas: situaciones de crisis o conflicto.

3. Técnicas y herramientas comunicativas empleadas: persuasión, influencia, lenguaje político, negociación, argumentación, uso redes sociales (papel en redes, promoción, uso de estas, contactos).
4. Evidencias de la influencia del *lobby* sobre organismos gubernamentales: directas (asistencia de cargos oficiales a un evento, conversación en redes sociales, intervención o documento conjunto, apoyo a la campaña); indirectas (coincidencias en textos normativos, propuestas, documentos oficiales, menciones). Para hallar estas evidencias, hemos realizado, en primer lugar, un rastreo en la red social Twitter, mediante la escritura de una cuenta de interés: *Lobby* Europeo de Mujeres (@LEM_esp), Ministerio de Igualdad (@IgualdadGob), Instituto de las Mujeres (@InstMujeres), Ministerio de Educación y Formación Profesional (@educaciongob) y PSOE (@PSOE); sumado a una palabra clave (relacionada con los temas tratados en las actividades de la campaña): sexismo, educación, justicia y medios de comunicación. Por otro lado, a raíz de esta búsqueda y de lo expuesto en los seminarios y recomendaciones, se han seleccionado una serie de textos oficiales: Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, Proyecto de Ley Orgánica de garantía integral de la libertad sexual, Anteproyecto de Ley Orgánica por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2010, de 3 de marzo, de salud sexual y reproductiva y de la interrupción voluntaria del embarazo (2022), Ley 15/2022, de 12 de julio, integral para la igualdad de trato y la no discriminación, *Guía de Igualdad* de la Corporación RTVE, informes del Observatorio de Igualdad en el Deporte, dependiente del Ministerio de Cultura y Deporte. Tras la recopilación de información y documentación, se han comparado fragmentos de dichos textos

con las propuestas o recomendaciones expuestas por LEM España, con el objetivo de señalar las coincidencias.

4. RESULTADOS

4.1. Webinario «Educación y sexismo en España»

La primera actividad de la campaña «Movilízate contra el sexismo» de LEM España se realiza el 27 de octubre de 2020. Se trata de un webinario denominado «Educación y sexismo en España» realizado con el objetivo de «analizar los estereotipos sexistas que aún persisten en el sistema educativo español» y reflexionar sobre los posibles cambios que deben aplicarse, así como explorar «las oportunidades que ofrece la coeducación para construir una sociedad más igualitaria». El seminario cuenta con la presencia de tres expertas en el ámbito: Carmen Heredero, autora del libro *Género y Coeducación*, Yolanda García, vicepresidenta de la Asociación Claustro Virtual de Coeducación (CLAVICO), y Miriam Varela, coordinadora de la Plataforma La Roldana, una entidad que trabaja para la inclusión de artistas femeninas en los materiales educativos. El seminario fue presentado por la presidenta de LEM España, Rosa María Fernández Sansa.

Tabla 1. Análisis de «Educación y sexismo en España»

	<i>Recursos / actividades</i>	<i>Tipos de estrategias</i>	<i>Técnicas / herramientas comunicativas</i>	<i>Evidencias influencia / relación LEM y Gobierno</i>
<i>Educación y sexismo en España</i>	Seminario (recurso principal); recomendaciones al final	De información directas (conversación); indirectas / concienciación (campana); <i>monitoring</i> / productiva (recomendaciones)	Lenguaje persuasivo (argumentación); participación (ronda de preguntas / acto virtual = falta de dinamismo); redes sociales (anuncios LEM, evidencias)	Indirectas (tweet PSOE sobre sexismo y Consejo de Europa; coincidencias Ley LOMLOE y recomendaciones LEM)

Fuente: Elaboración propia.

El recurso principal del seminario es la estrategia productiva y de *monitoring*, puesto que las ponentes se anticipan a una posible situación de conflicto sobre educación y elaboran una serie de recomendaciones que plasman al final del acto. Encontramos, por otro lado, estrategias de información indirectas o de concienciación, puesto que se trata de una campaña para sensibilizar a los asistentes del seminario. En lo que respecta al apartado de conexiones directas o indirectas, debemos indicar que ni el Ministerio de Igualdad ni el de Educación, ni tampoco el Instituto de las Mujeres, hacen mención directa al seminario vía Twitter. Es interesante destacar que, en 2019, la entonces ministra de Educación, Isabel Celaá, fue mencionada en un tweet del PSOE donde se subrayaba el trabajo del Consejo de Europa sobre sexismo. Dicho tweet indicaba cómo el Ministerio de Educación pretende trabajar según las directrices del Consejo de Europa, impulsor de la iniciativa. Aunque no es una técnica propia de la actividad de la campaña, puede considerarse una evidencia indirecta del conocimiento del Gobierno sobre los intereses del *lobby*.

[@PSOE]. (7 de junio de 2019). @CelaaIsabel explica que Gobierno desarrollará una hoja de ruta para combatir el #sexismo y la desigualdad según las directrices que... [Tweet con imagen] <https://twitter.com/PSOE/status/1136956242713350144>

Tanto Carmen Heredero como Yolanda García, ponentes del webinar, mencionan en sus intervenciones la conocida como «Ley Celaá» (Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la LOE de 2006 –LOMLOE). Como explican ambas invitadas, la ley busca modificar los currículos educativos. Siguiendo a la ponente Carmen Heredero en su intervención en el seminario, la coeducación como alternativa propone recomendaciones tales como: *escuela inclusiva, lenguaje no sexista, cambiar los currículos para visibilizar a las mujeres, educación afectivo-sexual, orientación académica y profesional sin estereotipos, organización igualitaria, formación del profesorado y los demás profesionales*. Recalca la importancia de la escuela mixta, primordial para poder realizar las recomendaciones.

