De la denuncia a la creación de alternativas

Mercedes Charles C.

Por lo general, la mayoría de los análisis feministas sobre medios de comunicación se han centrado en desentrañar la imagen que sobre la mujer se brinda en sus mensajes. Quizá en esos estudios se ha pecado en demasía de culpar a los medios de comunicación por las imágenes femeninas que transmiten, que oscilan desde el ama de casa, insegura y dependiente, hasta su consideración como objeto sexual, capaz de promover el impulso al consumo de su contraparte masculina.

Estos análisis, ubican a la mujer como víctima de una conspiración que la oprime y la denigra; a los medios de comunicación se les brinda un rol de meros propagadores de esta visión, basando en ella el contenido de sus productos más diversos. Los estudios, que en esta línea se han realizado, de alguna manera presuponen, aunque sin hacerlo explícito, que el género masculino está liberado de la opresión, así como de imágenes ideales estereotipadas que poco o nada tienen que ver con su realidad de género.

Como es de suponer, pocas veces podemos encontrar en estos trabajos alternativas para la construcción de nuevos modelos femeninos que pudieran servir de parámetro a aquellos trabajadores de los medios que buscan la realización de mensajes no machistas, ni sexistas, aunque hay una demanda explícita de propuestas alternativas por parte de un número nada desdeñable de productores.

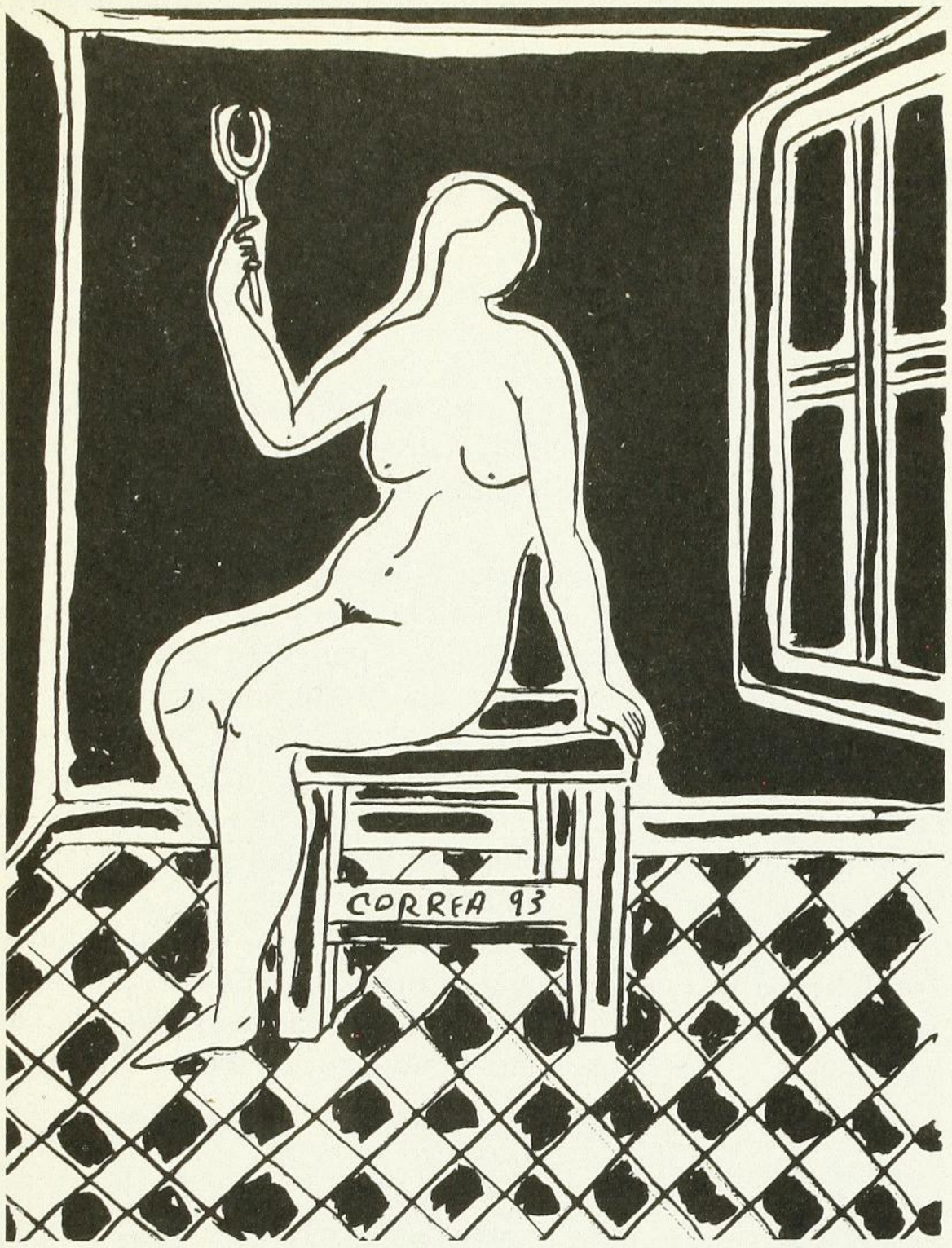
Hoy en día se está gestando una línea de estudios feministas que busca develar la construcción de imágenes femeninas, pero también masculinas, que se transmiten en los diversos mensajes de los medios. Asimismo, algunas estudiosas del tema están tratando de sentar las bases para la construcción -aún en esbozo- de una amplia gama de modelos alternativos.

