

CONSTRUIR UNA SOCIEDAD REGIDA POR LA IGUALDAD ENTRE HOMBRES Y MUJERES

Los medios de comunicación en la construcción de sociedades equitativas

UN BUEN USO DE LOS MEDIOS DEBE HACER POSIBLE EL DIÁLOGO ENTRE LAS DIFERENCIAS PERSONALES, SOCIALES Y CULTURALES PARA CUESTIONAR LA DESIGUALDAD



Concha Fernández Soto

Profesora de Lengua Castellana y literatura
CEMyri (Universidad de Almería, SEIE)
conchafdezsoto@gmail.com

«Cuando se descubrió que la información era un negocio, la verdad dejó de ser importante.»
Ryszard Kapuscinski



«Si asumes que no hay esperanza, garantizas que no habrá esperanza. Si asumes que hay un instinto hacia la libertad, que hay oportunidad para cambiar las cosas, entonces hay una opción de que puedas contribuir a hacer un mundo mejor. Esta es tu alternativa.»
Noam Chomsky



La Asamblea Nacional de las Naciones Unidas afirmaba que la revolución activa de las comunicaciones mundiales y la introducción de las nuevas tecnologías de la información hacían que los medios de comunicación pudieran aportar una contribución histórica al adelanto de la mujer.

Por su parte, el Consejo de la Unión Europea invi-

taba en el mismo sentido a los países miembros a animar a las agencias de publicidad y a los medios de comunicación a fomentar, en primer lugar, la creatividad y la aparición de nuevas ideas para reflejar la diversidad de funciones de los hombres y mujeres y al reconocimiento de los efectos negativos que pudieran ser provocados por estereotipos basados en el sexo, la salud física y psíquica de la población en general y

de los jóvenes en particular.

Si atendemos a estas altas instancias, queda claro que en el nivel institucional, existe una sensibilidad positiva en la lucha por utilizar el potencial que ofrecen los medios de comunicación en la construcción de unas sociedades más justas y equitativas.

Y parece, también claramente demostrado que en una sociedad donde las tecnologías de la información y la comunicación han cobrado tanta pujanza, se pueda aprovechar ese potencial para contribuir a la construcción de una sociedad regida por la igualdad entre hombres y mujeres.

Porque los medios de comunicación, tanto los convencionales como los «nuevos», no son solo canales para transmitir información (a veces, podemos confundirnos y simplificar su función), sino que tienen muchísimo más alcance y trascendencia: construyen idearios y corrientes de opinión, imponen modas, perpetúan conductas, consolidan valores y además, y aquí ponemos el acento: pueden movilizar a la ciudadanía hacia el progreso de la humanidad.

Crear conciencia

Pero se necesita crear conciencia sobre la igualdad de género, primero entre los profesionales de la comunicación, y desde unas nuevas políticas culturales de comunicación urge promover el desarrollo de imágenes y mensajes que den cuenta de la diversi-

