

MUJER Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

M^a JOSÉ GAGO NIETO*
PATRICIA GONZÁLEZ BELTRÁN*

La civilización y los tiempos que nos ha tocado vivir descansan en unos sedimentos antropológicos androcéntricos. Comencemos con una evidencia: el peso de los tabúes, el fundamentalismo religioso (no sólo el islámico) y las culturas culpabilizadoras son una pesada losa que oprimen la condición de la mujer en cualquier punto del planeta (Correa, Guzmán y Aguadede, 2000)

En los países desarrollados, la condición de la mujer está sutilmente definida de la misma forma que se instruye a la población sobre qué es lo políticamente correcto, es decir, ver lo que hay que ver, oír lo que hay que oír y pensar lo que hay que pensar. Se define lo que se denomina una "política de sexos", es decir, la interpretación de las diferencias de género y la capacidad de regular las diferentes cuotas de poder que se asignan a cada uno de ellos (Agacinski, 1998). Este sometimiento de las mujeres a un orden "natural" e intangible, esta pedagogía invisible, intenta –y lo consigue– mantener a la mujer en roles sociales generalmente subalternos. Los juguetes, los libros para niños, la publicidad, los dibujos animados, la televisión en general... "fabrica" a escala industrial un sexismo que se convierte en convicciones dogmáticas cuando vamos creciendo y esta doctrina favorece la normalización sexista y reafirma posturas radicales de género, asentándose la idea de que la sumisión de las mujeres está en el orden natural de las cosas (Ramonet, 1999). Si la condición de la mujer ha estado oculta a lo largo de la Historia, ¿cómo vamos a extrañarnos que esa invisibilidad también tome carta de naturaleza en el lenguaje más persuasivo de los medios y, a su vez, el más pedagógico para "enseñar y el más efectivo para "controlar a las audiencias?: los medios de comunicación.

En los últimos veinte años, el mundo ha asistido a una auténtica explosión en el sector de las comunicaciones. Con los adelantos registrados en la tecnología de las computadoras y en la televisión por satélite y por cable. El acceso global a la información, cuando es usado democráticamente, sigue aumentando, dando nuevas oportunidades de participación de las mujeres en las comunicaciones y en los medios de difusión, así como de transmisión de información sobre la mujer. Sin embargo, todos estos adelantos plantean nuevas amenazas.

Estos pueden afectar negativamente a las culturas y valores existentes en los países reveladores. Esto provocará el sufrimiento de creencias revolucionarias en algunos países.

* Estudiantes de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.

Los medios de comunicación se convierten también en un arma de dominación y oscurantismo.

Victoria Camps (1998) hace dos propuestas muy directas para el movimiento feminista del siglo XXI: la feminización de los hombres y la extensión del movimiento feminista como algo que incumbe a toda la sociedad y no sólo a la mujer.

Finalmente, y según las conclusiones obtenidas en el Simposio Internacional sobre la Mujer y los Medios de Comunicación (Toronto, Marzo 1995), la situación global actual en los medios de difusión muestran una perpetuación y un fortalecimiento de imágenes negativas de ésta que nos proporcionan una imagen precisa y realista de los diversos roles y contribuciones de la mujer a un mundo que cambia constantemente. Aún incide más en el uso por los medios de difusión del cuerpo de la mujer como objeto sexual y de la violencia contra la mujer como "entretenimiento".

I. AVANCES TECNOLÓGICOS COMO BASE PARA LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA MUJER ACTUAL

En el mundo actual, la comunicación y la información están ejerciendo una influencia cada vez más decisiva en la orientación social, política y cultural de la sociedad. Cada minuto, miles de nuevas imágenes, datos e ideas llegan a todos los ámbitos del planeta. En esta situación, el acceso a los bienes simbólicos se ha convertido en un requisito imprescindible para afianzar las prácticas democráticas.

Cada vez más, los medios de comunicación inciden en la vida cotidiana de todas las personas influyendo directamente en su capacidad de interacción en el campo social, cultural y político. Más aún, sin comunicación ni información no puede haber participación ciudadana en la toma de decisiones de interés común.

Las nuevas tecnologías de la comunicación presentan la posibilidad de aumentar las interacciones entre las personas, sectores sociales, países y regiones a nivel planetario. Estas tecnologías, utilizadas de forma democrática son instrumentos poderosos que podrían afianzar avances civilizadores, tales como la igualdad entre los géneros. Sin embargo, a nivel global, las transnacionales de la comunicación, controladas por monopolios económicos internacionales, ejercen un poder autocrático en el "cyberespacio" existiendo una ausencia total de medidas regulatorias, éticas o jurídicas que reconozcan el derecho de las mujeres y de los grupos de ciudadanos, a transitar en él.

Asimismo, a nivel nacional y local la creciente concentración del poder y de la propiedad monopólica de los medios de comunicación por parte de las transnacionales o las élites locales, limita el ejercicio del derecho de la ciudadanía a la libre expresión y acceso a una información diversificada y plural, particularmente de las mujeres, cuyas acciones, intereses y movimientos no son reconocidos y potencializados en los procesos comunicativos (IV Conferencia Mundial de la Mujer, Beijing 1995).

