

El trabajo creativo de la mujer en la T.V.

Patricia Berumen

Los medios de comunicación masiva ejercen tanta influencia en nuestra vida diaria, que se han convertido en los principales sustentadores de la ideología dominante, papel que antes ocupaba la educación.

En todo proceso de comunicación existen cuatro elementos, una *fuentes*, que envía un *mensaje* por determinado *canal* a un individuo *receptor*.

En este trabajo analizaremos el tipo de mensajes que un canal específico, la televisión, envía sobre la mujer; quiénes son la fuente de esos mensajes y su efecto en los receptores.

La comunicación es vital en los procesos de decisión que se unen para dar forma al cambio social. El proceso de comunicación es la causa de que los receptores modifiquen una pauta de conducta existente. Es por ello indispensable que analicemos cuál es la imagen de la mujer que se trasmite actualmente a través de la televisión.

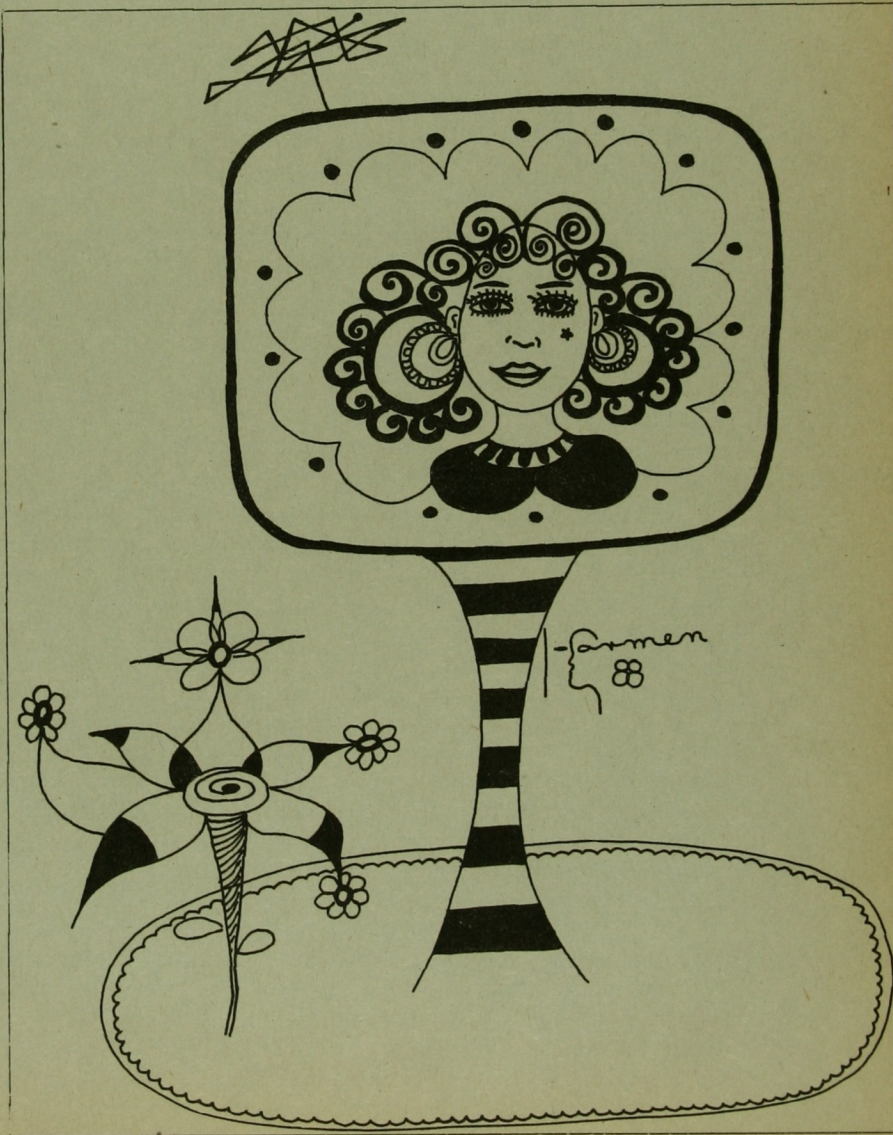
Aunque debemos reconocer que en los últimos veinte años la presencia de la mujer en la TV ha variado notablemente gracias al trabajo profesional y responsable de algunas compañeras, estos han sido tan sólo escalones para cambiar los estereotipos femeninos, que son los que abundan en dichos mensajes.