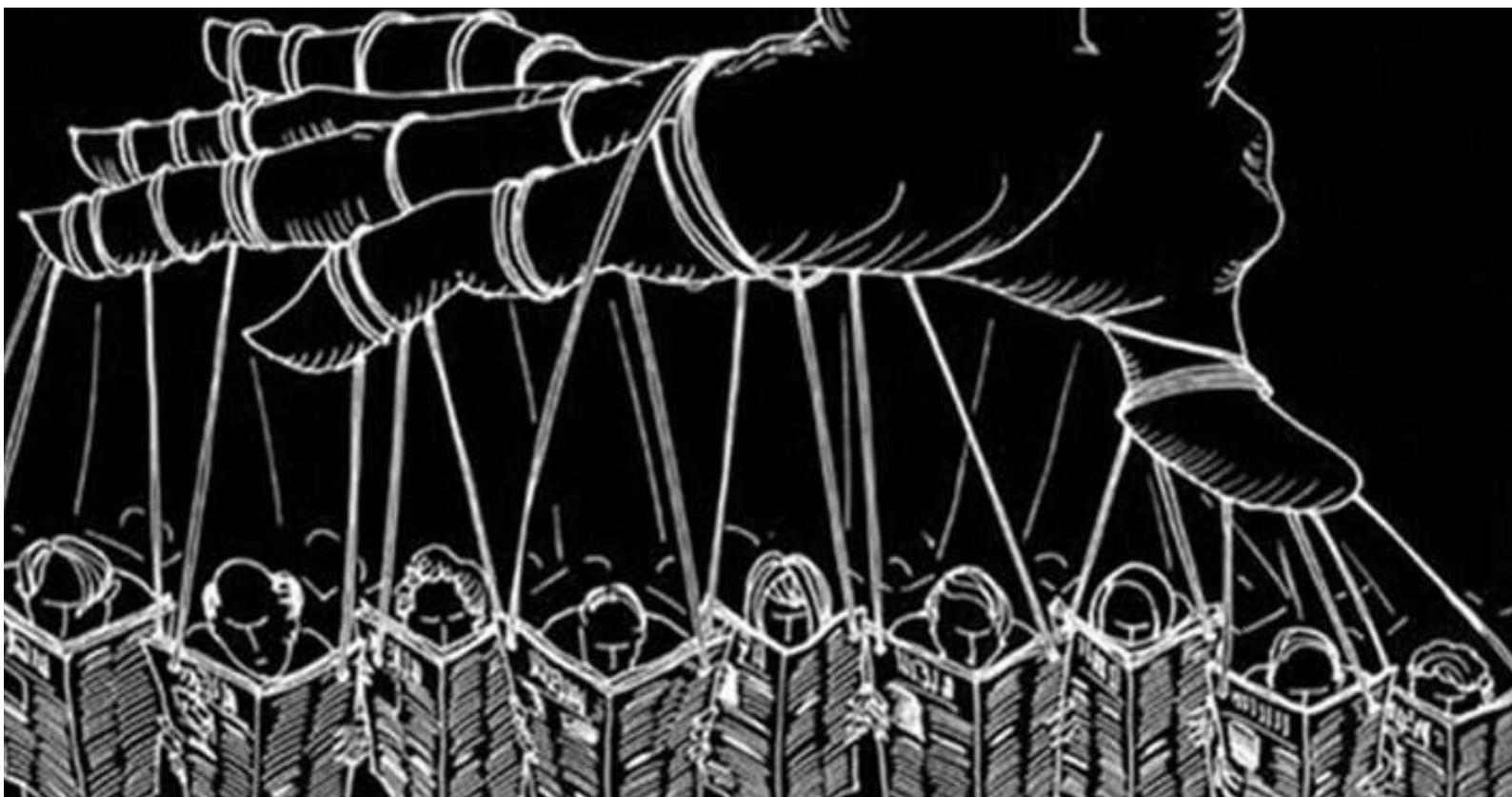
dad en la vida de las mujeres y hombres y de su contribución a la sociedad.

Aunque en diversas partes del mundo hay que re-
señar los esfuerzos por dar voz a las mujeres, todavía en el balance general en torno a la equidad de género en los medios de comunicación, se constata que los avances no son suficientes. Quedan todavía cuentas pendientes a la hora de aumentar el acceso a las mujeres a los medios, así como en la difusión de una imagen más real y diversa que deje de reproducir los estereotipos en torno a lo masculino y lo femenino.

Esta sensación queda corroborada si analizamos el cine y la televisión que consumimos, si leemos en los libros de texto en los que estudiamos o si, simplemente consumimos la prensa diaria o analizamos la publicidad.

Porque es una realidad ampliamente investigada que en esos medios se siguen fomentando los roles tradicionales tanto de mujeres como de hombres; por ejemplo, en muchas revistas, en muchos de esos programas de televisión, en muchas de esas películas, en muchos de esos anuncios publicitarios, las mujeres siguen apareciendo como objetos sexuales a exhibir

Quedan cuentas pendientes para la difusión de una imagen más real y diversa que deje de reproducir los estereotipos en torno a lo masculino y lo femenino



cuando son jóvenes, con intereses y actividades que no van más allá de los límites de la casa y la familia, frente al hombre que viene marcado por la fuerza, la dominación y la acción.

