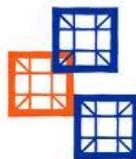




Universidad de Valladolid



**CAMPUS PÚBLICO
MARÍA ZAMBRANO
SEGOVIA**

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación

Campus María Zambrano - Segovia

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

TRABAJO FIN DE GRADO

**La mujer saudí, la mujer prohibida. Representaciones y
realidades en publicidad y cine.**

Presentado por: Milenova Gyulmezova, Kris

Tutelado por: Morera Hernández, Coral

Segovia, 26 de junio de 2014

ÍNDICE

Introducción

Objetivos.....	página 5
Justificación.....	página 6
Metodología.....	página 6
Estado de la cuestión.....	página 7

CAPÍTULO 1

La mujer saudí en el mundo árabe

1.1. La mujer en el mundo árabe: algunos apuntes.....	página 11
1.1.1. La mujer de Arabia Saudí.....	página 12
1.2. Los derechos de la mujer en el Islam.....	página 14
1.2.1. Derechos de la mujer saudí: un repertorio de contradicciones.....	página 17
1.3. El mundo prohibido para la mujer saudí.....	página 18
1.4. La vestimenta de la mujer árabe.....	página 19
1.4.1. La vestimenta de la mujer saudí.....	página 22

CAPÍTULO 2

La mujer saudí en el mundo publicitario: una realidad sombría

2.1. La publicidad en el mundo árabe.....	página 25
2.1.1. La publicidad “imposible”: algunos ejemplos.....	página 27
2.2. La publicidad: una esperanza para la mujer saudí.....	página 28
2.2.1. Campaña: “No más abusos”.....	página 28
2.2.2. Campaña “Mujeres al Volante”.....	página 30
2.2.3. El catálogo Ikea para Arabia Saudí: un hogar sin mujeres.....	página 33

CAPITULO 3

La mujer saudí en el mundo cinematográfico

3.1. Breve historia del cine saudí.....	página 41
3.2. Análisis de la película “La bicicleta verde”	página 43
3.2.1. Análisis de las escenas que plantean denuncias sociales.....	página 45
Conclusiones.....	página 49
Referencias bibliográficas.....	página 51

La mujer saudí, la mujer prohibida. Representaciones y realidades en publicidad y cine.

Introducción

Oriente como un destino lejano y exótico, siempre ha sido fuente de inspiración para Occidente. El mundo árabe fue utilizado como un elemento seductor en los carteles comerciales, representado a través de imágenes muy estereotipadas. Lo oriental, pero no en su aspecto político sino basado en la fantasía, la sensualidad, el misterio, ocupaba un lugar significativo en la publicidad a nivel mundial. En la segunda mitad del siglo pasado, la mayor parte de los carteles publicitarios que buscaban reflejar el místico ambiente de Oriente eran protagonizados por mujeres árabes. Su imagen idealizada no se correspondía con la real, por el contrario se trataba de una metáfora provocada por el desconocimiento de la cultura y tradición árabes. Por esta razón, los cartelistas crearon un mundo imaginario compuesto por paraísos, arenas, camellos, pirámides y mujeres sensuales y seductoras que transmitían una atmosfera de misterio. Lamentablemente, ese exotismo esconde una realidad menos romántica y a menudo dramática para la mujer árabe, y más aún, para la mujer saudí. Sobre las representaciones y realidades de ésta, versa el presente trabajo.

Objetivos

Los objetivos generales del presente TFG son los siguientes:

- Realizar un acercamiento hacia la cultura, la religión y las costumbres árabes, vinculadas con el mundo de la mujer saudí.
- Reflejar su realidad desde el punto de vista de sus responsabilidades, prohibiciones, derechos e intereses.
- Analizar el papel de la mujer dentro de la sociedad saudí.
- Describir el papel que desempeña la industria cinematográfica saudí en la transformación de los valores y los roles a los que se ve sometida la mujer.
- Estudiar el fenómeno publicitario como herramienta de reivindicación y mejora de las condiciones de vida de la mujer saudí.
- Reflejar los principales cambios a nivel social y de carácter cultural producidos a lo largo de los años, decisivos sobre el posicionamiento actual de la mujer en Arabia Saudí.

Justificación

El mundo árabe es un mundo complejo. Pese a que a lo largo de los años ha sido investigado en múltiples ocasiones, se sigue analizando determinadas cuestiones cuyas respuestas no parecen suficientemente claras y concretas: los temas tabú son infinitos. La mujer en la realidad árabe siempre ha despertado mucho interés, de vez en cuando ha sido criticada, en otras ocasiones ha sido tratada como víctima, incluso rechazada, pero en cualquier caso siempre ha estado envuelta en mucho misterio. Las mujeres sin rostro, las mujeres sin personalidad, las mujeres sin independencia, todos hemos escuchado en más de una ocasión este tipo de características y comentarios. Por esta razón, he decidido enfocar mi proyecto universitario hacia un tema que siempre me ha interesado tanto por el conflicto cultural, por la serie de leyes antihumanas que perjudican la vida de la mujer saudita, como por todos los prejuicios que quedan escondidos detrás del burka.

Arabia Saudita es uno de los países más extremos del mundo, la represión femenina se ha convertido en una inseparable parte de la política del gobierno. Debido a que se trata de un país introvertido y conservador, existen muy pocos análisis sobre el papel que ocupa la mujer en la sociedad saudita. Las pocas veces que aparece en el espacio público es mediante publicaciones en la prensa, relacionadas y enfocadas hacia un tema en concreto. En este contexto, mi deseo es realizar un estudio más profundo sobre la vida femenina, es decir, dar respuesta a las cuestiones que he formulado en los objetivos del proyecto. Es llamativo el hecho de que en Arabia Saudí han limitado el desarrollo tanto de la industria cinematográfica como el ámbito publicitario, por esta razón, la información vinculada con estos temas es escasa. A día de hoy, la única forma de obtener una visión general sobre la presencia de la mujer saudí y su papel en actividades culturales de carácter diverso, es mediante campañas concretas que analizaré a lo largo del proyecto.

En definitiva, considero que la idea principal en la que se basa este estudio académico es coherente y pertinente para los estudios de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. La mujer saudita es la gran “desconocida”, su imagen reflejada en el cine y la publicidad apenas ha sido analizada e investigada. Por esta razón, opino que un proyecto de este tipo puede aportar información sobre las mujeres saudíes y mostrar a través de ejemplos concretos el fuerte contraste actual entre las reglas impuestas que limitan en extremo a las saudíes y la lucha a favor de sus derechos fundamentales a través de dichos ámbitos.

Metodología

La planificación y el desarrollo del TFG se han realizado a través de una exploración cualitativa. En concreto, con el objetivo de profundizar en la cuestión de la mujer saudí y su reflejo, tanto en la publicidad como en la industria cinematográfica, por un lado, he analizado el panorama actual mientras que, por otro, he efectuado un detallado estudio y análisis de sus antecedentes. De tal modo, con la finalidad de establecer una estructura clara y veraz que aporte calidad al trabajo, he investigado una serie de casos de estudio. Estos referentes se encuentran en la base del desarrollo del TFG y al mismo tiempo contribuyen a construir una visión real y coherente de la mujer saudí, ejemplificando el apartado teórico. Asimismo, el proyecto contendrá una fundamentación teórica que facilitará el avance del estudio principal, enriquecida a partir de publicaciones en prensa diaria vinculadas con el tema, así como la revisión de libros y revistas especializadas.

He procedido a llevar a cabo una descripción adecuada sobre la historia de la mujer en el mundo árabe, sus derechos y obligaciones, sus prohibiciones, así como aquellos aspectos que favorecen un mejor conocimiento del objeto de estudio. Me refiero a aspectos culturales, prestando especial atención a su vestimenta: Reflejo y condición de la vida de estas mujeres. Este es, sin duda, uno de los apartados que más expectación y crítica despierta, sobre el que sin embargo, hay un gran desconocimiento.

Estado de la cuestión

Respecto al estado de la cuestión, a partir de una investigación previa, he analizado la existencia de múltiples estudios vinculados con la mujer en el mundo árabe, los cuales tienden a representarla desde un punto de vista global. Pese a que la mujer saudita forma parte de esta realidad, apenas se ha profundizado debido a la complejidad de acudir al país y vivir una experiencia real. En los medios de comunicación se encuentran noticias que reflejan las novedades relacionadas con la misma pero desafortunadamente existe una completa carencia de estudios que ofrezcan información veraz. Por esta razón, acudiré a fuentes personales y contactos en Arabia Saudita para obtener una imagen general y verificar la información disponible a través de los medios de comunicación. Estas dos vías han sido esenciales para la planificación y el desarrollo del proyecto.



Figura 1. Mujer saudí.

CAPÍTULO 1

La mujer saudí en el mundo árabe



1.1. La mujer en el mundo árabe: algunos apuntes

La mujer en el mundo árabe, es un tema complejo y diverso que provoca un gran número de cuestiones. Las temáticas tanto intelectuales como culturales unidas permiten el estudio de la mujer desde otra perspectiva. Un acercamiento que propone una cuestión principal: ¿Cómo es percibida la mujer en la sociedad árabe? ¿Como un objeto o como un sujeto? En la actualidad en muchos de los países se sigue distinguiendo entre actividades y tareas femeninas y masculinas. En concreto, la mujer se ocupa de responsabilidades domésticas y familiares en un espacio privado, en cambio los hombres se dedican al espacio público y sus correspondientes tareas son laborales y políticas. Mencionando la palabra política, es importante la aclaración de que en algunos de los países islámicos donde el fundamentalismo religioso está muy desarrollado, como es el caso de Afganistán, la mujer no tiene derecho a votar, de este modo, su libertad de expresión está fuertemente limitada. Por la misma razón, las mujeres árabes no pueden desarrollar una actividad social amplia, tampoco pueden mostrar sus intereses y talentos. Se les reconoce su derecho a pensar solo y cuando se trata de un círculo familiar cerrado.

Por otro lado, la represión femenina tiene un respaldo histórico. Con la aparición del islam como una nueva religión, se han despertado múltiples conflictos debido a que el resto de las religiones ya existentes no estuvieron dispuestas a aceptar esta nueva corriente. La historia conoce varios enfrentamientos entre cristianos e islamistas antes de que el Islam consiguiera establecerse como una religión oficial. En estas batallas la tasa de hombres musulmanes fallecidos fue muy elevada, por lo que se produjo un desequilibrio entre el número de mujeres y hombres en el mundo árabe. Como consecuencia de este hecho, se ha establecido la norma que figura en Corán, según la cual un hombre puede tener hasta cuatro mujeres. La idea principal del profeta Mahoma fue equilibrar el pueblo musulmán, sin embargo este hecho produjo una desigualdad plena entre los dos sexos, infravalorando el papel de la mujer y sobreestimando el del hombre. De este modo, a lo largo de los años la mujer no ha conseguido ganar su independencia y tampoco ha conseguido posicionarse en situación de igualdad con el hombre.

En la actualidad el matrimonio con cuatro mujeres se sigue aplicando en muchos de los países árabes, la cuestión es que no todos los hombres se lo pueden permitir debido a que tal y como está escrito en el Corán, tiene que tratar a las cuatro mujeres de forma igualitaria. Es decir, cada una tiene que tener su propia casa, su tiempo tiene que ser distribuido entre las cuatro, y se tiene que comprometer a que de ninguna forma perjudique a alguna de sus esposas.

En definitiva, la limitación de las mujeres árabes proviene del hecho de que ellas no son autónomas, no son independientes, no pueden tomar decisiones, ni de carácter personal ni de nivel público, sin embargo, estas decisiones ya están tomadas por la sociedad o por los familiares. La sociedad árabe se basa en unas normas que unen la cultura, la política y la religión en un mismo cuerpo, de este modo, las posibilidades de cada individuo están estrictamente marcadas. Lo correcto e incorrecto, lo prohibido y lo permitido, lo falso y lo verdadero. El Corán, según los musulmanes, contiene las respuestas para cada uno de estos dilemas.

La mujer árabe posee, sin embargo, múltiples caras, y cuando se analiza su realidad no es acertado generalizar porque sí que existen mujeres árabes revolucionarias, luchadoras, trabajadoras y opositoras. La cuestión es que esta cara de las mujeres árabes no es muy conocida debido a que se trata de un grupo minoritario que apenas recibe visibilidad mediática. Sin embargo, la mayoría de ellas en el inicio del siglo XXI siguen viviendo bajo las

normas masculinas, aceptando silenciosamente las injusticias y las violaciones de los Derechos Humanos.

1.1.1. La mujer de Arabia Saudí

La mujer árabe posee múltiples caras, sin embargo una de las más extremas es la mujer saudí. Hay muchas leyendas respecto a las mujeres de este país. Saber dónde acaba la leyenda y dónde empieza la verdad, es complicado de determinar debido a que se trata de una frontera muy subjetiva.



Figura 2. Rey Abdelaziz bin Saud.

El reino de Arabia Saudí fue fundado en año 1932 por Abdelaziz bin Saud, pese a que la verdadera creación del estado moderno comenzó en 1902 con la conquista de Riad. Éste es el único país del mundo cuyo nombre oficial contiene el nombre de la familia reinante. Desde sus inicios el gobierno saudí siempre ha sido una monarquía absoluta, basada exclusivamente en los principios islámicos. El reino saudí también es conocido bajo el nombre “la tierra de las mezquitas sagradas”. En concreto, a Masjid al-Haram en La Meca y Masjid al-Nabawi en Medina, los dos lugares más sagrados del Islam, a los cuales el acceso a los no musulmanes está estrictamente prohibido.¹

La presencia de la Meca en el territorio del país ha hecho que el mismo se convierta en el principal centro islámico. Por esta razón, lo escrito en el libro sagrado, el Corán, se ha establecido como criterio base para determinar las normas tanto sociales, como jurídicas. Jefe Muhammad Ibn Saúd, fue aquel que convirtió en ley fundamental de su señorío feudal el catecismo de los wahabitas. El wahhabi es una de las principales sectas fundamentalistas sunní, fue fundada por Muhammad Ibn al-Wahab, coetáneo de Ibn Saud. Por lo tanto la familia real saudí basó todo su funcionamiento a los principios proclamados por el wahabismo. Existen teorías, según las cuales el reino saudí obliga a todo su pueblo a que visiten escuelas religiosas de wahhabi, así de este modo la familia real puede ejercer un control mucho más estricto sobre todo su pueblo.



