

Mujeres de comunicación

Si lloviera un día de ternura...

OMAR RINCÓN*

*«I never met a wise man;
but if I did, it was a woman».
K. Cobain*



i.

Un hombre no debería hablar de la sensibilidad femenina porque, como dice la académica feminista Linda Alcoff, sólo «las feministas tienen el derecho exclusivo de describir y evaluar a las mujeres porque ha llegado el momento de corregir a través de una definición que caracterice a las mujeres por sus actividades y atributos...»¹. Según la historia social y política, los hombres han distorsionado y devaluado las características femeninas.

ii.

¿Si Omar es nombre de hombre, entonces, por qué va a «ensayar» hablar de mujeres?

iii.

Acepto lo que dicen muchas académicas feministas sobre que el derecho para representar lo femenino es sólo de las mujeres... Por si sirve... la subjetividad masculina anda en

* Profesor-investigador en televisión y sensibilidades juveniles del Departamento de Comunicación de la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana. Email: orincon@javercol.javeriana.edu.co
¹ ALCOFF, Linda. *Cultural Feminism versus Poststructuralism: The identity crisis in feminist theory*. *Signs*, vol. 13, #31, p. 407.

reconfiguración y una manera de hacerlo es a imagen y semejanza de las mujeres...

iv.

Escribo sobre mujeres por admiración y cercanía a las propuestas creadas por las formas de pensar, imaginar e investigar del feminismo. La mujer es la/el agente comunicativa/o más interesante, innovador y creativo que se ha construido y promovido en los últimos treinta años. Las mujeres están reformando y *trans-formando* la forma² que tenían los medios y le han dado un nuevo escenario —el de la sensibilidad— a los productos culturales de época. La dualidad forma-contenido con la que se analizaba los medios de comunicación se ha disuelto gracias a la entrada de la categoría «sensibilidad», eso simbólico-afectivo que destruye la pesadez de lo racional.

Lo anterior implica la imposibilidad de ver/analizar la dicotomía forma-contenido en los mensajes de los medios; por lo tanto, debemos transformar nuestra mirada y descubrir formas que inscriban sensibilidades, pulsiones, deseos de subjetividades posicionadas críticamente para el análisis como la mujer, los jóvenes, las músicas, la ciudad, las etnias, los homosexuales y la ecología entre otras. El argumento que defiendo como punto de entrada es el siguiente: *la sensibilidad de nuestra contemporaneidad está asumiendo la forma del espíritu femenino*. Me interesa aquí describir, desde sus voces, la presencia de esta sensibilidad en las prácticas comunicativas de nuestro tiempo.

v.

La categoría comunicativa desde la cual comprendo a la mujer es la de sensibilidad. La sensibilidad es una red de significaciones compartida para el encuentro, la conexión y el contacto de muchos;

un lugar simbólico para habitar juntos. La sensibilidad hay que atraparla en lo movedizo, en lo ambiguo, en lo elusivo, en lo efímero, en lo afectivo y en lo tierno que se hace símbolo y verdad en cuanto se narra y se vuelve verosímil. Esta es una apuesta por la comprensión de lo no obvio, por el dejarse diluir en las formas, por el buscarse en lo incomprendido racionalmente. La sensibilidad es la figura que toma la comunicación en nuestro tiempo. Esa categoría de sensibilidad se puede cualificar de muchas maneras, pero la enseñanza primera fue la victoria de lo sensible y posicional femenino sobre lo racional y universal masculino.

vi.

Omar, hombre-de-identidad-en-recomposición, escribe de mujeres porque asume su subjetividad en diálogo, o mejor, en escucha hacia su otro femenino.

Comenzaré este ensayo explicando mi posición, relatando mi propia subjetividad masculina y la forma que ha tomado según mis lecturas de mujer y las mujeres que me han construido. Luego recurriré al hallazgo y enseñanza de la académica feminista Donna Haraway³ cuando explica que uno puede, como investigador, asumir posiciones distintas siempre y cuando se asuma en alguna de manera crítica: pienso/siento desde el feminismo como lugar de investigación y producción social de conocimiento. A partir de mi subjetividad y del pensar feminista, describiré a las mujeres como objeto de la televisión: la mujer noticia y la mujer melodrama. Una vez descrito lo femenino en mí, en la teoría y en la televisión, caracterizaré la sensibilidad femenina como lugar para habitar este ensayo.

A la vez que desarrollo este relato de hombre-que-habla-de-mujeres, justo al lado y en simultáneo

² La FORMA —según Omar Calabrese— (*La era neo-barroca*. Madrid: Catedra, 1992) es la figura que toma la sensibilidad de una época.

³ HARAWAY, Dona. *Simians, Cyborgs, and Women: The revention of Nature*. New York: Routledge, 1991.

irán voces de mujeres que trabajan y construyen de manera generalizada lo que la sociedad entiende es y debe ser la sensibilidad femenina, mujeres que practican la comunicación de manera masiva, que hacen práctica de sentido en los medios.

Y como salida del relato afirmaré que las mujeres representan una red de significaciones y una sensibilidad autónoma e innovadora para vivir y juntarnos en los tiempos de la comunicación posmoderna.

I. Me justifico... CULTURALMENTE para hablar de feminismo

En Colombia es muy difícil desarrollar lo femenino que tenemos en cada uno de nosotros. Desde pequeños nos han enseñado que los hombres no lloramos, no perdemos en el sexo, no lavamos los platos, no arreglamos la ropa, no hacemos nada, no sentimos ni pensamos; nos hacen creer que nacimos para dominar. Por eso, cuando nos casamos, lo único que hacemos es cambiar de mamá: dejamos el hogar, solamente para cambiar de mujer que nos consienta y soporte nuestra insoportable fragilidad varonil.

Yo, como la mayoría de los colombianos, he vivido en un mundo lleno de mujeres. Los hombres han huído, bien sea por cobardía de enfrentar la dura realidad o porque la dura violencia se los ha cargado a todos. Al final sólo han quedado mi mamá, mis hermanas, mis amigas, mis tías, mis eternos femeninos rondando. Ha sido muy duro para mí cargar con el eterno masculino de la verdad, el poder y la sabiduría que nos atribuyen nuestra cultura y las mujeres. Al mismo tiempo, no he sabido cómo ser más sabio, más feliz, más encantador y más soñador que las mujeres que me rodean. Menos mal que estas



mujeres me han hecho comprender de una manera sutil, que el poder que me otorgan es sólo una ilusión, ya que sólo actúo un libreto escrito por ellas.

A este libreto de machismo promovido por nuestra manera de ser cultural e institucional, por nuestros teóricos y medios y por las mujeres, hay que sumarle que en Colombia hemos desarrollado históricamente una adoración y veneración enfermiza por la mujer-madre. Es a ella a quien defendemos y exaltamos, es con ella que somos y soñamos, por ella trabajamos, alrededor de ella nos congregamos, es a ella a quien respetamos y amamos. «Para los colombianos, todas las mujeres son madres... esto a causa de la necesidad natural de cuidar a los que están a su alrededor... ya que es la persona responsable para que los hijos sean bien educados y respetuosos... como buenas mujeres, las madres merecen respeto y cariño... el termino 'madre' expresa afecto y admiración»⁴.

Tal vez este amor a la mujer-madre sea machismo o deseo de poder; pero es que a nuestras mujeres hay que admirarlas y comprenderlas, aunque es difícil para un hombre interpretar esa honesta lucha de todos los días. ¿Cómo no se desaniman y siguen adelante?