Es lícito exigir a los medios que luchen por contrarrestar las discriminaciones, desigualdades e injusticias sociales que golpean a la humanidad

Así que lograr esa representación equitativa de hombres y mujeres como trabajadores de los medios de comunicación y como contenido de los mismos no es tarea fácil ya que esos medios muestran una parte de lo que realmente ven: una sociedad estructurada sobre la base

de muchas injusticias, entre ellas las de género.

Exigir a los medios

Por tanto, creemos que es lícito exigir a esos mismos medios que luchen también por contrarrestar esas discriminaciones, desigualdades e injusticias sociales, que golpean a la humanidad en muchos puntos del planeta, y en especial a las mujeres: la segregación ocupacional, las diferencias de remuneración según el sexo, la denegación de ascensos a puestos de liderazgos (el famoso «techo de cristal»), la precarización de las mujeres trabajadoras, la feminización de la pobreza, la trata de mujeres, los casamientos forzados, los asesinatos por honor, la mutilación genital femenina, la violencia de género en el ámbito familiar, laboral y público....en una lista que se alarga cons-

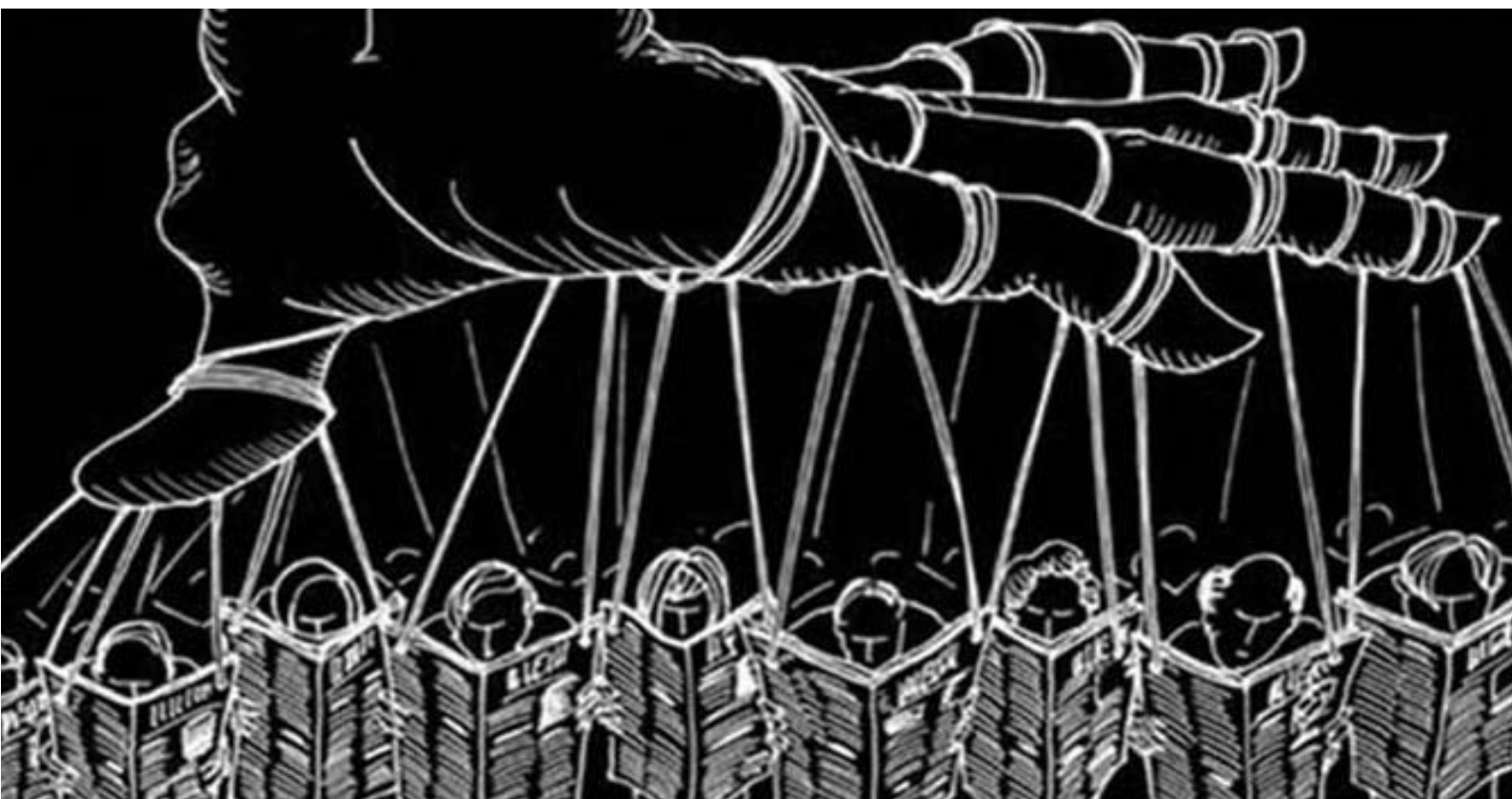
tantemente.