Figura 3. Caricatura Nicholson.

¹ Wilson, P. y Graham, D. (1994) *Saudi Arabia – The Coming Storm*. p.88. New York: M.E. Sharpe, Inc.

Partiendo de esta reflexión se puede obtener una respuesta adecuada a la cuestión: ¿Por qué sobre las mujeres saudíes se ejerce un control tan estricto? Según el wahabismo las mujeres ocupan un nivel inferior a los hombres. No está bien visto que ellas trabajen, realicen estudios más allá de los islámicos, tomen decisiones, viajen, etc. La mujer saudí tiene que dedicarse exclusivamente a su familia, es responsable de la preparación de la comida, la limpieza de la casa, la educación de los niños, se puede decir que es sumisa a su marido y asimismo tiene que cumplir todos sus deseos y necesidades.

Para comprender el trato hacia la mujer saudí es importante conocer algunos casos de la historia del país. El reino saudí es conocido por el fuerte control que ejerce sobre las mujeres, asimismo ha mostrado que las leyes son para todos y que cada uno que se permite el lujo de no respetarlas, independiente si se trata de alguna persona que representa la propia familia real o cualquier ciudadano saudí, será castigado como determina la ley. En este contexto, es importante la trágica historia de una princesa saudí que fue asesinada bajo el orden de su familia. Su nombre es Misha'al bint Fahd al Saud, nació en año 1958 y murió en 1977, con tan solo 19 años. Era nieta del príncipe Muhammad bin Abdul Aziz, hermano mayor del entonces rey de Arabia Saudí, Khalid bin Abdul Aziz. La princesa fue enviada por la familia real a realizar sus estudios a Líbano. Allí es donde Misha'al se enamoró del sobrino del embajador de Arabia Saudí en Líbano cuyo nombre era Khaled al-Sha'er Mulhallal. Entre los dos jóvenes comenzó un romance, sin embargo, poco después la princesa tenía que volver a su país. Por no separarse de ella Khaled al-Sha'er Mulhallal decide también volver a Arabia Saudita. Tras la vuelta, los dos siguen su romance pero sin informar a nadie. Según la tradición, las princesas no pueden elegir solas su futuro esposo, esta decisión la toma su padre. Los dos jóvenes sabían que si algún miembro de la familia se enterase de su relación, las consecuencias podían ser muy graves. Desesperada por la presión familiar, Misha'al decidió simular su propia muerte, de este modo, aprovechar el caos que había provocado la noticia de su fallecimiento, y junto con su novio Khalid intentó escaparse del país. A pesar de que fue disfrazada como hombre, el equipo de control de la seguridad del aeropuerto de Jeddah la reconoció y la devolvió a su familia.²



Figura 4. La princesa saudí, Misha'al bint Fahd al Saud.

“Bajo la ley islámica, una persona sólo puede ser declarada culpable de adulterio por el testimonio de cuatro testigos varones adultos, habiendo penetración sexual, real o por su propia admisión de la culpa, diciendo tres veces en el tribunal que “he cometido adulterio”. No hubo testigos. A su regreso a la sala del tribunal, repitió su confesión: “He cometido adulterio he cometido adulterio he cometido adulterio...”³

De este modo, el 15 de julio de 1997, tanto la princesa Misha'al bint Fahd al Saud como su novio Khaled al-Sha'er Mulhallal fueron ejecutados públicamente. El acto se realizó en un parque que se encontraba cerca del Edificio de la Reina en Jeddah. Misha'al fue ejecutada de un tiro, mientras Khaled después de ver la muerte de su amada fue decapitado con una espada, en concreto, recibió cinco golpes para cortar su cabeza.

En Arabia Saudí la ejecución pública es un acto habitual. De este modo se pretende generar miedo entre los ciudadanos. Asimismo, esta historia despierta la pregunta ¿si una princesa fue

² Feinstein, A. (2011). *The shadow world – Inside the global arms trade*. p. 35. New York: Farrar, Straus and Giroux.

³ “Misha'al bint Fahd al Saud” (n. d.). En blog *Mujeres del Mediterraneo*. Extraída el 24/III/2014 desde <http://mujerdelmediterraneo.blogspot.com.es/2013/02/mishaal-fahd-al-saud.html>

tratada de esta forma, qué puede esperar cualquier otra mujer que no posea ningún tipo de título real? El miedo al castigo, el miedo a acabar de la misma manera, ha frenado a las mujeres saudíes de luchar por sus derechos, de buscar su independencia. Este mismo miedo, ha permitido que hasta el día de hoy, los hombres puedan ejercer un control pleno sobre ellas. En año 2010 se puso en marcha un sistema informativo mediante el cual se enviaban mensajes a los hombres registrados para informarles que su esposa realizaba un viaje al extranjero. Esta es una doble medida debido a que una mujer no puede viajar sin un documento escrito y firmado por su marido. Sin embargo, en la actualidad todos los hombres reciben el mensaje informativo, incluso cuando ellos mismos acompañan a sus esposas al viaje. La vida de las mujeres saudíes está llena de restricciones. Viven encerradas en un círculo vicioso entre familia, marido e hijos, a pesar de que en los últimos años se observa un ligero avance, provocado por la actividad constante de movimientos de mujeres activistas. Resulta que este grupo, respaldado en determinadas campañas por miembros de la familia real, es el único que tiene la valentía de luchar por los Derechos Humanos, a través de múltiples redes que ha creado, tanto de carácter nacional como a nivel internacional.

1.2. Los derechos de la mujer en el Islam

➤ Derechos generales

Según lo escrito en el libro sagrado tanto los hombres como las mujeres poseen una serie de derechos que tienen que ser respetados y por los dos sexos. En determinadas suras del Corán se proclama la idea de igualdad entre los polos opuestos.

Dios dice en el Corán:

2:187 "Ellas son una vestimenta para vosotros y vosotros sois una vestimenta para ellas."

Se trata del establecimiento de una relación basada en intercambio de roles que a su vez se complementan entre sí. La mujer y el hombre son las dos piezas fundaméntales del sistema binario de la vida. Por esta razón la interacción entre ellos es principal. La humanidad no puede seguir la evolución si alguno de los dos no está presente.

49:(13) "¡Oh gentes! Ciertamente, os hemos creado a todos de varón y hembra, y os hemos hecho naciones y tribus, para que os reconozcáis unos a otros. Realmente, el más noble de vosotros ante Dios es aquel que es más profundamente consciente de Él. Ciertamente, Dios es omnisciente, consciente de todo."⁴

➤ Derechos Humanos

Según el Corán los hombres y las mujeres son igual respecto a su humanidad. No se tiene que diferenciar entre ellos debido a que cada uno es complemento del otro.

⁴ Salen, W. (2006). *El Ala radical del Islam – El islam político: realidad y ficción*. p.16. España: Siglo XXI

Según el Libro Sagrado Corán:

4:(1) “¡OH GENTES! Sed conscientes de vuestro Sustentador, que os ha creado de un sólo ente vivo, del cual creó a su pareja y de esos dos hizo surgir a multitud de hombres y de mujeres. Y manteneos conscientes de Dios, en cuyo nombre os reclamáis mutuamente [vuestros derechos], y de estos lazos de parentesco. ¡En verdad, Dios os observa continuamente!”

3:195: “No dejaré que se pierda la labor de ninguno de los que se esfuerzan por Mi causa, sea hombre o mujer: cada uno de vosotros ha surgido del otro.”

➤ **Derecho de igualdad**

En el Corán se proclama la igualdad entre los dos sexos con el objetivo de limitar al máximo la discriminación de género. Se queda claro que tanto los hombres como las mujeres tienen iguales responsabilidades, privilegios y obligaciones religiosas, asimismo el Testimonio de Fe, las Oraciones Diarias, la Caridad, el Ayuno y la Peregrinación deben ser realizados por ambos sexos.

33:(35) “EN VERDAD, para [todos] los hombres y mujeres que se han sometido a Dios, los creyentes y las creyentes, los hombres y mujeres realmente devotos, los hombres y mujeres fieles a su palabra, los hombres y mujeres pacientes en la adversidad, los hombres y mujeres humildes [ante Dios], los hombres y mujeres que dan limosna, los abstinentes y las abstinentes, los hombres y mujeres que guardan su castidad, y los hombres y mujeres que recuerdan mucho a Dios: para [todos] ellos ha preparado Dios perdón de los pecados y una magnífica recompensa.”

Según el Corán:

2:228... “En justicia, los derechos de las mujeres [con respecto a sus maridos] son iguales que los derechos de estos con respecto a ellas...”

➤ **Derechos Económicos**

Tanto la mujer como el hombre pueden realizar cualquier transacción comercial o financiera. Según la ley Islámica, una mujer musulmana posee el derecho de comprar, vender o realizar cualquier transacción sin el control y la aprobación de cualquier tutor.

Dios dice en el Corán:

4:32: “No codiciéis lo que Dios ha concedido a unos más que a otros. Los hombres obtendrán su parte de lo que ganaron, y las mujeres obtendrán su parte de lo que ganaron. Pedid a Dios que os conceda Su favor. Alá es conoedor de todas las cosas.”

Dios dice en el sagrado Corán:

4:(34) “LOS HOMBRES son responsables del cuidado de las mujeres en virtud de lo que Dios les ha concedido en mayor abundancia a ellos que a ellas, y de lo que ellos gastan de sus bienes”.

➤ **Derechos Sociales**

En cuanto a la educación, la religión musulmana otorga a la mujer los mismos derechos que al hombre. Asimismo no se tiene que hacer distinción entre los dos sexos a la hora de buscar la sabiduría.

El Profeta Muhammad (s.a.s) dijo: "Buscar el conocimiento es una obligación de cada musulmán (sea hombre o mujer)."

El Profeta también dijo: "Quien se haga cargo de tres hijas mujeres y las eduque bien, las case y las trate con buenos modales tendrá su recompensa en el Paraíso.."

➤ **Derechos Políticos**

Las mujeres poseen el derecho de votar, independientemente del carácter del acto, una mujer musulmana puede expresar libremente su opinión y a su vez participar en la política.

60:(12) "¡Oh Profeta! Cuando acudan a ti las creyentes para jurarte fidelidad, [comprometiéndose a] que [en lo sucesivo] no atribuirán divinidad a nada excepto a Dios"

➤ **Derecho al Divorcio**

Según el Corán el divorcio puede ser solicitado y obtenido tanto por la mujer como por el hombre. Asimismo se especifica que la mujer tiene que conservar la casa solo en caso de que la esposa haya cometido adulterio por ley debe devolverla.

Dios dice en el Corán a este respecto:

33:49 "..proveedlas [ya] de lo necesario, y dejadlas ir con delicadeza."

➤ **Derecho a Trabajar**

Respecto al derecho de trabajo los dos sexos están igualados, es decir, tanto los hombres como las mujeres pueden trabajar. Es importante el hecho de que la mujer musulmana no está obligada a realizar esta actividad, el beneficio que obtiene es suyo propio, mientras que el dinero que ha ganado el hombre se tiene que invertir en la manutención de la familia.

Dios dice en el Corán:

4:32 " Los hombres obtendrán su parte de lo que ganaron, y las mujeres obtendrán su parte de lo que ganaron. "⁵

⁵ Nota: Todas las citas de este epígrafe pertenecen a la siguiente fuente: "Los derechos de la mujer en el Islam" (n. d.). En Blog *Islam y ciencia*. Extraída el 5/IV/2014 desde <http://www.islamyciencia.com/la-mujer-en-el-islam/derechos-de-la-mujer-en-el-islam.html>

1.2.1. Derechos de la mujer saudí: un repertorio de contradicciones

La principal fuente de Derecho en Arabia Saudita es la Sharia islámica que está basada en las suras del Corán. El Poder Judicial del país contiene las leyes básicas del Estado, asimismo los jueces forman parte de Ulemas, un movimiento religioso que se desarrolla en el territorio de Arabia Saudí.

A las mujeres del país no se les reconocen muchos de los derechos mencionados anteriormente, la situación en el mismo es tan extrema que determinadas organizaciones que se ocupan de la defensa de los Derechos Humanos hablan de “la segregación de género”. Existen zonas más cerradas y distanciadas del país donde se ha llegado al punto de que las casas se planifican y construyen con dos entradas, una exclusivamente para el hombre y otra solo para las mujeres. Según el Corán cada mujer tiene el derecho a trabajar fuera de su hogar. En realidad tan solo un 5 % de las mujeres saudíes tienen esta oportunidad de hacerlo. Una vez casada y con hijos la mujer tiene que ocuparse exclusivamente de la casa. En el año 2011 los líderes saudíes declararon que permitirán a partir del año 2015 a la parte femenina del pueblo que participe en las votaciones. Si esta decisión se aplica, este será un gran paso adelante para las mujeres saudíes. Los críticos analizan que será un voto sin cara, es probable que ellas tengan que ser acompañadas por sus maridos hasta las urnas, aun así será su primera oportunidad de expresar su posicionamiento. A pesar de las múltiples campañas, las mujeres no tienen el derecho de conducir, sin embargo algunas de ellas son más valientes y no respetan las normas generales. Son muchos los casos de mujeres detenidas por no respetar esta prohibición. Las mujeres no pueden conducir coche pero sí que pueden conducir aviones pero solo y cuando están acompañadas por un hombre. Desde el año pasado las sauditas ya tiene acceso a las escuelas privadas siempre que utilizan la ropa que exige el centro educativo.



