

Extraído de

<http://www.amecopress.net>

Los medios legitiman estereotipos femeninos sexistas y discriminatorios

- Noticias -

Fecha de publicación : Viernes 28 de marzo de 2008

Por Luca Lagunes Huerta -

La imagen pblica que transmiten los medios de comunicacin sobre las mujeres es sexista y discriminatoria, al encasillarlas en lo domstico y en el cuidado de los otros. Desde la publicidad hasta los medios informativos, la legitimacin de los estereotipos femeninos se sigue produciendo todos los das mostrndolo como natural.

Las cifras de diversos estudios realizados sobre la imagen pblica de las mujeres confirmaron esta aseveracin: en los informativos televisivos se cita en 79% de los casos a los varones frente a un 21% de las mujeres, en tanto que en la radio esta tendencia baja al 18% de mujeres, adems que en la mayora de las entrevistadas no se cita la profesin que desempean y, por el contrario, se destaca el estado civil de las mujeres y si tienen hijas e hijos, explic la consejera para la igualdad y bienestar Social de la Junta de Andaluca, Micaela Navarro Garzn.

La consejera explic que la publicidad sigue usando el cuerpo femenino como gancho y muestra a las mujeres en el ambiente domstico como su espacio "natural".

Con estas afirmaciones y ante 400 participantes, comenzaron los trabajos del segundo Congreso Internacional Estudios de Gnero y Polticas de Igualdad, la imagen pblica de la mujer, que se realiza en Mlaga, bajo el auspicio del Instituto Andaluz de la Mujer y la Consejera para la Igualdad y Bienestar Social.

Medios doblegados

Los medios de comunicacin que se caracterizan por la constante innovacin, hoy se encuentran doblegados a relegar a las mujeres al mbito domstico y la domesticacin del cuerpo femenino, al mantener y naturalizar los estereotipos femeninos, como adherencias histricas.

Usando la metfora de una vasija en el fondo del mar, que con el paso del tiempo se llena de adherencias que parecieran naturales, Soledad Murillo, secretaria general de Polticas de Igualdad explic cmo los medios de comunicacin no han logrado trascender esas adherencias y comprender y transmitir el concepto de igualdad.

Murillo reconoci el papel fundamental que tienen los medios de comunicacin en nuestras sociedades como transmisores de informacin y como formadores de significados.

Y precisamente en este papel de formadores de significados es donde los medios de comunicacin tienen el reto: transformar el significado de lo femenino, de las mujeres, para colocarlas en equivalencia e igualdad, explic Murillo.

Para ello es necesario que las mujeres impugnen la domesticidad, entendida sta como la funcin destinada de las mujeres a la atencin de los otros y a la renuncia de lo personal. Implica que las mujeres vindiquen el derecho a la particularidad, a la autonoma.

Es necesario, insisti Murillo, que la sociedad deje de expropiar el tiempo de las mujeres para colocarlo al servicio de los otros, no slo de los enfermos y de las personas ancianas, si no de los seres independientes como son su prole y sus parejas sentimentales.

De forma paralela, continu la Secretaria General de Polticas de Igualdad, es necesario que las mujeres se apropien de su cuerpo, lo habiten y dejen a un lado el discurso del defecto, pues ello ha llevado a que las mujeres sean

tratadas como un cuerpo para el placer masculino, un cuerpo a reconstituir y a arrebatarse.

El discurso del cuerpo femenino defectuoso, continuó la secretaria, ha hecho que las mujeres dediquen mucho tiempo para corregir parte por parte su cuerpo, todo para agradar a los hombres.

Para lograr la transformación de los significados, explícitamente, es necesario que los medios se democratizen no sólo en el contenido informativo sino dentro de sus estructuras, en los espacios de decisión.

Desde la sociedad, el movimiento de mujeres y las instancias gubernamentales responsables de impulsar políticas de igualdad para las mujeres, es necesario acordar con los medios sistemas de autorregulación que impliquen convenios que puedan ser medibles en su aplicación.

El II Congreso Internacional Estudios de Género y Políticas de Igualdad; la magna pública de la mujer, que concluye hoy, participan periodistas, investigadoras funcionarias públicas y feministas, quienes a lo largo de tres días han trabajado en la reflexión a través de paneles de discusión y en la práctica por medio de talleres.

Fotos AmecoPress.

Pie de foto: la consejera para la Igualdad y Bienestar Social de la Junta de Andalucía, Micaela Navarro Garzón.

Internacional- Comunicación y género- 28 de marzo (08), AmecoPress