



Procesos de Creación

Processos de Criação

Creation Processes



• *Isabel Moya*, agosto del 2017 | Tomada de: NotiCafé

"Fue su tiempo, el de las mariposas": Isabel Moya, una vida dedicada a la comunicación incluyente*

"Era sua hora, a das borboletas": Isabel Moya, uma vida dedicada à comunicação inclusiva

"It Was the Time, That of the Butterflies": Isabel Moya, a Life Dedicated to Inclusive Communication

Diana María Mantilla**

DOI: 10.30578/nomadas.n51a13

El artículo se ocupa del legado intelectual y periodístico de Isabel Moya, comunicadora social, investigadora y docente cubana. Señala que su producción intelectual y su activismo feminista promovieron la génesis de una concepción de la comunicación que involucra la perspectiva de género, entendiendo esta actividad como una poderosa herramienta de creación de sentidos y subjetividades. Desde este enfoque, el texto señala que Moya efectúa una mirada crítica en pro de una publicidad que nos represente de maneras diversas a hombres y mujeres, así como de un periodismo incluyente desde la premisa de la igualdad.

Palabras clave: feministas, Cuba, comunicación social, publicidad, intelectuales, discriminación.

O artigo trata do legado intelectual e jornalístico de Isabel Moya, comunicadora social, pesquisadora e professora cubana. Ressalta que sua produção intelectual e ativismo feminista promoveram a gênese de uma concepção de comunicação que envolve a perspectiva de gênero, entendendo essa atividade como uma ferramenta poderosa para criar sentidos e subjetividades. Nessa perspectiva, o texto indica que Moya faz uma crítica moderada a favor de uma publicidade que nos represente de maneiras diferentes aos homens e às mulheres, bem como um jornalismo inclusivo a partir da premissa de igualdade.

Palavras-chave: feministas, Cuba, comunicação social, publicidade, intelectuais, discriminação.

The article deals with the intellectual and journalistic legacy of Isabel Moya, a Cuban social communicator, researcher and teacher. It points out that her intellectual production and feminist activism promoted the genesis of a conception in communication that involves the gender perspective; understanding this activity as a powerful tool for creating meaning and subjectivities. Under this endeavor, the text notes that Moya offers a critical point of view in favor of representation diversity of men and women in advertising, as well as an inclusive journalism with the premise of equality as a starting point.

Keywords: Feminists, Cuba, Social Communication, Advertising, Intellectuals, Discrimination.

* El título del presente artículo proviene de un poema de Juan Carlos García, pronunciado en el XIII Encuentro Iberoamericano de Género y Comunicación, Isabel Moya *In Memoriam*, La Habana (Cuba), 2019.

** Asistente de dirección del Departamento de Comunicación y Publicaciones de la Universidad Central, Bogotá (Colombia). Licenciada en Español y Filología Clásica y con estudios de maestría en Estudios Literarios de la Universidad Nacional de Colombia.
E-mail: dmantillag@ucentral.edu.co

original recibido: 28/07/2019
aceptado: 08/10/2019

nomadas@ucentral.edu.co
Págs. 225~231

Pon tus sueños en el horizonte, entonces empieza a andar.

Anaïs Nin

Los cuerpos de hombres y mujeres son puestos en la escena cultural para representar roles, perpetuar estereotipos... La música, el cine, la literatura y el arte en general forman parte de un acervo que nos marca y nos define. Hoy, las exigencias y posibilidades que pone ante nosotros el acelerado mundo de la tecnología han propiciado la globalización de la publicidad y el periodismo y, por ende, el logro de un mayor impacto en los consumidores. Pluralidad y cantidad excesiva de imágenes y comerciales en lugares antes insospechados, que nos hacen presa del consumo desmesurado e incluso de modelos y de formas de comportamiento, es un panorama que nos exhorta a reflexionar sobre el tipo de consumidores en que nos hemos convertido, y sobre la responsabilidad que tienen los medios y la publicidad en la forma como son representados los ideales de belleza, femineidad y masculinidad, y sobre cómo éstos son permeados por los prejuicios, la desigualdad, el machismo o la cultura androcéntrica y patriarcal, entre otros.