Figura 5.

Arabia Saudita es un país con castigos muy crueles, incluso antihumanos. Por desgracia muchos de los métodos de castigo de la antigüedad se siguen aplicando en la actualidad. Ante la ley no hay división de hombres y mujeres, todos son culpables. La pena de muerte es una de las formas más frecuente que emplean los saudíes. Entre otro tipo de acciones de este carácter son: el asesinato, la violación, el robo a mano armada, el uso de drogas, las mentiras, la apostasía, el adulterio y la brujería. La ejecución se realiza a través de decapitación con una espada, con lapidación o fusilamiento. Solo en el periodo entre los años 2007 y 2010 fueron ejecutadas 345 personas, todas por decapitación. La última ejecución por brujería tuvo lugar en 2012. Muchas de las ejecuciones son públicas, a veces el cuerpo sin cabeza es parte de la exhibición. La mujer que es sospechosa o directamente se ha demostrado que ha mantenido relaciones íntimas fuera de su hogar, la espera una muerte lenta y dolorosa. La matan con piedras, incluso en las zonas donde el fundamentalismo religioso es extremo se hace un agujero en la tierra, la mujer se posiciona dentro viva, y sobre ella se empiezan a tirar piedras y tierra. En el siglo XXI estas medidas antihumanas siguen formando parte de la política de determinados países.

1.3. El mundo prohibido para la mujer saudí

Las mujeres en el mundo árabe, su posicionamiento, sus derechos y sus limitaciones han sido siempre objeto de una gran polémica, asimismo, a lo largo de los años han estado en la base de múltiples estudios. No obstante, en muchas ocasiones hacen referencia a mujeres denigradas, que no disponen de los medios y espacios necesarios para autoanalizarse ni para crear y crecer tanto en el aspecto personal como en el ámbito profesional. En este contexto, el derecho de expresión de las mismas es interpretado como un tema tabú, debido a que siempre ha sido fuertemente restringido. Como consecuencia de este hecho, sus voces han permanecido constantemente aisladas, en silencio.

Actualmente, la mujer en el mundo árabe es observada como un personaje misterioso, envuelto en velos y ropajes. Esto, tanto de percepción como de visión, provoca una serie de problemas complejos que todavía existen y preocupan a la sociedad. Es cierto que actualmente en determinados países árabes como es el caso de Egipto, los derechos de las mujeres son mucho más reconocidos, sin embargo, existen países como Arabia Saudí donde el Islam continúa siendo predicado de forma extrema. En el territorio de dicho país, actúa un órgano llamado la policía religiosa, que tiene el objetivo de controlar a todos los ciudadanos. En este entorno las más perjudicadas son siempre las mujeres, por la simple razón de que las mismas se enfrentan a una serie de limitaciones que entran en conflicto directo con los derechos humanos que posee cada persona.



Figura 6. Fragmento de un cartel publicitario.

No poder montar en bicicleta

No poder conducir

No poder viajar sin su marido o algún miembro de la familia

No poder salir a espacios públicos con un hombre que no sea su marido, hermano, padre o hijo

No poder mostrar su rostro

- No** poder matricularse en determinadas carreras universitarias
- No** poder practicar deporte en espacios públicos
- No** poder desempeñar numerosos trabajos
- No** poder disfrutar de un derecho que proteja su dignidad
- No** poder recibir ayuda médica en el caso de que el doctor sea del sexo masculino
- No** poder utilizar cosméticos
- No** poder estrechar las manos a varones que no sean su marido
- No** poder reírse de voz alta
- No** poder llevar zapatos con tacones que producen sonido al andar
- No** poder asomarse a los balcones de sus pisos o casas
- No** poder fotografiar a mujeres
- No** poder tener presencia en la radio, la televisión o reuniones públicas de cualquier tipo
- No** poder tener acceso a los baños públicos

Es decir, según todo lo escrito anteriormente, las mujeres no son reconocidas como personas jurídicas plenas. Esto significa que dependen completamente de los familiares masculinos en todos los aspectos. No son aislados los casos de mujeres víctimas de abusos sexuales que acaban detenidas en la cárcel, u otras que son ofrecidas directamente por sus padres para pagar deudas. Estas que tienen la valentía suficiente para huir de matrimonios forzosos o de violencia doméstica reciben el trato de un criminal, debido a que finalmente son juzgadas por “crímenes de carácter moral”.⁶

1.4. La vestimenta de la mujer árabe

La mujer árabe, es imposible de analizar si no se tiene en cuenta su vestimenta. Son veintidós los países que forman parte del así llamado “Mundo Árabe”, por esta razón se observan múltiples características que diferencian la imagen y el lugar de la mujer en cada uno de ellos. Algunos de estos países son conocidos por su fundamentalismo religioso y el control extremo que se ejerce a la hora de analizar la vestimenta femenina, por ejemplo: Afganistán, Pakistán, Irán, Arabia Saudita, etc. En otros entre cual destacan Egipto, Túnez, Marruecos, etc. se observa un trato más tolerante hacia la figura de la mujer y su respectivo estilo de vestir. Sin embargo, existe un componente en común, en todos estos países la religión dominante es el Islam. Por lo tanto todos los musulmanes tienen que respetar lo escrito en el libro sagrado y actuar en concordancia con las normas y leyes marcadas.

⁶ Mackey, S. (2004). *Los saudíes: Crónicas de una periodista desde el reino oculto del desierto: la realidad social y política de Arabia Saud.* p.163. Barcelona: Paidós

Analizando la siguiente imagen, se puede concluir que el país más extremo y más encerrado respecto a los códigos de vestimenta femenina es Afganistán. Las afganas están obligadas de tapar tanto todo su cuerpo, como sus ojos a través de una tela de rejillas, de este modo ningún otro hombre excepto el propio marido puede ver su rostro. A diferencia del vestido de otros países las mujeres de Afganistán llevan burka en color azul, no es el color negro que bien conocemos. Iraq, Irán, Yemen también ejercen un control estricto sobre la vestimenta femenina pero permiten más libertad ya que las mujeres que representan estos países tienen que cubrir todo su cuerpo excepto los ojos. Asimismo en las familias menos radicales las mujeres pueden descubrir la gran parte de sus rostros. Sin embargo en Egipto, Túnez, Marruecos, se puede determinar que las mujeres están más emancipadas, es decir, a pesar que está mal visto su aparición en sitios públicos sin ningún tipo de velo en la cabeza, muchas de las mujeres en estos países se permiten vestir así como ellas consideran, a pesar de no estar acorde con lo que determina el Corán o cualquier organismo religioso.



Figura 7. La vestimenta de la mujer árabe.

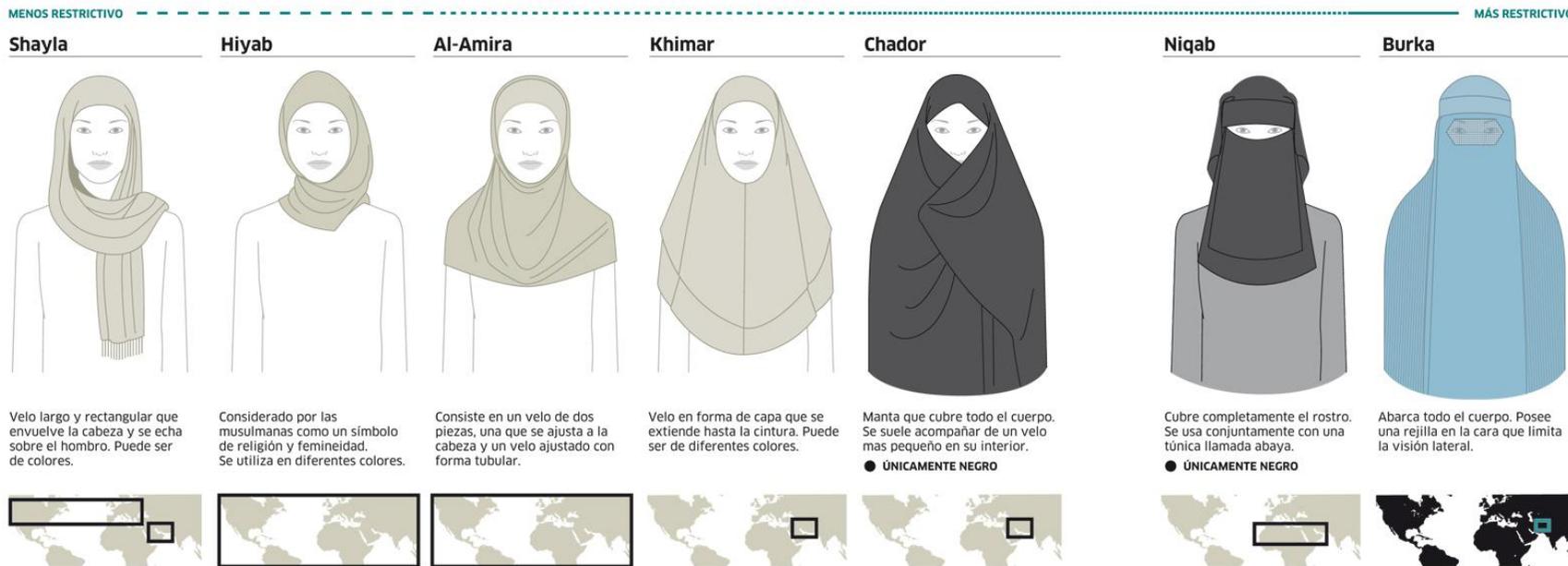
Los tipos de velo islámico

Velo, en árabe hiyáb, procede de la raíz hayaba, que significa "esconder", "ocultar a la vista".

Qué dice el Corán

“¡Oh Profeta! Di a tus mujeres y tus hijas y las mujeres de los creyentes que se cubran con sus velos. Será mejor para ellas, así ellas serán reconocidas (como mujeres respetables) para no ser molestadas. Y Allah es siempre el Perdonador, el Más Misericordioso”.

(Corán, 33, 59)



FUENTE: BBC Y ELABORACIÓN PROPIA

GRÁFICO: MÓNICA SERRANO

Figura 8. Los tipos de velo islámico.

Fuente: Instituto Inter global.

1.4.1. La vestimenta de la mujer saudí



Figura 9. La vestimenta de la mujer saudí.

La mujer de Arabia Saudí debe seguir unos códigos de vestimenta estrictamente controlados. Según la ley proclamada por el Corán, las mujeres saudíes tienen que estar cubiertas por una túnica negra llamada niqab. La misma tapa tanto la cabeza como el rostro y el cuerpo femenino. Es importante el hecho de que estos códigos tan extremos no siempre han determinado la forma de vestir de la mujer, sin embargo, con el paso del tiempo, los poderes de la sociedad saudí se han hecho más conservadores. En el pasado las mujeres tenían que llevar niqab, es decir, cubrían el rostro con un velo semi-transparente de media cara. A día de hoy la mujer tiene que tapar el cuerpo entero e incluso las manos, independiente de las temperaturas altas que son características de los países árabes.

La policía religiosa saudí ha establecido unas normas de vestimenta femenina que se tienen que cumplir y respetar con mayor detalle. Según su visión, la mujer se ve obligada a ponerse la túnica negra en cualquier sitio público sin excepciones, debe bajar los ojos en público, asimismo debe ocultar sus pechos y joyerías.

Debido a que la sociedad saudí es muy cerrada, poco influyente de cualquier corriente externa, y a su vez muy dedicada en el cumplimiento de todas las tradiciones y costumbres islámicas, las vestimentas femeninas se han establecido como una parte inseparable de todo este proceso. En este contexto a pesar de que se analiza la presencia de muchas mujeres que no están de acuerdo con todo lo mencionado anteriormente, prefieren luchar en primer lugar por otros derechos que se les niegan, antes de cambiar el uso de la niqab. Llevar la túnica negra para una parte de las mujeres saudíes es equivalente a sentirse musulmanas correctas, además viven con la idea de que de este modo serán ejemplo para el resto de los creyentes. Las mujeres saudíes invierten sus esfuerzos en causas que consideran más oportunas como es el respeto social o la equidad política. Por esta razón parece que el niqab seguirá siendo la vestimenta obligatoria para las mujeres sauditas, ya sea por temor o por costumbre, ellas no realizan ningún tipo de esfuerzo de protestar contra la túnica negra. Y a pesar de que en otros países las mujeres han conseguido que el color de niqab pueda variar, en Arabia Saudí es impensable abordar este tema.

CAPÍTULO 2

La mujer saudí en el mundo publicitario: una realidad sombría



2.1. La publicidad en el mundo árabe

La publicidad en el mundo árabe parece un tema tabú, un ámbito poco investigado y analizado. El fundamentalismo islámico que está en la base de la cultura y es determinante para los valores árabes, limita, e incluso en algunos casos prohíbe, esta forma de comunicación. Por esta razón, no existen unas líneas básicas que determinen el nacimiento y el crecimiento de la publicidad en esta zona geográfica. La publicidad en los países árabes es un reflejo de la realidad, de su nivel de desarrollo, expresa la presencia y ausencia de valores como la tolerancia, el respeto, la igualdad, etc. Provoca nuevas cuestiones vinculadas con los infinitos temas tabúes que ocupan el ambiente. Asimismo, algunos de los grandes líderes árabes han señalado la publicidad como una amenaza, debido a que siempre está basada en mensajes que tienen el objetivo de informar, convencer, provocar, despertar sentidos; la publicidad, de hecho crea tendencias. En este contexto, cuanto menos informados estén los ciudadanos de un país reprimido, más fácil se ejerce control sobre los mismos. La limitación de esta herramienta comunicativa es una auténtica medida preventiva, sobre todo hacia la publicidad que pretende proclamar marcas extranjeras y a través de ellas introducir filosofías de otras culturas.

