

Publicado en U.N.V.M. (<http://webarchivo.unvm.edu.ar>)

[Inicio](#) > Analizan el 8 de marzo desde la construcción mediática



[1]

Mié, 11/03/2015 - 09:30

Analizan el 8 de marzo desde la construcción mediática [1]

Categoría:

Ciencias Sociales (I. A. P.) [2]

"Día Internacional de la Mujer"

Este jueves 12 de marzo, desde las 17 horas se concretará una charla - debate bajo la consigna: “La curiosa paradoja del 8 de marzo en los medios: de la reivindicación política a la lencería erótica, las rosas y los bombones”, a cargo de la investigadora Paula Morales Monguillot.

La actividad se enmarca dentro del ciclo impulsado por la Secretaría de Bienestar de la UNVM para conmemorar el "Día Internacional de la Mujer". En el 2015, el lema escogido por la casa de altos estudios local es "Diversas, diferentes y diferenciables".

Fundamentación

En el marco de las actividades artístico-culturales y científico académicas impulsadas por el Programa de Género de la Universidad Nacional de Villa María, se propone una Charla Debate que bajo el título: “La curiosa paradoja del 8 de marzo en los medios: de la reivindicación política a la lencería erótica, las rosas y los bombones” aborde la fecha 8 de marzo como Día Internacional de la Mujer Trabajadora, desde el tratamiento mediático que podemos registrar en el panorama actual.

Nos proponemos recuperar la fecha alegórica para presentar –tanto a la comunidad educativa como al público en general–, una mirada sobre el 8 de marzo desde su historicidad, recuperando los sentidos que ha implicado para el movimiento de mujeres y feminista, en clave de comunicación y género. Nos referimos a una charla debate donde se

analizará el tratamiento mediático local que actualmente se hace del 8 de marzo, en un contexto regional y nacional de avanzadas legislaciones al respecto.

Para esto, nos situaremos desde una mirada teórica (como lo es la perspectiva de género), aplicada al análisis de esta fecha en particular, utilizando un lenguaje coloquial y ameno, y matizando la presentación con ejemplos proyectados en directo, en soporte gráfico y audiovisual (piezas audiovisuales como publicidades, fragmentos de audio, etc).

¿Qué se conmemora, qué celebramos el 8 de marzo?

¿Qué mecanismos entran en juego cuando se habla del día la mujer?

¿Qué temas recorren las agendas mediáticas el día de la mujer?

Y ¿Qué sentidos quedan presentes luego de un breve recorrido al mejor estilo zapping por las pantallas y el dial un 8 de marzo?.

Un fugaz recorrido en zapping por los programas de radio y tv nos confirman que el tratamiento del 8 de marzo como Día Internacional de la Mujer, es invisibilizado en tanto conmemoración con potencial político (justamente se invisibiliza el término trabajadora), para ser ubicado como fecha celebratoria de una supuesta feminidad compartida universalmente por todas las mujeres. ¿Es esta fecha de la agenda feminista una fecha mediática? ¿en qué sentido?.

Esta cultura se sostiene y reproduce en buena parte a través de rituales (Bourdieu: 1985), y en lo mediático es posible identificar aquellos rituales que operan como mandatos sexo-genéricos. A esto aludimos cuando nos preguntamos: ¿Por qué se presenta la imagen de las mujeres asociada al sentimentalismo femenino? ¿existen otros modos de aparecer en el discurso mediático que no sea asociadas al deseo, al amor romántico y a la maternidad? ¿Somos todas las mujeres, aquella que aparece mostrando su figura mediáticamente? ¿Significa el 8 de marzo lo mismo en todas las culturas? ¿Por qué se insiste en borrar el sentido histórico y político que tiene la fecha? Todas estas preguntas nos hablan del Sexismo en la lengua, del Andro-heterosexismo mediático, y de una profunda homolesbotrasnfobia (homofobia, y discriminación por género hacia lesbianas, trans, bisexuales, transexuales y transgéneros) presente en la producción de contenidos mediáticos.

En este sentido durante la charla nos preguntaremos por la relación que plantean los medios con sus audiencias cuando hablan del "Día de la Mujer": ¿Cuáles son los pactos de silencio, cuáles son las negociaciones que tanto productores como ciudadanos hacemos cuando hablamos de la imagen de la mujer en los medios? ¿Cuáles son las publicidades que más escuchamos durante los días previos y posteriores al 8 de marzo? ¿y por qué?.. ¿es una simple expresión editorial o estas acciones forman parte de lógicas mediáticas más complejas y profundas sobre lo decible y lo escuchable mediáticamente?.

Al respecto, la charla se propone incursionar en aquellas violencias mediáticas en las que incurren los medios cuando abordan el 8 de marzo, cuando con la excusa de la fecha estereotipan a las mujeres, las representan deseosas de regalos, ramos de rosas y bombones, y en muchos casos llegan a banalizarlas y ridiculizarlas. ¿Qué influencia tiene el mercado en la construcción de esta imagen de mujer consumidora/consumida?.

¿Son los medios responsables? Claro que si, aunque en parte. El papel de los medios es crucial en la construcción de opinión pública y en la transmisión de valores, y en el tratamiento y representación de las mujeres que a través de ciertas atribuciones estereotipadas se hace y que condiciona tanto a hombres, mujeres y diversas identidades genéricas de forma muy intensa en el desarrollo de sus proyectos vitales y sus márgenes de libertad.

La propuesta, entonces, consiste en relevar y revelar aquellos discursos que se presentan como si no estuvieran sometidos a determinadas condiciones de producción (Verón: 2004), y poner el foco allí donde el efecto de sentido de ese discurso de lo verdadero es el “efecto de poder”, de creencia (...), el efecto de naturalización que Barthes asociaba, ni más ni menos que al mito. A modo de cierre, será a través del abordaje de los mitos respecto de la femineidad que circulan mediáticamente, que proponemos recuperar y hacernos eco de algunas de las discusiones que plantea el movimiento de mujeres y feminista respecto de los derechos de las mujeres a una vida libre de violencias.

Paula Morales Monguillot.

Currículum: Licenciada En Comunicación Social (ECI-UNC), Diplomada en Medios de Comunicación, Violencia Intrafamiliar y Equidad de Género; Diplomada en Desarrollo Humano con Perspectiva de Género y Derechos Humanos; Doctoranda en Estudios de Género (CEA – UNC). Docente universitaria, Investigadora CONICET.

Etiquetas:

[monguillot](#) [3]

[mujer](#) [4]

[investigación](#) [5]

Fuente URL: <http://webarchivo.unvm.edu.ar/noticia/20150311/analizan-el-8-marzo-desde-construccion-mediatica>

Enlaces:

- [1] <http://webarchivo.unvm.edu.ar/noticia/20150311/analizan-el-8-marzo-desde-construccion-mediatica>
- [2] <http://webarchivo.unvm.edu.ar/noticia/categoria/ciencias-sociales-i-p>
- [3] <http://webarchivo.unvm.edu.ar/etiqueta/monguillot>
- [4] <http://webarchivo.unvm.edu.ar/etiqueta/mujer>
- [5] <http://webarchivo.unvm.edu.ar/etiqueta/investigacon>