Hasta hace poco menos de dos décadas, la mujer era solamente un adorno en las pantallas. Un elemento más de la decoración o de la escenografía. Lo único que se necesitaba era una presencia agradable, una sonrisa magnética o un padrino influyente. Las excepciones, o sea

las mujeres que expresaban alguna opinión, tocaban temas relacionados con la imagen tradicional de la mujer: apoyaban los roles de esposa, ama de casa y madre, a los cuales la mujer estaba irremediablemente condenada. Los programas de cocina, moda, belleza o

consejos para el hogar eran los únicos en los que la mujer tenía a su cargo la conducción o elaboración del guión.

Las mujeres eran protagonistas sólo en ese tipo de emisiones, apoyando así la ideología sexista contra la cual luchamos.



Medina Pichardo describe al sexismo como: "la opresión de un sexo por el otro, que se presenta como un hecho natural, inmodificable, determinado en gran medida por la biología, a pesar de ser un hecho social. . . En este fenómeno convergen la tradición, la educación, los intereses de clase y la manipulación social."

En los años sesenta, con la aparición de la píldora anticonceptiva, las rebeliones estudiantiles y el resurgimiento del movimiento feminista, las mujeres lucharon por ser consideradas algo más que meros objetos decorativos en la TV. Demostraron con su trabajo que somos entes creativos y pensantes, capaces de decidir sobre nuestra vida y cuerpo, de emprender todo tipo de tareas y hacerlas bien. Fueron surgiendo así, comentaristas, reporteras, conductoras, guionis-

tas que, a su vez, se convirtieron en la voz de aquellas que destacaban en otros ámbitos: el artístico, científico, cultural, político y de la lucha feminista.

Es entonces cuando la labor creativa de las mujeres comienza a ser tomada en cuenta y a ser valorada. Las mujeres expresan sus puntos de vista y el de sus compañeras, luchan por sus ideales y contra la opresión y la injusticia. Se unen y se apoyan. Escriben, hablan, pintan, estudian, trabajan. Y cuando es necesario, gritan para ser escuchadas.

Otro tipo de mujer comienza a aparecer en la pantalla chica. La puerta se abrió. Actualmente estamos acostumbrados a ver reporteras informando desde los frentes de guerra, mujeres que hablan sobre el aborto, la violación o el sida, que defienden a las obreras y las costureras, que informan sobre los logros de otras mujeres. También atrás de

las cámaras, directoras, productoras, escenógrafas, coordinadoras, redactoras, jefas de información, ingenieras en electrónica, realizan con eficiencia labores antes privativas de los hombres.

Imevisión comienza en 1982 la Barra Femenina, consistente en un programa diario de lunes a viernes conducido, escrito y pensado por mujeres. Aquéllas interesadas en algo más que recetas de cocina o el color de moda para la próxima temporada otoño invierno. A lo largo de cuatro años de programas ininterrumpidos, hemos tenido la oportunidad de conocer todo tipo de mujeres mexicanas que trabajan, que desarrollan las actividades más sencillas o las más sorprendentes: taxistas, biólogas marinas, senadoras, astrónomas, maestras, ejecutivas, médicas nucleares, alpinistas, abogadas, jueces, aeromozas, pilotos navales, psiquiatras, mariachis,

Mujeres de la tele

Mary Vázquez es la productora más joven de Imevisión. Egresada de Comunicación de la Universidad Intercontinental, se inició en la tele como coordinadora de los programas de Oscar Cadena, *Ciudadano InFraganti* y *De Ciudadano a Ciudadano*. Actualmente ha producido "Concurso", el primer programa de concursos con computadoras y "Al Azar". Comenta para *fem*: "Sigues en la tele enfrentándote a la discriminación. Si eres bonita, no eres inteligente; si estás cuero, no les gusta que pienses. Si no tienes un físico agraciado, eres inteligente porque no te queda otra.

