

Nos seguimos preguntando quiénes son las mujeres

Ronald Silva*

En Colombia, las imágenes expuestas y explotadas de las mujeres suelen ser muy parecidas. No reflejan las diversidades que conocemos en nuestras familias, en nuestras empresas y en los espacios cotidianos. Las mujeres imaginan parecerse a esas imágenes que las quieren configurar pero su naturaleza se resiste. Su cuerpo se resiste, su profesión se resiste, su vejez se resiste y sus relaciones se resisten a ser un estereotipo por más que todos lo anhelemos.

El papel de la mujer en la sociedad es ser alguien que no es, parecerse a alguien que no ha sido e imitar a unas mujeres que son más de lo que pueden ser. La protagonista de la vida de las mujeres suele ser la angustia de cumplir con unos requisitos acumulables, que le imponemos como demostración del éxito.

Los medios masivos, en especial la televisión, son ante todo narradores de la sociedad y las historias que cuentan generalmente terminan equiparándose con la realidad. De ahí la gran responsabilidad que tienen los medios de comunicación en la transmisión de roles y pautas de comportamiento. En Colombia se han presentado ejem-



Imagen: *La república*, de Dèvora Arango. Fuente: [http://3.bp.blogspot.com/-ArlaPcI2cAw/Trhi-uzT4wI/AAAAAAAAAN0/M5EejujmK_s/s1600/IMAGEN-8543060-2.png].

plos positivos, como el de promover la sexualidad responsable o advertir sobre los riesgos del consumo de tabaco o el alcohol, pero en los roles equitativos de géneros la tarea sigue pendiente¹.

En el largo camino histórico de las mujeres, les hemos ido adjudicando nuevos retos, que con bastante orgullo ellas han ido superando.

* Estudiante de posgrado: Especialización Gerencia y Tecnologías de la Información. Facultad de Administración de Empresas. Correo-e [Ronald.silva01@est.uexternado.edu.co]

1 En la televisión colombiana prevalecen estereotipos negativos de la mujer. Publicado el 21 de julio de 2010, en: [www.mineduacion.gov.co/cvn/1665/w3-article-240264.html].

Hace 60 años a las mujeres las incluimos en la sociedad como ciudadanas, dándoles derechos y libertades, animándolas a pensar fuera del hogar y, por ejemplo, a contemplar su participación social, económica e individual mucho más activa. Muchas de ellas ya vieron a la educación como una opción.

Como premisa política, intentó resolver un problema de convivencia entre hombres y mujeres pero quizá provocó la rivalidad y la competencia, además de la exclusión ya conocida, en el panorama electoral colombiano.

Las mujeres representan el 52% del electorado colombiano, pero su participación en los principales cargos públicos no ha superado el 17% en 40 años. En las elecciones de 2002, 2006 y 2010 en la mitad de los departamentos no se eligió a ninguna mujer para la Cámara de Representantes y en 11 departamentos ninguna mujer fue diputada².

Muchos colombianos y colombianas nos preguntamos qué hace falta para tener al fin a una mujer en alguna alcaldía o en la presidencia. O, por qué no, las candidatas vigentes no logran mejores resultados respecto de sus contendores.

2 En política aún las mujeres tienen terreno por conquistar. Publicado el 10 de diciembre de 2011 en: [www.latarde.com/historico/52328-en-politica-aun-las-mujeres-tienen-terreno-por-conquistar].

Pero por la trayectoria de María Emma Mejía o Noemí Sanín, podremos intuir que no se trata de falta de potencial, sino de otras causas en su entorno.

Jaime Durán y Santiago Nieto (2006)³, en su investigación electoral latinoamericana, aseguran que hay una regeneración de la política en el continente y que la participación femenina ha transformado muchas dinámicas políticas y sociales⁴.

Hace 60 años llega también la televisión a Colombia y con ella una gran ventana para reconocer a las mujeres. Para representarlas y reflejar su rol en la sociedad masculina. Porque desde la radio, en 1923, hasta la internet, la industria ha sido dominada por hombres y en lo audiovisual la mujer encontró un lugar protagónico.

Con la industria de las telenovelas colombianas, se creó el paradigma de la figura femenina que interactúa con los hombres, objeto de deseo, y el drama del amor y el dinero.

