

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

Sugerimos...

Mujeres: víctimas y excusa en la propaganda de guerra

Por [Sara Más](#)

“Desde que las guerras se libran, fundamentalmente, contra la población civil, la mujer ocupa también un lugar prioritario como víctima y justificación, no solo de las bombas sino de la propaganda de guerra”, aseguró en La Habana la española Ángeles Diez Rodríguez, doctora en Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad Complutense de Madrid.



Al cambiar el formato de las guerras, los relatos justificatorios y la manipulación de la opinión pública, ha variado también la imagen de las mujeres que muestran las campañas bélicas, aseguró la experta al dictar una conferencia magistral durante el 11no Encuentro Iberoamericano de Género y Comunicación, que se celebra del 28 al 30 de mayo en la capital cubana.

Ellas han pasado de víctimas o instigadoras a ser la representación más eficaz de la disidencia interna, adoptando el rol de testigos y oposición pacífica, precisó Diez.

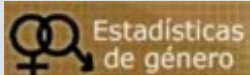
“Su imagen se ha convertido en el eje articulador de los relatos mediáticos en contra de los llamados ‘Estados canallas’ en una nueva dirección”, sostuvo en la primera sesión del encuentro, convocado por la Unión de Periodistas de Cuba, la Federación de Mujeres Cubanas y la Asociación de Comunicadores Sociales.

Durante la I Guerra Mundial, las mujeres fueron utilizadas simbólicamente como víctimas a las que había que defender, amas de casa que esperaban a los héroes y mujeres que se incorporaban al trabajo fuera de casa para apoyar los esfuerzos de la guerra, explicó Diez Rodríguez.

Luego, al irrumpir como soldado en el ámbito de la guerra —espacio hasta entonces reservado a los hombres—, se funde el rol de la mujer víctima con el de la mujer heroína y ella se convierte, aparentemente, en sujeto activo. “Pasa al espacio de lo público-político en su expresión más extrema, la guerra”, asegura Diez.

En su opinión, lo que parecería un empoderamiento femenino y un paso hacia su liberación, en verdad emerge de la negación de su feminidad en tanto construcción mediática y militar al servicio de un objetivo de propaganda y refuerza las nociones patriarcales de feminidad.

Otros vínculos



Masculinidades en cuba

CUBA en el CEDAW

NO a la violencia contra la Mujer

Observatorio



Directorio
Prensa

“Además, este tipo de historias son la base de los argumentos pro-guerra emocionales. La elección de la mujer como heroína sirve también para demostrar la superioridad de la civilización occidental”, abundó la conferencista.

En el caso de la guerra contra Afganistán, ejemplificó, la campaña previa a la intervención fue muy prolífica en imágenes que sintetizaban magistralmente el relato de la necesidad de la intervención humanitaria.

Algunas de las imágenes que inundaron los medios, las redes sociales, Internet y los artículos académicos mostraban a mujeres cubiertas con el burka completo, sentadas y en actitud pasiva, rodeadas por uniformes y hombres armados a los que tampoco se les ve la cara, mujeres cubiertas retratadas por la espalda llevando de la mano a niños o sus ojos de mujeres enjaulados en la ventana de su burka.

“Por un lado se reafirmaban los valores universales respecto de las mujeres, aparentemente asumidos y defendidos por Occidente frente al mundo musulmán; por otro se suministraban los principales argumentos para apoyar el esfuerzo de guerra”, explicó Diez.

“La representación de la mujer en los conflictos como figura de consenso que despierta más simpatías y funciona mejor de cara a conformar una opinión pública favorable a los cambios de gobierno, lleva años operando para el caso de Cuba y más recientemente también para la desestabilización en Venezuela”, agregó la experta.

Ello responde a que, en los conflictos denominados eufemísticamente guerras de baja intensidad, los medios al servicio de la propaganda de guerra ensartan sus representaciones de la mujer en las representaciones tradicionales de estos países, precisó.

“La explotación mediática de estos estereotipos se adapta al contexto del conocimiento europeo y estadounidense y a los objetivos de la intervención”, aseguró. Así, la condición de la mujer en estos países es irrelevante, se suprimen del discurso todos aquellos datos que pudieran entrar en contradicción con la imagen de una mujer que sufre con mayor rigor la represión o la falta de libertades.

Esa representación queda desgajada del resto de las condiciones que vive la población, explicó, pues especialmente en Cuba cualquier representación que reflejara mínimamente la condición social de las mujeres quitaría relevancia a la función propagandística negativa que ha de cumplir la imagen que se construye.

Los intentos recientes de derrocar al gobierno legítimo de Venezuela han puesto en marcha una campaña de propaganda similar, añadió. Las construcciones recientes utilizando la imagen de la mujer parecen estar dando mejores resultados ante la opinión pública europea y estadounidense: mujeres vestidas de blanco sin ningún rasgo que delate su condición social, fotografiadas con flores y palomas tratando de forzar mediante la simbología más simple la construcción de una imagen de paz y diálogo buscan sustituir el estereotipo clásico de la disidencia interna.

“El estereotipo cumple la función ideológica de demonizar al gobierno al que se ha declarado enemigo y tiene una relación muy estrecha, en los casos que analizamos, con la difusión e implantación de la ideología liberal”, puntualizó la especialista.

Al igual que ocurre para los casos de las llamadas primaveras árabes, Diez Rodríguez considera que la oposición encabezada por mujeres permite apelar más fácilmente al sentimiento de la ayuda y la intervención. “Son las propias mujeres como representantes de la oposición quienes piden la intervención extranjera”, señaló.

Una pregunta ineludible, alerta la experta, debería cuestionarse a quién benefician o perjudican tales representaciones. “Pueden utilizarse para estigmatizar y convertir en una amenaza al grupo que es representado”, advierte, pero en el caso de la imagen de la

mujer como propaganda de guerra se suele estigmatizar o “demonizar” a un gobierno, un sistema o determinadas políticas, aseguró.

Bajo el precepto “El desafío de las audiencias: comunicación y comunidad”; el programa científico del 11no Encuentro Iberoamericano de Género y Comunicación incluye mesas y debates acerca de la violencia de género, derechos sexuales y reproductivos, masculinidades y el Foro Global de Género y Medios de la UNESCO, entre otros temas.

Publicado: 29/5/2014

[Escribenos](#)

[Correspondencia](#)

[Galería de Fotos](#)

[Dossier Especial](#)