Un sentimiento real para escribir de lo femenino lo encuentro, entonces, en el hecho de vivir en un país construido por mujeres. Mujeres que nos crían y nos hacen a su imagen y semejanza. Mujeres que luchan solas por hacer un mundo más tierno y positivo. Mujeres abandonadas por hombres

⁴ FITCH, Kristine L. *The Interplay of Linguistic Universals and Cultural Knowledge in Personal Address: Colombian Madre Terms*. *Communication Monographs* 58 (3), 1991: p. 264.

difusos que las dejan al primer sinsabor; mujeres dejadas al destino por una violencia física que acaba con sus hombres-opresión; mujeres solitarias que luchan por sus hijos en medio de la violencia social y cultural que ejercemos los machos contra ellas. Si sólo he vivido a imagen y semejanza de las mujeres, si sólo me han hecho las mujeres... ¿será que puedo intentar develar mi ser femenino?... Lo voy a hacer, advirtiéndolo eso sí, que este ensayo es reflejo de mi lucha por despertar mi espíritu femenino.

Otro sentimiento que fundamenta el querer expresar mi espíritu femenino lo encuentro en la posición de ignorancia e irreflexividad generalizada entre los jóvenes educados frente a los logros del movimiento de las mujeres. Esto es una razón visceral, ya que no comparto el rechazo ignorante que hacen los jóvenes frente al feminismo. El feminismo es visto como algo «pasado de moda». A cincuenta universitarios de ambos sexos que les preguntamos su opinión sobre este movimiento respondieron que las feministas «exageran», «son fanáticas», «ridículas», y «viven desubicadas en el tiempo»; «que ya no es necesario ser feminista»; «que si se estuviese de acuerdo con el feminismo se estaría aceptando el machismo». Así mismo, se culpa al feminismo de la falta

de cortesía y ternura masculina. Todo parece indicar que el feminismo es de otra época, es algo del pasado y no necesario para nuestro tiempo, que el feminismo no está de moda.

Una cosa es entender que los jóvenes vayan en contra y nieguen el feminismo basados en los estereotipos mediados y actuados por unas

mujeres anti-estéticas, exclusorias y autoritarias llamadas feministas. Y otra muy distinta desconocer que la lucha de las mujeres ha construido el horizonte para vivir de una manera distinta y ha elaborado las preguntas claves acerca de la identidad masculina y el mundo de hoy. Por esta razón, los jóvenes, los medios y la Academia no deben olvidar que «el feminismo fue, y ha seguido siendo, la mayor y más decisiva revolución social de la modernidad. A diferencia de una revolución política, una revolución social no estalla: tiene lugar... Porque la cultura femenina, hasta la fecha marginada y no reconocida, se encuentra ahora en camino de articular una declaración final en su propio nombre»⁵.

Creo que es necesario volver a intentar reivindicar lo femenino como manera de pensar y actuar en la Academia y en la vida. Creo que no podemos perder para nuestros jóvenes el legado feminista que transformó el océano donde ellos nadan.

II. Me justifico... TEÓRICAMENTE para hablar de mujer

Teóricamente me baso en dos aprendizajes recogidos del pensamiento feminista: se puede tomar una posición mientras sea crítico y explícito y se debe recuperar lo subjetivo como lugar de saber y relato.

El pensar/saber femenino me atrae porque creo que fueron las feministas y su movimiento las que cambiaron la ola del pensar en este final de siglo. El descentramiento en la producción del conocimiento, la pluralización de la verdad y la diversificación de la historia han sido resultado de las



⁵ HELLER, Agnes. *Los movimientos culturales como vehículos de cambio en la configuración de la vida cotidiana*. En A. Heller y F. Febér. *Políticas de la posmodernidad. Ensayos de crítica cultural*. Barcelona: Península, 1989, p. 247.

preguntas de mujeres. Lo femenino como valor nos ha mostrado que existe una manera coherente de actuar basada en el dramatismo, lo cooperativo, lo afectivo, lo comunicativo, lo relacional, lo responsable, y lo cuidadoso⁶. Fue desde la categoría mujer que el proyecto ilustrado de una razón universal, un espíritu absoluto, una legitimidad transparente se comenzó a cuestionar y a destruir.

Las mujeres, por lo menos las formadas en la nueva cultura promovida por Occidente⁷, han logrado imponer una agenda social y política distinta al lograr superar su enclaustramiento cultural y romper su cárcel biológica. En este proceso se han ganado un espacio público, han encontrado nuevos roles para hacerse, han propuesto nuevos valores y mitos, han roto el imperativo machista de poder, han conquistado la fuerza, han superado ser un cuerpo objeto de deseo, han creado un nuevo discurso sexual y han reivindicado la visión femenina como legítima.

La mujer se convirtió, entonces, en categoría legítima de conocimiento y sentido. La alternativa creada por el movimiento feminista nos indica que podemos celebrar la justicia, la dignidad, la diversidad y la «otredad» como valores que debemos socializar a imitación de la mujer.

El feminismo logró, entonces, que en nuestra producción de saber necesario para vivir la mujer se afirmara como uno de los lugares teórico-prácticos más sugestivos para pensar lo diferente, sentir lo múltiple, imaginar lo diverso, construir lo

fragmentario, buscar lo efímero, rescatar lo narrativo, encontrar las redes, perderse en el laberinto, habitar la ambigüedad. Lo femenino se convirtió en una posición desde donde diagnosticar, comprender, explicar y transformar lo social; una posición que se relata y juega en presente continuo.

*«Mi vida es imposible contarla.
Cambio con el transcurso de los días,
cambian mis designios, mis conceptos,
mis interpretaciones.
Soy una serie de estados de ánimo
y de sensaciones.
Interpreto un millar de papeles
Desconozco mi yo verdadero».*

Anais Nin

Aunque teóricamente el derecho para describir a las mujeres lo tienen ellas mismas, creo en lo que dicen las mujeres de la vida cotidiana cuando sugieren que ellas sólo pueden explicarse desde un otro y casi siempre masculino. Hay una reivindicación del hombre, como el otro a lo femenino, como otra subjetividad para hablar, pensar e imaginar. En este sentido Paula, una estudiante, me escribía en un trabajo que «la sensibilidad femenina es un aspecto consciente para los hombres, pero inconsciente para las mujeres. Nosotras sabemos que existe y que está presente en todo lo que hacemos, pero es algo que no se racionaliza, simplemente se ES mujer. Y esto, obviamente, es algo que ven con mayor facilidad los hombres... Uno no cae en cuenta de esas cosas hasta que alguien exterior, ajeno (casi siempre un hombre), nos las hace notar o recordar; antes que como mujer, se piensa como persona... ».

⁶ GILLIGAN, Carol. *In a different voice*. Cambridge: Harvard University Press, 1982.

⁷ La mujer en este mundo occidental-capitalista ha tenido que cambiar su rol de madres y compañeras de hombres por el de sujeto productivo en igualdad de condiciones que los hombres, y que se le educa para la igualdad pero en la competencia. Pero no sucede lo mismo en las comunidades indígenas o africanas donde los roles se dan naturalmente desde que se nace y no hay necesidad aparente de cambio porque no hay competencia. La igualdad es, dicen algunos, una necesidad capitalista.

• **Hablando de mujeres...** •

Justifico mi posición de hombre-que-va-a-hablar-de-mujer por respeto y cercanía a la sensibilidad femenina, promovida por los estudios de la mujer. Y así como para quedar claros, hablo de mujeres:

- Recogiendo los aportes de los estudios femeninos hechos por las mujeres: lo narrativo, lo cooperativo, lo afectivo, lo subjetivo y lo posicional de los análisis y la crítica.

- Mediado por el contexto cultural e histórico desde el cual me desenvuelvo e interpreto tanto mi *identidad masculina como la femenina: Colombia a final de siglo.*

- Escuchando a las mujeres que participan de una práctica comunicativa y construyen redes de significación para el encuentro social.

- Desde mi subjetividad, ya que el mayor logro del movimiento feminista es la revitalización de la subjetividad, y lo femenino se define siempre en relación con..., en este caso, el hombre.