Preocupa que estos discursos de alguna manera reafirman un conjunto de roles y estereotipos que han estado presentes en la sociedad colombiana,

3 Así ha cambiado el papel de la mujer en la tv colombiana. Publicado en: [http://alo.co/actualidad-y-entretenimiento/asi-se-ha-visto-el-papel-de-la-mujer-en-las-series-colombian].

4 [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/30655/Documento_completo_.pdf?sequence=1].

y lo problemático es que a través de los medios este tipo de discursos se sigan reforzando y que, por el contrario, no se cuestionen o no se pongan en debates en esos contenidos mediáticos, expresó Rafael Obregón.

En las pantallas de nuestras rutinas prácticas mediáticas, solemos ver mujeres determinadas por su pasado, presentando todo un desafío a su futuro, que a su vez era solucionado por su marido y la maternidad. Este solía ser el fin de las mujeres. El papel ha cambiado muy poco, y ahora las mujeres intentan ser representadas como lo que sucede después del fin; y vemos protagonistas viviendo su familia, relaciones de pareja o de madre, como determinantes y buscando un nuevo final feliz relacionado con su vida fuera del hogar.

Y, ¿qué sucede cuando las mujeres no son vistas sino escuchadas? ¿Qué tanto de su imagen llega con la misma fuerza a nuestros oídos? Muchas mujeres en los últimos años han figurado como representantes de la radio en Colombia, sin ser referente sino competencia de los hombres.

Pero además de contar con esa dinámica, las mujeres en la radio siguen siendo explotadas como personajes estereotípicos de seducción y atención masculina, porque pareciera como si la sociedad fuera mayoritariamente masculina. Hombres planeando para hombres,

hombres produciendo para hombres, y hombres ganando dinero de otros hombres. Así, nada más con pasar el dial por algunas emisoras, las mujeres son la cuota periodística, la imagen televisiva o el papel de la seductora.

Pero para no dejar afuera propuestas como Agenda Tacones, Blue Radio, o Mujeres W, son las mujeres las que le hablan a esa “minoría”. ¿De qué temas? De belleza, maternidad, estética y seducción.

Sin embargo, ¿qué trato reciben las mujeres que deciden ejercer este papel como su profesión?

El caso de las cuatro mujeres de Mujeres W, que en 2011 aparecieron en la revista *SoHo*, exhibidas de la misma manera que una reina, modelo, actriz o presentadora de televisión, pero con un escándalo posterior bastante cuestionable, aunque quizá hasta ellas mismas decidieron ignorar.

A la semana de que la revista estuviera a la venta, la cuenta de Twitter del director de la publicación fue hackeada y se subieron a la internet correos electrónicos en los que se discutían los planes que el director de la emisora W Radio y el del impreso pretendían exponer los cuerpos de las locutoras.

Daniel Samper Ospina escribió: “falta casting para darle contraportada: la más famosa es Sylvana, de resto hay

una marimacha y Marcela Alarcón, que es arrechante pero gurrecito. Un hit adentro, pero son exageradas para contraportada”⁵.

Cualquier parecido con el mismo manejo que hombres libretistas y directores hacen a las protagonistas de sus producciones, es pura coincidencia.

Además de semejante muestra de cosificación, se expuso el nivel de retoque fotográfico con el que sus cuerpos habían sido modificados para corresponder con las expectativas de belleza inexistente, imposible, inverosímil y masculina.

No podemos ser tan pesimistas e ignorar las destacadas carreras y labores de mujeres con una trayectoria pública en el periodismo, como Jineth Bedoya y muchas más, quienes lejos de querer aparecer en la portada de *SoHo*, ha llevado su feminidad a un punto de realidad y reflexión bastante fuerte y que promueve el respeto y la reivindicación del papel de la mujer en la sociedad libre y pluralista que implica ser ciudadanas.

Pero, entonces, ¿por qué será que aún no nos queda claro, ni es una provo-

cación ser una mujer real y libre de los condicionamientos masculinos?

¿Por qué cada día más mujeres se sienten insatisfechas con sus cuerpos, sus éxitos personales y profesionales? ¿Con sus derechos y libertades?

La actriz, guionista y comedianta argentina, Malena Pichot, asegura que esos referentes son un sistema, que propone “que los pelos en tus bolas están bien pero en mi concha, no”.