Pero, ¿cómo desnaturalizar los imaginarios y comportamientos que promueven la desigualdad, la violencia, la discriminación y la exclusión? Este ha sido un tema de preocupación, debate y reflexión recurrente para quienes se han interesado por los estudios de género y de la comunicación, y debería serlo también para quienes buscan construir una perspectiva crítica entre

los nuevos consumidores. Imbricar estas perspectivas fue el camino que eligió transitar la periodista, investigadora y docente cubana Isabel Moya Richard, quien afirmaba que “asumir la dimensión comunicacional y la de género en sus puntos de encuentro y tensión no es sencillamente un dilema intelectual: es un imperativo en el propósito de hacer nuestro mundo menos ancho y ajeno” (Moya, 2010b: 25).

El legado intelectual y periodístico de Isabel, así como sus victorias en la lucha por lograr que hoy en día Cuba sea un país un poco más equitativo para las mujeres fueron ampliamente conocidos. El día de su muerte, el 4 de marzo del 2018, a causa de un cáncer de seno y con sólo 57 años, la prensa cubana no demoró en rendirle múltiples homenajes, reconociéndola como una de las feministas más queridas de ese país. Y era de esperarse, su carácter afable y empático, así como su fuerza y persistencia en la lucha por demostrar cómo la historia y los patrones culturales han estereotipado a las personas, trascendieron las páginas de sus libros y los salones de clase: la convirtieron en partícipe de la conceptualización y búsqueda de cambios en la legislación cubana.

Su producción intelectual y activista ha promovido la génesis de una concepción de la comunicación que involucra la perspectiva de género. Por ejemplo, en su libro *Sin contraseña: discurso mediático y transgresión* ofrece recomendaciones y puntos de partida para asumir un ejercicio periodístico que se aparte del sexismo, en el que las personas, y especialmente las

mujeres, no atiendan a los estereotipos tradicionales y no sean segregadas, discriminadas u objeto de estigmas. Ella afirma:

La comunicación con enfoque de género va más allá: pretende que no se privilegie la mirada desde lo femenino o lo masculino –aunque algunos reduccionistas presentan este fenómeno como una lucha de sexos–; propone, sobre todo y esencialmente, cambiar la mirada. (Moya, 2010b: 111).

Cambiar la perspectiva... ése es el trabajo que tenemos en frente.

En su obra, Isabel concibe la comunicación como ese proceso complejo en el que las personas no sólo leen, ven u oyen información, para ella la comunicación es una poderosa herramienta de creación de sentidos y subjetividades: “Toda relación social se estructura simbólicamente y todo orden simbólico se estructura, a su vez, discursivamente. La comunicación masiva se constituye en constructor de las subjetividades que el poder hegemónico requiere para perpetuarse” (Moya, 2007: 4). Por esto, debe ser un propósito de la comunicación y de los mismos medios asumir esta responsabilidad, generar diversas maneras de valorar y representar la realidad para así deconstruir los estereotipos, visiones e ideas sesgadas en un sentido u otro que tradicionalmente nos han marcado.

A partir de una mirada crítica, Moya reflexiona en sus obras sobre el papel canonizador del periodismo y la publicidad, que llegan al público con verdades sobre lo que son y deben ser las personas, sobre lo que se debe o no leer o escuchar y con una mirada particular de la realidad que no se pone al servicio de la pluralidad o multiplicidad de enfoques, en la que se invisibiliza más de lo que se visibiliza y en la que los cuerpos de hombres y mujeres son manipulados en aras de vender ideales inalcanzables y prejuiciosos.