El nacionalismo árabe es bien conocido, ha sido además un tema que ha provocado mucha polémica y ha producido múltiples discusiones. Dónde acaba el ego de un país y dónde comienza el respeto y la interacción con el resto de los países. El mundo habría sido un lugar aburrido y triste si dentro no se intercambiasen culturas, experiencia, productos, medicamentos, etc. La publicidad es este elemento que destruye todas estas barreras y permite la interacción entre los diferentes actores. Sin embargo, a pesar de todos estos análisis, siempre se llega a una calle cerrada en cuyo fondo pervive una pared alta, la pared del fundamentalismo extremo. Es este, que proclama el Islam de forma manipulada, aquel que limita la entrada libre de la publicidad comercial debido a que la misma puede provocar una serie de problemas para los cuales los gobiernos no están preparados.

Llama la atención el hecho de que los tabúes en el mundo árabe están en todos los sectores, incluido el ámbito publicitario. Las limitaciones son diferentes en los distintos países. En este contexto se analizan países como Arabia Saudita donde claramente se refleja el

conservadurismo, y otros, como Egipto, donde a pesar de las fuertes restricciones, el gobierno es más tolerante hacia la presencia de diferentes movimientos y actividades. Cairo, como capital de un país con larga historia, ha permitido la presencia de determinadas corrientes publicitarias, tanto de origen árabe como extranjero. Por las carreteras principales de dicha ciudad se pueden observar vallas de gran formato; sin embargo por los barrios más externos y por las ciudades pequeñas del país la situación es diferente. El nivel económico de algunos de estos países también desempeña un papel fundamental, es decir, no pueden

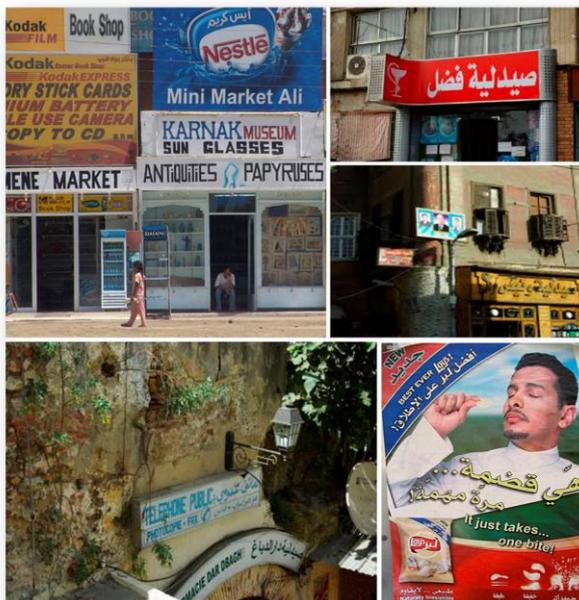


Figura 10. Anuncios gráficos del mundo árabe

tener industria publicitaria de alto nivel cuando no hay un mercado limitado.⁷

No obstante, se observa una diferencia entre la publicidad gráfica y la publicidad audiovisual. Mientras la primera está vacía, sin ningún tipo de creatividad, basada en caracteres arábigos lo que la hace más monótona, la segunda es mucho más atractiva e interactiva. En su creación y planificación se utilizan técnicas bien conocidas, la implicación de gente famosa, como es el caso del anuncio⁸ con la participación de Cristiano Ronaldo. En el mismo, Ronaldo, la actual estrella del Real Madrid, habla en árabe anunciando productos móviles. El humor en todos sus aspectos también es una herramienta frecuentemente utilizada en la publicidad audiovisual árabe. En este sentido el anuncio⁹ de queso Panda, realizado y estructurado con mucho sentido de humor no deja indiferente al público árabe. El mismo ha conseguido éxito en otros países debido a que casi todos los spots subidos en la popular red social Youtube, están subtítulos tanto en español como en inglés. Otro anuncio¹⁰ llamativo es de la marca Mc Donalds, donde se representa la historia amorosa entre dos jóvenes, y donde resulta que el amor hacia la marca domina sobre el amor hacia la pareja. Este spot fue rodado para Egipto, por esta razón la chica que aparece en el mismo no está vestida con la típica túnica árabe. En base a los análisis hechos de los anuncios árabes se puede distinguir entre tres visiones diferentes de la mujer en la publicidad árabe. La primera es la más liberal: la mujer aparece sin velo pero lleva pantalones o faldas largas que cubren bien el cuerpo. La segunda visión es más cerrada, en la misma la mujer se refleja siempre con un velo que cubre su pelo dejando el rostro no cubierto. En la última, la tercera visión considerada como la más extrema, la mujer lleva niqab que cubre toda su cara dejando una línea fina sin tela a la altura de los ojos.

A pesar de la presencia de las mujeres en anuncios publicitarios, el papel de las mismas está muy limitado. Son conocidas imágenes retocadas de diferentes campañas europeas que han tenido que ser adaptadas hacia la visión islámica. Como se puede observar a continuación, la exitosa serie americana Scooby-Doo adaptó sus carteles para que los mismos estuvieran de acuerdo con las exigencias islámicas.



Figura 11. Serie americana Scooby-Doo.

⁷ Hammond, A. (2005). *Pop culture arab world – Media, Arts, and Lifestyle*. p. 266. California: Abc-Clio, Inc.

⁸ “Cristiano Ronaldo”. (2013, julio 11). Vídeo en *Youtube*. Extraída el 15/III/2014 desde <https://www.youtube.com/watch?v=tYtcYNQ85BA>

⁹ “Queso Panda”. (2010, septiembre 9). Vídeo en *Youtube*. Extraída el 15/III/2014 desde <https://www.youtube.com/watch?v=t6YrD7c5Q04>

¹⁰ “Mc Donalds”. (2007, mayo 21). Vídeo en *Youtube*. Extraída el 15/III/2014 desde <https://www.youtube.com/watch?v=y9ajRlgTJNA>

2.1.1. La publicidad “imposible”: algunos ejemplos

¿Cómo anunciar una marca de champú sin que se vea el pelo femenino? Pese a que parece una tarea imposible, en el mundo árabe se realizan anuncios donde la mujeres tienen cubierto todo su pelo a lo largo de todo el spot.¹¹ ¿Puede tener éxito este tipo de publicidad? ¿Cómo se refleja el efecto positivo que posee el producto sobre el cabello cuando el mismo no aparece en ningún momento? La imaginación humana, es la respuesta más coherente, o el hecho de que la marca que aparece por televisión ya es un criterio de calidad y hace que la gente sea más fiel a la misma, a pesar de que no hayan podido ver los resultados.

Otra acción europea que menciona a la mujer en su campaña es la de la empresa italiana manzanas Val Venosta. El objetivo principal de la misma es aumentar la notoriedad de marca así como consolidar las ventas en los mercados de los siguientes países: Argelia, Libia, Israel, Egipto y Emiratos Árabes. Respetando las normas generales la marca creó una concepción específica en concordancia con las leyes árabes. Se trata de un anuncio gráfico protagonizado por una mujer árabe que lleva puesto un velo que cubre todo su cabello. La mujer está sujetando y a su vez ofreciendo una cesta de manzanas. Se trata de una publicidad muy simple.



Figura 12. Cartel gráfico de la marca Val Venosta.



Figura 13. Anuncio publicitario, FC Barcelona.

Una campaña publicitaria¹² que tuvo una gran repercusión es la de Qatar Airways y FC Barcelona. La acción se desarrolló bajo el eslogan “A team that unites the world” y tuvo un gran éxito. Los protagonistas principales son algunas de las estrellas más llamativas del club y también las azafatas de la compañía. Pese a que la acción se desarrolla en Qatar, las mujeres que participan en el vídeo no están vestidas según el *dress code* árabe, sino que tienen, como se puede observar en el spot, una visión completamente europea. Catar y Dubái a pesar de que están muy estrechamente vinculados con Arabia Saudí, parece que han evolucionado mucho respecto al trato hacia la mujer.

La publicidad y su desarrollo en el mundo árabe es un proceso complejo compuesto por muchas limitaciones y prohibiciones. En definitiva, se analizan dos tendencias principales, la primera plasma la publicidad de los países donde las normas islámicas han puesto un marco a partir del cual la misma no puede crecer ni desarrollarse. En cambio, la segunda tendencia abarca todos aquellos países árabes que han abierto libremente sus fronteras y admiten la presencia de individuos de diferentes nacionalidades, asimismo muestran tolerancia hacia aquellas visitantes occidentales que no desean ponerse velos para cubrir sus cabellos.

¹¹ “Sunsilk”. (2006, marzo 9). Vídeo en Youtube. Extraída el 15/III/2014 desde <https://www.youtube.com/watch?v=exclZ4wUvg>

¹² “Qatar Airways & FC Barcelona”. (2013, agosto 27). Vídeo en Youtube. Extraída el 15/III/2014 desde <https://www.youtube.com/watch?v=JkTsyll1SUo>

2.2. La publicidad: una esperanza para la mujer saudí

Tal y como se ha analizado con antelación, la industria publicitaria en Arabia Saudí apenas ha experimentado éxito y progreso debido a que se trata de un país donde las libertades de expresión se encuentran fuertemente restringidas, sufriendo especiales limitaciones cuando son ejercidas por mujeres. No obstante, a lo largo de los últimos dos años, se han planteado y desarrollado innovadoras campañas que han logrado romper el silencio y, al mismo tiempo, arrojar luz sobre determinadas cuestiones de gran trascendencia. Estas acciones publicitarias han procurado, por un lado, concienciar a la sociedad y, por otro, transformar el estilo de vida de las mujeres saudíes; alejándose de las barreras e impedimentos a los que se enfrentan en su vida cotidiana, tales como la prohibición de mostrar sus rostros en presencia de hombres que no formen parte de sus familias. En este contexto, como réplica frente a estas limitaciones, se han realizado dos campañas que cumplen con las normas saudíes respecto al diseño pero que a su vez tienen el objeto de generar un debate público y proteger la dignidad femenina. En la tercera campaña se observa la ausencia de la mujer dentro de los catálogos de una gran corporación multinacional, siendo motivo de discusión en numerosos medios de comunicación internacionales que analizan dicha publicidad como un referente más de la profunda desigualdad entre géneros.

2.2.1. Campaña: “No más abusos”



Figura 14. Campaña: “No más abusos” Arabia Saudí.

El mundo árabe es un mundo masculino, conservador, en el cual cada acción que pretende proclamar los derechos de las mujeres, no está en concordancia con las reglas de la sociedad. Es un ambiente donde los temas tabúes son infinitos, en el que cualquier persona que se permita el lujo de oponerse a los principios y reglas generales corre el riesgo de ser detenida. Por esta razón, la campaña realizada por iniciativa de la Fundación Rey Jaled, detrás de la cual están los hijos del monarca saudí, Abdalá BinAbdelaziz, con el objetivo de concienciar sobre el aumento "invisible" de la violencia contra las mujeres, es interpretada como un progreso significativo, a modo de pequeña revolución que ha abierto múltiples discusiones y ha levantado la cortina ante un complejo problema. Tal y como se puede ver, en la figura 14, se trata de un cartel impactante y representativo dentro de la estilística árabe. En el mismo, aparece una mujer vestida con un niqab tradicional de color negro, asimismo, lleva un velo que cubre toda su cara excepto los ojos y se observa que uno de los ojos esta morado por una violación física que ni la ropa puede disimular.

El lema de esta campaña es: "Hay algunas cosas que no pueden ocultarse". La violencia no puede ser omitida ni por debajo de un burka, estos son solo algunos de los mensajes que acompañan esta actividad social. Una campaña que fue largo tiempo esperada por las activistas saudíes, y que según ellas, una de cada seis mujeres de su país sufre diariamente algún tipo de violencia, en concreto, verbal, física o emocional. No obstante, para las activistas el mayor problema es que la mayoría de las saudíes desconocen por completo sus derechos. Asimismo, aseguran que el maltrato hacia la mujer es un fenómeno mucho más grande de lo que se ve en la superficie.

En este contexto, el objetivo principal de la campaña es informar a las mujeres saudíes que el maltrato es un castigo que está en contra de los derechos humanos. Una parte significativa de las musulmanas realizan una interpretación errónea de los textos del libro sagrado, donde según ellas está permitido que los maridos usen castigos físicos contra sus esposas y sus hijos como medida preventiva. Es decir, tanto un determinado número de mujeres como de hombres consideran estas medidas como algo normal y coherente.

“Según una investigación llevada a cabo por el Programa Nacional de Seguridad en la Familia, la mayoría de las mujeres desconocen sus derechos y algunos hombres violan las enseñanzas religiosas y siguen costumbres y tradiciones aberrantes”, ha escrito la columnista y activista por los derechos de la mujer, Samar Fatany.¹³

Ella también menciona que la legislación de su país posiciona a las mujeres, de por vida, bajo la tutela legal de un hombre, independientemente de si se trata de un padre, un marido o un hermano. Por esta razón la denuncia de estos abusos es imposible. Uno de los mayores productores de petróleo en el mundo se posiciona en el puesto 131, entre 135 países en el informe sobre Disparidad de Género del Foro Económico Mundial. El acoso de las niñas es también algo muy habitual en el país. Es conocido el caso polémico de la pequeña Lama al Ghamdi que conmocionó a la sociedad saudí. La niña de tan solo cinco años murió tras una violación por parte de su padre. Los médicos detectaron el cráneo roto y numerosas quemaduras.

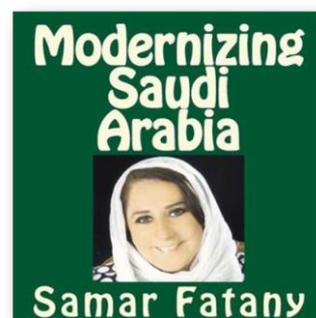


Figura 15. Samar Fatany, activista de origen saudí.

