

Noticias anteriores

[Sugerimos...](#)

[Con la FMC](#)

[Protagonista](#)

[Quehaceres](#)

[Criterios](#)

[Reflexiones](#)

[Hablemos](#)

[francamente](#)

[En familia](#)

[Salud](#)

[Cultura](#)

[Deportes](#)

[Globalicemos la
solidaridad](#)

[La mujer en el
mundo](#)

[Mujeres con historia](#)

[Famosas en La
Habana](#)

[Eventos](#)

[Mil ideas](#)

[Comer y beber a la
cubana](#)

[La página verde](#)

Reflexiones

[Imprimir](#) [Publicado en No. 647](#)

Comunicación: Sexismo en los medios agrade a las mujeres

Por [Helen Hernández Hormilla](#)

Encontrar en los medios de comunicación masiva representaciones sexistas y discriminatorias de las mujeres resulta cotidiano, aun cuando constituyen uno de los tipos más frecuentes de maltrato hacia la mitad femenina.

Con ello estuvieron de acuerdo el 93,62 por ciento de las personas participantes en un sondeo en línea promovido por el sitio Género y Comunicación de SEMIac, desde finales de octubre de 2012 hasta marzo de 2013, con la pregunta: ¿es violencia de género la imagen sexista de las mujeres que reproducen los medios?

La mayoría de quienes votaron dijo proceder de otro país, pues solo 38,3 por ciento declaró ser de Cuba. El 85,11 por ciento del total fueron mujeres, quienes representaron el 91 por ciento de las respuestas afirmativas.

Todas las negaciones correspondieron a hombres. No obstante, el 57 por ciento de ellos eligió la opción positiva.

El papel de los medios de comunicación como transmisores de la ideología machista y patriarcal es una de las principales preocupaciones del feminismo contemporáneo.

Si tenemos en cuenta el rol determinante que ejercen los discursos mediáticos en la formación de representaciones sociales, imaginarios y estados de opinión pública, la permanencia de una imagen cosificada de las mujeres minimiza y lesiona, a nivel simbólico, la integridad femenina.

Tanto en los nuevos soportes de Internet y las redes sociales como en los tradicionales espacios de radio, televisión, prensa impresa o publicidad, se perpetúan prejuicios estereotipos de género.

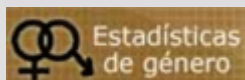
La doctora en ciencias de la Comunicación Isabel Moya Richard define la violencia simbólica hacia la mujer como "la reproducción en los medios de comunicación masiva, en general, en las industrias culturales de un discurso sexista, patriarcal, misógino que descansa en prejuicios y estereotipos para presentar la realidad y los procesos sociales en todos los ámbitos: el productivo y el reproductivo, el público y el privado, la base de la estructura económica y la superestructura sociocultural".

En su artículo "Del silencio al show mediático", publicado en la revista digital *La Jiribilla*, la periodista especifica la manera en que se utilizan herramientas y mecanismos expresivos para presentar a las mujeres asociadas a roles, juicios de valor, concepciones y teorías que "naturalizan" su subordinación.

SI TÚ NOS EDUCAS IGUAL,
SEREMOS IGUALES



Otros vínculos



[Masculinidades en cuba](#)



[No a la violencia contra la Mujer](#)

[Observatorio](#)



[Directorio
Prensa](#)

Tanto la reducción del ser femenino a su cuerpo, la estandarización de la belleza según un canon occidentalizado y poco saludable, la presencia como objetos sexuales, la ausencia de mujeres empoderadas en los medios, la victimización e invisibilización de sus conflictos, figuran entre las manifestaciones frecuentes de esta violencia mediática.

También el maltrato machista se evidencia "cuando las mujeres del Sur son tratadas con enfoques folcloristas o xenófobos; cuando se culpabiliza el amor entre mujeres; se confinan los llamados 'asuntos de mujeres' solo a determinadas secciones de periódicos noticiarios; cuando la letra de una canción grita a los cuatro vientos que 'la castiguen'; cuando la protagonista de una serie para adolescentes solo vive para su 'físico perfecto' la vemos multiplicadas en muñecas, camisetas y vasos desechables", abunda Moya en el texto citado.

El sexismo mediático puede considerarse una de las más cotidianas expresiones de la violencia de género debido a la hegemonía actual de los medios de comunicación pública, pero permanece naturalizado y existen pocas formas de regularlo.

La República de Argentina es pionera en este sentido, pues las leyes de Violencia de Género y de Medios, aprobadas en 2009 y reglamentadas en 2010, incluyen la violencia simbólica y mediática entre los tipos sancionados.

Publicado: 27/6/2013

[Escribenos](#)

[Correspondencia](#)

[Galería de Fotos](#)

[Dossier Especial](#)