

---

 Portada

Del 16 al 22 de julio de 2015

---

 ¿Quiénes Somos? | Escribenos | Correspondencia | ISSN 1729-3812

Galería de Fotos

Dossier Especial

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

## Criterios

### Medios de comunicación y estereotipos versus mujeres

 Por [Isabel Soto Mayedo\\*](#)

Pese al avance en temas de igualdad de género, todavía es grave la cuestión de la imagen estereotipada de la mujer en los medios de comunicación a escala global y en particular en América Latina.

Según el Fondo de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), sobre todo en los países de esta región los canales televisivos reproducen programas de humor en los que hay ridiculización y fomento de la violencia en entornos familiares.

Si bien en esos espacios sólo se espera de los hombres simpatía e inteligencia, a las mujeres se les exige desinhibición, así como belleza y atributos físicos acordes con un patrón muy distante de las características de los pobladores de estas tierras, concuerdan especialistas de ese organismo internacional.

En este siglo los esquemas comunicativos en boga, acordes con la lógica mercantil extendida por obra de la mundialización de corte neoliberal, insisten en que para ganar el éxito en sociedad las féminas deben consagrarse a afinar el cuerpo y a abusar de todo tipo de productos con fines depilatorios.

Más que obrar en función de desabrochar el pensamiento y ganar en sapiencia en todos los órdenes, las que quieran ubicarse entre las triunfadoras deben aclarar el cabello, vestir según los estándares de la moda y lucir tacones desproporcionados, a riesgo de caer en el ridículo y dañar su salud.

Así sugieren un raudal de secciones de estilo de vida, consejos de belleza, entretenimiento y noticias ligeras, que son difundidos por las televisoras de estos países, a imagen y semejanza del caldo de superficialidades enlatadas que distribuyen los grandes emporios mediáticos.

Paralelo a esto medios impresos y redes sociales son pródigas en titulares que dejan por sentado que las mujeres son "zapatólicas" o "carterólicas" -es decir, enfermas a los zapatos y las carteras-, o que inducen a deshacerse con tal de tener el ropero combinado en los detalles más ínfimos.

Otros insisten en los "secretos de chicas", en la "moda para princesas", en que "los niños son listos y las niñas, guapas" o en que "a ellas les encanta hacerse de rogar".

También no son pocas las empresas de servicios que recurren a las propagandas

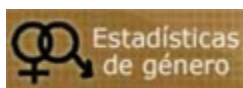
Imprimir

Publicado en No. 743



Queridos estereotipos:

Otros vínculos



Masculinidades en cuba



NO a la violencia contra la Mujer

Observatorio


 Directorio  
Prensa

sexistas y en ese caso cabe poner por ejemplo el escándalo que desató el año anterior la telefónica Claro en Costa Rica, al publicar que "El no de las mujeres proviene del latín rogame un poquito más".

Frente al hecho la Defensoría de los Habitantes de ese país centroamericano expresó en un comunicado que las empresas de telecomunicaciones "lejos de reproducir estereotipos y mensajes simbólicos de una cultura machista, deben apostar a cambios culturales que reflejen la dignidad de las mujeres".

De acuerdo con el estudio Estado liberal y discriminación sexista en Costa Rica, a partir de la segunda mitad de la centuria decimonónica la educación femenina estuvo orientada a fortalecer los valores tradicionales para hacer a las mujeres "moldeadoras de ciudadanos".

La intención no era cultivar a la mujer para convertirla en ciudadana, sino para que cumpliera mejor su papel tradicional de educadora en el hogar, mientras el hombre se encargaba de buscar las provisiones para la familia.

Creencias basadas en dogmas religiosos y machistas permearon desde entonces la mentalidad de las féminas y de la sociedad en general, pese a algunos logros en cuanto a la emancipación política de ellas sobre todo a partir del reconocimiento de su derecho al sufragio en 1949.

Situación similar ocurrió en el resto del continente, donde la incidencia del patriarcado mantiene a muchas mujeres en pie de lucha por alcanzar la reivindicación plena del derecho a determinar sobre su cuerpo y contra los elevados niveles de violencia que las afectan.

Esta lucha pasa también por educar a la ciudadanía con relación a los medios de comunicación y por la constante visualización del daño que muchos de estos causan con sus mensajes discriminadores por razones de sexo, edad, condiciones físicas, o cánones de belleza antinaturales.

De cinco a 15 por ciento de la mortalidad por enfermedades psicológicas está asociado a la inconformidad con la imagen personal, en buena medida por la incidencia de la dictadura mediática en ese sentido, de acuerdo con informes de la Organización Mundial de la Salud.

\*Periodista de la Redacción Centroamérica y Caribe de Prensa Latina

Tomado de PL

---

**Publicado:** 11/6/2015

[Escribenos](#) | [Correspondencia](#) | [Galería de Fotos](#) | [Dossier Especial](#)