

# MEDIOS Y CONSTRUCCIÓN DE IMAGEN: ¿DÓNDE QUEDAN LAS MUJERES?

**DAFNE PLOU**

Buenos Aires, Argentina

En la comedia francesa «Como una imagen» (*Comme une image*), de la inteligente directora Agnes Jaoui, el personaje de Lolita debe luchar con un cuerpo que traiciona los cánones de la belleza actuales y que, ella cree, ahuyenta el interés de los demás en lo que ella destaca: el canto coral, con una voz maravillosa. Gorda, con rasgos comunes, sin gracia, mal vestida, Lolita nos hace pensar en las mil y una formas que ha adquirido la discriminación hacia la mujer en nuestra sociedad. No importa la inteligencia, ni los dotes, ni los estudios académicos, ni los logros, ni la simpatía, ni el coraje para afrontar la vida si no se presentan en un buen envase. El discurso dominante señala a cada mujer que la imagen es prioritaria y que deben poner todo su empeño en lograr la perfección física y conservarla.

Si todo quedara en la anécdota, quizá podríamos tratar el asunto como algo pasajero y sin mayor importancia. Pero en Argentina, donde se realiza la mayor cantidad de cirugías estéticas del mundo en relación al número de habitantes, también las estadísticas nos señalan que la anorexia y la bulimia provocan estragos entre miles de adolescentes y jóvenes que se convencen de que sólo serán aceptadas y amadas si se ajustan a las medidas y al “look” perfecto.

En este siglo XXI pareciera ser que el control sobre el cuerpo de las mujeres ya no pasa por la represión de su sexualidad, sino por el ajuste a un modelo físico prácticamente inalcanzable, cuyo logro y conservación lleva horas de dedicación y esfuerzo, cuando no una buena inversión de dinero. Los medios de comunicación refuerzan esta imagen, generando una distorsión importante de necesidades y expectativas. Un ejemplo de esta cosificación del cuerpo de la mujer lo ofreció por televisión una joven que acababa de realizarse un implante mamario. «Estoy feliz con esta cirugía. Ahora los hombres ya no me miran a los ojos, me miran el busto». ¿Sentirse objeto es también un paso en el camino a la felicidad?

## **Quebrando la dominación del mercado**

La penetración de estas imágenes de mujeres cosificadas acompaña la imposición de una visión neoliberal del mundo y de la economía. Los patrones de belleza que se difunden por los medios de comunicación

globalizados son componentes de la cultura mercantil dominante. Por medio del cine, la televisión, las revistas de moda y la publicidad -que cada día tiene más peso en la conformación de comportamientos y gustos universales-, este modelo se asocia, a su vez, al éxito, al poder y al dinero. Sólo parece valer aquello que da ganancias, y la belleza puede convertirse en un factor para lograrlo. Si a esto le agregamos el viejo estereotipo de que los lindos son buenos y los feos son malos, obtenemos un resultado bastante nefasto.

Pero, ¿podemos pensar en una comunicación que no refleje a los diferentes mujeres y hombres que integran nuestra sociedad, ni su diversidad cultural, ni sus necesidades sociales, ni sus derechos económicos y los de sus pueblos? ¿Será posible que queden fuera de las filmadoras, de los videos, de los CD Rom, de las grabadoras, de las radios y de Internet las imágenes y las voces que muestran a las mujeres participando de la vida de sus países, de los movimientos sociales, de las expresiones culturales propias de sus pueblos y de la resistencia al modelo económico y cultural que se pretende imponer?

El movimiento de mujeres y feminista logró incluir la sección J, sobre «Mujer y Medios de Comunicación», en la Plataforma de Acción de Beijing, la cual resultó de la IV Conferencia Mundial de la Mujer celebrada con el auspicio de Naciones Unidas en Beijing, en 1995. Al hacerlo, pensó tanto en la necesidad de que la sociedad toda trabaje para superar la imagen estereotipada de la mujer en los medios de comunicación, incluyendo a los dueños de los medios, como en exigir una plena participación de las mujeres en la nueva era de la comunicación digital que recién entonces se iniciaba. Que la Plataforma de Beijing hable con tanta claridad del acceso de las mujeres al uso y producción de contenidos utilizando las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, habla sin duda de un movimiento de mujeres atento a los nuevos desarrollos mundiales y dispuesto a ir ocupando espacios allí donde se toman las decisiones que son cruciales para el avance de sus derechos y para un desarrollo con igualdad de oportunidades y equidad en los resultados.

