

Cuba: El desafío de la violencia invisible en los medios

Por Helen Hernández Hormilla

hormilla@gmail.com

La Habana, noviembre (SEMIac).- Los medios de comunicación son fuente de violencia simbólica contra las mujeres y las niñas cuando legitiman mitos y representaciones sociales sobre los cuales se sostienen otras formas de violencia, trascendió en un seminario celebrado en el Instituto Internacional de Periodismo “José Martí” (IIPJM), en la capital cubana, del 5 al 8 de noviembre.

“Es imprescindible transformar la mirada tradicional de la información si tenemos en cuenta que los medios pueden llegar a influir más que la educación institucionalizada y funcionan lo mismo para potenciar el cambio que para mantener prejuicios sexistas”, reveló en su conferencia Isabel Moya Richard, presidenta de la Cátedra de Género y Comunicación Mirta Aguirre del IIPJM, que convocó al evento.

Encaminado a fomentar la especialización en temas de género a partir de herramientas conceptuales y buenas prácticas en el tratamiento de estos temas, en el curso participan casi 30 periodistas y profesionales de la comunicación de varias provincias del país.

La subjetividad de quienes producen la información define muchas veces el punto de vista de género, de ahí la importancia de esta capacitación, convocada en alianza con la Federación de Mujeres Cubanas (FMC), el Grupo de Reflexión y Solidaridad “Oscar Arnulfo Romero” (OAR) y con el apoyo del Sistema de Naciones Unidas en Cuba.

Según Moya, el poder machista y hegemónico sigue teniendo preponderancia en la prensa, la publicidad y las industrias culturales, una situación que se agrava en medio de una realidad global donde los medios adquieren un carácter transnacional.

La tendencia mediática se resiste a evolucionar en cuanto a los modelos de feminidad y masculinidad y continúa privilegiando imágenes de mujeres como objeto de deseo masculino.

Tanto en los videos clips, los mensajes de bien público o en la escasa publicidad que se distribuye en la isla, Moya advierte los mismos signos de los grandes consorcios del entretenimiento: la mujer aparece cosificada, reproduciendo roles tradicionales o desde imágenes fragmentadas que reducen su humanidad al sexo.

Por otra parte, las representaciones mediáticas niegan la diversidad al proponer un modelo de belleza único, que privilegia a mujeres blancas, delgadas y jóvenes.

“Cuando existe insatisfacción con el cuerpo baja la autoestima y la mujer es más vulnerable a sufrir violencia de género”, advirtió la especialista.

Aunque en Cuba no existen secciones de crónica roja, la prensa muestra debilidades cuando aborda la violencia contra las mujeres, entre ellas la recurrente confusión con la violencia intrafamiliar y doméstica, la asociación con el alcoholismo y con formas extremas de amor.

Para tratar el tema es necesario partir del conocimiento, defendió Moya, pues la violencia contra las mujeres no debe justificarse con argumentos como pasión, celos, amor, alcohol o pobreza.

Por otra parte, hay que cuidarse de revictimizar a las testimoniadas exponiendo su identidad en condiciones de riesgo o presentándolas como personas sin salida.

“Muchas veces repetimos estrategias que afianzan los mitos de la violencia de género”, señaló la estudiosa. Si representamos a una mujer como animal en celo, con una sexualidad a la espera, no solo la agredimos de manera simbólica, sino que perpetúa el imaginario que sostiene otro tipo de daños”, continuó.

Moya desmintió la creencia de que los medios reflejan la realidad tal cual, pues esto pasa por un tamiz subjetivo, de manera que se deben cuestionar los hechos y proponer alternativas a los conflictos sociales.

Alcanzar la equidad de género y prevenir la violencia son objetivos de Estado, presentes de manera explícita en los acuerdos de la Conferencia Nacional del Partido Comunista de Cuba. Por tanto, el abordaje de la violencia de género debe trascender las fechas de la campaña nacional y llegar a la agenda habitual de los medios cubanos, señaló.

Si bien el país ostenta cifras significativas en cuanto a la presencia femenina en espacios públicos y sociales, aún existen tabúes y prejuicios machistas hacia los que deben dirigir la mirada los y las profesionales de la comunicación, opinó la directora de la Editorial de la Mujer.

“Estamos en el momento más complejo: el desafío cultural de cambiar los símbolos y mirar más allá de las cifras, hacia la realidad que se esconde tras lo visible para problematizarla en nuestros medios”, apuntó.

(fin/semlac/12/hhh/mrc/zp)