Entonces, ¿hasta dónde y por qué el papel de la mujer será un espejo del hombre? ¿Y una demostración de competencia sana y orgullosa?

Pareciera obvio y hasta discutible, pero es la trampa en la que muchas mujeres han decidido basar la construcción de su papel. Si depilarse describe una de las dinámicas para sentirse mujer, desde que conozcas este hecho social, como mujer, debes depilarte. Y entonces, la depilación te diferencia de un hombre.

Estos análisis de lo normal que solemos evitar hacer o evidenciar como un aspecto a discutir o reflexionar, hace más difícil revisar y replantear el papel de las mujeres en la sociedad. Se ha naturalizado un papel reflejo del hombre, un paradigma de lo femenino que nos hace inmóviles ante las transformaciones.

5 Marimacha y gurrecito en fotos de Mujeres W en *SoHo*. Publicado el 12 de agosto de 2011, en: [www.lafiscalia.com/2011/08/12/marimacha-y-gurrecito-en-fotos-de-mujeres-w-en-soho/].

El desequilibrio es evidente, no se necesita estudiar por mucho tiempo pero si las mujeres no empiezan por creer que ser mujer es mucho más que depilarse no van a ser ellas.

Y no es que como hombre, yo crea que la mujer es depilarse. En este punto del texto quiero aclarar que mi experiencia de observador, ha concluido que es posible mucho más. Pero cuando te enfrentas a una mujer con decenas de cualidades superiores a la estética, ellas mismas como reflejo de los hombres, no se sienten “normales” por el hecho de no cumplir con esos detalles de piel limpia de vellosidades. Es como si todo se destruyera. ¡Es exitosa pero no se depila!

Según Daniel García Lamus, docente de Comunicación No Sexista del Politécnico Gran Colombiano de Bogotá, “es muy importante la reflexión sobre el uso del lenguaje, de qué implica emplear un término o no hacerlo para construir significado de la sociedad”.

Si quisiéramos hacer una radiografía del papel de las mujeres en la sociedad, la invitación sería a poner sobre la mesa lo que se dice de las mujeres. Y más allá de los estudios y las encuestas, esa información está en la mente inconsciente de todos quienes hacemos parte de la sociedad.

Y esa información histórica, que ha sido fijada en nuestras miradas y ex-

pectativas de las mujeres, fue fabricada y replicada en las familias colombianas, como una manera de ser. No una opción, no una representación sino un fin.

¿Nos hemos preguntado cuántas opciones tenemos de ser hombres o mujeres? De saber, ¿quién individualmente tiene la oportunidad de ser según sus propias decisiones en vez de interpretar un papel, como si la vida fuera una actuación?

Una de las consecuencias más peligrosas de los estereotipos ocurre en el ámbito social, porque sumado al de la vida personal e individual de las mujeres, donde cada una se siente tan intranquila o tan angustiada con su ser mujer, sus roles y sus “deberes”, la sociedad se fragmenta provocando un prejuicio (que es perjuicio también).

José Ignacio Cano referencia cómo el proceso estereotipo-prejuicio abarca el concepto de identidad, que perpetúa una mujer como la conocemos y que programa a miles de mujeres a querer ser.

Y entonces este esquema que todas y todos asumimos como propio, fijo, verificado e irrefutable, porque quienes lo intentan ya son aislados o rechazadas, se va convirtiendo en el único referente que tenemos en la sociedad para asumir una feminidad.

Y vayamos a un punto práctico, si buscamos en Google mujer+sexo, ¿qué nos va a mostrar? Los resultados van entre: posiciones, consejos, recomendaciones, errores, etc. Y contenidos titulados “Lo que a las mujeres le gusta a la hora de tener sexo”, o “Cómo Tener Sexo Con Una Mujer”, u “8 señales de que una mujer necesita sexo”.

¿Por qué en 2014 si contamos con tantos avances tecnológicos, donde en un aparato portable tenemos conectividad con personas en cualquier parte del mundo y miles de recursos al clic, las mujeres, sus cuerpos, sus vaginas y sus prácticas siguen siendo un misterio? O, ¿a quién le interesa que lo siga siendo?

¿Qué estamos ganando como sociedad, si las mujeres tienen “sus” temas, intereses, ocupaciones y roles diferenciados de los masculinos? ¿A quién está sirviendo esta división? ¿A la economía? ¿A la política?

