

La mujer y los medios de comunicación

ROSARIO A. MENDIETA HERRERA*

Los medios masivos de comunicación actualmente son la fuente más importante en la formación de la imagen que tenemos sobre el mundo, y a través de ellos recibimos en todo momento un fluido de información impresionante. Nos ofrecen elementos mediante los cuales formamos nuestra propia percepción de algo; además de brindamos modelos que normalizan comportamientos, otorgan estatus a personas e instituciones y, a su vez, legitiman el orden social.

¿Pero qué tienen que ver los medios de comunicación con las mujeres? Ha sido, en la última década que organizaciones de mujeres de diversas partes del mundo, así como agencias internacionales, han levantado la voz, cada vez más fuerte, con el propósito de promover el desarrollo de imágenes y mensajes que den cuenta de la contribución de las mujeres a la sociedad. Esto se debe a que en la Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer, celebrada en Beijing en 1995, se evidenció como un problema la imagen estereotipada de la mujer que difunden los medios, el aumento significativo de las imágenes que perpetúan la violencia contra ellas y la falta de acceso de éstas a la expresión y a la toma de decisiones en y a través de los medios.

Lo que es lamentable es que a pesar de estas acciones, tanto en la prensa como en los medios visuales, sonoros y electrónicos, nos siguen ofreciendo imágenes donde el papel de la mujer no es fundamental o tiene que ver con la exposición de su cuerpo como mercancía, sin proyectar la diversidad de la vida de la mujer y su contribución a la sociedad. Siendo los materiales pornográficos y violentos los que presentan los medios de comunicación, que degradan a la mujer y afectan negativamente su participación en la sociedad, aunado a lo anterior existen programas de televisión que refuerzan las funciones tradicionales de la mujer y normalizan la violencia contra ella.

Estos estereotipos e imágenes que ofrecen y transmiten los medios de comunicación son como un árbol, echan raíces profundas en nuestras mentalidades y perduran en el tiempo: estos estereotipos pasan inadvertidos y se nos imponen sin que nos demos cuenta, y así van concibiendo nuestras mentalidades; en ella se sigue asociando al hombre con el ámbito público por su situación profesional, mientras casi siempre la mujer se presenta solamente vinculada a su situación familiar, correspondiente al ámbito privado y doméstico.

Sin embargo es importante resaltar que los medios masivos de comunicación y las nuevas tecnologías no sólo deben de concebirse como generadores de estereotipos, sino también como promotores de la diversidad y, sobre todo, un medio para promover e incidir en la equidad de género.'

Si bien, en esta última década la presencia y participación femenina en los medios de comunicación se ha visibilizado, ello no ha significado un cambio fundamental en el contenido y enfoque de la información que se transmite. Para lograr un cambio fundamental es necesario

trabajar con los periodistas, comunicólogos (as) y personas involucradas en la creación de programas:

- Para cambiar la manera en que se presenta a la mujer en los medios.
- Influir en las políticas y las leyes relativas a la radio y la televisión con perspectiva de género.
- Adoptar medidas para promover una imagen más equitativa y no estereotipada de la mujer en los medios.
- Descubrir y destruir las imágenes estereotipadas en relación con el género, entre otras cosas.

Sin embargo, todas y todos debemos poner más atención en lo que los medios de comunicación nos están ofreciendo y tomar un papel activo, como el no permitir a la niñez ver programas violentos, así como denunciando en algunos de los Observatorio de los Medio de Comunicación los programas, comerciales o imágenes que agreden, ridiculizan o estereotipan a la mujeres (www.observatorioequidadmedios.org , www.inmujeres.gob.mx)

Colectivo Mujer y Utopía