Pero esta forma de hacer periodismo y publicidad encuentra su asidero en los medios de comunicación, en la industria mediática que, como tal, responde a las lógicas del mercado, de lo que se vende, de lo que se consume, de lo que se pauta, de las necesidades comunicativas de quienes ostentan el poder. Dice al respecto Moya:

[...] por mi parte asumo que los medios se constituyen en una práctica cultural y un espacio de producción y negocia-



■ *Boda de Isabel Moya con su esposo Juan Carlos García*
Archivo familiar

ción de sentido condicionados, y a su vez condicionantes, de procesos y contextos socioculturales y políticos en diferentes momentos históricos concretos y del devenir cotidiano. Los medios establecen, a través de sus discursos, un eje de matices culturales donde se explicita y reproduce el poder hegemónico. (Moya, 2015: 16)

Por esto, es importante asumir una perspectiva crítica que vaya más allá de lo evidente, que pueda escudriñar la realidad allende de lo que ha sido plasmado en los medios, que pueda ver entre los paradigmas propuestos y las paradojas de lo que nos muestran, aquello capaz de construir una realidad distinta y de generar relaciones más igualitarias. Esto significa que hay que estar alerta frente a los discursos sexistas en los que de forma directa o sutil se invisibiliza, subordina, naturaliza, victimiza, cosifica, especula y se usa lenguaje discriminatorio sobre hombres y mujeres.

Al leer la prolífica producción intelectual de Isabel Moya, no es difícil afirmar que ella, quien padeció una extraña enfermedad degenerativa en los huesos, por la que no lograba asimilar el calcio y que la obligó a usar aparatos para moverse desde niña, estaba completamente comprometida con su lugar, con su país, con su tiempo, con la sociedad y con la educación. Como dije antes, el papel de los medios y en éstos el de la pu-



■ Isabel Moya en distintos escenarios académicos y de incidencia política, 2013, 2017 y 2018 | Tomadas de: Diario Gramma y Cubaperiodistas

blicidad y el periodismo, así como la responsabilidad de formar a los comunicadores y publicistas con esta perspectiva de equidad, fueron los temas abordados por Isabel en su producción intelectual y en su activa participación pública en La Habana.

Por una publicidad que nos represente de maneras diversas

Es tal vez en la publicidad donde los estereotipos son más globalizados, puesto que tiene un mayor alcance. No nos parecen lejanos o desconocidos los anuncios de grandes marcas asociadas a la industria de la moda y la belleza como Dior, Givenchy, Diesel, Clinique, Max Factor o Ralph Lauren, por ejemplo; estos circulan en muchos países, actuando como agentes perpetuadores y normalizadores de una serie de estereotipos de raza, clase y género que se convierten en globales, permean la producción publicitaria local y, de manera clara, son fuente de violencia simbólica. Dice Moya al respecto:

En cuanto a la publicidad la utilización de estereotipos tradicionales de lo femenino y lo masculino es lo más común. En el caso de las mujeres estos productos comunicativos asumen posturas que van desde las abiertamente peyorativas que las reducen a objeto sexual hasta las representaciones edulcoradas de los anuncios de electrodomésticos o detergentes que las encadenan al cuidado de la familia como destino divino. (Moya, 2015: 34)

La sensibilidad de Isabel al respecto era evidente, cuando se hablaba con ella, siempre tenía los ejemplos precisos sobre cómo los cuerpos eran burdamente usados con fines publicitarios. Claro ejemplo de esto es su texto *El sexo de los ángeles* (2010 b), un libro

provocador en el que presenta y reflexiona en torno a ejemplos de anuncios publicitarios que usan el cuerpo y la posición social de mujeres, hombres y población LGBTI como herramienta de discriminación.

El cuerpo femenino ha sido convertido en el espacio, en el símbolo, desde el cual se discrimina. Cuerpos fragmentados, sexualizados, normalizados en cuanto a talla y color, objetos de violencia desmesurada, están a la orden del día en los anuncios. Algo similar sucede con la hipersexualización de los hombres, quienes son obligados por una cultura falocéntrica a responder a los estándares de masculinidad y virilidad construida en gimnasios y estandarizada en los modelos de las grandes marcas en las que se mantienen los roles y las posiciones de poder tradicionales asociadas a la fuerza física, la ostentación y la escisión de la figura masculina del entorno familiar.