¹³ Fatany, S. (2013, marzo 23). "Why divorce is on the rise in Saudi Arabia". En *Saudi Gazette*. Extraída el 10/III/2014 desde <http://www.saudigazette.com.sa/index.cfm?method=home.regcon&contentid=20130323158091>

Tras esta siniestra historia, la familia Real de Arabia Saudí decidió imponer unas medidas nuevas en favor de los derechos tanto infantiles como femeninos. Por esta razón la campaña “No más abusos” introdujo la noticia de que el Gobierno saudí por primera vez en su larga historia, aprobaba una ley que prohibía la violencia doméstica. Activistas de todos los sectores del país determinaron esta decisión como un avance trascendental para los derechos de las mujeres saudíes.

La ley determina y establece las sanciones para todos los tipos de abuso físico y sexual contra la mujer, ejercido tanto en casa como en lugares públicos o de trabajo. Las consecuencias para el violador son pena de hasta un año de cárcel y multas de hasta 13.000 dólares. Asimismo se prevé refugio para víctimas de la violencia domestica. Según el antiguo sistema legislativo de Arabia Saudí, la violencia, tanto contra las mujeres como contra los niños se interpretaba como un asunto privado. Gracias a esta nueva ley la situación ha mejorado considerablemente. Sin embargo diferentes asociaciones de mujeres activistas y luchadoras por los derechos femeninos han plasmado la idea de que los órganos que se ocupan de la administración de la ley necesitan elaborar nuevos programas para ajustarse a la nueva medida, y de este modo, asegurar la efectividad de la aplicación de la misma.

2.2.2. Campaña “Mujeres al Volante”

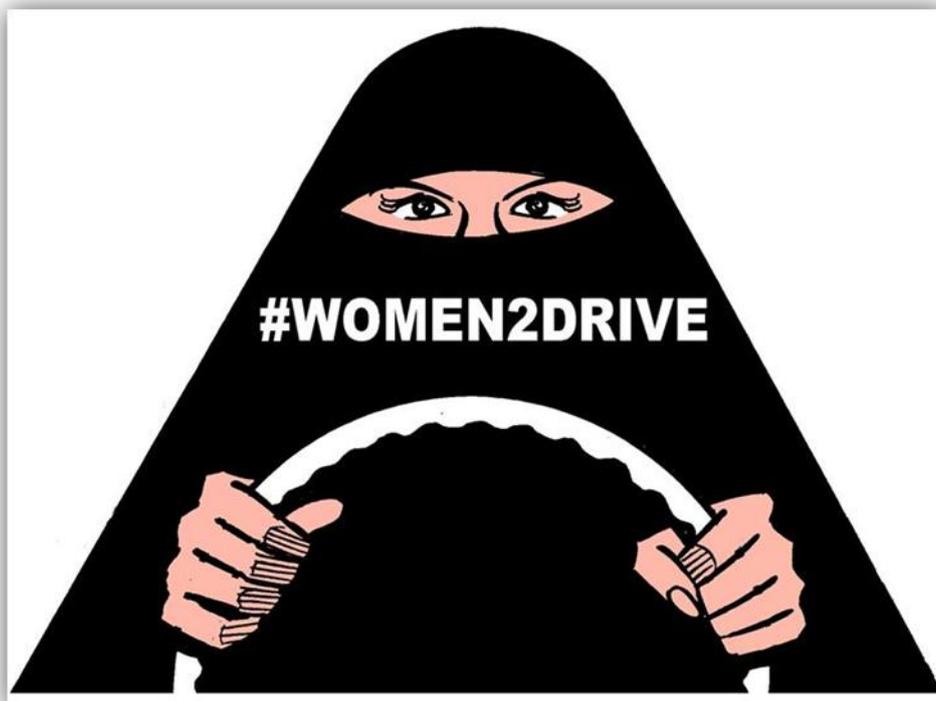


Figura 16. Campaña saudí, “Mujeres al volante”.

Una de las campañas saudíes con más repercusión por todo el mundo es la de las “Mujeres al volante”. Pese a que la misma se realizó en el año 2013, las iniciativas comenzaron a principio del año 1990. En aquella época se realizaron varias iniciativas con el objetivo de levantar la prohibición de conducir a las mujeres. En dicho año unas 47 mujeres se subieron a sus automóviles y empezaron a conducir, como respuesta a este hecho, el Gobierno las castigó con suspensiones de empleo y prohibiciones de viajar.

En una etapa posterior, tanto el doctor Mohammad Al Zulfa en el año 2006 y después la presidenta Abdullah Al Alami en 2012, enviaron propuestas a la Asamblea Consultiva. Sin embargo, las dos peticiones no fueron atendidas y de este modo no se autorizó ningún tipo de debate público. Al mismo tiempo las asociaciones de las mujeres activistas saudíes han enviado varias postulaciones y solicitudes al Tribunal Real pero tampoco obtuvieron respuesta. Además, se han desarrollado campañas para que las mujeres salgan sin más a conducir, que no han sido aprobadas ni por el gobierno ni por la sociedad. Lo curioso en toda esta historia es que en Arabia Saudí no existe ninguna ley que prohíba conducir a las mujeres. La cuestión es que cada ciudadano para poder ejercer su derecho de conducir tiene que obtener primero permiso de conducir emitido por el país. En este contexto, Arabia Saudí discrimina a las mujeres de una forma directa, pues no las permite obtener cualquier tipo de documento, por lo que en la práctica hace ilegal que conduzcan.

En 2011 las activistas saudíes volvieron a lanzar una campaña, pese a que la misma tampoco fue atendida por el Gobierno y el Ministerio del Interior, muchas mujeres de todos los puntos de Arabia Saudí empezaron a grabar videos conduciendo y subiéndolos a internet. En concreto, Manal Al-Sharif, una joven saudí de 32 años se atrevió a conducir en zonas centrales por lo cual fue detenida por la policía. Según su versión, la policía la obligó a firmar documentos donde ella declaraba que no volvería a conducir cualquier coche y que permanecería un mes en prisión por su falta.



Figura 17. Manal Al-Sharif, activista saudí.

Como consecuencia de todos estos intentos infructuosos, el 26 octubre del año 2013 se realizó una nueva acción pero esta vez mucho más masiva. El proyecto se desarrolló bajo el nombre “Woman2Drive”. Fue respaldado por Amnistía Internacional y otras organizaciones que se dedican a la protección de los Derechos Humanos. Unas aproximadamente 47.000 personas participaron activamente en esta acción. Las mujeres saudíes prometieron que seguirían conduciendo hasta que la prohibición fuese levantada. Es un precedente para la nueva historia del país la unión de tantas mujeres en un mismo lugar. El lema de la acción fue “Que la mujer conduzca es una elección y no una prohibición”.



Figura 18. Cartel campaña “Woman2Drive”.

Como respuesta instantánea de las manifestaciones femeninas y según el diario árabe *Al Sharq*, la Policía de tráfico de Arabia Saudí ha multado con 5.400 riyales equivalentes a unos 1.065 euros, a los propietarios de los automóviles, en concreto, a los maridos por dejar conducir su coche a sus mujeres. La policía ha justificado esta multa refiriéndose a la ley según

la cual a las mujeres se les prohíbe viajar sin la presencia de un hombre. Ante tal situación, el portavoz policial se ha pronunciado diciendo lo siguiente:

“Los casos fueron detectados cerca de la playa y en zonas no habitadas que todavía están en desarrollo”. Aunque lo más sorprendente ha sido que, según ellos, las mujeres “estaban conduciendo por diversión y no para aprender cómo conducir”.¹⁴

En este contexto, para cursar estudios superiores, realizar un trabajo, viajar o casarse, las mujeres necesitan un permiso firmado por un varón. Este hecho demuestra el papel secundario que desempeñan ellas en la sociedad saudí.

No obstante, la multa no fue la única reacción por parte de la policía, el Gobierno preocupado por el éxito de la campaña y por el alto número de mujeres que habían confirmado que asistencia “hacó” la página web del proyecto. Debido a que internet es el medio preferido por las mujeres activistas, ellas habían creado una página donde colgaban información, estimulaban a las mujeres para que se unieran al grupo, proclamaban sus principales ideas y también aprovechaban el espacio para dar indicaciones sobre la planificación del día de la manifestación. Los agentes de la policía pensaban que al limitar el acceso de la página web, se podía provocar un malentendido y a su vez la acción podía acabar con fracaso. Sin embargo, a pesar de los obstáculos, la manifestación se realizó y recibió un alto grado de apoyo por parte de organismos internacionales.

Como un elemento positivo se analizó que a pesar de que la policía intentó frustrar la acción, la misma no detuvo a ninguna de las participantes en la acción. Una mujer saudí dijo a la CNN que su madre la llevó a ella y a sus hermanas a la principal calle centro de Riad este jueves. Comentó que nadie las molestó. Esto es importante para las mujeres aquí, “este es uno de nuestros derechos”, afirmó la mujer, quien pidió no ser identificada por temor a represalias.¹⁵

Mucha gente respaldó la acción, por ejemplo, se hizo famoso el caso de un grupo de jóvenes saudíes que actualmente residen en Estados Unidos. Ellos crearon un vídeo satírico, inspirados por una canción de Bob Marley, y cambiando la letra original de “No woman, no cry” en “No woman, no drive”¹⁶. La canción tuvo un gran éxito, fue difundida por Internet y en menos de 48 horas obtuvo casi tres millones de visitas en Youtube. Sin embargo, en el propio país había grupos que no mostraron claramente su rechazo hacia los deseos de las activistas saudíes. Su forma de protesta fue a través de graffitis que tenían el objetivo de ironizar la campaña.



Figura 19. Graffiti, Stop saudí woman drivers

¹⁴ “Multas de 1.000 euros en Arabia Saudí a maridos que dejan el coche a su mujer” (2013, septiembre 27). En ABC. Extraída el 30/III/2014 desde <http://www.abc.es/internacional/20130926/abci-arabia-mujeres-201309251351.html>

¹⁵ Jamjoom, M. (2011, junio 17). “Mujeres de Arabia Saudita desafían las costumbres para manejar automóviles”. En CNN – México. Extraída el 15/III/2014 desde <http://mexico.cnn.com/mundo/2011/06/17/una-campana-alienta-a-las-mujeres-de-arabia-saudita-a-tomar-el-volante>

¹⁶ “No woman, no drive”. (2013, octubre 26). Vídeo en Youtube. Extraída el 20/III/2014 desde <https://www.youtube.com/watch?v=aZMbTFNp4wI>

En definitiva, la esperanza de las mujeres saudíes sigue viva, los cambios en el país se producen lentamente. En la actualidad no hay un sistema de transporte público eficaz, sin embargo, Riad, la capital saudí, es una de las ciudades con mayor crecimiento. Por esta razón, el Gobierno ha tomado la decisión de invertir unos 22 mil millones de dólares en un gran proyecto que potenciará el transporte público. A día de hoy, según la compañía española Fomento de Construcciones y Contratas (FCC), tan solo un 2% de los trabajadores utilizan el transporte público. Este hecho se explica por el precio bajo de la gasolina, es decir, Arabia Saudí es el segundo país en el mundo tras Venezuela con gasolina más barata. De este modo, para estimular el uso de transporte público, el país ha decidido subir el precio de la gasolina. Por otra parte, con el desarrollo y puesta en marcha de un sistema público de transporte, las mujeres obtendrán la posibilidad de moverse de un punto a otro sin depender un 100% de sus maridos, padre o hijos, ya que todavía no tienen permiso oficial de conducir.

2.2.3. El catálogo Ikea para Arabia Saudí: un hogar sin mujeres

Ikea es una empresa internacional de origen sueco. Tiene presencia en 52 países y cuenta con 252 tiendas, asimismo, es auténtico líder en decoración para el hogar. Entre sus valores destacan:

- “Humildad y voluntad
Nos respetamos entre nosotros, así como a nuestros clientes y colaboradores. Gracias a nuestra voluntad conseguimos nuestros objetivos.
- Unidad y entusiasmo
Juntos tenemos el poder de resolver problemas aparentemente irresolubles. Lo hacemos siempre.
- Deseo permanente de renovación
Los cambios son buenos Sabemos que adaptarse a las demandas del cliente con soluciones innovadoras ahorra dinero y contribuye a mejorar el día a día en el hogar.
- Aceptar y delegar responsabilidades
Ascendemos a los colaboradores con potencial y les animamos a superar sus expectativas. Por supuesto que las personas se equivocan. ¡Pero también aprenden de sus errores!”¹⁷

Entre los valores principales de la empresa destacan “unidad, renovación, humildad”. Ikea siempre ha hecho su publicidad en base al sentido común, la comodidad del hogar a través de imágenes que transmiten igualdad y armonía entre los géneros. Sin embargo, un periódico sueco llamado Metro, el año pasado denunció en su portada una de las campañas de Ikea destinada para Arabia Saudí. El periódico escribió que la compañía había fulminado a las féminas de la versión saudí de su folleto, el más difundido del mundo. La polémica fue tan grande que Ikea tuvo que pedir disculpas:

¹⁷ “Nuestros Valores” (n. d.). En *Web oficial IKEA*. Extraída el 30/III/2014 desde http://www.ikea.com/ms/es_ES/the_ikea_story/working_at_ikea/our_values.html

“Deberíamos habernos dado cuenta de que excluir a las mujeres de la versión de Arabia Saudí del catálogo está en conflicto con los valores del grupo Ikea”.¹⁸

Las mujeres fueron eliminadas de los catálogos de Ikea, de tres modos:

- Con Photoshop se han retocado las imágenes hasta la figura de la mujer desaparezca por completo, manteniendo otros elementos de la misma imagen.
- Se han eliminado determinadas fotografías donde el retoque no ha sido exitoso.
- Se ha sustituido por otra versión de la misma foto sin figuras humanas.