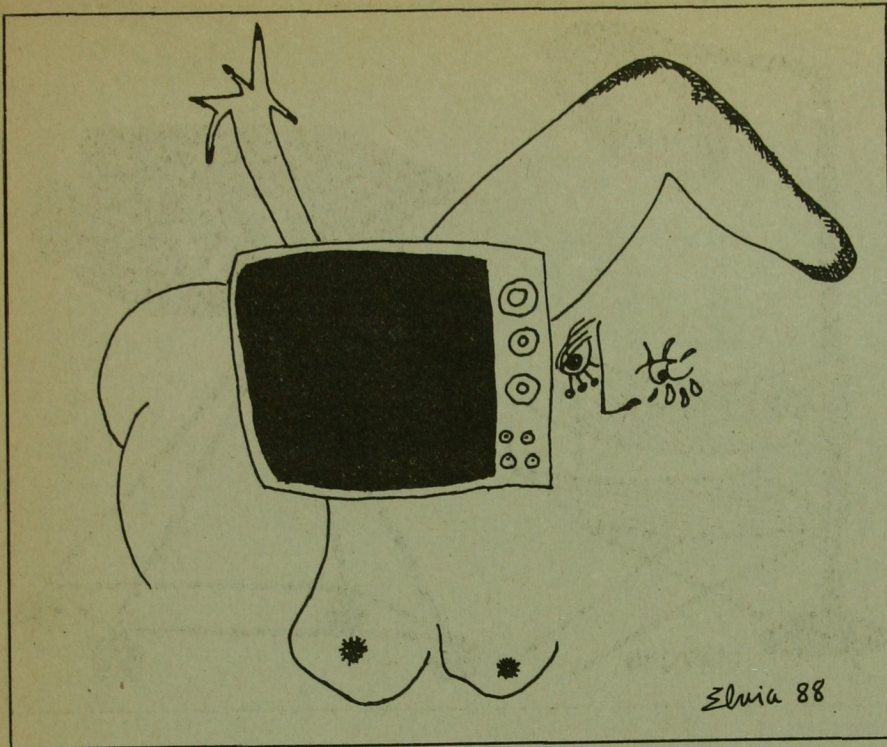
Si accedes a invitaciones, eres una golfa y todo lo que tienes lo has obtenido por tus atributos y la facilidad con que los concesionas. Si no accedes y mantienes tu vida privada aparte, seguro que eres gay.

Yo pienso que lo difícil no es llegar a trabajar en la tele, las puertas están abiertas para las mujeres. Lo difícil es mantenerte y lograr subir escalones con tu trabajo. Para mí ha significado sacrificar muchas cosas en mi vida personal, un marido, una familia; pero amo mi trabajo, es un deleite para mí hacerlo. Y el decirlo también me causa problemas. Tampoco fue fácil que me respetaran como jefe. No por un papel que dice que eres la productora te van a hacer caso. Necesitas ganar el respeto profesional a diario, demostrar todos los días que sabes y que puedes."

Tere Costa tiene ya diez años trabajando en la televisión. Tanto en provincia (Cancún, Chiapas), como en TRM, UTEC, Pronarte y ahora Imevisión. Actualmente es la productora de *Oro Sólido*, *La al-*

mohada, los especiales musicales y *Sin Compromisos*.

"Definitivamente sí han cambiado las cosas para las mujeres en el sentido que hace diez años ni pintaban en producción y dirección, no había mujeres trabajando. Ahora nos hemos hecho indispensables. Te podría decir que incluso todos los productores ahora prefieren trabajar con chavas como coordinadoras, asistentes. Las mujeres tienen más facilidad para las relaciones públicas, son más detallistas para escenografía, vestuarios. Ahora se nos requiere, antes te metías a fuerzas. Nos ha costado nuestro buen trabajo, en un medio que no es fácil. El trabajo en la televisión es de veinticuatro horas. Sabes cuándo entras a una grabación o postproducción pero no cuándo vas a salir. No tienes tiempo para nada más. No cuentas con tus horarios. Dejas a un lado



magas, reporteras, karatecas, pintoras, escritoras, secretarias guaruras. Hemos visto que cada una de ellas se entrega a su trabajo con una seriedad y una pasión notables; cada una piensa que su profesión es la mejor. Luchan a diario con responsabilidad y alegría. No obstante, hemos observado también que no dejan su labor de madres, esposas, amas de casa y que en muchas ocasiones son el sostén económico, la madre y el padre en la familia. Esto es, siguen sujetas a la doble jornada de trabajo, no se han liberado de las labores domésticas o el cuidado de los hijos. Por ello es que sabemos que cuando vemos a una mujer y a un hombre en el mismo puesto, podemos estar seguras de que a ella le costó cinco veces más trabajo.