III. MUJER OBJETO de los medios

Colombia es el país en América Latina donde la mujer está mejor representada en los roles directivos (gerentes de bancos, ministras y directoras de institutos, entre otros). De otra parte, la televisión cada vez más está habitada por mujeres. Ante esta situación surge la duda de si esta mujer actúa con conciencia femenina o se trata de una mujer disfrazada con mentalidad masculina. Para averiguar la percepción que se tiene del rol de la mujer en los medios, entrevistamos cincuenta jóvenes universitarios. Ellos opinan que la mujer «ha ganado una gran importancia en los espacios periodísticos», que «el periodismo es realmente para ellas», y que esto se explica porque las mujeres son «caras bonitas y amables» para la información.

CAROLINA GOMEZ

20 años. Presentadora de televisión y modelo profesional. Reina de Belleza en Colombia y Virreina Universal de la Belleza, 1993.

Por: Maribel Arias

«Mi carrera comenzó a partir del reinado de belleza. De la mujer en televisión se dice ¡Qué dulzura de niña! ¡Qué belleza de ojos! ¡Cómo sonríe de lindo!... Es decir, se va mucho por el lado tierno y eso es lo que dicen que es femenino... Si tú eres una mujer lindísima pero no irradian nada, la gente no te mete el tiempo para verte en televisión... ¿Para qué? ¿Para qué vamos a sentarnos a ver una niña linda que dice bobadas y es antipatiquísima?...

Yo creo que Carolina Gómez, como tal, expresa femineidad. Me considero una persona femenina... siempre la estoy irradiando... La sensibilidad está en las emociones, en los sentimientos y en el intelecto que vienen del alma; se expresa en lo que irradian, en la energía, en lo que ves, en la perspectiva que tienes. La belleza puede ser sólo física, la sensibilidad es más que lo físico.

La femineidad es quererse como mujer... no sólo el cuerpo sino el alma. Quererse uno mismo y querer su alma es saberse llevar. Porque pienso que una mujer poco femenina no está a gusto consigo misma.

Ser mujer es tener instinto de supervivencia, instinto de procreación... es una sensibilidad muy grande hacia las cosas... en términos generales las mujeres son mucho más sensibles a la lluvia, al sonido, al sentimiento...

Qué tan sensible o qué tan estética puede ser una cosa no radica en que si se es mujer o no, ¡Por Dios!... Yo pienso que un hombre homosexual tiene la capacidad, la facilidad y la cualidad de poder mezclar la sensibilidad del hombre y la sensibilidad de la mujer en uno».





KATTY CHAMORRO

Profesional de la danza

Por: Sandra Ordoñez

«La danza es mi religión... yo no puedo separar mi vida de lo que es la danza y, ahí, está la mujer, yo misma. No proyecto ni mi interesa proyectar una cosa que no sea mi propio yo interno...

Aún hoy existen mentes mezquinas que piensan que la danza no es una profesión, y que una bailarina es una mujer que por la posibilidad de socializar su trabajo está dispuesta a degradarse como persona.

En cada trabajo resemantizo a la mujer: la nómada; la recolectora de basura; la eterna amante a la espera de un carta; la mujer enfrentada a la maternidad; la mujer mitológica que invocando las fuerzas de la naturaleza alcanza supremacía sobre el hombre; la monja en sus cuestionamientos, sus fugas y sus retornos...».

Sin embargo, contrario a lo que afirman los jóvenes, la investigadora Florence Thomas⁸ demostró que la mujer es objeto para el poder-hombre en la publicidad; lugar del despecho para el hombre trai-

cionado en la música popular; y ser virginal y sufrido que se hace feliz en el matrimonio en las fotonovelas y telenovelas. Y un rápido vistazo a la presencia de la mujer en la televisión crea una imagen de la mujer actriz o modelo, rostro para mostrar.

Así mismo, la televisión ofrece a las mujeres un modelo-de-ser-mujer «que descarta sin saberlo la felicidad personal e íntima como algo buscable, edificable y hasta codiciable. En cambio promociona el éxito, la figuración... (se convierte) en modelo 'comestible', no se ocupa de los fracasos, los olvidos, los maltratos, la confusión, el vacío y las crisis que provoca esa idea publicitaria de las mujeres 'objeto de deseo público'»⁹.

Esta percepción es confirmada por parte de los jóvenes, que aunque encuentran que en la televisión «todo va a girar alrededor de la mujer» en el futuro, hoy las mujeres siguen siendo tratadas como «objeto o medio publicitario», como «figura bonita más que como cerebro», como «símbolo sexual» o como «embellecedora de los medios».

No sólo se objetiva a la mujer sino al amor como el lugar privilegiado para que ella encuentre la felicidad al lado de un hombre. La realización vital de la mujer, según los medios de comunicación, será determinada por el amor-posesión de un hombre: «la euforia del consumo proporciona todo sobre el amor: un amor para tener, que debe funcionar a toda costa; un amor-cosa, que se obtiene a través de múltiples caminos y que contiene todos los ingredientes artificiales»¹⁰.

A pesar de estas verdades acerca de la presencia/ uso de la mujer en la televisión, Radway¹¹ en

⁸ THOMAS, Florence. *El macho y la hembra deconstruido: Aportes en relación con los conceptos de masculinidad y feminidad en algunos mass-media colombianos*. Bogotá: Universidad Nacional, 1985.

⁹ CANO POSADA, Ana María. *Modelo para armar*. Bogotá: *El Espectador*, Octubre 15, 1995.

¹⁰ THOMAS, Florence. *Los estragos del Amor*. Bogotá: Universidad Nacional, 1995.

¹¹ RADWAY, Janice. *Reading the romance*. Chapel Hill: University of North Caroline Press, 1984.

relación a las novelas de romance, y Martín-Barbero y Muñoz¹² en referencia a las telenovelas, han demostrado que las mujeres utilizan de manera distinta a la prevista —en la construcción de los mensajes— las representaciones que se hacen de la mujer y la vida. En esas mujeres-de-televisión que se suponen objetivadas, manipuladas y pasivas, las mujeres televidentes encuentran que sus

imágenes estereotipadas les permiten soñar, imaginar alternativas de vida, aprender de otros mundos, solucionar problemas cotidianos y conectarse con otras mujeres.

La alta presencia en número de la mujer en la producción, la realización y los mensajes televisivos indica que la mujer de fin de siglo encontró que los medios de comunicación son su habitación propia para inscribir y escribir el mundo, ya que — como lo dijo Virginia Woolf— «una mujer debe tener dinero y una habitación propia para poder escribir»¹³.

¹² MARTÍN BARBERO, Jesús, y MUÑOZ, Sonia. *Televisión y melodrama*. Bogotá: Tercer Mundo, 1994.

MARIA CECILIA BOTERO

Atriz de televisión y teatro
Presentadora de noticias

Por: Christian Barnes

«En la presentación de noticias decidí ser lo más honesta y natural posible, manifestando mi sensibilidad y siendo consecuente con lo que sentía frente a cada noticia que leía. Antes que ser femenina, soy yo misma.

No existe una sensibilidad femenina como tal, sino que la sensibilidad, entre muchas otras cosas, es el resultado del carácter y la formación recibida. La diferencia entre hombres y mujeres es *impuesta culturalmente* a los niños cuando se les dice que los hombres no deben llorar y *deben ser duros*, mientras las mujeres son frágiles y emotivas.

Yo trabajo con la sensibilidad. Yo creo que la gente recibe afecto de mí porque yo le pongo mucha energía afectiva a mi trabajo».



IV. MUJER NOTICIA de televisión¹⁴

En el caso de la televisión colombiana, mientras cinco mujeres son directoras de noticieros, existen diez hombres. Hay veintisiete presentadoras de noticias por veintidós hombres, cincuenta y seis periodistas hombres por cuarenta y seis mujeres. Sin embargo, siendo la participación femenina significativa, el enfoque y el criterio de lo noticioso sigue muy centrado en la razón periodística masculina.

