Apostar al respeto

Lucía Rivadeneyra/lrivadeneyra@terra.com.mx

Hay muchas mujeres manejando llama a ... y pregunta por nuestros precios bajos y atractivos descuentos en seguro de autos", se agrega a la publicidad de BANORTE: y, por supuesto, la imagen es un caos vial ante un letrero que dice "Gran rebaja en toda la tienda". El mensaje obvio: las mujeres compran y chocan.

Hay otro anuncio que recomienda asegurar el auto porque una mujer muy joven camina por la calle y de un vehículo sale la cabeza de un sujeto que algo le debe decir, puede ser un piropo o una absoluta leperada. Y sí: el mensaje podría ser claro: hay muchas mujeres caminando y muchos hombres a punto de chocar por voltearlas a ver.

En el primer caso no hay mayor "problema", todo es obvio, incluso existe un dicho: "mujer al volante peligro al instante". ¿Se sabe quién afirmó que las mujeres no saben manejar? ¿Sería algún microbusero, algún joven de los llamados juniors de los años sesenta o algún "hijo de papi" de los años noventa que maneja a 140 kilómetros por hora en el periférico? ¿algún taxista?

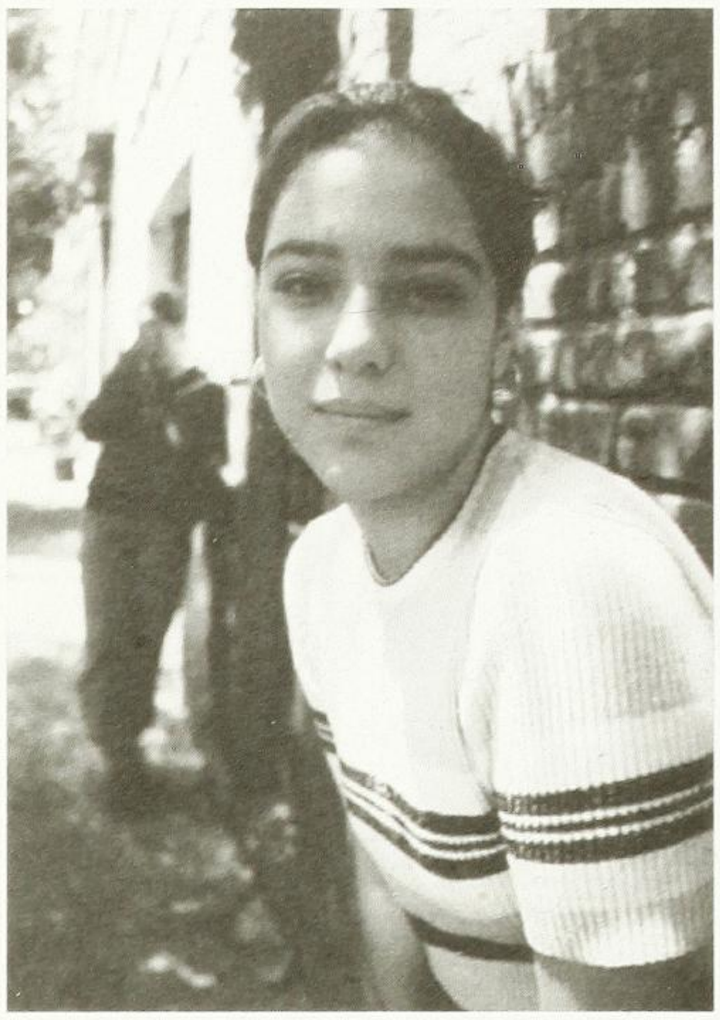
Rotmi Enciso

El otro aspecto es la supuesta compulsión de las mujeres por comprar ¿Todas son así? ¿Todas eligen comprar sin parar? ¿A todas enloquece adquirir ropa y zapatos semanalmente? ¿El máximo anhelo en la vida es consumir? ¿Comprar es privativo de las mujeres? ¿Quién piensa todo esto? Por desgracia, todavía, muchos y muchas.

El anuncio publicitario de la joven que camina por la calle con singular desenfado, con sus pantalones a la cadera y su blusa ombliguera hace recordar la interesante fotografía de Manuel Álvarez Bravo, cuya modelo Mati Huitrón camina llena de garbo por una avenida de la Ciudad de México luciendo su famosa cintura de avispa y varios hombres la observan.

Independientemente de la maestría del gran Don Manuel, quien supo captar un puñado de miradas masculinas sobre una mujer que va por la vida, con un lapso de alrededor de cincuenta años, la situación no ha cambiado. Es decir, la acción es la misma una mujer no puede gozar su derecho al libre tránsito so pena de ser molestada, agredida o intimidada.

Quizá por la sonrisa de la joven del año 2002 pudiera pensarse que el conductor sólo le dijo un piropo o algo gracioso, pero con qué derecho, quién se lo otorgó y, además, qué necesidad de chocar tiene. El asunto también se presta a que alguna buena conciencia diga "pero para qué se viste así, debería ponerse un hábito". Y la historia se hace un círculo. Es probable que se ignore la posibilidad del respeto, hay quien nunca se la ha planteado.



Rotmi Enciso

Un país como Canadá tiene, entre otros lujos, el respeto al ser humano. Hombres y mujeres pueden salir a la calle, andar por donde quieran y como quieran, vestidos o no y no hay quien los critique o los agreda. Cualquier mujer sale a la calle sin el temor de ser violentada por ser mujer.

Bajo un no tan sutil aviso de "¡cuidado con las mujeres porque manejan, compran y se visten o desvisten; y todo pasa por su culpa, desde la manzana, acuérdate...!" Estos anuncios literalmente espectaculares, reflejan la traición del inconsciente -en el mejor de los casos- que viven los publicistas mexicanos o extranjeros que ofrecen trabajos como los comentados, ya que a la menor provocación manifiestan la misoginia cotidiana, la agresión gratuita, la prueba de que aún no se han quitado los pañales y, en consecuencia, su falta de ganas por crecer.

Lo anterior, a más de alguno y alguna, genera depresión, pero también rabia y gracias a ella se puede decir ¡basta! Ojalá y el año 2003, una vez que el horror se haga consciente, nos veamos todos y todas como seres humanos, como hombres y mujeres que podemos apostar al respeto y a la no violencia.