En este sentido, si revisamos la LOMLOE podemos encontrar las siguientes coincidencias con el discurso de LEM España empleado en el citado webinar. En primer lugar, en su preámbulo, menciona que la ley

«adopta un enfoque de *igualdad de género*¹ a través de la *coeducación* y fomenta en todas las etapas el aprendizaje de la *igualdad efectiva de mujeres y hombres, la prevención de la violencia de género y el respeto a la diversidad afectivo-sexual*, introduciendo en educación secundaria la orientación educativa y profesional del alumnado con *perspectiva inclusiva y no sexista*». Posteriormente, encontramos: «las Administraciones educativas promoverán que los *currículos y los libros de textos y demás materiales educativos fomenten el igual valor de mujeres y hombres y no contengan estereotipos sexistas o discriminatorios*. Asimismo, incluirán estos contenidos en los programas de formación inicial del profesorado». El término «afectivo-sexual» se menciona varias veces en el texto final publicado en el Boletín Oficial del Estado (BOE, en adelante).

El seminario tuvo lugar en octubre de 2020 y el BOE con la LOMLOE se publicó en diciembre de ese mismo año. Las evidencias encontradas son indirectas, pero demuestran que desde el mismo inicio de la campaña existe una interconexión entre el Ministerio de Educación y LEM España.

4.2. Webinario «Sexismo en los medios de comunicación»

La segunda actividad de la campaña tiene lugar el 29 de octubre de 2020, y consiste en un webinario sobre el sexismo en los medios de comunicación. El evento cuenta con diversas expertas: Pilar Álvarez, corresponsal de género de *El País*; Macarena Baena, directora de *Efeminista*; Yanna G. Franco, directora académica del Instituto Universitario de Investigaciones Feministas; Carolina Pecharromán, editora de igualdad de RTVE y Ana Requena, redactora jefa de género en *Eldiario.es*. La sesión fue moderada por Marta Ortiz, de la Asociación Española de Mujeres Profesionales en los Medios de Comunicación (AMECO) y tesorera de LEM España.

1. En cursiva se muestran las frases o términos que coinciden o muestran similitudes con el discurso de LEM España.

Tabla 2. Análisis de «Sexismo en los medios de comunicación»

	<i>Recursos / actividades</i>	<i>Tipos de estrategias</i>	<i>Técnicas / herramientas comunicativas</i>	<i>Evidencias influencia / relación LEM y Gobierno</i>
<i>Sexismo en los medios de comunicación</i>	Seminario (recurso principal); propuestas al final	De información directas (conversación); indirectas / concienciación (campana); <i>monitoring</i> / anticipación (propuestas)	Lenguaje persuasivo (argumentación); participación (ronda de preguntas / acto virtual = falta de dinamismo); redes sociales (difusión LEM, evidencias)	Directas (tweets Instituto de las Mujeres); indirectas (relación entre ponentes e Instituto de las Mujeres; coincidencias propuestas LEM y Guía de Igualdad RTVE)

Fuente: Elaboración propia.

El recurso principal del seminario es la estrategia de *monitoring* o anticipación, puesto que las ponentes exponen el problema del sexismo en los medios de comunicación, anticipándose a las consecuencias que pueden desencadenar la falta de coeducación o los cambios legislativos. Al inicio, Rosa María Fernández indica al respecto: «Estoy convencida de que este seminario de hoy nos proporcionará toda una serie de elementos de juicio para poder elaborar todas estas recomendaciones». En este seminario también se emplean las redes sociales como técnica de difusión y promoción de la campaña. LEM España publicó un tweet para anunciar el evento, entre otras publicaciones posteriores para recordar lo expuesto en el seminario. El Ministerio de Igualdad no publicó nada de forma directa sobre el seminario, algo que sí hizo la cuenta de Twitter del Instituto de las Mujeres, directamente vinculada con el Gobierno. El tweet que vemos a continuación tiene 20 retweets, 4 tweets citados y 38 me gusta. Se trata, por tanto, de una evidencia directa que conecta a LEM España con el Ministerio de Igualdad.

[@InstMujeres]. (28 de octubre de 2020). *El Lobby Europeo de Mujeres organiza el webinar 'El sexismo en los medios de comunicación', inscrito en el proyecto 'Movílzate...'* [Tweet con enlace Zoom e imagen] <https://twitter.com/InstMujeres/status/1321395687016271872>

Además, encontramos otra evidencia muy directa. La institución publicó poco después otro tweet con el enlace a un artículo de *Efeminista*, cuya directora, Macarena Baena, fue ponente del propio seminario de LEM España. Es más, el medio titula con: «Claves para combatir el sexismo en los medios de comunicación», y menciona directamente al seminario, al *lobby* y a las expertas que participaron en él.

[@InstMujeres]. (31 de octubre de 2020). *Claves para combatir el sexismo en los medios de comunicación*. [Tweet con enlace a [efeminista.com](https://twitter.com/efeminista)] <https://twitter.com/InstMujeres/status/1322457783090974720>

La tercera evidencia directa que encontramos es la respuesta a un tweet del Instituto de las Mujeres por parte de LEM España, donde hablan sobre sexismo. En esta ocasión la institución no menciona al *lobby*, pero la respuesta que recibe deja entrever la evidente relación entre ambos, sumado a los tweets mencionados anteriormente.