Por otra parte, estos trabajos sostienen que no es posible la liberación de la mujer si se le sigue considerando como género aislado; por tanto, una condición imprescindible para lograrlo es precisamente su liberación conjunta con el género masculino. Esto se debe a que el género masculino también vive restricciones culturales y sociales, y muchas de ellas participan activamente en la conformación de una mentalidad machista, que ubica a la mujer en situación de inferioridad, pero que también lo daña y lo denigra.

Necesariamente, la mujer vive en diálogo constante con el mundo masculino; ignorar esto no implica desaparecer la relación con el otro, o establecer cambios en las pautas de relación, sino crear circuitos cerrados, de y para mujeres, con el consecuente rechazo masculino. Se considera que el feminismo cayó en esta postura durante muchos años.

De acuerdo a esta visión que implica a ambos géneros, actualmente existen gran número de programas que, si bien es cierto antes se dedicaban a trabajar sólo con mujeres, ahora buscan integrar a la pareja. Por ejemplo, en algunos programas sobre sexualidad femenina realizados en Perú y dirigidos a mujeres de sectores populares, las propias participantes empezaron a reclamar la presencia de su pareja para producir un conocimiento corporal y erótico del otro (tanto masculino como femenino) con el fin de lograr una relación de goce entre ambos. El reclamo de estas mujeres mostraba, no el deseo de separación de su pareja o de centrarse en prácticas masturbatorias, sino la necesidad de diálogo y comunicación con ella.

Esto, que se presentó a nivel de programas de educación popular, puede ser trasladado a los medios de comunicación. Las propuestas alternativas no buscan eliminar al hombre o minimizarlo para resaltar el papel femenino, sino más bien tratan temas o incluyen en las tramas, nuevas alternativas de relación entre los sexos. Esto implica poner en la escena social



-a través de los medios de comunicación- un cambio, tanto en el papel que juegan ambos géneros en su vida amorosa, como en los modelos familiares, en la división de roles que se establece en la familia y en el trabajo, en la educación de los hijos, en las relaciones cotidianas, etc.

Para esto -señala Rosa María Alfaro, comunicadora y educadora popular peruana- es necesario desmontar todo aquello que se ve como natural al comportamiento de hombres y mujeres. Pero la denuncia ha resultado francamente insuficiente, por lo que es conveniente, también, presentar casos concretos y formas de realizar los cambios, a la vez que se empiecen a barajar nuevos modelos de ser hombre y mujer y de relaciones entre los géneros. Es necesario contar con una visión más propositiva y afirmativa, que proporcione seguridades básicas, que no sugiera pérdidas de feminidad o de pareja, sino que más bien, brinde ejemplos de nuevas complementariedades.