Y hablando de mujeres y noticias... en Colombia hasta hace unos diez años era casi imposible ver una mujer presentando noticias en televisión. Hoy los hombres están en vía de extinción y son las bellas y famosas las que logran elevar el *rating*, informar sobre la realidad y despertar sueños.

Sin embargo, que la mujer sea la perspectiva privilegiada para contar la información en televisión puede significar varias cosas: una nueva sensibilidad y un nuevo enfoque de las informaciones privilegiando las perspectivas feministas. Un ma-

¹³ WOOLF, Virginia. *Una habitación con vista*.

¹⁴ Una versión previa de este apartado apareció en *Moviendo El Tedio de El Espectador*. 27 de agosto de 1995.

chismo actuante que prefiere las formas de mujer sobre los hechos. Un simple cambio de decorado: pasar de los hombres serios a las mujeres bonitas. Un cambio de enfoque de las noticias que deja el género informativo para entrar al estilo melodramático de la información. O una constatación de la realidad televisiva de Colombia, donde no hay hombres buen-mozos para tantas horas de información y diversión.

La evidencia del relato informativo indica que en los noticieros de televisión sólo ha cambiado el decorado más no el enfoque y el tratamiento sobre lo informativo. Una explicación para que la mujer llegue a la información de cuerpo pero no de sensibilidad se encuentra en nuestro machismo. Este síndrome sigue imperando ya que —como buenos machos— preferimos la belleza y el espectáculo de la estética femenina a la dura realidad. Esta «estetización» de la noticia nos recuerda que vivimos en un país de reinas, que produce mujeres cada vez más ejecutivas, sueña con un poder femenino y quiere creer que en las mujeres sí se puede confiar.

Debemos constatar, eso sí, que con la llegada de la mujer, pero sin que dependa de ellas, los noticieros han sufrido un cambio en la narrativa y tratamiento: se ha pasado de lo informativo a lo melodramático. Los noticieros cada vez son más telenovelescos, tanto que las informaciones, como los dramatizados, necesitan mujeres protagonistas para que nos cuenten historias acerca de hombres «bobos» que nunca se transforman ni hacen nada por su realidad —como cualquier político—. Las mujeres periodistas son *Gaviotas* de las informaciones, mientras los políticos y dueños del poder son *Sebastianes* consentidos por la mamá-gobierno.

Pero más allá del número de mujeres en las noticias, de la falta de sensibilidad femenina en la información y de nuestro machismo, el cambio de decorado de lo masculino a lo femenino parece una prueba evidente de que en Colombia las mujeres no sólo son más bonitas que los machos, sino

ADELAIDA NIETO

Actriz de teatro. Escritora.
Autora de *Olvidando Olvidos*

Por: Andrés Montañés

«El sueño es ir construyendo día a día la vida de la mejor manera posible... A veces se me vuelve más importante que ser hombre o mujer, ser un ser humano...»

Yo creo que mi generación y la anterior, fuimos mujeres educadas para no tener una profesión... y vivimos en el conflicto entre ser muy buenas esposas y muy buenas profesionales al tiempo.

En *Olvidando olvidos* —su novela— cuento la historia de una mujer que descubre que está flotando en una laguna sin orilla. Yo creo que todos los seres humanos en algún momento de la vida sentimos que estamos sin orillas. Toda la historia se desarrolla en esta laguna, y la mujer se da cuenta de que lo único que puede hacer es reconstruir su vida para entenderla... es un viaje hacia adentro de las personas... es la biografía de mi generación.

Yo creo que hay una cosa maravillosa en Colombia y es que es un país de una fuerza y de una vitalidad impresionante, y aunque hay mucho machismo, también hay mucho matriarcado. Las mujeres en este momento del país sí estamos desempeñando un papel muy importante en la definición del concepto de cómo debe ser Colombia, le estamos aportando ternura... Necesitamos dosis de ternura, si lloviera un día de ternura se acabarían los problemas... Pero es que hemos visto la ternura como una *vaina ahí* de bobos y mujeres, y ser tiernos es un acto de valentía muy grande, y más en un país como éste. Yo haría una guerrilla por la ternura. Ternura es la comprensión del otro, el respeto del otro, el no juzgar al otro sino entenderlo, el no castigar sino enseñar: es el diálogo y el afecto.

He estado siempre en búsqueda y en observancia. He tratado de vivir acorde a mí misma... no vivir como dicen que es lo chévere, lo bien... no seguir esa cantidad de esquemas de felicidad que nos han creado, y que lo único que producen son tristeza y soledad. El sentido de la vida está en ese árbol, este pasto, esa flor, en la nube, está en uno, en la gente que uno quiere... Llegar es un segundo, el proceso dura mucho más tiempo...».



SILVIA AMAYA

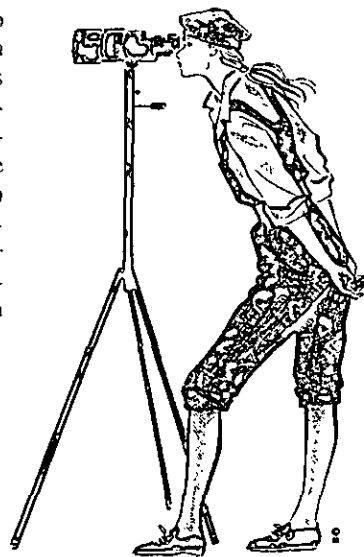
Realizadora de televisión
No se siente del todo bien en esas
situaciones en donde es ella
el personaje de la historia.

Por: Natalia Ramírez

«La mujer está más interesada por el alma humana. El hombre analiza más contextualmente el mundo y las personas. La mujer piensa más en el interior humano y sensible. Intento poner en escena esa sensibilidad femenina en mi trabajo. Trato de buscar la verdad de lo que hay en mí, para poderlo plasmar y enriquecer mis trabajos: ¡Ojalá uno pudiera sacar el alma y entregarla siempre en una obra!

Todo mi trabajo es un intento por ver el fondo de mi misma. Por tanto, me interesa mucho más el mundo de las mujeres... y tengo cierto miedo de mirar el alma masculina. Claro que creo que existen hombres con alma femenina, ya que lo femenino no es propiedad sólo de mujeres.

Como mujer me ha tocado luchar para ganar credibilidad entre los técnicos y productores de televisión. Y es que como los hombres siempre han estado en esos lugares como si su condición masculina les otorgara eso implícitamente, nunca se han preguntado por eso. Por esta razón la mujer es mucho más dedicada en su trabajo, para ganarse su lugar. Es un reto con uno mismo. Encontrar hasta dónde damos; despertaren ese sentido».



que tienen mayor credibilidad. A ellas se les cree más porque representan la irrupción de los nuevos actores sociales que hacen honestamente la política y creativamente la vida cotidiana. La credibilidad de la mujer va en aumento porque, de manera amena y sencilla, nos hacen olvidar que en Colombia los hombres seguimos presos de nuestra tradición de engañadores del amor, de la sociedad y de la política. Sería necesario que las mujeres, aprovechando su alta credibilidad, no sólo aumenten en número sino que aporten a las informaciones su manera de vivir y comprender la vida.

No sólo los noticieros cambian de paisaje... es el país entero el que está transformando su sensibilidad. Las mujeres no sólo hacen más llevadero el día informativo, sino que tratan de imprimirle un tono familiar a la televisión, nos hacen creer que este país puede cambiar y que todavía tenemos tiempo para imaginar que todo puede estar mejor. La presencia masiva de mujeres televisivas expresa, a su vez, que cada vez ellas tienen más que decir, que ante la ausencia de hombres de valor y dignidad, sólo nos quedan las mujeres como esperanza.