[@LEM_esp]. (2 de diciembre de 2020). *¡Atención a esto! El #sexismo sigue todavía muy presente en nuestra sociedad a través de la publicidad y los medios...* [Tweet que cita al Instituto de las Mujeres]. https://twitter.com/LEM_esp/status/1334224793831419905

También es interesante destacar la relación existente entre tres de las ponentes, Macarena Baena, Carolina Pecharromán y Pilar Álvarez, y el Instituto de las Mujeres. A finales de julio de 2022 se celebró un curso de la Universidad Complutense de Madrid, en colaboración con el Instituto de las Mujeres, denominado «Medios de Comunicación, Valores Democráticos y Género», para reivindicar los valores de perspectiva de género en materia de comunicación. Se trata de una evidencia indirecta que nos muestra que estas expertas tienen relación con el Gobierno a través del Instituto de las Mujeres, y que sus valores son difundidos tanto por la institución como por el *lobby*.

Puesto que se trata de un seminario sobre sexismo en los medios de comunicación, la evidencia más directa que podemos hallar se encuentra en que Carolina Pecharromán es la editora de igualdad de RTVE, el ente público, cuyos valores y contenidos son determinados por el Estado. En este sentido, que esta experta sea ponente de esta actividad de la campaña resalta aún más el vínculo entre el *lobby* y Gobierno. En marzo de 2020, RTVE publicó una *Guía de Igualdad*, que dicta lo siguiente: «este manual

responde al compromiso de RTVE con la igualdad entre hombres y mujeres en todas sus actividades». En sus referencias encontramos que se han usado varios documentos del Instituto de las Mujeres para escribir el manual de RTVE.

Volviendo al contenido del seminario, algunas de las propuestas mencionadas fueron: la *importancia del periodismo con perspectiva de género*, *necesidad de formar a las nuevas generaciones de periodistas*, pero también la coeducación desde el inicio de la enseñanza, así como *evitar que la agenda feminista se desdibuje durante crisis sociales que acaparan todo el interés mediático*. Por su parte, la guía aprobada por RTVE señala que «contiene las líneas estratégicas para la incorporación práctica de la *perspectiva de género*² en el trabajo cotidiano de RTVE en todos sus ámbitos». Se mencionan, así, muchas de las ideas recogidas en el seminario de LEM España, como *visibilizar a las mujeres y representarlas adecuada y equilibradamente*, *romper con los estereotipos sexistas*, *promover la diversidad femenina*, tanto física, como funcional y de edad. Además, añade que el Observatorio de Igualdad de RTVE vela por la *lucha contra la violencia de género y el lenguaje sexista*, y que se crea a raíz de la necesidad de *preservar la igualdad entre hombres y mujeres demandado por el Pacto de Estado contra la violencia de género de 2017*. El manual recoge los *principios*, el *lenguaje* y el *tratamiento informativo* que debe darse a sujetos vulnerables en la difusión de información como las *víctimas*.

Las coincidencias entre lo aportado en el seminario de LEM España y la *Guía de Igualdad* de RTVE suponen evidencias indirectas, capaces de subrayar aún más lo ya demostrado anteriormente con el resto de las conexiones entre *lobby* y Gobierno. El Instituto de las Mujeres demostró de forma explícita su interés por el seminario y los valores de LEM, que se han ido plasmando en códigos de conducta periodística tan importantes como el de igualdad de RTVE.

4.3. Webinario «El sexismo en la justicia»

El 5 de noviembre de 2020 tiene lugar la tercera actividad de la campaña, un nuevo seminario bajo el nombre de «El sexismo en la justicia», esta vez

2. En cursiva se muestran las frases o términos que coinciden o muestran similitudes con el discurso de LEM España.

para concienciar sobre el problema en el ámbito jurídico e institucional. El webinar fue moderado por Teresa Nevado, secretaria general de LEM España, y clausurado por Lara Ferguson, asesora del Instituto de las Mujeres. El webinar contó con un grupo de expertas en el ámbito de la justicia: Manuela Carmena, exjueza y ex alcaldesa de Madrid; Teresa Freixes, presidenta de la organización *Citizens pro Europe* y vicepresidenta de la Real Academia de Doctores; M.^a Ángeles Carmona, presidenta del Observatorio contra la Violencia Doméstica y de Género y vocal del Consejo General del Poder Judicial. También intervinieron Pilar Martín Nájera, hasta 2021 fiscal de sala delegada contra la Violencia sobre la Mujer de la Fiscalía General del Estado, y Susana Martínez Novo, abogada y presidenta de la Comisión para la Investigación de Malos Tratos a Mujeres.

Tabla 3. Análisis de «Sexismo en la justicia»

	<i>Recursos / actividades</i>	<i>Tipos de estrategias</i>	<i>Técnicas / herramientas comunicativas</i>	<i>Evidencias influencia / relación LEM y Gobierno</i>
<i>El sexismo en la justicia</i>	Seminario (recurso principal); sin propuestas al final	De información directas (conversación); indirectas / concienciación (campana); <i>monitoring</i> /anticipación	Lenguaje judicial e institucional, persuasivo (argumentación); participación (ronda de preguntas / acto virtual = falta de dinamismo); redes sociales (anuncio Instituto de las Mujeres, evidencias)	Directas (tweets Instituto de las Mujeres; participación vocal Asesora de la Directora Instituto de las Mujeres en el seminario)

Fuente: Elaboración propia.

