

## Mujer y medios de comunicación: Una mirada militante y feminista

Por Zula Lucero integrante del colectivo Indymedia Buenos Aires

*Intervención realizada en la charla de Mujer y medios de Comunicación organizado por el departamento de comunicación del Centro de la Cooperación. Panelistas: Soledad Vallejos (periodista del diario Página/12), Fabiola Ferro (docente e investigadora de la Facultad de Ciencias Sociales, UBA); María Fernanda Ruiz (Coordinadora de la Campaña Nacional "Vivir sin Violencia") y Zula Lucero (Indymedia Buenos Aires).*

Es necesario, antes de tomar el tema central mujeres y comunicación, introducir mi pertenencia militante para clarificar desde que lugar emito mis opiniones.

Soy integrante del colectivo Indymedia Buenos Aires. Indymedia es un medio alternativo o de contra información que nace en Estados Unidos, en lo que se conoce como **las revueltas de Seattle**, donde miles de personas provenientes de distintos puntos del mundo se manifestaron contra el capitalismo y la globalización, en el marco de las reuniones de la **Organización Mundial de Comercio** (OMC). Indymedia surgió como un espacio de publicación y coordinación de acciones de distintos medios alternativos y activistas, en respuesta a la desinformación y/o información distorsionada de los medios masivos.

En las movilizaciones de Seattle se utilizó un sitio Web donde era posible la publicación abierta e interactiva que se ha mantenido durante los 10 años de existencia de la red. **Indymedia.org** fue pionera en agrupar, dar visibilidad y facilitar la publicación de información textual y multimedia generada por militantes, movimientos sociales, organizaciones políticas, de derechos humanos o personas. Actualmente esta práctica es conocida como "*periodismo ciudadano*" o **Internet 2.0**, modalidad que algunos medios masivos están utilizando.

Luego de Seattle surgieron nuevos nodos de Indymedia, en este momento existen más de 190 colectivos de la Red Global Indymedia, distribuidos por los cinco continentes. Los y las integrantes de los diversos colectivos de todo el mundo, somos militantes sociales, la participación en la red es voluntaria, por lo que nadie recibe paga alguna por la tarea que realiza, como tampoco es requisito tener alguna formación en comunicación o tecnología. Los colectivos de la red somos horizontales, construimos nuestros acuerdos mediante consenso y adscribimos a principios anti capitalistas, anti jerárquicos, anti sexistas, anti patriarcales. Entendemos la comunicación como un bien social y no una mercancía.

Los medios masivos son monopolios capitalistas, que representan grandes corporaciones económicas. El lugar que ocupamos las mujeres, en esos medios: es el peor.

Históricamente hemos luchado por cada uno de los derechos que gozamos –las que gozamos de algún derecho- y tendremos que seguir luchando para conquistar cada uno de los derechos que todavía no tenemos. El patriarcado, desde el comienzo nos ha oprimido y a determinado roles claros dentro de la sociedad: madres, esposas, cuidadoras, putas, consumidoras etc. y dentro de esto roles, ha construido estereotipos:

madre abnegada, la puta en la cama, la puta de la esquina, la esposa fiel, la esposa sumisa, entre otros. Los medios han colaborado para reforzar estos roles/estereotipos construyendo una realidad social, donde nosotras las mujeres no formamos parte de la agenda de los temas importantes, salvo claro, desde una mirada patriarcal.

[Más:]

Algunos medios directamente nos ignoran, otros nos banalizan y otros, los más progres nos relegan a algún suplemento, sin embargo esta producción esta dirigido sólo a un grupo de mujeres. En esta representación, que los medios hacen de las mujeres, hay algunas que son más invisibilizadas, son las mujeres de los sectores populares, las que no compran diario, no usan Internet, no leen revistas, ni suplementos. Estas mujeres quienes deben sumar a la opresión por el simple hecho de ser mujer, la de su clase, su etnia, su origen, difícilmente tengan algún espacio en los medios de comunicación, salvo si se ven implicadas en algún hecho policial o catastrófico. Para la mayoría de los medios la violencia de género continúan siendo violencia domestica, crímenes pasionales, la trata de personas trata de blancas y estos hechos llenan la sección policiales. Cuanto más detalle: mejor. Cuanto más morboso: mejor.