La publicidad y nuestra dinámica de consumo ha “administrado” el cuerpo femenino de muchas maneras arbitrarias pero celebrada por todas y todos: ha puesto al servicio del consumo de bebidas alcohólicas o de productos de belleza: brazos, torsos, ojos y glúteos de mujeres sin rostro ni ocupación, para representar un papel. Florence Thomas, en su columna para *El Tiempo*. “La década pasada”⁶, explicó

cómo se vive este fenómeno comercial de los cuerpos desmembrados de las mujeres y además cuerpos irreales, artificiales, ficticios, modificados y deformados.

Sus únicas prendas son unas sandalias, un hilo dental y un lejano brassiere. El hilo dental penetra y desaparece en los intersticios de sus pliegues. Acompañando esta patética puesta en escena están las siguientes frases: “solo Santa Fe garantiza una Santacola”. Y como si fuera poco, más abajo: “Mezcla bien: mezcla ron Santa Fe con cola”.

Ese conjunto de nalgas ofrecidas como trofeo prometen como premio a quien consuma este brebaje una santa penetración y recomiendan que quien sepa mezclar esta bebida de caña de azúcar lo haga con una buena cola. Lo demás son interpretaciones erróneas porque lo que denota es eso. No hay siquiera juego lingüístico: se pone el ojo en el ojo, es decir, en la raya.

En España y en Francia, entre otros países europeos, existe una Ley General de Publicidad. Una ley que prohíbe todo anuncio “que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores o derechos reconocidos en la Constitución, especialmente en lo que se refiere a la infancia, la juventud y la mujer”⁷.

6 [www.eltiempo.com/opinion/columnistas/florence-thomas/].

7 Ron Santa Cola. Publicado en: [www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1992334].

Feministas, como Zillah Eisenstein y Julieth Mitchell, aseguran que las mujeres padecen esa situación por las prohibiciones y ambigüedades expresadas en la producción, la reproducción, la sexualidad y la familia. Un hombre tiene muchos hijos sin reconocer, sin que afecte sus deberes como padre, miembro de una sociedad que lo primero que defiende es la familia, desde todos los puntos de acción, pues no sucede nada. Al contrario, el papel de muchos hombres es ese: dejar hijos por ahí, al cuidado de sus madres.

Así viven muchas “familias” que, conformadas por las personas que desean participar, crían seres humanos con estos reflejos de papeles de responsabilidad individual y colectiva. Asumiendo que la sociedad se transforma pero que muchas veces no son los beneficios esperados los que se materializan. Y al parecer todas y todos podemos convivir de esa manera: esperando lo mismo pero haciéndolo diferente.

Pero no se trata de destruir esos avances, que nos pueden llevar a un lugar mejor. Si las mujeres son cabeza de hogar, si son trabajadoras, madres solteras, si adoptan hijos en convivencia de otras mujeres y si están al frente de su vida, no tenemos por qué pedirles que respondan por los deberes ajenos.

Manuel Morales (2011)⁸ asegura que el éxito de la feminización de la sociedad está basado en las relaciones que construimos como ciudadanía, es decir, entre lo que lo político reconoció: hombres y mujeres libres. Este autor define la feminización como la condensación de varias transformaciones y que por consiguiente no se puede revisar como proceso acumulativo ni histórico. En tanto que si bien en los años sesenta tuvimos el hito de la liberación femenina y su papel en la sociedad fue transformado, hoy no deberíamos esperar que ese reto se mantenga alcanzado, sino que proponga nuevos retos al que todos y todas debemos hacerle frente.

Esos retos están en cada mujer, en sus decisiones, en nuestras familias y en las relaciones que construyamos con ellas y para ellas. El papel de la mujer en la sociedad termina siendo el papel de todos.

Referencias

Durán Barba, Jaime y Nieto, Santiago (2006). *Mujer, sexualidad, internet y política: los nuevos electores latinoamericanos*. Fondo de Cultura Económica.

Morales Chairman, Manuel (2011). *La feminización de la cultura de trabajo*.

8 [www.intelligenceforecasting.com/espanol/presentaciones/La%20Feminizacion%20de%20la%20Cultura%20de%20Trabajo%20Mar-23-11.pdf].