V. MUJER DRAMATIZADA de televisión

Por su parte, en los dramatizados que se encuentran en el aire sólo existe una mujer directora y sólo cuatro son escritos por mujeres. Los roles de mujer en la televisión, en general, nos indican que es: actriz, cara bonita, la imagen que atrae, seduce y vende; *script*, la que lleva la memoria y observa los detalles de continuidad; modelo, objeto deseado; o asistentes de dirección, quien organiza a los hombres-directores.

Hay que destacar, sin embargo, que en las telenovelas las mujeres representadas son mucho más atractivas, complejas y con un mayor grado de realización subjetiva (por ejemplo, *La señora Isabel*, *la Gaviota de Café*, *Angela de Pecado Santo*). Esto se constata en que la identidad de los colom-

bianos —hombres y mujeres— pasa por esas mujeres complejas que capítulo a capítulo se transforman en su lucha por encontrar el sentido de su vida. En esa búsqueda de la identidad deseada más nunca encontrada, las heroínas de telenovela son una buena imagen de las mujeres cotidianas: públicas pero discretas, exitosas pero no arrogantes, tiernas pero fuertes, siempre brillantes, a pesar de los hombres que las rodean.

La *Señora Isabel*¹⁵ nació para dignificar a las mujeres de más de cuarenta y cinco años, para demostrar que son mujeres, no simplemente madres o abuelas desechables. Este dramatizado tocó los conflictos femeninos típicos como el envejecimiento, la infidelidad, las relaciones peligrosas, la rutina, la falta de amor y las separaciones. La idea que se propuso es la de que las mujeres pueden ser amas de casa si lo desean, pero esto no puede sustituir sus ganas de vivir; y que los hombres no son un seguro de vida para la mujer. *Señora Isabel* ayudó a la mujer a valorarse y a romper con su sino trágico de formación: casarse, tener hijos y sacrificarse por su hombre.

Gaviota, la de *Café*¹⁶, supo encarnar aquello que las mujeres consideran es premiable en la vida: llegar a la cima con base en el trabajo y el esfuerzo individual. Gaviota es tierna pero inteligente, agresiva pero honesta, se realiza profesionalmente pero sin «acostarse» con nadie. Al final, la fórmula del melodrama ata su felicidad a un hombre, deja de ser mujer-propia para volverse la mujer-de-otro, pero el mensaje ya había sido emitido y soñar es algo que las mujeres han enseñado. Esta mujer-de-todos-los-días se nos metió en la vida cotidiana y en nuestros sueños de país, y como el café, se convirtió en punto de identificación y red de

JUDITH SARMIENTO

Presentadora de noticias en radio y televisión
Integrante Delegación Colombiana a la
Cumbre sobre Mujer, Beijing, China, 1995

Por: Lida M. Pedraza

«En la medida en que la mujer no tenga conciencia de género no puede proyectar una imagen auténticamente femenina. No todas las mujeres que llegan a los medios tienen conciencia de género, es decir, no sienten el compromiso de ser mujer. Muchas llegan sin el compromiso de representar a tantas mujeres que hay en Colombia y están siendo discriminadas por la pobreza y la marginación. Las mujeres debemos seguir dando la pelea... Las mujeres somos seres comunicantes y comunicados por excelencia.

Manejo una estética ética... sencilla, serena, poco ostentosa. Lo más importante es que me crean... ya que mi trabajo consiste en hablar sobre el acontecer diario del país y del mundo. Y uno logra que le crean cuando es coherente.

La percepción femenina aporta cierta sutileza, cierta discreción, cierta suavidad en el abordaje de los temas... aunque como es un programa de noticias... uno debe apartar su propia sensibilidad... y en la lectura de noticias se ha ido perdiendo esa cuestión de comunicarle sensibilidad a lo que uno lee... Todos los días respondemos más al medio que a la sensibilidad individual.

A mí me tocó demostrar que no sólo hablo bonito, sino que puedo hablar bien y puedo decir cosas que tengan importancia y puedo pensar y puedo opinar y puedo aportar y puedo hacer muchas cosas... no fue fácil.

La gente me percibe como una madre. Soy madre y por supuesto que me tienen que percibir como una madre... Yo no quisiera que me vieran tan benévola...».



¹⁵ Dramatizado realizado por Coestrellas, 1995; escrito por Bernardo Romero y Mónica Agudelo. Serie de mayor *rating* de la televisión colombiana durante 1995.

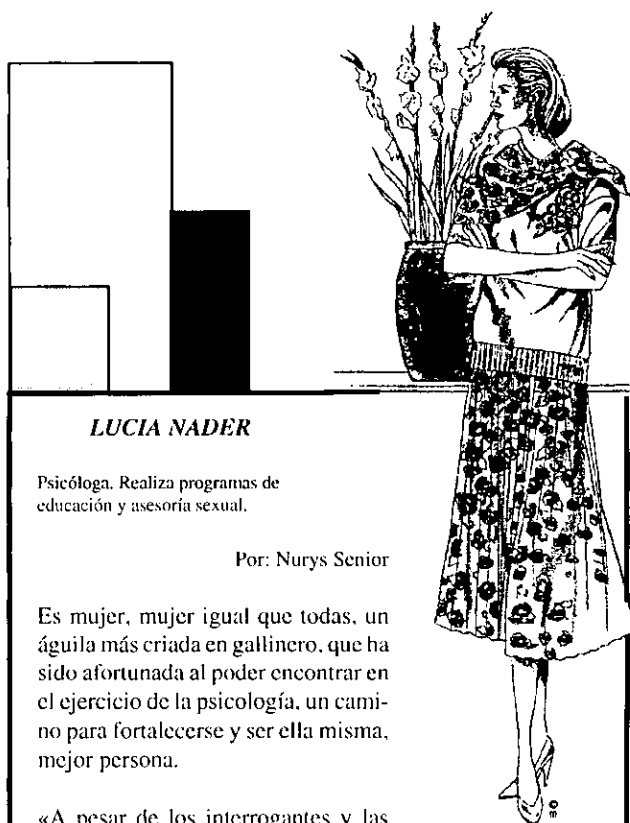
¹⁶ Telenovela de mayor éxito en la historia de la televisión colombiana, realizada en 1995 por RCN TV, escrita por Fernando Gaitán, dirigida por Pepe Sánchez y protagonizada por Margarita Rosa de Francisco y Guy Ecker.

sentido femenino. Las mujeres veían en Gaviota un modelo distinto para habitar, vivir e imaginar la realidad.

Las mujeres de telenovela son, entonces, más reales, seres que deben apersonarse de su vida, de la del novio o esposo y de la de sus hermanos o hijos. Uno de los aciertos femeninos de las telenovelas está en mostrar ese mundo interior de sujetos que estudian, trabajan, soportan machos y sacan la familia adelante. Esa super-mujer que todos los días nos encontramos en los buses de la mañana, en la oficina de los jefes y en la noche de universidad.

De otra parte, las telenovelas reivindicaron el mundo femenino a costa de la identidad masculina. Por esta razón se representan hombres muy frágiles, simples, bobos y pasivos. Hombres que nunca evolucionan, que se afirman en su machismo, en sus mamás y esposas y en el poder de ser el primer hombre en la vida de unas mujeres que superan la cárcel del amor-sexual para evolucionar, transformarse y hacerse a lo largo de la historia. Esto es tan evidente que, me imagino, ningún hombre se ha sentido representado en un héroe de telenovela.

Y en esa forma de ser hombres en la telenovela la mujer está ejercitando una resistencia simbólica, experimentando una crítica emocional, afirmando la percepción que tiene de la pobre actuación de los hombres en la vida real. Esto es tan evidente que a los hombres nos da pena aceptar que vemos telenovelas, mientras que las mujeres las disfrutan y no les da pánico sentirse encantadas. Los hombres deberíamos en lugar de huir de la telenovela, mirarnos en ella como en un espejo que refleja la percepción que sobre nosotros tiene la sociedad.



LUCIA NADER

Psicóloga. Realiza programas de educación y asesoría sexual.