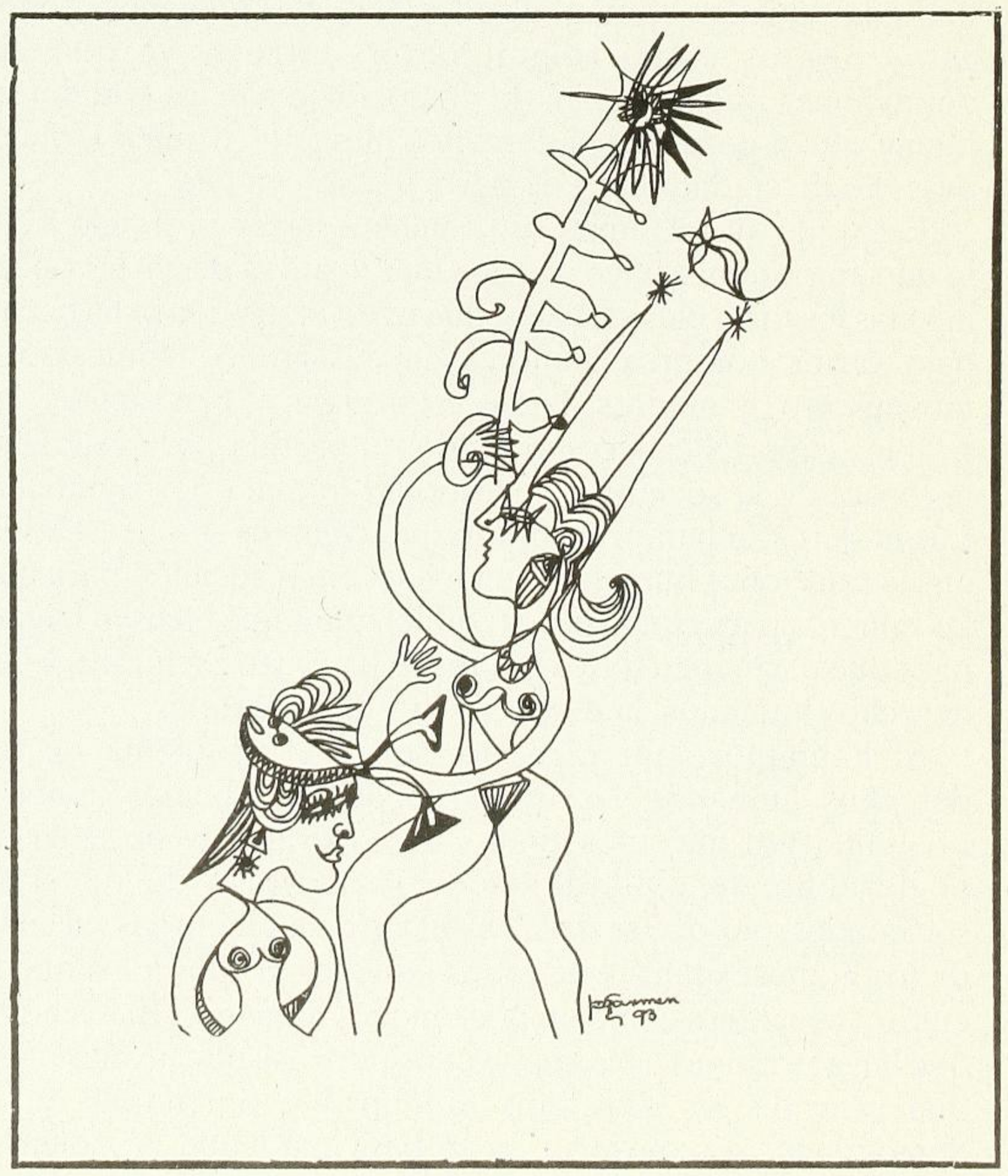
La construcción de identidades -continúa Rosa María- se hace en relación con los otros. Por tanto, no se trata de que los medios emitan mensajes salvadores, sino de motivar a las mujeres y a los hombres a construir igualdades concretas y cotidianas, pero también jurídicas, sociales y políticas. Desde esta perspectiva, los medios masivos tendrían nuevos retos que enfrentar. Se requiere un proceso de cambio del uso de los géneros comunicativos y su vinculación con temas educativos varios.

A este respecto, la autora peruana pone de ejemplo a las telenovelas brasileiras en cuyas tramas se logra vincular el nudo amoroso con la lucha profesional y política de muchas mujeres. En esas telenovelas han creado modelos femeninos múltiples, y han aparecido hombres que portan diversos estilos e identidades.

La preocupación crítica sobre los medios masivos de comunicación y sobre su capacidad manipuladora adquiere, así, una nueva perspectiva. Sin dejar de lado la denuncia, que sirve para desmontar un conjunto de juicios y prejuicios que intervienen en la construcción de identidades de género, ahora se presenta como necesidad urgente, poner en la escena de la discusión nuevos modelos y parámetros alternativos.

Modelos que permitan incrementar la autoestima y la seguridad del género femenino a través de nuevos protagonismos sociales, de imágenes alternativas y propositivas que tengan la capacidad de presentar -sin caer en estereotipos simplistas- nuevas maneras de ser y de estar en el mundo, nuevas formas de relación con las diversas instancias sociales y políticas, así como alternativas de relación y de autonomía entre los géneros.

Es importante que tanto las mujeres como los hombres tengan la oportunidad de mirar otros modelos, otras formas de relación e interacción que les permitan contar con un abanico más amplio de opciones de comportamiento, lo cual les puede permitir tener mayor flexibilidad y tolerancia a las diferencias.

Esto implica, necesariamente, romper con las complicidades femeninas, con los modelos simplistas, con las fórmulas mágicas y con las resistencias hacia la posibilidad de cambio que podemos encontrar tanto en los hombres como en las propias mujeres.

Las mujeres y los hombres necesitan ver muchas propuestas de identidad de género para que puedan elegir con mayor libertad. Los medios de comunicación, por la fuerza e incidencia que tienen, pueden tener un papel protagónico en hacer circular en la escena social estas propuestas alternativas.