Si hay una prueba que corrobora de manera explícita la relación entre el *lobby* y el Gobierno es la intervención de Lara Ferguson, asesora del Instituto de las Mujeres. La presidenta de LEM España recalca claramente durante el seminario que la institución dependiente del Ministerio de Igualdad forma directamente parte de la campaña. Además, la integrante del Instituto de

las Mujeres explica que participó en el comité de redacción de las recomendaciones del Consejo de Europa para combatir y prevenir el sexismo entre 2017 y 2018. Esto, que supone prácticamente la base de la campaña, demuestra que la colaboración con el organismo dependiente del Gobierno se ha producido desde el principio. Al final del seminario, la moderadora plantea una continuidad en las relaciones entre el Instituto de las Mujeres y LEM España, lo que evidencia un contacto fluido entre ambos entes. Más allá de la influencia, existe una relación mutua que les permite compartir y promocionar los mismos intereses.

Dado que el acto contó con la participación de Lara Ferguson, asesora del Instituto de las Mujeres, es evidente que la institución anunciaría el seminario vía redes sociales. El siguiente tweet cuenta con 14 retweets y 27 me gusta.

[@InstMujeres]. (4 de noviembre de 2020). *Ya está abierta la inscripción para asistir al webinar 'El sexismo en la justicia', que contará con la participación de...* [Tweet con enlace a Zoom e imagen] <https://twitter.com/InstMujeres/status/1323913313273679874>

4.4. Webinar sobre sexismo en el deporte

El 2 diciembre de 2021, LEM España organizó el cuarto y último seminario de la campaña, esta vez sobre sexismo en el deporte, con el objetivo de poner el foco en los estereotipos en este ámbito. En esta ocasión, las ponentes que participan son reconocidas en el mundo del deporte. En primer lugar, Mar Mas, presidenta de la Asociación para Mujeres en el Deporte Profesional (AMDP); Araceli Ochoa, periodista deportiva en *Futboleras*; y, por último, Pilar Calvo, miembro del equipo olímpico español de tiro.

Tabla 4. Análisis de «Sexismo en el deporte»

	Recursos / actividades	Tipos de estrategias	Técnicas / herramientas comunicativas	Evidencias influencia / relación LEM y Gobierno
Sexismo en el deporte	Seminario (recurso principal); sin propuestas al final	De información directa (conversación); indirecta / concienciación (campana); <i>monitoring</i> / anticipación (propuestas futuras)	Lenguaje persuasivo (argumentación / debate) y sencillo; participación (ronda de preguntas / acto virtual = falta de dinamismo); redes sociales (anuncios y recordatorios LEM; evidencias)	Indirectas (tweet Instituto de las Mujeres sobre Observatorio Igualdad en el Deporte; Ley del Deporte; Guía de Igualdad RTVE)

Fuente: Elaboración propia.

Este seminario, como recurso de la campaña, vuelve a desarrollarse de forma online. En este caso, no se realizan recomendaciones, por lo que solo pueden extraerse las ideas del debate final o de las intervenciones de las ponentes. En redes sociales, LEM España anunció el evento y en marzo de 2021 ya publicó algunos datos sobre la presencia femenina en el deporte:

[@LEM_esp]. (27 de marzo de 2021). *Algunos datos sobre la presencia femenina en el deporte: Solo el 20'7% de los cargos directivos de las entidades...* [Tweet con enlace a *La Vanguardia*] Twitter. https://twitter.com/LEM_esp/status/1375749439151693829

No encontramos ninguna actividad destacable en redes sociales sobre este tema por parte del Ministerio de Igualdad o el Ministerio de Cultura y Deporte. Pero es importante ‘rescatar’ un tweet del Instituto de las Mujeres de 2022, donde se anuncia el nacimiento del Observatorio de Igualdad en el Deporte. Esto puede considerarse una evidencia indirecta de la influencia de las ideas de LEM España en las acciones del Gobierno.

[@InstMujeres]. (19 de mayo de 2022). *Nace el Observatorio de la Igualdad en el Deporte. Más información y nota de prensa #IgualesEnElDeporte.* [Tweet que cita al Consejo Superior de Deportes] <https://twitter.com/InstMujeres/status/1527194843881132033>

En la web del Ministerio de Cultura y Deporte existe un apartado para explicar las acciones de este observatorio, que tiene entre sus objetivos «promover la igualdad real y efectiva entre mujeres y hombres», gracias a políticas diseñadas para combatir la discriminación por razón de sexo, garantizando la igualdad de trato y de oportunidades, y aumentando la presencia de las mujeres en todos los ámbitos deportivos. Por otro lado, la web de este Ministerio incluye un apartado sobre un protocolo para la prevención, detección y actuación frente a la violencia sexual, una cuestión cuya importancia ha sido mencionada en el seminario. Podemos destacar, también, que en 2021 se aprobó el anteproyecto de Ley del Deporte, para introducir medidas por la igualdad y contra cualquier tipo de discriminación.