Nuestra tarea como investigadores de la comunicación y como educadores será intentar desvelar la manera en que la imagen y la palabra reflejan lo que somos, lo configura y lo transforma, ya que, en especial, las nuevas generaciones han crecido y se han educado en un mundo conformado por imágenes globalizadas (por ejemplo, a través de la gran industria del cine comercial americano como concepto). Educar en libertad es luchar contra los estereotipos proponiendo nuevos modelos que no respondan a los arquetipos heredados, y ya sabemos que la tarea no es nada fácil.

La mirada activa

Será necesario, por tanto, deconstruir las imágenes tradicionales de hombres y mujeres en el cine, en la TV, en la prensa, y decodificar la mirada para que sea activa. En ese sentido, será imprescindible sacar a la luz otros enfoques no arrasados por la globalización mediática que transforma la información y la comunicación en mercancía y en ránking de audiencias.

Este trabajo ofrece amplias dificultades ya que el desarrollo de políticas económicas neoliberales representa un obstáculo para el desarrollo de cualquier forma de reglamentación de los medios de comunicación, porque éstos mayoritariamente responden a las leyes del mercado en la búsqueda de audiencias y ganancias, y las grandes industrias mediáticas, que monopolizan el mercado audiovisual y comunicativo, no



están interesadas, ni de lejos, en ceder parte de su autonomía en el compromiso hacia una comunicación con perspectiva de género. ¿Qué beneficio nos aportará esa perspectiva, qué ganamos con ello?, se preguntarán. Y la respuesta solo estará en el aire...

Por tanto, creemos que estos esfuerzos por conseguir una representación más equilibrada y justa de las mujeres y los hombres en los medios han de venir desde distintas instancias, y en una actuación coordinada:

- desde las administraciones públicas.
- desde los distintos sectores profesionales.
- desde el activismo mismo de las mujeres y de los hombres, de ahí la importancia de crear redes sociales de comunicación para interconectarnos de manera alternativa. Blogs, sitios web, podcast, chats y foros nos abren un sinfín de posibilidades, ya que nacen a partir de la visión de los propios individuos, y

de la necesidad de comunicar la realidad de su vida social.

- desde la escuela.

Primaremos la escuela, entendida en su sentido más amplio, para conseguir mayor calidad y rigor en los medios al reflejar la realidad de una manera más rigurosa, más acorde con los cambios experimentados por la sociedad del siglo XXI. Para ello también deberemos trabajar en el aula con actividades, materiales educativos y de ocio alternativos de naturaleza no sexista que sean coherentes y compatibles con una escuela coeducativa.

Un buen uso de los medios deberá, por tanto, hacer posible el diálogo entre las diferencias personales, sociales y culturales, no eliminando las diferencias sino integrándolas, para de esa manera cuestionar la desigualdad.