Por: Nurys Senior

Es mujer, mujer igual que todas, un águila más criada en gallinero, que ha sido afortunada al poder encontrar en el ejercicio de la psicología, un camino para fortalecerse y ser ella misma, mejor persona.

«A pesar de los interrogantes y las dudas que he tenido, lo que siempre me ha gustado es trabajar con el otro y para el otro, hacer al otro posible, cercano, sin perder la individualidad.

Lo que me hace sensible es que al escuchar a las personas busco que vuelvan sobre sí mismas, que a través de lo que me dicen logren reencontrarse. Siempre desde la ciencia, pero con un carácter sensible, de afecto, de posibilidad.

Las mujeres en Colombia aún somos siervas. Aunque intelectualmente vamos bien, afectiva y emocionalmente somos todavía muy primitivas... aunque se han acabado muchos tabús, no hemos concebido realmente el sentido del cambio y nos dejamos alienar por la aparente libertad que ahora tenemos.

Somos águilas criadas en gallinero, tenemos el potencial, pero nos coartan tantas cosas que uno termina creyendo lo que no es, que somos seres para practicar el no.

Los hombres manejan los sentimientos dando juicios de valor, racionalizan; las mujeres lo hacemos desde nuestra entrega. Eso nos hace distintas y nos da posibilidades de aportar desde nuestra estética, desde nuestra sensibilidad.

Cada mujer debe empezar a darle la importancia que tiene esa paradoja de ser seres sensibles, capaces de renunciar y luchar por su entrega; y al mismo tiempo, seres duros, capaces de resistirlo todo y continuar con la lucha a partir de principios y convicciones».

**VI. Quién es(ser), cómo se hace (subjetividad) y qué puede hacer (poder).
La mujer en los medios de comunicación**

Por las imágenes de mujer representadas en los medios, por la construcción que de lo femenino realizan las mujeres a partir de los mensajes televisivos, y por la experiencia de mujer que tenemos en la vida diaria, hombres y mujeres hemos aprendido que las mujeres pueden ser amigas. No sólo espejos y objetos de nuestros deseos ya que la mujer en televisión -entiéndase desde donde se quiera- ha comenzado a actuar como el sujeto de mayor credibilidad, ternura, verosimilitud y confianza.

Hoy la mujer en los medios de comunicación está transgrediendo sin ofender, ha hecho de la ironía su estilo, sorprende con su silencio y ambigüedad, se ha hecho imagen con voz propia. La mujer se ha ganado su derecho de ser mujer, ha dejado de ser el segundo sexo, la mujer rota, la subordinada. La mujer-mercancía ha decidido ir al mercado por sí misma, como protagonista y red de significación que junta y relaciona. Se ha convertido en la red-memoria de nuestro tiempo; ellas nos recuerdan quiénes somos, qué hacemos y cómo nos vemos ya que a nosotros los hombres nos encanta olvidar.

Y es que las mujeres están cuestionando las nociones creadas por los hombres, los medios de comunicación y la sociedad latinoamericana acerca de la igualdad, la justicia, la libertad y la opresión. Así mismo, nos están diciendo que la libertad y la liberación es móvil y local, unas veces está en la sonrisa y otras en las ideas, los cuerpos comunican y la sexualidad también es expresión; en el mismo sentido, nos han redescubierto el mundo interior, el potencial de lo narrativo y la posibilidad de ser coherentes de acuerdo con la posición que se tome; y por último, nos están quitando ese trascendentalismo masculino, esa prepotencia del conocimiento. Las mujeres nos están demostrando que el próximo siglo será femenino y que los medios de comunicación serán su lugar de expresión para hacer de otra forma la vida.

Por ahora, sólo nos queda a los hombres y a las mujeres con mentalidad de hombres seguir:

- a. Rompiendo con los mitos mediáticos de la mujer subordinada, traidora y producida;
- b. Continuar la lucha por la aceptación y reconocimiento de la identidad del otro (en este caso la mujer);
- c. Jugar al deseo mutuo y apostar por el amor cooperativo, relacional y dramático —no el de publicidad—;
- d. Devenir en espíritu femenino ingresando de lleno en nuestro interior;

TATIANA ARIZA

Presentadora de programas infantiles en televisión

Por: Mauricio Villegas

En la televisión no queda ninguna función que la mujer no haya desempeñado con éxito. Y esto se debe a que las mujeres nos estamos preparando muchísimo más para que nos vaya mejor, para surgir. Ante la bola de nieve en que se ha convertido el movimiento de la mujer en la televisión mundial, cabe la reflexión sobre lo que está sucediendo con el hombre. Si está siendo desplazado, si la reducción de su poder en el medio se debe solamente a un pasajero atractivo de la figura femenina, o si no puede competir en términos físicos con la mujer.

Creo que debe haber un equilibrio entre la apariencia de lo que uno está viendo y en lo que se está proyectando en cuanto a textos, a corazón, cosas mucho más profundas que la imagen que se ve... Yo estoy muy tranquila, porque definitivamente hago mi trabajo con el corazón y con la cabeza. Yo hago mi trabajo con toda la honestidad del mundo y creo que eso es lo que necesita la gente en este momento.

Claro que me parece fundamental ser muy femenina... eso que hace de uno una mujer sutil, bonita... y hay que proyectarlo... aportar cosas positivas y lindas para que le sirvan a la gente para algo bueno en el futuro».





CLAUDIA BAUTISTA

Narradora oral. No es la mejor cuentera del país, ni la más famosa, ni la única; pero sí, en mi concepto, la que más en serio se toma la feminidad como arma narrativa...

Por: Gonzalo Valderrama

A Claudia le vale cinco que a la gente le agraden o no sus historias. Ella lo hace para que la odien más y queden compensadas las energías cósmicas; pero no lo logra: tiene, muy a su pesar, una no muy escasa horda de admiradores/as... Y eso sí no le gusta. A pesar de su andrógino aspecto, esta chica se siente mujer, pero detesta serlo. Eso de que le crezcan los senos y su cola sea tan prominente le parece abominable. Por eso se oculta tras ropas nada dicentes de su corporalidad y tras palabras agresivas con las que deja desarmados a quienes se le quieren meter en el camino.

Su personaje preferido ha sido y seguirá siendo Cleopatra porque era una hembra que «no se la dejaba montar» de ningún macho y porque figura en todos los libros de historia como la chica del duro de los romanos, aunque eso de ser «chica de...» no le agrada mucho. Siempre ha querido ser de su propiedad, su propia administradora.

Pero, a pesar de su barrera antihumanos, Claudia sonríe, se burla de los terrícolas, se enternece con otros y llora por los muertos en las películas... Se lamenta de que no haya más mujeres cuenteras y que ese rol se haya posicionado como masculino. Sabe que ella no puede aprovechar sus dotes femeninas para seducir, pero anhela que alguna mujer lo haga para que el cuerpo-de-mujer también sea un instrumento narrativo, para que le destruya a los hombres sus esquemas con el viejo truco del erotismo en escena.

- e. Dejar de ser tan evidentemente visuales para ser imágenes imaginativas de hombres y mujeres;
- f. Transformar los medios masivos como escenarios para vivir simbólicamente.

Para acercarme a esa sensibilidad femenina tengo referentes claros como son Virginia Woolf y su habitación propia para narrarse; Anais Nin y su deseo; Frida Khalo, esa mujer a la que nunca le ganó el dolor, a la que siempre le ganó sus ganas de vivir, le ganó el amor; Camile Claudel, quien no necesitó firmar para ser y poner su sello; mi mamá que siempre ha estado ahí para luchar por todos; Margarita Rosa de Francisco, ya que mi identidad colombiana pasa a través de ella y su dulce timidez; Tina Modotti y su compromiso irrestricto con los ideales; María Luisa y su ternura infinita; Natalia, mi hermanita y su sonrisa...