Por último, resulta pertinente subrayar que la *Guía de Igualdad* de RTVE, mencionada con anterioridad, incluye entre sus actuaciones «promover la cobertura y la emisión de los eventos culturales y deportivos de mujeres en igualdad de condiciones que los masculinos y celebrar públicamente los logros femeninos». Con todo esto, podemos concluir que de nuevo las ideas de LEM España se ven reflejadas en las acciones del Gobierno, aunque en este caso mediante evidencias de carácter indirecto.

4.5. Emisión documento de propuestas contra el sexismo en los medios de comunicación y la justicia

El 23 de diciembre de 2020, el *Lobby* Europeo de Mujeres en España publicaba en su web dos propuestas, una para erradicar el sexismo en los medios de comunicación y otra poniendo el foco en la justicia. Como indican en su web: «Tras los seminarios de análisis de la situación, LEM España ha elaborado sendos documentos de recomendaciones que se entregarán a la Administración Pública Española y al Consejo de Europa en próximos encuentros».

En primer lugar, encontramos las «Propuestas del *Lobby* Europeo de Mujeres en España para erradicar el sexismo de los medios de comunicación españoles». Se trata de un documento breve, de cuatro páginas, y recoge algunas de las ideas comentadas en los seminarios, como que el contexto de la pandemia supone un riesgo para la perspectiva de género en la información. En la propuesta se menciona que estas han surgido del debate del

seminario sobre sexismo en los medios de comunicación del 29 de octubre: *transversalidad en la aplicación de la perspectiva de género a las informaciones*, y cómo esta debe aplicarse también a los formatos periodísticos. Por otro lado, *para evitar la información sexista los periodistas tienen que evitar los clichés en el lenguaje, y se subraya la necesidad de difundir los manuales de comunicación no sexista* –como el ya mencionado de RTVE en nuestro análisis–. También, las informaciones deben apostar por la *desagregación de los datos por sexo*. Es clave reforzar la educación con perspectiva de género, no solo en la comunicación, sino en todas las ramas y especialidades, y que los valores feministas se inculquen desde el inicio del sistema educativo. La formación en este sentido debe continuar con unos contenidos audiovisuales adecuados. Por último, es necesario contar con *agendas de expertas o voces femeninas en las redacciones*, así como implicar a las personas responsables en los medios en la práctica para promover la perspectiva de género.

En segundo lugar, se redactaron también las «Propuestas del *Lobby* Europeo de Mujeres en España para evitar el sexismo en la justicia». Surgen a partir de lo comentado en el seminario sobre sexismo en la justicia y subrayan la necesidad de conocer y poner en práctica toda la legislación de la Unión Europea en materia de igualdad en nuestro país. Por otro lado, se subraya la importancia de los programas del Consejo General del Poder Judicial y del Observatorio contra la Violencia de Género para tratar el sexismo en la justicia, que recoge, entre otras labores, la necesidad de presencia femenina en cargos importantes. En este sentido, es esencial la formación con perspectiva de género, para que los procesos legislativos y judiciales estén libres de estereotipos sexistas. Aunque España es un referente internacional en lo que a planes de igualdad y de lucha contra la violencia de género se refiere, persisten ciertos elementos sexistas en los procedimientos judiciales, que se reflejan en una falta de trato de la violencia económica, por ejemplo. Hay que tener en cuenta la *valoración del riesgo* en los casos de violencia de género, así como *prestar atención a las nuevas formas de violencia (redes sociales y medios telemáticos)*, que son difíciles de localizar y tratar.

Tabla 5. Análisis de «Propuestas contra el sexismo en los medios de comunicación y la justicia»

	<i>Recursos / actividades</i>	<i>Tipos de estrategias</i>	<i>Técnicas / herramientas comunicativas</i>	<i>Evidencias influencia / relación LEM y Gobierno</i>
<i>Propuestas contra el sexismo en los medios de comunicación y la justicia</i>	Propuestas / recomendaciones (recurso principal)	De información directa (carta / documento); indirecta / concienciación (campana); <i>monitoring</i> / anticipación (propuestas)	Lenguaje sencillo, dirigido al Gobierno / instituciones (feedback lobby y poder político); redes sociales (evidencia)	Directas (tweet Instituto de las Mujeres reunión LEM e Instituto de las Mujeres); indirectas (coincidencia propuestas LEM sobre medios y Guía de Igualdad RTVE; coincidencia propuestas LEM sobre justicia y Ley de «Solo sí es sí»)

Fuente: Elaboración propia.

En esta ocasión, las redes sociales no son una herramienta principal de difusión. Pero sí que podemos destacar un tweet del Instituto de las Mujeres, del 11 de diciembre de 2020, antes de la publicación de los documentos, que menciona la reunión que tuvo la directora de la institución con LEM España.

[@InstMujeres]. (11 de diciembre de 2020). *La directora del Instituto de la Mujer, @BeatrizGimenol, se reúne con representantes del @LEM_esp para abordar estrategias para erradicar...* [Tweet] <https://twitter.com/InstMujeres/status/1337344322593808387>

Esto puede llegar a considerarse una evidencia directa del contacto entre el Gobierno y LEM España, y, además, demuestra la influencia del *lobby* para la elaboración de recomendaciones y estrategias. Para las propuestas sobre sexismo en los medios de comunicación, podríamos volver a la *Guía de Igualdad* de RTVE. Recordemos que en ella se mencionaba la *perspectiva de género, luchar contra el lenguaje sexista*, etc. Pero las evidencias, una vez redactadas las propuestas de LEM España, son aún más concretas: «abordar

las informaciones o problemas generales teniendo en cuenta la *desagregación de datos por sexo* y las posibles implicaciones específicas para las mujeres». Por otro lado, el manual también señala que es necesario «Perseguir el equilibrio de mujeres y hombres en las *voces expertas* a las que se acude tanto en programas de entretenimiento como informativos». Las propuestas de LEM España indican la necesidad de difundir manuales de comunicación no sexista, un trabajo realizado por RTVE con su guía.

