



## **Isabel Moya: "Debemos interrogarnos el mundo en que vivimos"**

Por Sara Más

Periodista de profesión y convencida feminista, la cubana Isabel Moya gusta decir que es, sobre todo, una mujer de las palabras. Pero a esa afirmación habría que agregar que ella es, en esencia, una mujer de la comunicación. Directora de la editorial de la Mujer y la revista Mujeres, en la capital cubana, Moya alterna el ejercicio profesional como periodista y la dirección de varias publicaciones con la docencia universitaria y una incurable vocación por el estudio de los medios y la construcción de sus mensajes. La también presidenta de la Cátedra de Género "Mirta Aguirre", del Instituto Internacional de Periodismo José Martí, detiene ahora su mirada en el tratamiento mediático a la violencia de género.

### **¿Cómo abordan los medios de comunicación la violencia de género?**

Hasta hace dos años era un tema casi oculto en los medios de comunicación, incluso se reclamaba romper el silencio desde los medios. Ha ido ganando protagonismo, pero lamentablemente en los grandes medios predomina la tendencia a la espectacularidad, a partir de determinados recursos como el regodeo, el morbo, los detalles innecesarios. Muchas veces aparece el nombre de la víctima, y muy pocas el del victimario. La violencia prolifera en el reality show, se toma de la realidad. Sin embargo, esas formas tienden a ocultar las causas y se mitifican: se dice que son actos propios de psicópatas o personas enfermas, desmanes que provocan el alcohol o la droga, entre otros detonantes, cuando la causa esencial son las relaciones desiguales al interior de la pareja.

También hay un tratamiento estadístico en prensa escrita que lleva a naturalizar esta problemática, a partir de que el género periodístico que más se utiliza es la nota informativa, sin espacio para la opinión, el criterio y la explicación. Lo que las personas ven todos los días en los periódicos es un contador de cuántas mujeres mueren, y se repite al punto que se ve como lo natural, lo que sucede, que es así y pareciera que no hay manera de cambiarlo. Entonces, la presencia del tema no quiere decir que se esté contribuyendo de manera general, desde los medios, a cambiar lo establecido.

Hay también una corriente alternativa, en el cine hecho por mujeres, los medios feministas o espacios de radio comunitaria, por ejemplo, donde ha comenzado a abordarse el tema con visión, sensibilidad e interés por develar las causas de la violencia; sin embargo, tienen como limitante que no circulan por los grandes circuitos de distribución. Sucede igual con los anuncios de bien público, que no se transmiten por los horarios estelares, sino en el momento en que los receptores a los que van destinados no se exponen a los medios.

### **¿Puede hablarse de una violencia que se ejerce incluso desde los medios?**

Hay una más abierta, que está en el tratamiento al tema como tal, y hay otra mayor, que es la simbólica. No solo es violencia hacia las mujeres cuando se le revictimiza al publicar su nombre, su rostro golpeado. También cuando aparece un anuncio con una mujer con un cuerpo que no tiene nada que ver con el promedio y se impone como norma. Se dice que el cuerpo que las modelos exponen hoy como paradigma tiene un peso 20 veces menor al de la mujer promedio. Cuando se objetiviza a la mujer y se hace de ella solo un cuerpo, se reafirma el mito que sostiene la violencia de género, que dicta que la mujer es posesión del marido y este puede decidir, incluso, algo tan supremo como puede ser vivir o morir.

### **¿Qué obstáculos impiden llegar con mensajes adecuados a los grandes medios?**

Hay muchos obstáculos, no tanto abiertos, visibles, sino más bien aquellos relativos a la forma en que tradicionalmente se aborda la noticia y la violencia en general, y, por supuesto, los que tienen que ver con la subjetividad de comunicadores y comunicadoras, que han sido educados en la visión de la sociedad patriarcal, en la manera en que se han construido tradicionalmente las noticias sobre estos temas.

### **¿Qué hacer, entonces, para propiciar otra mirada?**

Se habla mucho de la regulación, que haya leyes, ministerios, información que prohíban el uso peyorativo de las imágenes de las mujeres, las fotos de las víctimas, que se proteja la identidad de menores abusados sexualmente, entre otros ejemplos. También se habla de la autorregulación, que se contemplen esos preceptos en los códigos de ética y regulaciones de otro tipo. Hay incluso un decálogo que propone diez aspectos fundamentales sobre la manera de abordar el tema y qué no se debe hacer. Se puede ser muy creativo, pero tenerlo en cuenta.

### **¿Cómo desmontar entonces la violencia de género desde los medios?**

Propiciar el debate a partir de deconstruir los mitos que sostienen la violencia de género, que están tan enraizados en las culturas androcéntricas y patriarcales de nuestros países.

De alguna manera hay que develar las verdaderas razones, cómo se sostienen, explicar la espiral de la violencia y no quedarnos solo en describir el problema en sí, sino mostrar a las mujeres acciones positivas, personas que han logrado salir de ese ciclo, instituciones que las pueden ayudar. Y comenzar también a brindar herramientas para la solución de conflictos, para vivir sin violencia, en una cultura de paz.

En sociedades donde la violencia de género se inserta en una violencia estructural, condicionada por conflictos armados, la desigual distribución de las riquezas, el narcotráfico, las bandas armadas, las maras callejeras... la violencia de género se ve como algo menor, cuando en verdad es algo grande que está soterrado, generalizado y se reproduce.

En nuestra región se han dictado importantes leyes para proteger a las víctimas y sancionar a los perpetradores. Si bien es una condición necesaria, no es suficiente. Porque estamos hablando de patrones muy enraizados en la cultura y que atraviesan a las mujeres, los hombres, la sociedad, el sistema judicial, de salud y la escuela... La ley es un paso importante, pero no suficiente. Otro desafío para los medios es explicar la ley, darla a conocer.

### **Mientras, ¿cómo contribuir a crear una percepción crítica ante los mensajes de los medios?**

Más que nunca necesitamos educar para la comunicación, para que, quienes hacen uso y consumo de los medios, lo hagan desde una posición crítica. Hoy día se reivindica que el receptor es una persona activa, constructora de sentido, con una vivencia, que no recibe todo directamente, desde una aguja hipodérmica. Pero tampoco podemos ignorar que muchas de las vivencias y los juicios de valor de este receptor han sido contruidos exponiéndose a los medios de comunicación. Por tanto, desde la escuela primaria debemos enseñar a reconstruir los mensajes periodísticos, a la recepción crítica, activa, y para ello los medios pueden jugar también un papel.

Los medios de comunicación han invadido todos los espacios, hay un televisor en la casa más pobre y en torno suyo funcionan las dinámicas familiares. Los medios se han ido adueñando de los espacios socializadores tradicionales, son como un ruido ambiental en las ciudades, con vallas, pantallas y música que se cuelan en todos lados, y a los que nos exponemos todo el tiempo.

Habría que apelar a técnicas creativas, aprovechar mejor las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, que permiten una transmutación del receptor en productor de contenidos. Los medios de comunicación tenemos que tener, como función fundamental, la de interrogarnos el mundo en que vivimos.