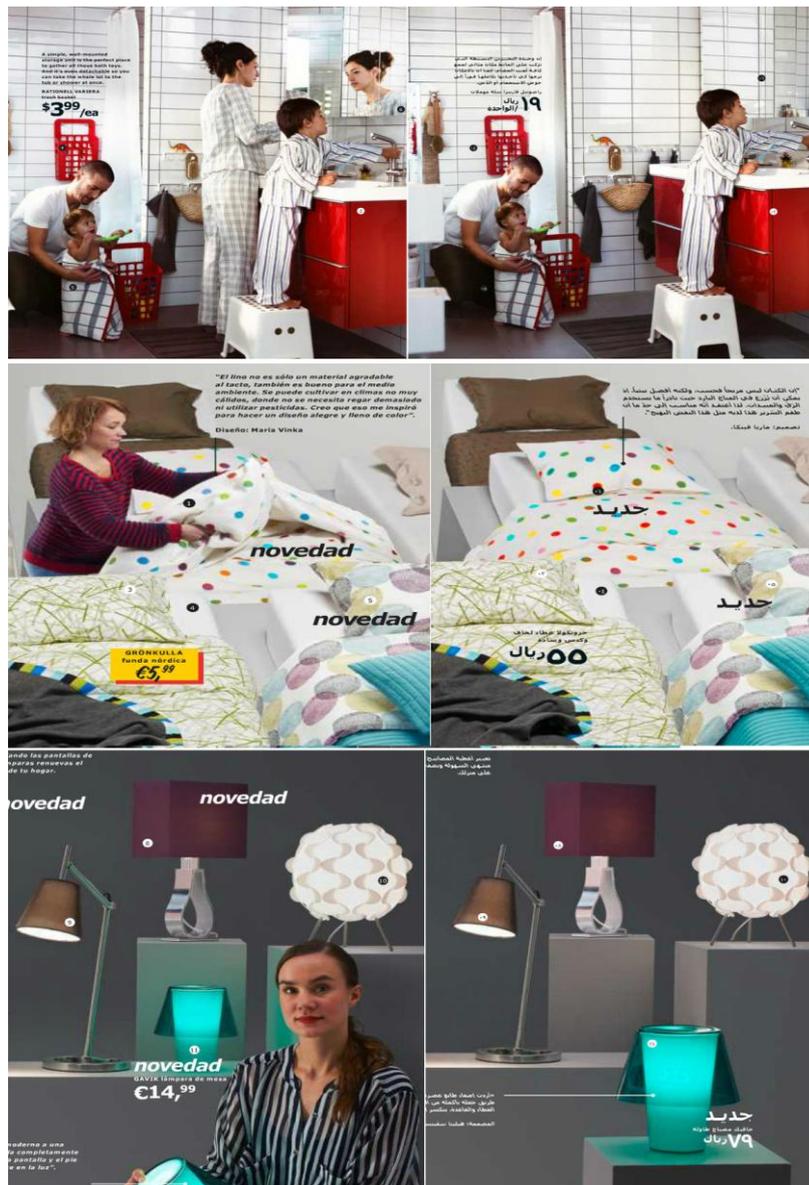


Figura 20. Catálogo Ikea, Arabia Saudí.

¹⁸ “Mujeres eliminadas en el catálogo Ikea 2013 en Arabia Saudí: la empresa pide perdón” (2012, octubre 1). En *El Huffington Post*. Extraída el 03/IV/2014 desde http://www.huffingtonpost.es/2012/10/01/mujeres-eliminadas-en-el_n_1928800.html



Figura 21. Catálogo Ikea, Arabia Saudí.

Este tema es tan hiriente, que muchas de las personas que aparecen en la publicidad de la marca son empleados de la propia empresa, al igual que sus familias y amigos. Destaca el caso de la foto que está protagonizada por los 4 diseñadores de la gama Ikea PS junto a sus respectivas obras. Tres hombres y una mujer, esta última, la diseñadora Clara Gausch, también fue eliminada en la versión saudí, mientras se seguían manteniendo las figuras de los tres hombres.



Figura 22. Catálogo Ikea, Arabia Saudí.

En Ikea, un 40% de los altos directivos son mujeres, pero este hecho resulta que no posee mucha importancia debido a que la empresa ha dado la espalda a todos sus valores, con un único objetivo: aumentar sus ventas en uno de los países más ricos del mundo. A día de hoy no está claro cuál es la razón por la cual la empresa sueca tomó la decisión de eliminar todos los modelos de sexo femenino. La explicación de “Respetar la sensibilidad local” tampoco es relevante debido a que desde hace tiempo los propios periódicos saudíes ya no censuran las fotos que están protagonizadas por mujeres extranjeras. Es verdad que si una mujer esta vestida en minifalda o bañador aparece en las imágenes solo su rostro. Hasta se han empezado a publicar fotos de mujeres locales. La aparición de mujeres en los medios de comunicación es respaldada por el propio rey Abdalá. En un congreso él se fotografió con un grupo de mujeres a pesar que posteriormente fue muy criticado por sectores ultraconservadores.

Este no es el primer caso en el que Ikea pasa por encima de su propia filosofía. Hace tiempo eliminó de su web para Rusia una fotografía que recordaba el estilo de la banda punk Pussy Riot, argumentando que la compañía "no quiere ser utilizada como lugar de agitación de cualquier tipo."¹⁹



Figura 23. Catálogo Ikea, Rusia.

Este caso polémico vinculado con el catálogo de Ikea, es diferente comparado con los dos anteriores, debido a que una gran compañía multinacional como es Ikea, con unos valores claros, establecidos, con una visión liberal, con un sentido de igualdad, tolerancia y respeto entre los sexos, no puede permitirse una práctica así por satisfacer los caprichos de algunos de sus clientes, sobre todo si se está ignorando la ética y obviando las condiciones de las mujeres en el mundo árabe en aras de atender fines comerciales.

¹⁹ "Ikea retira las fotos de mujeres de su catálogo de Arabia Saudí" (2012, octubre 1). En *La Vanguardia*. Extraída el 03/IV/2014 desde <http://www.lavanguardia.com/vida/20121001/54351435691/ikea-retira-mujeres-catalogo-arabia-saudi.html#ixzz2wQg203tQ>

CAPÍTULO 3

La mujer saudí en el mundo cinematográfico



3.1. Breve historia del cine saudí

A lo largo de la década de los años 60 y 70, el cine y los teatros en Arabia Saudita desempeñaban un papel importante, debido a que a través de los mismos el pueblo se acercaba hacia un ambiente artístico. El cine siempre ha conseguido crear puentes entre las diferentes culturas, religiones y puntos de vista. De este modo, su presencia y desarrollo en un país como Arabia Saudita ha sido fundamental.

Por desgracia, toda esta imagen fue totalmente destrozada con el inicio de los años 80 cuando la policía religiosa, más conocida como Muttawa (un organismo institucional a cuenta del Comité oficial para la Prevención del Vicio y la Promoción de la Virtud), realizó una campaña de carácter agresivo y extremo. La misma consistía en cerrar todos los centros culturales, entre los cuales destacaban los salones de cine, los teatros, y los centros de baile. Según los representantes de Muttawa este tipo de actividades artísticas no estaban en concordancia con las normas y leyes saudíes. El miedo a que los ciudadanos de Arabia Saudí pudieran educarse e inspirarse en ideas y filosofías europeas a través del cine, estaba en la base de esta extrema medida.

El cine a lo largo del siglo XIX ha sido una de las principales herramientas que los diferentes regímenes han utilizado con el fin de promover su propaganda. Asimismo, durante la Segunda Guerra Mundial ha sido una de los pinceles trascendentales para transmitir mensajes ideológicos e ideas filosóficas. El régimen comunista con su líder Yosef Stalin, el régimen alemán con el fñhrer Adolf Hitler, Estados Unidos representados por Franklin D. Roosevelt, todos ellos acudieron al cine como forma de alcanzar con mayor facilidad a sus seguidores y asimismo conseguir nuevos simpatizantes. Es conocido el hecho, de que todas estas producciones cinematográficas se realizaban bajo un control estricto y la aprobación de una comisión de expertos que ocupaban altos puestos en la administración del régimen que representaban. Su papel fue seguir de cerca la elaboración y rodaje de los guiones. El objetivo principal fue limitar al máximo la aparición de opiniones y posturas que estaban poniendo en duda determinados aspectos de la gestión del régimen.²⁰



La influencia de la pantalla grande, a casi 70 años del comienzo del conflicto:

Propaganda en la Segunda Guerra Mundial, ¿una batalla que ganó Hollywood?

Figura 24. Carteles de la Segunda Guerra Mundial. Fuente: Blog de paso arte.

²⁰ Contreras, F. (2004). *Cultura de guerra: medios de información y violencia simbólica*. p.61. Madrid: Anzos, S.L.

Tras la finalización de la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos se ha establecido como el líder de producción de cine basado en mensajes a menudo propagandísticos. A pesar que el país siempre ha tratado de mantener relaciones muy estrechas con Arabia Saudita por cuestiones relacionadas con el negocio internacional, el cine estadounidense nunca ha logrado influir en forma directa en la cultura, la religión y las tradiciones saudíes. Arabia Saudí resulta un país cerrado que cuida de forma extrema su identidad, su visión, estableciendo lo bueno y lo malo, lo moral y lo amoral, lo correcto y lo incorrecto, basándose exclusivamente en las suras del Corán, que goza de un rango constitucional.

Pese a que el libro sagrado el Corán, no contiene ningún dato relacionado con el cine y su respectivo desarrollo, es decir, no se observa ninguna orden específica que prohíba la presencia del mismo, en el periodo desde el final de los años 70 y el principio de los años 80, la policía religiosa saudí obtiene un papel importante en el establecimiento y control de las normas islámicas. De este modo, toma unas medidas extremas y prohíbe la grabación de producciones cinematográficas independientemente de los fines que se persigan. La idea de Muttawa era no permitir que los valores que proclaman otras religiones se incorporen al mundo musulmán. Es una medida preventiva que creó una barrera entre las diferentes culturas, destruyendo los puentes comunes. Asimismo se trata de una forma de control que el reino saudí ejerce sobre su pueblo. Cuanto menos informados están los ciudadanos más fácil es influirle e imponerle una determinada filosofía y visión de la vida.



Figura 25. Faysal Al-Malki, actor saudí.

En aquella época todos los ciudadanos saudíes que querían ver alguna película tenían que viajar al reino de Bahrein e invertir unos 67 dólares por viaje. Resulta que este es uno de los costes más altos pagado por ver una película. A pesar de las medidas tan fuertes los ciudadanos de Arabia Saudita podían ver películas en sus casas, obteniéndolas a través de videoclubs, con antenas vía satélite que permitían acceso a canales temáticos. Internet es otro medio mediante el cual se podía conseguir cine casero, independientemente de que en determinadas épocas el mismo fuera controlado. Estas limitaciones aumentaron la corrupción con productos cinematográficos y convirtieron el cine en una práctica ilegal.

30 años después la situación en el país empezó a cambiar, Arabia Saudita quitó la prohibición sobre estrenos cinematográficos. Esta noticia no fue bien aceptada por todo el pueblo, un grupo de fundamentalistas se unió y protestó contra este cambio. A pesar de las distintas opiniones, se realizó el primer estreno cinematográfico en el país después de más de tres décadas de silencio. La película con nombre "Menahi" fue producida por la compañía del

príncipe Alwaleed bin Talal y se presentó en el centro cultural Rey Fahd de la capital, Riad. Es importante el hecho de que en el estreno oficial de la película, no asistió ninguna mujer, sin embargo se realizó una proyección previa en Jeddah donde las mujeres saudíes podían acudir al cine pero solo ocupando los puestos en un balcón, separadas completamente del público masculino.²¹



Figura 26. Rey Abdalá bin Abdelaziz.

Con la llegada del Rey Abdalá en 2005, se observó un importante crecimiento de las películas rodadas en el territorio del país. Asimismo se celebró el primer festival de cine en la ciudad de Damman. El sobrino del rey Abdalá, el príncipe Bin Talal pidió ayuda de algunas de las personas más ricas del mundo árabe con el fin de que se rehabilitaran los cines saudíes. Pese a este progreso, el papel de la mujer en la industria cinematográfica no tuvo mucho desarrollo. Múltiples escenas fueron censuradas, debido a que en un principio no se aceptaba positivamente que las mujeres aparecieran sin la vestimenta tradicional, más conocida como, el burka. Según las creencias de los árabes saudíes ningún hombre, excepto el marido o miembros cercanos a la familia, puede ver a la mujer sin que ella esté cubierta. En el mundo saudí este hecho se considera como gran pecado “haram”. No obstante con el paso del tiempo y con el desarrollo de las producciones cinematográficas, las mujeres han conseguido que su rostro sea percibido con más naturalidad y tolerancia en determinados grupos sociales. En la actualidad, se han grabado varias series y telenovelas, que a pesar de que han sido estrictamente controladas, se ha observado un trato bueno hacia las mujeres.

3.2. Análisis de la película “La bicicleta verde”

El momento más relevante para el cine de Arabia Saudita se produce en el año 2012. Entonces se rodó la primera película saudita elaborada y producida por una mujer. Se trata de un hecho insólito y sin precedentes. El país, que es conocido por la discriminación plena de los derechos femeninos, el mismo que en el año 2003 prohibió a la escritora y defensora de los derechos humanos, Wajaha Al-Huwaider, que escribiera en la prensa oficial por sus intereses y valores, permitió a una mujer que rodara un largometraje reflejando la cultura y los tabúes de todo un pueblo. El nombre de esta mujer tan valiente y progresista es Haifaa Al-Mansour. La directora y guionista nació el 10 de agosto de 1974 en Arabia Saudita, es hija del popular poeta saudí Abdul Rahman Mansour. Él es la persona que desempeña un papel fundamental en su vida, debido a que gracias a su padre, Haifa Al-Mansour se acercó al mundo del cine y del vídeo. Bajo el respaldo de su padre, realizó sus estudios en el Cairo, Egipto, una carrera de Literatura Comparativa en la Universidad Americana y posteriormente estudió en la escuela de películas en Sydney, Australia. Allí es donde Haifaa Al-Mansour comenzó a dar sus primeros pasos en el cine con cortometrajes y documentales: “Who?”, “The Bitter Journey”, “The only way out”, “Women without



Figura 27. Directora cinematográfica saudí, Haifaa Al-Mansour.