En mayo de 2022 el Congreso aprobó la conocida popularmente como «Ley de solo sí es sí» (*Ley de Garantía Integral de Libertad Sexual*) donde se especifica cómo debe abordarse el consentimiento en las relaciones sexuales. Aunque no se trata de una evidencia muy directa con respecto a lo expuesto en las propuestas sobre sexismo en la justicia, sí se rastrea un punto de conexión con algunas de las sentencias más polémicas y mediáticas en casos de violaciones y agresiones sexuales, algo que se menciona en el seminario. Una de las propuestas de LEM España dice que los procesos legislativos y judiciales deben estar libres de sexismo y estereotipos. Menciones directas del discurso de LEM España en la ley son las siguientes: «Se adaptarán todas las herramientas y protocolos policiales de trabajo para la recogida de información, la coordinación, la *valoración del riesgo* (la cursiva es nuestra para evidenciar la coincidencia directa con el término empleado por LEM España), la prevención, la atención, el seguimiento y la protección de las víctimas».

Por otro lado, ya se incluye en este proyecto una mención a la *violencia en redes sociales*, especificando la pena que recibirá quien utilice una imagen personal para difundir y ocasionar una situación de «acoso, hostigamiento o humillación». En cuanto a los delitos contra la libertad sexual, la ley recoge el castigo de prisión del responsable de agresión sexual, considerado todo aquel que «realice cualquier acto que atente contra la libertad sexual de otra persona sin su consentimiento», ya que «solo se entenderá que hay consentimiento cuando se haya manifestado libremente mediante actos que, en atención a las circunstancias del caso, expresen de manera clara la voluntad de la persona».

4.6. Recomendaciones «¡Fuera sexismo de nuestras aulas!»

En enero de 2022, LEM España publicó en su web propuestas para erradicar el sexismo en la educación, como última actividad de la campaña. Se trata de una entrada en la web, sin un documento oficial como en los casos anteriores, pero que sigue recogiendo lo expuesto en el primer seminario sobre sexismo en la educación. Las recomendaciones son, por tanto, las mismas que ya mencionamos en el primer análisis: 1) «*Cambiar los currículos para visibilizar a las mujeres [...]*» recogiendo sus aportaciones justo en un momento en el que se estaban discutiendo los nuevos currículos oficiales derivados de la LOMLOE; 2) Orientación académica y profesional sin estereotipos para fomentar las disciplinas STEM entre las niñas; 3) *Educación afectiva-sexual* en Infantil, Primaria y Secundaria atendiendo a la diversidad y como medida de prevención contra la violencia de género; 4) Impulsar en los centros una metodología para la coeducación; 5) Difusión de los materiales coeducativos existentes; y 6) Uso de lenguaje no sexista.»

Tabla 6. Análisis de recomendaciones «Fuera sexismo de las aulas»

	<i>Recursos / actividades</i>	<i>Tipos de estrategias</i>	<i>Técnicas / herramientas comunicativas</i>	<i>Evidencias influencia / relación LEM y Gobierno</i>
<i>Recomendaciones «¡Fuera sexismo de nuestras aulas!»</i>	Entrada en web (recurso principal); propuestas	De información directa (entrada / publicación); indirecta / concienciación (campaña); <i>monitoring</i> / anticipación (propuestas)	Lenguaje sencillo y conciso, brevedad (dificultad análisis técnicas); redes sociales (recordatorio LEM propuestas)	Indirectas (coincidencias entre recomendaciones LEM y Ley LOMLOE / Ley de salud sexual y reproductiva y de interrupción voluntaria del embarazo / Ley Integral para igualdad de trato y la no discriminación)

Fuente: Elaboración propia.

En este caso, puesto que no se trata de un documento ni de un seminario, resulta complicado encontrar evidencias para analizar las estrategias y técnicas. La publicación como entrada de la web es el recurso principal, y la estrategia es de información directa, puesto que se trata de una publicación. La estrategia de *monitoring* y anticipación está presente porque se trata de unas propuestas que pretenden impulsar cambios legislativos que eviten problemas futuros en la educación. En cuanto a las redes sociales, no parece haber habido acciones destacables después de eso, más allá de publicar las propuestas en un tweet, que cuenta con 3 retweets y 2 me gusta en su primera publicación.

[@LEM_esp]. (1 de febrero de 2022). ¿Nos dejamos algo? ¿Qué crees que sería necesario para alcanzar un sistema educativo libre de estereotipos sexistas? Puedes leer aquí... [Tweet con enlace a la web del LEM] https://twitter.com/LEM_esp/status/1488499621659914251

Además de las coincidencias con la «Ley Celaá», se han localizado evidencias en el Proyecto de Ley Orgánica por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2010, de 3 de marzo, de Salud Sexual y Reproductiva y de Interrupción Voluntaria del Embarazo. En esta se vuelve a mencionar lo establecido en la reciente regulación del sistema educativo, donde *la educación afectivo-sexual se contempla en todas las etapas educativas, adaptada a la edad del alumnado y contribuyendo al desarrollo integral del mismo*. También se mencionan las etapas de educación sexual para prevenir las infecciones de transmisión sexual, donde se vuelve a indicar la importancia de la educación afectivo-sexual en el currículum escolar. Así, expone que *la educación afectivo-sexual, en todas sus dimensiones, forma parte del currículo durante toda la educación obligatoria, y será impartida por personal que habrá recibido la formación adecuada para ello*.