La estructura actual de los medios promueven estilos de vida depredadores de los recursos naturales, reflejan imágenes etnocéntricas y no representan la diversidad de papeles que las mujeres cumplen en las sociedades y sus contribuciones a éstas. Más bien están orientadas a crear patrones de comportamiento que refuerzan la marginación, la exclusión y las desigualdades. Es más, con el avance de la comunicación visual, los medios masivos han multiplicado las imágenes estereotipadas y pornográficas de las mujeres y casi no difunden modelos innovadores representativos del papel económico, social y político realmente ellas tienen en la sociedad.

En las últimas décadas se ha producido una irrupción significativa de las mujeres en las carreras especializadas en comunicaciones y en los medios, pero este hecho se está produciendo de acuerdo a los patrones de la división sexual del trabajo predominante en las sociedades. La presencia de las mujeres en las esferas de dirección, de propiedad y de decisión en los medios es casi nula. Los medios de comunicación se encuentran bajo el control de los hombres y sus contenidos y métodos de difusión responden a una estructura masculina, expresando la cultura y percepciones masculinas y etnocéntricas.

Sin embargo, en el campo alternativo y popular, la sociedad civil, y de manera particular las mujeres, han desarrollado un significativo trabajo de comunicación con perspectiva de género que se ha convertido en un referente idóneo para la formulación de posibles políticas públicas que consideren el derecho a comunicar como un derecho humano fundamental y un requisito de las prácticas democráticas participativas.

II. NECESIDAD DE FORMACIÓN GLOBAL PARA EL CAMBIO SOCIAL

Es preciso llegar a situaciones en las que la formación sea el elemento primordial que potencie las actitudes sociales de cambio. Sólo a través del conocimiento y la toma de decisiones personales y colectivas podremos llegar a situaciones de transformación social. En este sentido, la sociedad siempre han tenido tintes machistas y desde tiempos inmemoriales se han producido situaciones de opresión por razón de género.

II.1. La situación discriminatoria por razón de género a lo largo de la Historia

El largo proceso histórico que transcurre entre la comunidad primitiva y la aparición de las clases sociales, encierra el secreto de la génesis del patriarcado, como base histórica del sometimiento y subordinación de la mujer a la sociedad establecida desde el nacimiento de la civilización basado en la productividad y en la explotación de la naturaleza (SAGRA LÓPEZ, 1996). Tras la primera división sexual del trabajo entre cazadores y recolectoras provocan un impulso hacia el desarrollo del matrimonio por grupos va derivando hacia una forma de propiedad colectiva de grupos, presente en las sociedades de linaje la organización del reparto del trabajo y la apropiación de los bienes, de manera que se puede controlar el trabajo de las mujeres y sus productos. Así, de esta forma, los orígenes de la dominación masculina se plasman en torno al ascenso de estas sociedades de linaje, facilitando a los hombres utilizar y apropiarse del trabajo y los productos de las mujeres.

Estas primeras formas de explotación y subordinación de las mujeres, en las que se les otorga el estatus jurídico de seres sin propiedad paralelamente al incremento de la importancia de la propiedad privada, sirven de primer campo de experimentación, afectan también a otros miembros y a la totalidad de las estructuras sociales de forma que la evolución de la estratificación sexual y social se implican estrechamente.

Desde sus orígenes, el sentimiento paternalista que ha envuelto a la mujer tratará de crear una mujer distinta, construida según la voluntad de los deseos masculinos, secuestrando la libertad y la voluntad de las mujeres haciendo que estas se adaptasen al modo de vida que le imponían. Actualmente, en las naciones oprimidas del capitalismo desarrollado, se impone la figura de una mujer que además de carecer de conciencia nacional y de clase, asimile la cultura femenina que permita reproducir su explotación, dependencia y subordinación como mujer.

II.2. La democratización de los medios de comunicación como elemento de transformación social

Es importante propiciar la democratización de las comunicaciones y afirmar el papel de la comunicación de género como elemento imprescindible para asentar las bases definitivas de las prácticas educativas.

La comunicación de género es un camino estratégico para el desarrollo y evolución de las mujeres y su movimiento como elemento imprescindible para consolidar las prácticas. Así pues, en la IV Conferencia Mundial de la Mujer (Beijing, 1995) se propone la necesidad de:

- Realizar prácticas comunicativas que eviten la desigualdad basadas en la igualdad social entre los géneros, que afiancen la libertad de información y expresión sobre los modelos de vida, orientaciones sexuales, etc.
- Despertar la visión crítica sobre los mensajes y las imágenes negativas y estereotipadas que transmiten los medios de comunicación y que suponen el aumento de la desigualdad entre los géneros y la violencia. Es necesario influir a través de las comunicadoras de los medios de comunicación, para ayudar en el cambio de las imágenes sobre mujeres.
- Propiciar, a través de las comunicaciones, el mejoramiento de la situación económica, social, política y cultural de las mujeres supone uno de los elementos más primordiales necesidades a las que debe aspirar.
- Aumentar el potencial de las redes de comunicación de género para propiciar una mayor transcendencia de las proposiciones que emanan de las mujeres y su movimiento.