La lucha de las mujeres, de los indígenas, de los

campesinos sin tierra, de las víctimas de la discriminación racial, cultural y étnica, de los ecologistas, de los desempleados, de los jóvenes, nos habla de actores sociales que exigen reconocimiento. Los avances logrados en los años recientes por las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación han abierto posibilidades importantes para hacer visibles los aportes de estos movimientos y la participación y el protagonismo de las mujeres en todos ellos.

### **Por otra comunicación posible**

Para construir una comunicación con perspectiva de género, habrá que tener en cuenta que es necesario quebrar el discurso de la cultura dominante que continua asignando determinadas funciones, características y comportamientos a las mujeres sin reconocer que el poder patriarcal en nuestra sociedad continúa siendo fuerte y todavía puede silenciar o hacer invisibles las voces y las imágenes que lo cuestionan.

Es en los medios donde se genera y se transmite la información a la cual asigna importancia la sociedad. Es también en ellos donde se formulan, se fortalecen y se alimentan los movimientos de opinión pública, que en la actualidad están reemplazando a los movimientos políticos. Es por este motivo que existe la necesidad de que los medios representen apropiadamente el pluralismo de imágenes y de discursos que se generan en la sociedad, sin discriminaciones de ningún tipo.

El derecho a la comunicación exige pluralidad de fuentes de información y de medios de comunicación, y una gestión democrática y transparente de las políticas de comunicación para que las imágenes y las voces que se transmitan no queden atascadas en un único modelo, el que la globalización neoliberal quiere digitar, afianzando viejos poderes jerárquicos hasta en las relaciones entre hombres y mujeres. Como señaló un colega radialista en el último Foro Social Mundial, «para que otro mundo sea posible otra comunicación es indispensable».

Frente a todo esto, ¿valdrá la pena esforzarse por alcanzar la belleza? Las mujeres que luchan por sus derechos y por una sociedad mejor saben que el esfuerzo debe ponerse en otra parte, en la construcción de modelos que cuestionen el poder de un sexo sobre el otro, que rompan con la privatización de valores y de sentimientos y con las reglas de un mercado que hace rato que se olvidó de la solidaridad y de los derechos de los pueblos. Junto a sus compañeros de camino sabrán construir relaciones en las que la belleza se reflejará en cada mujer y en cada hombre que se sientan plenos, seguros y amados mirándose a los ojos y no cosificando sus cuerpos. □

## **¿QUÉ FORMATO?**

**RICHARD STALLMAN**

*Para Richard Stallman, creador del movimiento del software libre, las patentes de ideas informáticas son "obstáculos para el desarrollo", y defiende la libre circulación del conocimiento informático.*

Los formatos y protocolos secretos son uno de los métodos que los desarrolladores de software privativo utilizan para controlar a los usuarios y evitar que nosotros desarrollemos software interoperable (programas que funcionan en diferentes sistemas). Si almacena su información en un formato de archivo secreto, como Word, el desarrollador de ese formato controla el acceso a sus datos. Si usa formatos o protocolos secretos para comunicarse con los demás, les estará presionando para que usen el mismo software propietario. En la práctica, la compañía usa su poder para que usted le ayude a extenderlo sobre otros, un fenómeno conocido generalmente como 'efecto de red'.

Por eso la campaña contra el uso de formatos como Word. Microsoft tiene la costumbre de cambiar ese formato cada pocos años, como un método de forzar a los usuarios a realizar actualizaciones. Ahora que Microsoft ha identificado el software libre como su principal competidor, cambiar de formato también le proporciona una forma de evitar la interoperatividad. Necesitamos reducir el poder de Microsoft ahora, antes de que use ese poder. El modo de hacerlo es no leer los archivos de Word que la gente le envíe.

Irónicamente, todo esto es algo bastante feo que Adobe aún no ha hecho. PDF es un formato cuyo uso puede aceptarse, porque existe documentación pública sobre él y funciona con muchos programas, incluido el software libre. La versión más reciente incluye algunas características que están patentadas en EEUU y que lo serán en Europa si la UE permite las patentes de software. Afortunadamente, se trata de características poco utilizadas.

Así que, si alguien le envía un archivo de Word no lo lea. Pídale que lo envíe como un texto normal, HTML, PDF o RTF. La administración pública no debería usar nunca ese formato o cualquiera que sea secreto para comunicarse con los ciudadanos y con otros organismos. Sólo deberían usar formatos con documentación pública que todo el mundo pueda usar.