²¹ Sabry, T. (2012) Arab cultural studies: Mapping the Field. New York: I.B. Tauris & Co Ltd.

shadows”. No obstante su gran éxito llegó con la película con título original “Wadjda” más conocida en España como “La bicicleta verde”.

La historia es simple, la película no tiene efectos especiales, no se trata de una producción de

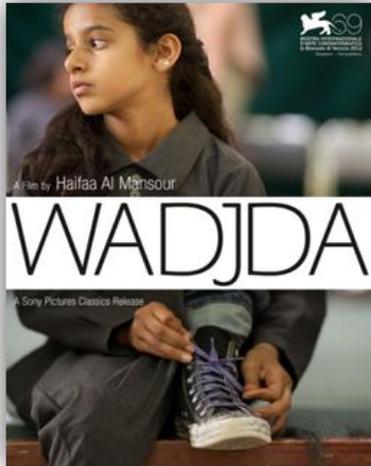


Figura 28. Cartel de la película

gran inversión, sino que su punto fuerte es el guión y el fino sentido de humor. Se refleja la historia de una joven saudí con espíritu fuerte, apasionada, diferente, que a lo largo de la película persigue un gran deseo, conseguir dinero para comprarse una bicicleta de color verde. La protagonista principal, de 10 años, vive con su familia en los suburbios de Riad donde se rodó la película. A pesar de la represión a la que las mujeres de Arabia Saudita se enfrentan, Wadjda es una chica creativa, valiente, arriesgada y divertida. Tiene hábitos que son más afines para las niñas americanas de su edad que para una chica saudí. Escucha música “endiablada”, lleva deportivas, no cubre suficiente su cabello, prefiere hacer cosas típicas de chicos. Wadjda aprovecha inteligentemente su estatus de niña y corre

por la línea de las cosas prohibidas para las representantes del sexo femenino. Un hecho extraño, el mejor amigo de Wadjda, cuyo nombre no se menciona a lo largo de la historia, es un chico. En Arabia Saudita no se toleran amistades entre mujeres y hombres, la separación entre los dos sexos se aplica desde edad muy temprana y en este contexto, las chicas no pueden visitar escuelas donde estudian los chicos y al revés. Con el objetivo de evitar la comunicación entre mujeres y hombres, se ha creado una infraestructura escolar que facilita todo este proceso, por un lado, se observa la existencia de escuelas y universidades masculinos y, por el otro, centros especialmente creados para representantes del sexo femenino. La película refleja con gran claridad esta división, debido a que la escuela a la que acude Wadjda es exclusivamente para chicas. El orden y el control que se ejerce sobre las mismas es muy estricto. Las jóvenes no tienen los privilegios que poseen las chicas europeas de la misma edad.²²

Como se puede observar a lo largo de la película, el Corán está en la base de esta historia, el libro sagrado está sobre la mesa de cada alumna, asimismo se representa como una herramienta mediante la cual la protagonista principal pretende alcanzar su gran sueño: comprarse la bicicleta verde. La película también muestra el enfrentamiento entre los dos sexos, Wadjda compite de una forma directa con su mejor amigo ofreciéndole que realicen una carrera en la que está convencida que la ganadora será ella. Negligencia tanto para las normas religiosas, como para las sociales. La joven bajo el prisma de su infancia, y de una forma natural, se niega a aceptar todos los códigos sociales que dominan en el sistema saudí.



Figura 29. El libro sagrado: Corán.

²² Rodríguez, C. (2014). *Révolution sous le voile*. Paris: First - Grund

3.2.1. Análisis de las escenas que plantean denuncias sociales

➤ La directora del colegio hacia Wadjda y sus compañeras:



Figura 30. Escena de la película Wadjda

- *Los hombres por fuera no deberían oír voces femeninas.*
- *Wadjda, mañana con la cabeza cubierta o te dejaré reservado un sitio al sol.*
- *El colegio es un lugar de valores morales y aprendizaje. Escuchad con atención, hemos pillado a dos alumnas cometiendo un pecado en patio trasero. Las dos son Faten Haleb y Fatima Abdulah. Para evitar situaciones similares a partir de ahora no estará permitido traer flores al colegio, ni intercambiar cartas de amor y admiración y nadie podrá tampoco darse la mano."*
- *Una bici no es un juguete de niñas, menos aún para niñas devotas y educadas que protegen sus almas y su honor.*

➤ La madre de Wadjda hacia ella:



Figura 31. Escena de la película Wadjda

- *Aquí las niñas no montan en bici, no podrás tener hijos si subes en bici. Parece mentira que no lo sepas.*

- *Las bicicletas son peligrosas para niñas, te crees que puedes actuar como un niño.*
- *Te interesa el glorioso árbol genealógico de tu padre, tu nombre no se incluye, solo aparecen los nombres de los hombres.*

➤ **Conversación entre Wadjda y sus compañeras de clase:**



Figura 32. Escena de la película Wadjda

- Compañeras de Wadjda: *Vámonos, los hombres nos pueden ver.*
- Wadjda: *Por qué crees que tienen superpoderes, si tú les puedes ver entonces ellos también te pueden ver a ti.*
- Compañeras de Wadjda: *Las chicas respetables se van adentro las demás se quedan donde los hombres las pueden ver.*
- Wadjda: *Ya, lo que tú digas.*

➤ **Conversación entre Wadjda y su amigo:**



Figura 33. Escena de la película Wadjda

- Amigo de Wadjda: *Su hijo se llenó la cintura de explosivos y pum, murió.*

- Wadjda: *Está loco, eso tiene que doler.*
- Amigo de Wadjda: *No, si mueres por Dios es como el pinchazo de una aguja, luego vuelas hasta el cielo y tienes ciertas cosas.*

A pesar de que se trata de una película creada con mucho sentido del humor, describe muy bien la forma de vivir y los valores que poseen las mujeres saudíes. Asimismo muestra que no solo los hombres dominan el comportamiento de las mujeres sino que las propias mujeres castigan a aquellas de ellas que se permiten más libertades. La mujer saudí tiene cuatro castigos: por un lado están la religión y la sociedad y por el otro los hombres y las mujeres. Es un círculo vicioso del que parece no haber salida. De pequeños los niños de Arabia Saudita se educan en determinados valores y tienen que seguir unas normas estrictas basadas en las suras del libro sagrado, de este modo la sociedad rechaza aquellos que tienen la valentía de buscar sus derechos, de ser diferentes. Las consecuencias para estas personas son graves y no se excluye la pena de muerte.

La película “La bicicleta verde” no es solo una producción cinematográfica de ficción sino que refleja la realidad de un país cerrado y conservador. Un país donde parece que el tiempo se ha parado, un país que juzga a sus ciudadanos por normas escritas hace varios siglos en otros tiempos y en otras épocas. La historia de la pequeña Wadjda y su simple deseo de montar en bici abre cuestiones que antes nadie se preguntaba. ¿Cuál puede ser la razón por la que una chica saudí no puede montar en bicicleta? Puede ser que las niñas deben de llevar el burka que cubre todo su cuerpo y así es difícil montar una bicicleta, o porque ésta es una de las muchas prohibiciones sin razón que tienen las mujeres saudíes. Sin embargo, la respuesta es diferente, esta vez no tiene nada que ver con las tradiciones, la religión o la cultura, en esta ocasión se trata de una medida preventiva que se aplica sobre las chicas. Según la visión de la policía religiosa la bicicleta es un juguete peligroso para las niñas debido a que pueden perder su virginidad.

Las normas sociales afirman que antes del matrimonio las chicas no puedan tener contactos íntimos de ninguna forma, ni con su futuro marido, ni con cualquier otro hombre. En este contexto para los hombres saudíes es muy importante que su futura esposa haya guardado su virginidad, se trata de una cuestión de honor y moral. Asimismo, una mujer que no puede tener hijos independientemente de cuál sea la razón, casi nunca está bien tratada, ni por su esposo ni por su familia. Cuando una mujer tras el matrimonio descubre que no puede tener hijos, o que tras complicaciones durante el primer parto nunca volverá a tener hijos, entonces la reacción de la familia de su marido es instantánea, su suegra se ocupa de buscar a su hijo una segunda esposa con el fin de que el mismo deje más de un heredero. Las familias árabes tradicionales están compuestas por muchos miembros, es una cuestión de costumbre. El tema de los cuatros matrimonios que puede tener un hombre árabe esta también desarrollado en el guión de la película, a pesar que ocupa un papel secundario.

La madre de Wadjda es la primera esposa de su padre. Debido que a lo largo de la historia queda claro que la misma no podrá tener más hijos, su suegra se ocupa de buscar una segunda esposa para su hijo. Desde tiempos antiguos las hijas nunca han podido sustituir el papel que poseen los hijos. Los chicos son los auténticos herederos de la familia, aquellos que van a seguir llevando el nombre y luchando por defender los derechos familiares. Por esta razón, en una de las escenas del largometraje donde en un cuadro de la pared del salón está colgado el árbol genealógico de la familia, se especificaba que el mismo está compuesto solo por nombres masculinos, una mujer nunca puede formar parte de esta cadena, no posee este derecho.

“El castigo” es lo que persigue a cada mujer saudí independiente de su edad. El miedo a estar castigadas es lo que más las limita para actuar de una forma natural, es lo que configura su forma de ser. Las mujeres saudíes pueden ser definidas como mujeres sin caras, pero no son mujeres sin alma, sin corazón. Alguien puede quitarles la libertad pero nadie puede limitar su imaginación y sus sueños. En las últimas escenas de la película, la madre de Wadjda una mujer que discutía a lo largo de toda historia con su hija y le decía que la bicicleta es un juguete masculino, con el objetivo de que ver a su hija feliz y darle las alas de soñar, decidió dejar de lado todas sus creencias y regalar a Wadjda la tan deseada bicicleta verde.

Esta historia tuvo un final feliz, consiguió llegar a un amplio número de espectadores, fue premiada en diferentes festivales de cine por todo el mundo. Despertó el interés no solo por el gran valor artístico que poseía el guión sino por la historia que acompañaba el rodaje de la misma. La directora Haifaa Al-Mansour en varias ocasiones ha mencionado que ella se ha visto obligada a dirigir muchas de las escenas de la película a distancia, debido a que en Arabia Saudita existe la prohibición de dirigirse directamente a los hombres del equipo. Pese a todas las dificultades, pese a que la película no puede ser determinada como la mejor película de la historia del cine, “La bicicleta verde” es una cinta valiente, que refleja objetivamente determinados aspectos de la vida de las mujeres saudíes. El guión está lleno de optimismo y refleja la esperanza de la directora de que en un futuro la situación cambie. Lo más probable es que esta película un día entrará en los libros debido a que se trata de la primera película rodada por una mujer saudí y muy valorada por la crítica.



Figura 34. Wadjda

Conclusiones

Arabia Saudita es hoy un país que asiste a una revuelta con claros tintes de género, en aras de dotar a sus mujeres de derecho y dignidad. Se trata de una reivindicación que desafía lo religioso, lo cultural y lo político. El reino saudí posee el mayor índice de desigualdad de género, es decir, no se trata de una discriminación que abarque un determinado tema o aspecto de la vida, sino que es una represión con múltiples caras. En Arabia Saudí todo es posible, la restricción es continua e infinita.

A través de esta investigación se refleja una visión global tanto de los aspectos culturales como de las normas religiosas a los que la mujer saudí se ve sometida. Las múltiples prohibiciones limitan su incorporación a la vida social y económica del país, construyendo una barrera insalvable entre géneros. Sus arcaicas costumbres imposibilitan el desarrollo individual de las mujeres y, como resultado de su férreo arraigo en la sociedad, fortalece la presencia de múltiples tabúes. No es posible comprender esta realidad sin tener en cuenta la esencia religiosa en base a la cual se construyen los usos sociales. En este aspecto, es necesario destacar que su libro sagrado, el Corán, en el que se basa la legislación del país, posiciona a la mujer desde una perspectiva igualitaria, debido a que en ningún momento se recogen por escrito limitaciones a su vida social, a su papel en el sistema educativo o laboral. Sin embargo, en el territorio de Arabia Saudí se desarrolla una corriente islámica radical respaldada por el reino que promueve una interpretación distinta del Corán en la que la mujer se encuentra sometida a los deseos y necesidades del hombre. En este contexto, las reglas impuestas sobre el sexo femenino son rígidas y severas, relegándolas a una posición de desigualdad.

En base a las restricciones previamente estudiadas, puedo determinar que nos encontramos ante una sociedad que ve restringida su desarrollo y evolución. De tal modo, no se observa cambio alguno en el comportamiento y la percepción que la sociedad saudí tiene de sus mujeres, viéndose anclada a unas tradiciones incuestionables. Bajo estas últimas, las saudíes se deben enfrentar a un amplio abanico de prohibiciones y responsables frente a unos mínimos derechos y garantías. En concreto, entre sus restricciones se encuentran la posibilidad de conducir, viajar al extranjero, mantener vínculos sociales con personas del sexo masculino o salir a la calle sin burka, entre otras. No obstante, a lo largo de los últimos dos años se han producido acontecimientos fruto de los cuales comienzan a surgir movimientos con claros tintes feministas que, a pesar de poner en riesgo la vida y la libertad de sus promotores, luchan por alcanzar mayores oportunidades para el futuro de las mujeres saudíes.

La violencia de género es uno de los problemas más complejos y actuales dentro del reino saudí. Las estadísticas muestran una sombría realidad en la que proliferan los casos de mujeres que se ven sometidas a los abusos y malos tratos por parte de sus congéneres masculinos. Estas preocupantes cifras han puesto sobre la mesa un tema considerado tabú hasta entonces, provocando que por primera vez en la historia del país la Familia Real haya tomado la iniciativa de crear una campaña de concienciación dirigida a luchar contra este tipo de violencia. Dicha acción comunicativa posee un alto valor simbólico en tanto que refleja a la mujer desde su papel de víctima, ya que pese a llevar la vestimenta tradicional, no se ocultan las huellas del maltrato. Iniciativas de este carácter son referentes de una metamorfosis basada en el reconocimiento de derechos de la mujer no declarados hasta la fecha.