Por otro lado, podemos destacar también lo expuesto en la Ley 15/2022, de 12 de julio, integral para la igualdad de trato y la no discriminación sobre educación, tanto en la académica como en la no formal: *las administraciones educativas otorgan, en el currículo de todas las etapas educativas, una atención especial al derecho de igualdad de trato y no discriminación*.

En definitiva, desde que se realizó el seminario sobre sexismo en la educación hasta que se plasmaron las propuestas en la web, e incluso posteriormente, podemos ver que las evidencias son clave para entender cómo LEM España ha compartido las ideas con el Gobierno.

5. CONCLUSIONES

LEM España nos muestra a través de su actividad en «Movilízate contra el sexismo» algunas de las tareas y herramientas que los *lobbies* emplean usualmente en el contexto de una campaña. Las seis acciones analizadas se dividen en cuatro seminarios y dos recomendaciones y propuestas. Cada recurso y actividad tiene una finalidad distinta, aunque se repitan algunos puntos. Los seminarios invitan a la ciudadanía a conocer las distintas ideas de las ponentes en los ámbitos de la educación, los medios de comunicación y la justicia. Los seminarios apuestan por estrategias y técnicas homogéneas, predominando las de información directa e indirecta o de concienciación y de *monitoring*.

Por otro lado, las redes sociales han actuado como evidencia y principal herramienta comunicativa de la campaña. Los anuncios y mensajes que se difunden en redes sociales suelen ser efectivos, sobre todo si estos son publicados por el Instituto de las Mujeres, dando voz a las acciones e intereses de LEM España. Así, lo que en el inicio de nuestra investigación parecía casual –como un tweet del PSOE sobre sexismo en educación y el Consejo de Europa–, se transforma en pruebas directas. Por ejemplo, la participación de Lara Ferguson, asesora del Instituto de las Mujeres en el seminario «El sexismo en la justicia». La experta fue una de las integrantes en la redacción de las recomendaciones del Consejo de Europa para erradicar el sexismo. Por ello, el anuncio de la reunión entre LEM España y el organismo con posterioridad al evento subraya un conocimiento de intereses mutuos previo, y no un encuentro de negociación entre partes diferenciadas.

A pesar del poder comunicativo de un seminario y su difusión en redes sociales, lo que realmente tiene un efecto importante son las recomendaciones que se derivan de las conversaciones entre las expertas invitadas. Estas han pasado posteriormente a ser redactadas en un documento oficial capaz de impulsar cambios legislativos que se han acometido desde la llegada al Ejecutivo de Pedro Sánchez. Lo recogido por la «Ley Celaá», la «Ley de solo sí es sí», la Ley de Salud Sexual y del aborto o la de Igualdad, son los ejemplos legislativos más claros de la influencia del *lobby*, rastreándose similitudes entre las recomendaciones de las expertas en la campaña analizada y la posterior redacción de estos textos legislativos.

Tras nuestro análisis, concluimos que LEM España ha influido en la legislación desarrollada recientemente en el Gobierno actual. Las evidencias encontradas demuestran que la relación no siempre es explícita, pero existe y se ha documentado en cuanto a la participación de determinadas ponentes, las interacciones comunicativas en las redes sociales y los fragmentos compartidos en torno a los valores del feminismo institucional. La mala imagen que los *lobbies* transmiten en términos generales justifica una promoción de la conexión *lobby*-Gobierno implícita, en algunas ocasiones, pero que no se oculta completamente.

La relación entre LEM España y el Gobierno es consensuada, todo un pacto de apoyo de intereses y reconocimientos mutuos. El Gobierno puede emplear al *lobby* como difusor de sus mensajes, sabiendo que este acogerá los cimientos de sus propuestas. El *Lobby* Europeo de Mujeres ha encontrado un respaldo considerable en las buenas relaciones con el Instituto de las Mujeres. Y es en esta estable conexión donde podemos ver cómo los intereses en materia de igualdad han conquistado la esfera de lo colectivo y han consolidado esta práctica *lobista* dentro del feminismo institucional en nuestro país.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez Vélez, M. I., y Montalvo Jääskeläinen, F. de. (2014). Los *lobbies* en el marco de la Unión Europea: una reflexión a propósito de su regulación en España. *Teoría y realidad constitucional*, 1(33), 353-378. <https://doi.org/10.5944/trc.33.2014.13025>
- Caldevilla Domínguez, D., y Xifra, J. (2013). Historia de los *Lobbies*: una forma de escribir la historia. *Historia y comunicación social*, 18, 879-92. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44371
- Castillo Esparcia, A., y Almansa Martínez, A. (2012). Interacciones comunicativas entre *lobbies*, sistema político y medios de comunicación. *Temas de comunicación*, 23, 67-87. <https://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/index.php/temas/article/view/675>
- Centro de Investigaciones Sociológicas (2021). *Encuesta sobre tendencias sociológicas*. http://datos.cis.es/pdf/Es3343marMT_A.pdf

