

Apostar por el género es comunicarnos bien

Por Dayneris Mesa Padrón



Mientras "afuera" el mundo continúa moviéndose sobre bases machistas, patrones sexistas y de discriminación, un grupo de personas (en su mayoría mujeres) debate, replantea y produce en torno al enfoque de género en los medios de comunicación, en América Latina.

De nuevo en La Habana, como cada dos años, se reedita una reunión para compartir experiencias, testimonios, críticas y buenas prácticas.

El espacio que acoge a profesionales de los distintos soportes (impresos, radiales, televisivos, digitales, publicitarios...), ostenta un nombre rimbombante (Evento Iberoamericano de Género y Comunicación), pero expresa un concepto íntimo, amistoso y explícito. Se resume en una tesis: la equidad.

Varias figuras -nacionales y foráneas-, coinciden repetidamente, pues no quieren perder la oportunidad de denunciar y proponer soluciones; otras llegan por vez primera y aseguran el retorno.

Las voces todas fraguan esa evolución de la conciencia inclusiva por la cual luchamos, y con la cual intentamos cambiar ese mundo (de afuera), que no se detiene.

Al calor del XII Evento Iberoamericano han nacido proyectos, investigaciones y quimeras. Realidades distantes y cercanas confluyen en el punto de giro, en el afán de transformar la intimidación en acto de paz; de visibilizar aquello que no nos permiten ver; de gritar lo que nos impiden oír.

Sesionan entonces paneles en torno a la violencia simbólica, a las figuras femeninas y la ruralidad, a las mujeres transgresoras, a las emprendedoras, a sus derechos sexuales y reproductivos...

Como un punto de mira de este movimiento destaca la preocupación grupal alrededor de la figura femenina como centro de los productos comunicativos.

Para especialistas de Cuba, por ejemplo, resulta de especial interés la ausencia de una ley de Comunicación, o de espacios normativos que se preocupen por revisar y depurar los materiales surgidos al calor de las modalidades de trabajo no estatales.

La publicidad "por cuenta propia" y algunos medios de prensa "alternativos" promueven e implican pasos de retroceso en cuanto a la representación de las identidades masculinas y femeninas de hoy día. Nada nuevo en el mundo de "afuera".

Los mensajes que proponen tales espacios, materializados en formatos diversos y muchas veces muy atractivos desde la estética, legitiman con una fuerza a la mujer como objeto del deseo, segmentando su cuerpo y cosificándola, en tanto acuñan los modelos hegemónicos de la masculinidad.

El peligro de someterse a los constructos de belleza e idealización de tales elementos deviene herramienta discriminatoria para quienes no clasifican en la receta promulgada. Las mujeres negras, mestizas, las gordas o feas... simplemente no forman parte. Algunas intervienen (mulatas despampanantes), tristemente, bajo el título de "exotismo", colmando la copa de los estereotipos de cubanía que aún hoy vendemos como identidad. Sin embargo, no son solo estos medios (que circulan al margen de la "censura"), aquellos que apuestan por el sexismo. Lamentables ejemplos ofrecidos por ponentes de México, Chile, República Dominicana y Cuba desnudan organismos, instituciones y voluntades de ridiculizar, disminuir y encasillar a las mujeres.

Por supuesto, como en todas las convergencias, no faltan las buenas experiencias, que impulsan y motivan. Incluso de los mismos sinsabores surgen planes para bien.

Es La Habana y, nuevamente, hombres y mujeres se despiden, intercambian contactos, ideas y proyectan sus sueños. El pretexto para reunirse de nuevo, en 2018, es muy simple. Se resume en una tesis: la equidad.

Disponible en: <http://www.mujeres.redsem-lac-cuba.net/buenas-pr%C3%A1cticas/item/208-apostar-g%C3%A9nero-comunicarnos-bien.html>