Luego tenemos la representación de la mujer en la televisión, donde se construye más fuertemente los estereotipos asignados por el patriarcado, porque las palabras se refuerzan con las imágenes. Entonces pasamos de telenovelas donde sufrimos y lloramos, a programas donde sólo somos un culo y un par de tetas. Venden los secretos más íntimos de nuestra vecina por mensaje sms. Lavamos la ropa con sexto sentido. Cuidamos el brillo de nuestro pelo. Nos ayuda un héroe –varón- de ficción. Todas padecemos transito lento y terminamos nuestro día infladas como un globo. Nos preocupa y nos ocupa la celulitis “*esa fea palabra*” según afirma una modelo. Y por supuesto: envejecer. Y si se nos ocurre envejecer y tener celulitis estamos en el peor de los infiernos. En forma resumida, este es el lugar que los medios masivos de información y/o comunicación nos conceden a las mujeres.

Para desbaratar esta mirada que se tiene sobre las mujeres, es necesario comenzar a poner en cuestión estos temas. Debatirlos. Discutir la comunicación toda. Considerar si existen fisuras en los grandes medios. En el caso que existan, si son producto de la presión social o por la acción de alguna/o que otra/o periodista con más o menos compromiso. Y en todo caso, de que manera estas fisuras aportan –si es que aportan algo- al crecimiento y fortalecimiento del movimiento de mujeres. Los medios se sirven de la información para desinformar pero también para silenciar, porque lo que no se dice no existe y lo que se dice a medias confunde y esto le conviene al sistema patriarcal y capitalista.

Ejemplo de ello es el **Encuentro Nacional de Mujeres** que se realiza hace más de 20 años y que actualmente tiene un piso de asistencia de 15.000 mujeres, de distintos puntos del país. Este hecho –inédito en el mundo- ha sido invisibilizado sistemáticamente por los grandes medios.

Sin embargo las mujeres hemos sorteado esos escollos y continuamos fortaleciendo los encuentros. Los medios que invisibilizan hechos como este son los mismos que rara vez dicen que la trata es consecuencia de la prostitución, que los “clientes” en realidad son prostituyentes. Que el aborto clandestino mata a las pobres y que no es un tema sólo de

mujeres. Que los docentes son mayoritariamente mujeres. Que la violencia machista mata con saña. El caso de **Graciela Aguirre** que mató a su marido en defensa propia, salió en cadena por todos los medios, no por el hecho de ser víctima de violencia durante años, sino porque tuvo la osadía de defenderse. En cambio el caso de **Daniela Araujo de 16 años**, que agonizó durante 10 días en el 2008 producto de los golpes, puñaladas y tortura, producida aparentemente por una picana eléctrica, apenas ocupó unas líneas en policiales.

Como dice Ramonet en su artículo **Comunicación versus Información: “Informarse sigue siendo una actividad productiva, imposible de realizar sin un esfuerzo y exige una verdadera movilización intelectual”** A lo que agregaría que es necesario que las mujeres nos empoderemos y comencemos a producir nuestra propia información, por medio de redes propias, donde sea posible socializar la comunicación y despojarla del valor de mercancía. La comunicación tiene que dejar de estar en algunas manos que responden, finalmente, a grupos económicos y políticos que se benefician del patriarcado. Las mujeres debemos comenzar a construir nuestra propia agenda. Nosotras sabemos que queremos decir, que queremos escuchar, que temas nos interesan, que problemas nos afectan. Porque somos mujeres diversas, con realidades diversas.

Para finalizar tomo las palabras utilizadas en la acción de las compañeras de Malas como las Arañas de La Plata. El 9 de marzo se festejaban los 50 años de la muñeca Barbie. Ellas consideraron que la mejor forma de festejar el cumpleaños de tan esbelta muñeca era quemándola, y con ella, quemaron los estereotipos de belleza: **“Somos gordas, peludas, anteojudas, mestizas, negras, originarias, piqueteras, niñas, viejas, altas, bajas, machonas, trans, tortilleras, putas, ateas, locas, inteligentes, rebeldes, pobres”**. También podemos ser comunicadoras.