Este proceso de transformación se ha desarrollado a través de campañas publicitarias que suponen un punto de inflexión despertando la conciencia de ciertos sectores de la sociedad abiertos al cambio. La implicación y activa participación de gran número de mujeres en estas acciones reivindicativas suponen el inicio de una nueva etapa en la que el rol de la mujer en la

sociedad saudí comienza a ser tenido en consideración. Es importante el hecho de que además de las mujeres, un significativo número de hombres, en muchos casos familiares o maridos de las primeras, respalden abiertamente este nuevo escenario. Sin embargo, además de las campañas publicitarias de carácter social que se han analizado a lo largo del proyecto, se observa la presencia de acciones publicitarias que siguen la tendencia tradicional, promoviendo los valores y creencias más fundamentalistas; en esta línea nos encontramos con el catálogo de Ikea para Arabia Saudí. Resulta paradójico que mientras que los saudíes comienzan a trabajar en acciones de carácter liberador, una compañía europea que en esencia defiende el pensamiento occidental, apueste por reforzar antiguos tabúes y limitaciones impuestas a la mujer. Este acto plantea la cuestión sobre la hipocresía ética subyacente a numerosas organizaciones empresariales. Se da la circunstancia de que la maquinaria capitalista atiende a estímulos económicos sin importar la proveniencia geográfica y cultural de las compañías, violando los principios reconocidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948.

Por otra parte, la industria cinematográfica aún no ha alcanzado los mismos resultados que la publicitaria. Sin embargo, en su seno se ha producido un hito que pese a no brillar por una realización técnica impecable, es fiel reflejo de las sutiles transformaciones que se han desarrollado a lo largo de los últimos años. Si hace apenas un lustro alguien hubiese presagiado que una mujer saudí dirigiría una película en la que sus principales protagonistas aparecerían sin la vestimenta tradicional, se le habría acusado de plantear realidades utópicas. No obstante, en la actualidad el país ha autorizado y reconocido una obra cinematográfica que, por un lado, refleja la realidad social y, por otro, la analiza desde un punto de vista crítico e irónico que pretende promover la mejora de las condiciones de vida de la mujer saudí.

En definitiva, se debe tener en consideración que la revolución en un país extremadamente cerrado y aislado como es Arabia Saudita exige de un periodo más largo. Cada vez más mujeres, a pesar de las restricciones impuestas, reivindican formas de expresar su opinión y defender sus derechos recurriendo a su valía personal y rompiendo con los roles estereotipados. La esperanza de un futuro cambio real pasa por el reciente anuncio oficial del rey Abdullah declarando que a partir del año 2015 los saudíes podrán votar tanto en las elecciones locales como para la asamblea consultiva. Parafraseando la célebre afirmación del primer ser humano que pisó la luna, el astronauta Neil Armstrong, este es un pequeño paso para la realidad del mundo árabe pero un gran salto para la mujer saudí, estableciendo un precedente y una vía abierta a un mejor posicionamiento tanto social como cultural para la mujer saudí.

Concluyo en torno a que el objetivo del presente proyecto, de mostrar la realidad de la mujer saudí y analizar las acciones, publicitarias y cinematográficas, que ahondan en su temática, queda cubierto, y abre un camino para el estudio sobre la compleja y sombría realidad de estas mujeres, inmersas en una situación de cambio y transformación social.

Referencias bibliográficas

- Aixelá, Y. y Planet, A. (2004) “Mujer y Política en el mundo árabe”. En *Dialnet*. Extraída el 03/IV/2014 desde:
http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/3239/1/Feminismos_3_10.pdf
- “Arabia Saudí lanza su primera campaña contra la violencia machista”(2013, mayo 3). En *El Periódico*. Extraída el 07/IV/2014 desde:
<http://www.elperiodico.com/es/noticias/internacional/campana-arabia-saudi-contra-violencia-machista-2380985>
- “Arabia Saudita protege por primera vez a sus mujeres de la violencia doméstica” (2013, agosto 28). En *RT Actualidad*. Extraída el 18/III/2014 desde:
<http://actualidad.rt.com/sociedad/view/104193-arabia-saudi-mujeres-violencia-domestica>
- Besis, S.
_(2010). *Mujer y familia en las sociedades árabes actuales*. Barcelona: Bellaterra.
_(2008). *Los árabes, las mujeres, la libertad*. Madrid: Alianza.
- Bueyes, M. (2012, noviembre 26). “Woman2Drive, pro mujeres al volante en Arabia Saudita”. En *Blog Auto Cosmos*. Extraída el 25/III/2014 desde:
<http://noticias.autocosmos.com.mx/2012/11/26/women2drive-pro-mujeres-al-volante-en-arabia-saudita>
- Contreras, F. (2004). *Cultura de guerra: medios de información y violencia simbólica*. Madrid: Anzos, S.L.
- El Khayat, R. (2004). *La mujer en el mundo árabe*. Barcelona: Icaria.
- “En fotos: El mundo árabe imaginado por la publicidad” (2011, abril 28). En *BBC Mundo*. Extraída el 18/III/2014 desde:
http://www.bbc.co.uk/mundo/video_fotos/2011/04/110426_galeria_publicidad_mundo_arabe_cr.shtml
- Espinosa, Á.
_(2013, abril 29). “Arabia Saudí lanza la primera campaña contra la violencia machista”. En *El País – Sociedad*. Extraída el 18/III/2014 desde:
http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/04/29/actualidad/1367256150_464265.html
_(2013, febrero 9). “El juicio a un predicador saudí por violar y matar a su hija desata la indignación”. En *El País–Internacional*. Extraída el 2/III/2014 desde:
http://internacional.elpais.com/internacional/2013/02/09/actualidad/1360436968_171071.html

_(2012, octubre 1). "Ikea borra a las mujeres de su catálogo para Arabia Saudí". En *El País – Sociedad*. Extraída el 03/IV/2014 desde:

http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/10/01/actualidad/1349106915_875612.html

- "Estaciones espaciales" transformarán el metro en Arabia Saudita". (2013, agosto 1). En *CNN – España*. Extraída el 30/III/2014 desde:
<http://cnnespanol.cnn.com/2013/08/01/estaciones-espaciales-transforman-el-metro-en-arabia-saudita/>
- Fatany, S. (2013, marzo 23). "Why divorce is on the rise in Saudi Arabia". En *Saudi Gazette*. Extraída el 10/III/2014 desde:
<http://www.saudigazette.com.sa/index.cfm?method=home.regcon&contentid=20130323158091>
- Feinstein, A. (2011). *The shadow world – Inside the global arms trade*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Hammond, A. (2005). *Pop culture arab world – Media, Arts, and Lifestyle*. California: Abc-Clio, Inc.
- Hansegard, J. (2012, septiembre 24). "Ikea Pulls photo in Russia, Fearing Controversy". En *The Wall Street Journal*. Extraída el 07/IV/2014 desde:
<http://online.wsj.com/news/articles/SB10000872396390444180004578016202981510888>
- "Ikea retira las fotos de mujeres de su catálogo de Arabia Saudí" (2012, octubre 1). En *La Vanguardia*. Extraída el 03/IV/2014 desde:
<http://www.lavanguardia.com/vida/20121001/54351435691/ikea-retira-mujeres-catalogo-arabia-saudi.html#ixzz2wQg203tQ>
- Jamjoom, M. (2011, junio 17). "Mujeres de Arabia Saudita desafían las costumbres para manejar automóviles". En *CNN – México*. Extraída el 15/III/2014 desde:
<http://mexico.cnn.com/mundo/2011/06/17/una-campana-alienta-a-las-mujeres-de-arabia-saudita-a-tomar-el-volante>
- "La Policía religiosa de Arabia Saudí quiere imponer aceras separadas para mujeres en la ciudad santa de Medi" (2007, agosto 31). En *Europa Press*. Extraída el 07/IV/2014 desde:
<http://www.europapress.es/epsocial/00313/20070831134106/asaudi-policia-religiosa-arabia-saudi-quiere-imponer-aceras-separadas-mujeres-ciudad-santa-medi.html>
- Mackey, S. (2004). *Los saudíes: Crónicas de una periodista desde el reino oculto del desierto: la realidad social y política de Arabia Saud*. Barcelona: Paidós.
- Martín, G.

_(2010). "The West must open its eyes to the silent revolution among Arab women". *Europe's world: the only Europe-wide policy journal*, núm. 16, pp. 135-137.

_(2006). *El mundo árabe e islámico. Experiencia histórica, realidad política y evolución socio-económica*. España: Bilbao, Universidad del País Vasco.

_(1992). “Mujeres musulmanas: del Corán a los códigos de la familia”. *Revista de análisis sur-norte para una cooperación solidaria*, núm. 9, pp. 39-48.

_(1992). “Mujer y cambio social en el mundo árabe”. *Revista española de investigaciones sociológicas*, núm. 60, pp. 63-73.

- Martín, R. (junio 10). “30 años sin cine en Arabia Saudí”. En Blog *Las horas perdidas*. Extraída el 14/II/2014 desde:
<http://www.lashorasperdidas.com/index.php/2009/06/10/30-anos-sin-cine-en-arabia-saudi/>
- Martínez Montávez, P. (2003). *Nación Árabe -1986/2003 Mundo Árabe: asalto y resistencia*. Barcelona: Icaria.
- “Mujeres eliminadas en el catálogo Ikea 2013 en Arabia Saudí: la empresa pide perdón” (2012, octubre 1). En *El Huffington Post*. Extraída el 03/IV/2014 desde:
http://www.huffingtonpost.es/2012/10/01/mujeres-eliminadas-en-el-n_1928800.html
- “Multas de 1.000 euros en arabia Saudí a maridos que dejan el coche a su mujer” (2013, septiembre 27). En *ABC*. Extraída el 30/III/2014 desde:
<http://www.abc.es/internacional/20130926/abci-arabia-mujeres-201309251351.html>
- “Mundo árabe y publicidad 1” (n. d.). En Blog *Sexismo Publicitario*. Extraída el 13/III/2014 desde:
<http://sexismopublicitario.blogspot.com.es/2008/02/mundo-rabe-y-publicidad.html>
- “Mundo árabe y publicidad 2” (n. d.). En Blog *Sexismo Publicitario*. Extraída el 13/III/2014 desde:
<http://sexismopublicitario.blogspot.com.es/2008/02/mundo-rabe-y-publicidad-2.html>
- Musafira, B. (2012, noviembre 19). “El rostro de la mujer en Arabia Saudí”. En *La Vanguardia*. Extraída el 07/IV/2014 desde:
<http://www.lavanguardia.com/lectores-corresponsales/20121119/54354631420/rostro-mujer-arabia-saudi.html>
- Nachawati, L. (2012, noviembre 26). “Arabia Saudí: tecnología al servicio de los guardianes”. En *El Diario*. Extraída el 30/III/2014 desde:
http://www.eldiario.es/desalambre/blog/Arabia-Saudi-tecnologia-servicio-guardianes_6_73202702.html
- Nafjan, E. (2013, octubre 25). “La ‘sociedad’ ya no es excusa para prohibir conducir a las mujeres en Arabia Saudí”. En *El Diario*. Extraída el 25/III/2014 desde:
http://www.eldiario.es/amnistiaespana/sociedad-prohibir-conducir-Arabia-Saudi_6_189741038.html

- “No woman, no drive”, el rival que apoya a las mujeres saudíes al volante” (2013, octubre 28). En *ABC – Internacional*. Extraída el 30/III/2014 desde: <http://www.abc.es/internacional/20131028/abci-video-satirico-saudies-201310280909.html>
- “No woman, no drive” (2013, octubre 26). Vídeo en *Youtube*. Extraída el 30/III/2014 desde: <https://www.youtube.com/watch?v=aZMbTFNp4wI>
- “Nuestros Valores” (n. d.). En *Web oficial IKEA*. Extraída el 30/III/2014 desde: http://www.ikea.com/ms/es_ES/the_ikea_story/working_at_ikea/our_values.html
- “Prohibido manejar o salir sola: restricciones extremas para mujeres” (2013, noviembre 14). En *Semana*. Extraída el 07/IV/2014 desde: <http://www.semana.com/mundo/articulo/prohibiciones-extremas-mujeres-en-el-mundo/364476-3>
- Reid, R. (2007, mayo 7). “Los velos usados por la mujer islámicas”. En Blog *Avizora*. Extraída el 13/III/2014 desde: http://www.avizora.com/atajo/informes/arabia_saudita_textos/0003_chapuzon_arabi_a_saudita.htm
- Rodriguez, C. (2014). *Révolution sous le voile*. Paris: First – Grund.
- Sabry, T. (2012). *Arab cultural studies: Mapping the Field*. New York: I.B. Tauris & Co Ltd.
- Salen, W. (2006). *El Ala radical del Islam – El islam político: realidad y ficción*. España: Siglo XXI.
- Serrano, A. (2013, septiembre 29). “Multas a los hombres de Arabia Saudí si dejan el coche a sus mujeres”. En Blog *Noticias Coches*. Extraída el 25/III/2014 desde: <http://noticias.coches.com/noticias-motor/multas-a-los-hombres-de-arabia-saudi-si-dejan-el-coche-a-sus-mujeres/94005>
- Unquiles, R. (2014, febrero 10). “Muere una mujer en Arabia Saudí tras impedir el acceso de los médicos al centro por ser hombres”. En *ABC – Internacional*. Extraída el 2/III/2014 desde: <http://www.abc.es/internacional/20140207/abci-muere-universitaria-arabia-201402062118.html>
- Wilson, P. y Graham, D. (1994). *Saudi Arabia – The Coming Storm*. New York: M.E. Sharpe, Inc.