- Comisión Europea (s.f.). *Código de Conducta*. Recuperado el 12 de septiembre de 2022, de https://ec.europa.eu/transparencyregister/public/staticPage/displayStaticPage.do?reference=CODE_OF_CONDUCT&locale=es#es
- Comisión Europea (s.f.). *Registro de Transparencia*. Recuperado el 12 de septiembre de 2022, de <https://ec.europa.eu/transparencyregister/public/homePage.do?redir=false&locale=en>
- Comisión Europea (2013). *Report of the role of extra-institutional actors in the democratic system (Lobbying)*. Adopted by the Venice Commission at its 94th Plenary Session (Venice, 8-9 March 2013). [https://www.venice.coe.int/webforms/documents/?pdf=CDL-AD\(2013\)011-e](https://www.venice.coe.int/webforms/documents/?pdf=CDL-AD(2013)011-e)
- Consejo de Administración del Registro de Transparencia (2021). *Informe anual sobre el funcionamiento del Registro de Transparencia 2021 Presentado por el Consejo de Administración del Registro de Transparencia para el Parlamento Europeo, el Consejo de la Unión Europea y la Comisión Europea*. Bruselas.
- Elguero y Merino, J. M. (2017). *Lobby y grupos de presión: análisis regulatorio y estudio en el sector asegurador*. [Tesis Doctoral]. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/49441/>
- García Suárez, A. L. (2021). *El fortalecimiento de la democracia participativa a través del lobby*. [Tesis Doctoral]. <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/33062>
- González Fernández, S. (2020). Aspectos constitucionales para la adecuada regulación de los grupos de interés. *Corts: Anuario de derecho parlamentario*, 33, 311-345. https://www.cortsvalencianes.es/sites/default/files/media/file_author/08_N_Gonzalez_Fernandez_Santiago.pdf
- Haenel, H., Haller, G., Maiani, F., Peters, A., Dijk, P.A., y Chari, R.S. (2013). *Report on the role of extra-institutional actors in the democratic system (lobbying)*. European Commission for Democracy through Law. [https://www.venice.coe.int/webforms/documents/?pdf=CDL-AD\(2013\)011-e](https://www.venice.coe.int/webforms/documents/?pdf=CDL-AD(2013)011-e)
- Lombardo, E., y Verloo, M. (2010). La ‘interseccionalidad’ de género con otras desigualdades en la política de la Unión Europea. *Revista Española de Ciencia Política*, 23, 11-30. https://www.urv.cat/media/upload/arxiu/igualtat/JeanMonnet/2012/lombardo_verloo.pdf
- Marrades Puig, A.I. (2001). Los derechos políticos de las mujeres. Evolución y retos pendientes. *Cuadernos constitucionales de la Cátedra Fadrique Furió Ceriol*, 36-37, 195-214. <https://www.corteidh.or.cr/tablas/r23302.pdf>
- Martínez-Maillo Toribio, F. (25 de abril de 2021). La necesaria regulación del ‘lobby’ en España. *Economist & Jurist*. <https://cutt.ly/642me5u>

- Mulcahy S. (2015). *El Lobby en Europa. Influencia encubierta, acceso privilegiado*. Transparency International España. https://transparencia.org.es/wp-content/uploads/2015/11/lobbying_eu-report_esp_web.pdf
- Oliver González, A. B. (2019a). Análisis y regulación del lobby en la Unión Europea. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 149, 91-108. <https://doi.org/10.15178/va.2019.149.91-108>
- Oliver González, A. B. (2019b). Estudio comparado de la regulación del Lobbying: Reino Unido, Francia y la Unión Europea. *adResearch ESIC International Journal of Communication Research*, 20, 50-65. <https://doi.org/10.7263/adresic-020-04>
- Parlamento Europeo (2020). *Informe anual sobre el funcionamiento del Registro de Transparencia*. Comisión Europea. <https://www.europarl.europa.eu/at-your-service/files/transparency-and-ethics/lobby-groups/es-annual-report-on-the-operations-of-the-transparency-register-2020.pdf>
- Pascual, J., y Uribe-Salazar, C. (2012). El lobby en la prevención de crisis. *Más poder local*, 29, 20-21. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3912600>
- Pascual Trujillo, L. (2016). *La situación actual del lobby en España. Análisis, comparativa y Propuestas*. [Trabajo de Fin de Grado]. <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/34638/retrieve>
- Pineda Cachero, A. (2002). *Lobbies y grupos de presión: de la política a la comunicación. Una fundamentación teórica*. *Laurea Hispalis: Revista internacional de investigación en relaciones públicas, ceremonial y protocolo*, 1, 87-122. <https://idus.us.es/handle/11441/57069>
- Pudrovska, T., y Marx Ferree, M. (2004). Global Activism in «Virtual Space»: The European Women's Lobby in the Network of Transnational Women's NGOs on the Web. *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society*, 11(1), 117-143. <https://doi.org/10.1093/sp/jxh028>
- Ridao, J. (2017). *Los grupos de presión. Análisis de la regulación del lobby en la UE y en España*. Tirant lo Blanch.
- Rubio Núñez, R. (2017). La actividad de los grupos de presión ante el poder ejecutivo: una respuesta jurídica más allá del registro. *Teoría y realidad constitucional*, 40, 399-430. <https://doi.org/10.5944/trc.40.2017.20920>
- Strid, S. (2015). *Gendered Interests in the EU: The European Women's Lobby and the Organization and Representation of Women's Interests*. GlobeEdit.