Ahora bien, aunque ha habido logros, en la televisión se manejan dos lenguajes al mismo tiempo. Den-

visión: Opiniones

familia, galanes, etc. Pero creo que a las chicas jóvenes ahora les hemos aplanado el camino.”

Gabriela García Mayagoitia, tiene doce años en el medio. Entró al canal 13 como jefa de la videofilMOTECA y fue subdirectora de Producción. Es la mujer que ha ocupado uno de los lugares de más alta responsabilidad, mismo al que renunció hace unos meses. Actualmente se dedica a la producción. “Sí existe un cambio. Ya no hay shock por ver a una mujer productora o directora o escenógrafa o guionista. Las mujeres están ahora trabajando en lo que antes fueron áreas vedadas para nosotras. Claro que hay otras en las que por limitaciones físicas las mujeres no podrían estar. Como iluminadoras o camarógrafa, cargando 70 kilos, por ejemplo. La apertura ha sido a fuerzas, nos hemos metido y hemos

demostrado nuestra capacidad. Nada ha sido gratuito. Cuando estuve en la subdirección de producción, no obstante mis doce años de experiencia, tenía que demostrar que sabía, que podía trabajar al parejo y darme a respetar profesional y personalmente. Ya sabes, o piensan que no vas a poder o te acuestan con todos. El famoso sofá de producción. Pienso que aun con estos cambios todavía sufrimos el síndrome del club de Tobi. Piensan que eres demasiado emotiva para ocupar puestos de decisión, o que te vas a quebrar ante cualquier presión. Cuando llegas a una junta de directores todo mundo espera que sirvas el café, o que seas la nana o la secretaria. Ahí surgen los sinsabores. Cuando te niegas y esperas un trato de igual a igual.”

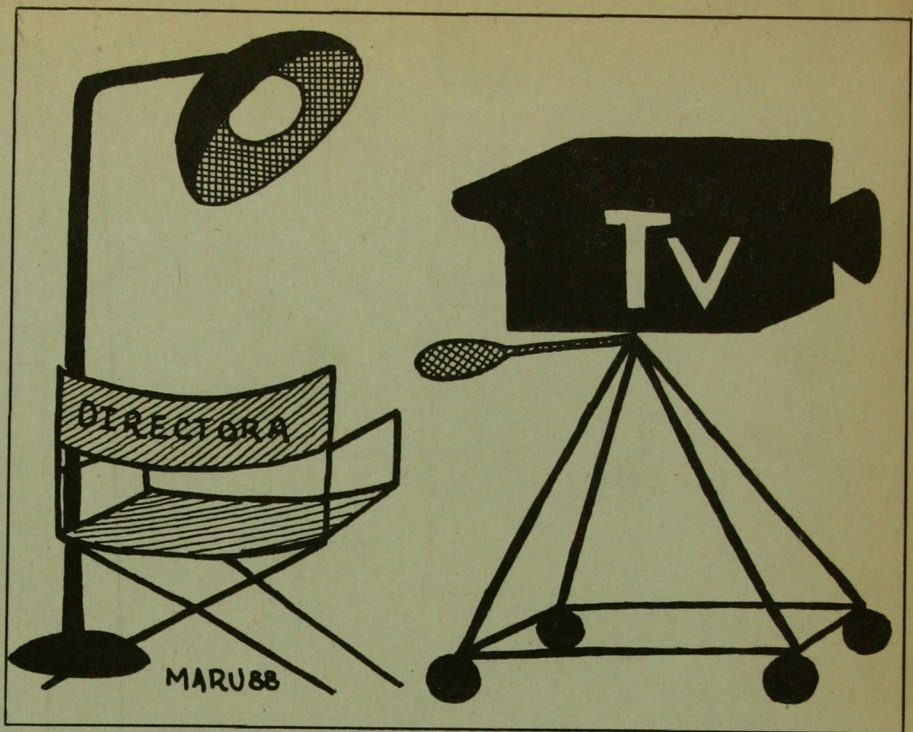
Martha de la Lama, con 15 años de experiencia como conductora en

la televisión y una de las más agueridas luchadoras por los derechos de la mujer en el medio, apunta:

“Lo cierto es que todavía se nos dice que la mujer no tiene un papel protagónico en la TV porque no son capaces. Piensan que lo va a hacer uno emocional, subjetiva, parcial y menstrualmente. Hay un total desperdicio de la experiencia de muchas mujeres. Se nos apoya en producción pero no se nos dan puestos de toma de decisiones o no se nos permite hablar de temas políticos. Tampoco de aquéllos que contengan una carga ideológica. Tampoco tenemos horarios *triple A* ni promoción. Se nos deja estar para que no se piense que hay sexismo en el medio. Somos como la cuota de negros en las películas gringas. Está de moda tener mujeres y se nos permite, pero sin salir de ciertos límites.”

tro de un mismo programa podemos escuchar sobre la situación de las costureras y, minutos después, informes sobre el concurso de Miss Universo. Los anunciantes insisten en presentar a la mujer como un artículo de consumo, un objeto sexual cuya única meta es ser bella, deseable, sexi o bien, ama de casa, encargada de cuidar los más pequeños detalles para el bienestar de su familia, o cocinera o lavandera, en el mejor de los casos consumistas compulsivas. Manejan una imagen física de la mujer que no corresponde a las mexicanas, donde las rubias de 1.80, piernas kilométricas y caderas estrechas no abundan. Todo esto distorsiona la realidad del auditorio femenino, crea frustraciones, amargura al no ser como ellas, o no poder comprar lo que ofrecen los comerciales que lo bombardean. La mujer en las telenovelas será siempre un estereotipo: o es la buena santa, abnegada y sufrida, generalmente pobre, o es la mala, malvadísimas, cruel, vanidosa y generalmente rica. Al final, el bien siempre será recompensado y el mal, la mala, castigada (generalmente la matan). Esto crea una fantasía que muchas aspiran a vivir, lo cual sólo sostiene una estereotipo de mujer que sólo la ideología ha creado.

Se ha logrado dar pasos serios y efectivos. Se han abierto espacios y conquistado tribunas para emitir mensajes reales que no denigren ni apoyen la imagen tradicional como única opción para las mexicanas.




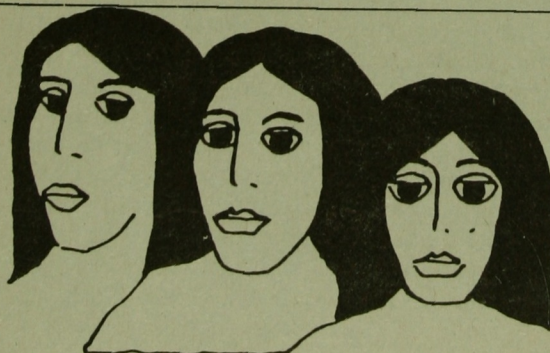
Pero, desgraciadamente, no se han abolido aún los mensajes que manipulan, distorsionan y, en muchas ocasiones, denigra a la mujer.

La ley de radio y TV

Sería necesario, por tanto, la creación de un organismo que tuviera la función de vigilar, observar y censurar aquéllos mensajes que perjudiquen la dignidad de la mujer, y estimular aquellos que aportan conocimientos, información, entretenimiento y diversión, que ayuden a la superación de las mexicanas.

Es también recomendable revisar el por qué las mujeres no ocupan puestos directivos o de decisión en la televisión. Con escasísimas excepciones, las mujeres siguen formando parte de la masa trabajadora en el área de producción, pero no se aprovecha su experiencia ni capacidad en los puestos de alta jerarquía, donde su opinión ayudaría a cambiar definitivamente la imagen tradicional de ama de casa-esposa-madre de la familia nuclear tradicional y de la moral burguesa que priva.

Hemos dicho que la televisión se ha convertido en un medio vital en los procesos de decisión que originan el cambio social; sería necesario, entonces, conocer a las mujeres mexicanas reales. Las trabajadoras, las obreras, las campesinas, las burócratas, las estudiantes; darles imagen a través de la pantalla para saber sobre su vida, sus problemas, su fuerza. Fortelecer un nuevo proceso pedagógico infantil, codificar un nuevo código moral basado en el libre ejercicio de la sexualidad femenina, apoyar a la nueva mujer, la que surge en los sesentas y se fortalece en los ochentas como una nueva ciudadana. 



Jsis.-