Voces de mujeres

Yo prometí no decir mucho y compartir mi voz con mi otro, llamado mujer... y lo quiero hacer no con las feministas, ni con las que han teorizado su función femenina con el mundo, ni con las voces oficiales de la pobreza... quiero hacerlo con esas mujeres de televisión, esas practicantes de comunicación diaria, esas presencias constantes de sensibilidad femenina, esas que nunca hablan de mujer: las modelos, las actrices, las presentadoras, las artistas, las narradoras orales...

En últimas, ellas son las mujeres que mayor incidencia tienen en la representación y valoración que de la mujer se hace en sociedad. Invité a mis estudiantes para que hablaran con mujeres de medios de expresión y para que las pusieran en ese estado llamado «sensibilidad femenina» para que nos contaran qué piensan de su ser mujer de medios de comunicación.

Mujeres de medios... porque uno termina por comprender que uno es como mujer u hombre, a través de diálogo consigo mismo y con los otros...

ANDREA ECHEVERRI

Cantante de rock del grupo *Aterciopelados*. También escultora. Lleva 10 años haciendo música. Siempre ha llamado la atención por su pinta, que es una mezcla de estilos y el resultado de su autenticidad... Llama la atención por ser y mostrarse tal como es.

Por: Julián Correcha

*«Estoy en evidencia,
engañar tiene su ciencia,
estoy harta hasta la coronilla,
tú no eres ni media costilla,
ni la octava maravilla,
malo si sí malo si no,
ni preguntes. Ya no soy yo,
fuera de mí es que me tienes,
que si vengo que no voy,
que si estoy que me pierdo».*
(*Bolero Falaz*)

«El amor es algo fuerte. Y el desamor peor... Detesto las cosas sexualmente agresivas y machistas...

Todas nuestras canciones son como uno habla, o como uno oye que la gente habla. Pues no es el modelo de civismo, me imagino; pero esa es la realidad... las letras a mí me parecen más cultura popular y argot de la gente...

Yo no miro mucho al público porque me dan nervios... cantar con fuerza es aprender a mirarse hacia adentro... me gusta estar en mí...».



VII. SENSIBILIDADES de mujeres de medios

Dos entradas para el final: Primero, los hombres también tenemos nuestra sensibilidad femenina... y estamos redefiniendo nuestra identidad masculina. Y segundo, estas mujeres de comunicación hablaron y nos descubrieron un mundo no reflexionado pero espontáneamente femenino, nos revelaron esa forma no radical de ser mujer y participar en la construcción de un mundo mejor. La salida sólo puede ser en voz femenina:

i.

La mujer sólo quería poder participar en el mundo para poder hacer un mundo diferente. Claro que lo importante es el proceso de hacer voz, conciencia de mujer... porque como lo dice Adelaida Nieto, «llegar es un segundo, el proceso dura mucho más tiempo...»

La pintora María de la Paz Jaramillo nos recuerda en sus obras, —que considero prácticas comunicativas— cómo las mujeres han pasado de adquirir conciencia de su represión en los setenta a encontrar seguridad en sí mismas en los ochenta, y realizar la síntesis de su recorrido y su lucha en los noventa. En este proceso han surgido varias ganancias para la lucha femenina en este mundo de hombres:

a. «La lucha femenina no es por la igualdad sino por la equidad». (María Paz Jaramillo, pintora).

b. «En la medida en que la mujer no tenga conciencia de género no puede proyectar una imagen auténticamente femenina». (Judith Sarmiento, presentadora de noticias).

c. «Somos águilas criadas en gallinero, tenemos el potencial, pero nos coartan tantas cosas que uno termina creyendo lo que no es, que somos seres para practicar el no». (Lucía Nader, psicóloga de radio y televisión).

d. «En mi generación y la anterior, fuimos mujeres educadas para no tener una profesión... y vivimos en el conflicto entre ser muy buenas esposas y muy buenas profesionales al tiempo... vivimos en una laguna sin orillas». (Adelaida Nieto, escritora).

e. «En la creación comunicativa los personajes femeninos son más interesantes porque en su sensibilidad hay muchos más matices, más riqueza que en la masculina, por el mismo papel social que siempre le ha correspondido a la mujer. Esa complejidad... hay mucha tela de donde cortar por la infinidad de mundos interiores de cada mujer...». (Luz Mariela Santofimio, libretista de televisión).

f. Lo femenino y lo masculino, entre muchas otras cosas, son el resultado del carácter, la cultura y la formación recibida». (María Cecilia Botero, presentadora y actriz).

Estos hallazgos corresponden y se encuentran en sintonía con las caracterizaciones y conceptos que la teoría feminista ha producido en su investigación-reflexión durante la constitución del campo de estudios de la mujer. La historia de la mujer ha sido una eterna lucha por valorarse a sí misma y por ganarse el reconocimiento de una sociedad que la subvalora como sujeto y subjetividad capaz de proponer, y como lugar para la imaginación. A Judith Sarmiento, por ejemplo, le tocó demostrar que no sólo hablaba bonito, sino que hablaba bien, decía cosas importantes y podía pensar y opinar, aportar y hacer muchas cosas...

ii.

En estas mujeres de medios encontramos momentos menos teóricos y más vivenciales para describir esa sensibilidad femenina, esa posibilidad de sentir e imaginar un mundo distinto. La sensibilidad femenina es plural y diversa según la posición que asuma cada mujer frente a su trabajo, el poder y la vida. Nuestras mujeres de

medios presentan una imagen que recoge las ambigüedades y matices de la sensibilidad femenina en los noventa:

- La modelo Adriana Arboleda cree que la sensibilidad femenina se expresa en estudiar, ser mamá y esposa, ya que la mujer se realiza en la relación de pareja y en la familia

- Carolina Gómez, reina, modelo y presentadora, afirma que la sensibilidad es más que lo físico; que está en las emociones, en los sentimientos y en el

MARIA DE LA PAZ JARAMILLO

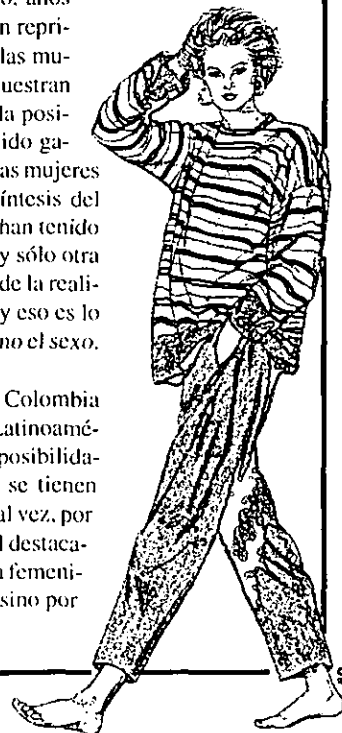
Una de las artistas más destacadas de Colombia que plasma la realidad en una obra llena de vitalidad, alegría y cotidianidad. Su obra ha sido inscrita entre lo *Pop* y lo *Kitsch* por la sencillez de las formas y los tonos fuertes que la caracterizan.

Por: Jenny Pineda

«La sensibilidad y la estética son el resultado de un conjunto de factores como la educación, la genética, el contexto... no está determinada únicamente por el hecho de ser mujer u hombre.

Mi obra ha tenido épocas y ha evolucionado de acuerdo con la transformación de la mujer. Al principio, años setenta, mis mujeres eran reprimidas. Por el contrario, las mujeres de los ochenta demuestran más seguridad, revelan la posición y el papel que han ido ganando en la sociedad. Y las mujeres de los noventa son la síntesis del recorrido y la lucha que han tenido las mujeres... pero yo soy sólo otra persona con otra lectura de la realidad, con otros intereses y eso es lo que marca la diferencia, no el sexo.