La publicidad se erige, entonces, como un mecanismo del consumismo desmesurado, sin distinciones de factores psicológicos, éticos, culturales, sociales, familiares, de clase, raza u orientación sexual. Legitima el poder patriarcal y, como lo diría Moya: “En el tercer milenio los fantasmas de la dominación androcéntrica esgrimen el cuerpo como pretexto. Tras los nuevos despliegues tecnológicos sobreviven los viejos contenidos (67)”.

Periodismo incluyente: una imperiosa necesidad

Moya creía férreamente en el periodismo como una poderosa herramienta de transformación social, en el periodismo que puede problematizar la realidad, que lleva a la reflexión y que tiene la capacidad de



■ Con su esposo y parte del equipo que participó en el proyecto Feges, La Habana, 2013 | Archivo proyecto Feges

trasfigurar el machismo, el sexismo, la homofobia, el racismo, es decir, que tiene la capacidad de crear una contracultura (Moya, 2010a).

Tal vez la persistencia y el inconformismo que la caracterizaban surgieron desde su niñez. Ella era fruto de un país revolucionario en el que la educación para todos es importante y en el que desde niña pudo marchar por causas consideradas justas, como lo recordaba en una de sus últimas entrevistas (Cubadebate, 2018), en la que también recordaba que su gusto por la lectura, la escritura, la investigación y la intención de servir fueron los detonantes para inclinarse hacia el periodismo en la Universidad de La Habana, institución de la que egresó como profesional, Magíster, Doctora en Ciencias de la Comunicación, y a la que se vinculó como docente e investigadora; allí también fue gestora de la Maestría en Género de la Cátedra de la Mujer.

Por ello, el ejercicio periodístico desde la producción de contenidos, la formación de los periodistas, las dinámicas laborales, la creación y sostenimiento de los medios de comunicación fueron temas que abordó desde diversas miradas y enfoques, pero con una única premisa: hay que generar un periodismo incluyente, para ello, en su obra *Sin contraseña: género y trasgresión*

mediática, luego de reflexionar sobre la construcción de los medios y mostrar a partir de ejercicios sistemáticos de análisis cómo en el periodismo tradicional revictimiza, invisibiliza, subordina y cosifica a las mujeres, dedica un apartado específico al “hacer”.

Para la autora se requiere descubrir un periodismo diferente en el que no se promueva la discriminación por razón alguna, ése es un periodismo con perspectiva de género. Pero para desarrollar un periodismo de este tipo, Moya (2010a) recomendaba partir desde la selección y recolección de información, punto en el que se puede cambiar la agenda de los medios para visibilizar y dar voz a aquellos que no la tienen; buscar nuevas fuentes de información sobre sexismo, machismo, discriminación y violencia, incorporar una visión de las relaciones justas entre hombres y mujeres; problematizar los estereotipos y deconstruir mitos para incidir en la opinión pública.

Generar un ejercicio periodístico de este tipo,

[...] es un proceso que debe ser asumido conscientemente y que pretende no solo realizar una auditoría de las culturas profesionales, sino que plantea problematizar críticamente, desde la perspectiva de género los mecanismos realmente existentes para generar posibles acciones con-

cretas, a partir de asumir las tipicidades de los contextos comunicacionales, sociales y políticos de cada contexto específico. (Moya, 2015: 83)

La clave siempre estará en la educación

La formación de las nuevas generaciones de periodistas y la capacitación de aquellos que transitan en el ejercicio de esta profesión, pero permanecen inquietos, buscando un cambio de perspectiva, fue tal vez uno de los más ingentes esfuerzos de Isabel Moya, quien estuvo vinculada a la academia a lo largo de toda su vida. Además de su destacable labor en la Universidad de La Habana, fue presidenta de la Cátedra de Género y Comunicación “Mirtha Aguirre” del Instituto Internacional de Periodismo José Martí. Allí, los cursos, talleres, diplomados y posgrados que organizaba buscaban sensibilizar, desde una perspectiva crítica, cómo los medios son