- Favorecer una interacción conjunta entre comunicadoras extendidas por todo el globo con el principal objetivo de desarrollar una acción conjunta frente a los monopolios de la comunicación.
- Reivindicar el derecho de acceder a las nuevas tecnologías de comunicación, como herramientas que posibilitan una comunicación más horizontal y democrática.

ALTERNATIVAS Y PROPUESTAS. IDEAS PARA UN FUTURO EN CAMBIO

En suma, es importante considerar que las transformaciones que se están produciendo en el mundo de las comunicaciones, están afectando de manera decisiva al desarrollo personal y colectivo de gran parte de la población del planeta, hecho que lleva a abordar el problema de la movilización de los medios de difusión, desde los gobiernos y otros sectores (Plataforma de Acción de Beijing, ONU, Septiembre 1995).

Es necesario que a nivel nacional los gobiernos tomen medidas para:

- Fomentar o investigar sobre todos los aspectos de la imagen de la mujer en los medios de difusión para determinar las esferas que requieren atención y acción y examinar las actuales políticas de difusión con la finalidad de integrar una perspectiva de género.
- Promover la participación plena y equitativa de la mujer en los medios de difusión, la gestión, producción de programas, educación y la capacitación de investigación.
- Procurar que se distribuyan de forma igualadora los nombramientos de mujeres y hombres en todos los órganos consultivos, de gestión, reglamentación o supervisión, incluidos los relacionados con los medios de difusión tanto públicos como privados.
- Alentar a esos órganos, en la medida en que ello no atente contra la libertad de expresión, a que aumenten el número de programas destinados a la mujer y realizados por mujeres, para velar por y para que las necesidades y los problemas de las mujeres se trate de la forma más apropiada.
- Promover la utilización creativa de programas en los medios de difusión nacionales y proporcionar medios o incentivos a ese efecto, con la meta de divulgar información sobre las diversas formas culturales de la población autóctona, y el desarrollo de los aspectos sociales y educacionales conexos en el marco del derecho nacional.
- Garantizar la libertad de los medios de difusión y su protección subsiguiente dentro del marco del derecho nacional y alentar, de manera compatible con la libertad de expresión, la participación positiva de los medios de difusión en las cuestiones sociales y de desarrollo.

Por otro lado, resulta importante definir las medidas que han de adoptar los Gobiernos y las Organizaciones internacionales, de manera que no atenten contra la libertad de expresión. Para ello deben:

- Fomentar la investigación y la aplicación de una estrategia de información, educación y comunicación dirigida a estimular la presentación de una imagen equilibrada de las mujeres y las jóvenes y de las múltiples funciones que ellas desempeñan.
- Favorecer la elaboración de programas especiales para fomentar el interés en la Plataforma de Acción de los medios de difusión y de los organismos de publicidad.
- Promover una capacitación que tenga en cuenta los aspectos relacionados con el género para los profesionales de los medios de difusión, incluidos los propietarios y los administrativos, con el objetivo de alentar la creación y la utilización de imágenes no estereotipadas, equilibradas y diferenciadas de la mujer en los medios de difusión.
- Intentar que los medios de difusión se abstengan de presentar a la mujer como un ser inferior y explotarla como objeto sexual y bien de consumo y no presentarla como un ser humano creativo, agente principal, contribuyente y beneficiaria del proceso de desarrollo.
- Difundir el pensamiento de que los estereotipos sexistas presentados por los medios de comunicación son discriminatorios, degradantes y ofensivos de la mujer.
- Tomar medidas efectivas, así como normas legislativas, que intenten eliminar la pornografía y la proyección de programas en los que se muestren escenas de violencia contra las mujeres y niños en los medios de comunicación.

Referencias Bibliográficas

- AGACINSKI, Sylviane (1998): *Políticas de sexos*. Madrid, Taurus.
- AGUADED, J. I. - GUZMÁN, M. D. - CORREA, R. I.: "La Televisión como espectáculo de la realidad", *Diálogos*, 55 (84-92), 1999.
- CAMPS, Victoria (1998): *El Siglo de las Mujeres*. Madrid, Cátedra.
- CORREA, R. - GUZMÁN, M. D. - AGUADED, J. I. (2000): *La Mujer Invisible*, Huelva, Grupo Comunicar.
- SAGRA LÓPEZ : "Mujer y Poder. Reflexiones", en *Espalze, Aberzaleko Aldizkaria* (52-58), 1996.
- RAMONET, I.: "La Causa de las Mujeres", en *Le Monde Diplomatique*, marzo, 1999.