Desde mi punto de vista, Colombia es uno de los países de Latinoamérica que ofrece mejores posibilidades a las mujeres, aquí se tienen mejores condiciones y, tal vez, por eso han logrado un papel destacado... Yo creo que la lucha femenina no es por la igualdad sino por la equidad».



intelecto que vienen del alma; «se expresa en lo que irradian, en la energía, en lo que ves, en la perspectiva que tienes».

- La bailarina Katty Chamorro sólo cree en esa sensibilidad que nace y se proyecta desde el propio yo interno... con sus fugas y sus retornos.

- La presentadora Tatiana Ariza encuentra que la sensibilidad femenina es algo así como la expresión de una honestidad a toda prueba y que eso es lo que necesita la gente en este momento.

- La psicóloga que trabaja en radio y televisión, Lucía Nader, explica la sensibilidad femenina como ese plural nosotros que se hace explícito en la entrega.

iii.

La sensibilidad femenina se llena de matices simbólicos, narrativos y afectivos que construyen ese palimpsesto que es la identidad femenina. Nuestras mujeres de comunicación han armado esta textura de múltiples y fusionadas imágenes en palabras muy interesantes:

- «La feminidad es quererse como mujer... no sólo el cuerpo sino el alma», según la modelo Carolina Gómez.

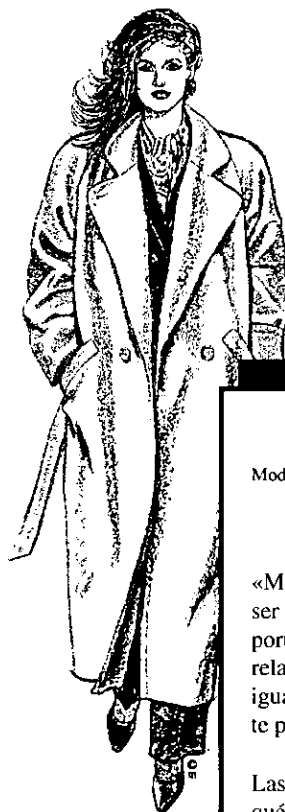
- «Tratar de vivir parecido a mí misma» en la línea de la novelista Adelaida Nieto.

- «Ese 'no se qué' que nos facilita el trabajo de modelos... ese algo encantador pero casi imperceptible» de la modelo Adriana Arboleda.

- Esa duda descrita en la letra del *Bolero Falaz* de los *Aterciopelados* cuando cantan que «Estoy en evidencia/ ni preguntes ya no soy yo/fuera de mí es que me tienes/ que si vengo que no voy/ que si estoy, que me pierdo».

- Ese aprender a mirarse hacia adentro y ese gustar estar en sí misma, de la rockera Andrea Echeverry.

- Ese sentir de la realizadora de televisión Silvia Amaya de «no sentirse del todo bien en esas situaciones en donde es ella/la mujer el personaje de la historia, ya que ¡ojalá uno pudiera sacar el alma y entregarla siempre en una obra!».



ADRIANA ARBOLEDA

Modelo del año 1995

Por: Felipe Cuervo

«Modelo por accidente... estudiar, ser mamá y esposa es lo más importante... la mujer se realiza en la relación de pareja, en la familia. La igualdad de los sexos es importante pero sin batallas...»

Las mujeres tenemos cierto 'no se qué' que nos facilita el trabajo de modelos... es algo encantador pero casi imperceptible... la manera de caminar, la forma de cerrar los ojos, la sonrisa simple... prefiero mostrar encanto y atractivo... no mostrar todo. Esconder para seducir...»

iv.

Al final la identidad femenina descrita por estas mujeres de medios se hace pregunta. Preguntas que incluyen respuestas y vislumbran que el siglo que viene es femenino:

- Luz Mariela Santofimio, la libretista, presenta el esquema de mujer real en sus historias para que las mujeres se miren así mismas y permitir que «las mujeres se identifiquen con lo que tenemos todas de bonito y de feo...».

- Tatiana Ariza, la presentadora, se pregunta ¿qué está sucediendo con el hombre? ¿Está siendo desplazado? ¿La reducción de su poder en el



LUZ MARIELA SANTOFIMIO

Libretista de televisión

Por: Paula López

Siempre me identifico como persona más que como mujer. Por supuesto que cuando uno crea un personaje femenino tiene en cuenta la presencia de toda esa carga que hay en una mujer; los personajes femeninos son más interesantes porque en su sensibilidad hay muchos más matices, más riqueza que en los masculinos, por el mismo papel social que siempre le ha correspondido a la mujer. Esa complejidad... hay mucha tela de donde cortar por la infinidad de mundos interiores de cada mujer. Con los personajes masculinos uno explora, más que el mundo interior, otras cosas, todo lo que es parte del acontecer social.

Me interesa mucho, muchísimo la opinión de las mujeres, la reacción de ellas. Yo considero que son la población más interesante, peor tal vez... es la más interesante porque es la más golpeada, ¡terriblemente golpeada!...

Cuando estoy creando personajes femeninos siempre he tratado de mostrarlos un poquito más allá de lo que es el rol estúpido que han tratado de asignarle a la mujer —yo se que realmente no son así— ese rol de la tonta, bonita, que no es buena sino imbécil, porque es la idea del papel de la mujer, de esa que sufre y sufre y todo el mundo le hace de todo y ella no se da cuenta sino hasta el final. Que al final de todo se le compensa porque se encontró con que el hombre ese que la maltrató toda la vida y del que estuvo enamorada y que la violó, y todo eso, resultó que era millonario y que la adora y *colorín colorado el cuento se ha acabado...*

Ese no es el esquema que estoy tratando de manejar sino el esquema de mujer real... el aporte consiste en que las mujeres se miren así mismas... permitir que las mujeres se identifiquen con lo que tenemos todas de bonito y de feo.

Hay una cosa del tratamiento de los temas que tienen las mujeres, y es somos muy patéticas, terriblemente patéticas... si tú ves por ejemplo una historia sin humor, casi siempre me atrevería a decir 'eso lo escribió una mujer'. Mujeres con humor son muy poquitas. Que tengan la capacidad de reír y hacer reír a la gente... Lo mismo sucede en la pintura: encontrar una pintora con humor es absolutamente excepcional... tenemos una visión como muy patética de toda la sociedad». tiempo...»

medio se debe solamente a un pasajero atractivo de la figura femenina?, o ¿Será que el hombre no puede competir en términos físicos, no de fuerza sino de sutileza, con la mujer?

- Judith Sarmiento, la locutora de radio, se inquieta por eso de la anulación de la sensibilidad femenina en la información ya que «todos los días respondemos más al medio que a la sensibilidad individual».

- Lucía Nader, la psicóloga, se cuestiona con las mujeres y dice que «aunque intelectualmente vamos bien, aún somos siervas afectiva y emocionalmente, somos todavía muy primitivas... nos dejamos alienar por la aparente libertad que ahora tenemos».

- Silvia Amaya, la realizadora de televisión, recuerda que tiene «cierto miedo de mirar el alma masculina» y «que por tanto le interesa mucho más el mundo de las mujeres». Aunque salva a algunos hombres porque «existen hombres con alma femenina, ya que lo femenino no es propiedad sólo de mujeres».

- Claudia Bautista, la cuentera, afirma que ella sólo quiere ser de su propiedad, su propia administradora. Quisiera que el cuerpo-de-mujer también sea un instrumento narrativo.

- Adelaida Nieto, la novelista, haría una «guerrilla de ternura», ya que «si lloviera un día de ternura se acabarían los problemas...».

v.

Yo, Omar, el hombre, creo que la sensibilidad es una categoría comunicativa para comprender otras formas de narrar y hacer de las prácticas comunicativas redes de encuentro cultural. Creo que a imagen de la mujer cotidiana y de medios, la no teorizada... podemos construir otras formas de significar y experimentar sentido. Ojalá llovieran muchas mas sensibilidades distintas por los mensajes y narraciones de los medios de comunicación.