[...] reproductores del pensamiento dominante en cada realidad específica, constructores del universo simbólico... [influenciadores] en la conformación de lo femenino y lo masculino y, a su vez, en el condicionamiento que estas visiones ejercen en la construcción, emisión, resignificación, apropiación y rechazo de los mensajes. (Moya, 2010a: 25)

Desde estos cursos, hacía el llamado vehemente a mirar y hacer comunicación con perspectivas diferentes. Pero el camino para llegar a las recomendaciones se hacía siempre desde diversos enfoques y análisis críticos de temas que realmente tocaban a su audiencia estudiantil (violencias, derechos sexuales, lenguaje no sexista, masculinidades, discriminaciones desde los instrumentos culturales, etcétera). Todos tenían algo que aportar a sus clases, para ella no había malas preguntas ni comentarios desacertados, la alegría que la caracterizaba permitía y potenciaba los espacios de formación que inspiraban y motivaban a sus estudiantes. Sus charlas y conferencias fueron escuchadas por personas diversas que, gracias a la sencillez, claridad y entusiasmo que Isabel imprimía en éstas, realmente lograban despertar la inquietud y el compromiso para cuidar las palabras y los detalles simbólicos, y así promover una nueva cultura, una contracultura provista de visiones menos prejuiciosas y estereotipadas.

Fue en ese curso de posgrado del Instituto José Martí, en el que cerca de 60 docentes y funcionarios colombianos vinculados a los campos de la comunicación, la publicidad y los estudios de género, pertenecientes a las universidades que formaban parte del Proyecto Fortalecimiento de la Equidad de Género en la Educación Superior (Feges), conocieron en Cuba a Isabel Moya y fueron sensibilizados frente a la responsabilidad de comunicar con equidad, con la clara convicción de que desde la academia y las dependencias de comunicación de las universidades se pueden transformar los hábitos, las costumbres, los imaginarios y las formas de concebir el mundo de quienes serán los futuros profesionales del país.

En las conversaciones con la profesora Moya había siempre un espacio para hablar sobre su vida y sobre lo que la había llevado a dedicar sus esfuerzos y luchas a promover una sociedad más igualitaria. Ella rememoraba que en 1984, luego de estudiar en la Universidad de La Habana, tuvo que hacer su servicio social en la *Revista Mujeres*, lo que consideró en principio algo que superaría rápidamente, pues no le daba mayor importancia a este medio. No obstante, durante toda su vida profesional, como periodista y directora, Isabel estuvo vinculada con esta publicación, creada por la Federación de Mujeres Cubanas y que ofrece información y temas de actualidad para las mujeres, pero hecha y pensada, también, por mujeres, con un enfoque de igualdad, alejada de la visión androcéntrica y patriarcal que omite e, incluso, distorsiona realidades.

En *Mujeres* Isabel pudo trabajar junto a Vilma Espín, una de las líderes más importantes del movimiento revolucionario, quien luchó incansablemente por los derechos de la mujer, y fue el espacio en el que llegó a las entrañas de la situación de las mujeres cubanas, donde despertó su inquebrantable convicción en la posibilidad de cambio. Allí también conoció a Juan Carlos García, un artista plástico que se desempeñaba como diseñador de la *Revista*. Con él estuvo casada por más de treinta años y, contra todo pronóstico (debido a su enfermedad), tuvo una hija: Gabriela. Juan Carlos fue el compañero de vida que escogió Isabel, un feminista que la asistía en todos sus trayectos, en todos sus viajes por América y Europa, en cuyos países Isabel dictaba cursos y talleres sobre comunicación con perspectiva de género.



■ Isabel Moya, 2017

Su vida y obra fueron ampliamente reconocidas, de hecho, entre los premios que recibió por su labor se destacan el Premio a la Dignidad, otorgado en el 2016 por la Unión de Periodistas de Cuba; en el 2017 recibió el máximo galardón otorgado en Cuba a los periodistas: el Premio Nacional de Periodismo José Martí. Fue autora de tres libros: *Sin contraseña: género y trasgresión mediática* (2010a); *El sexo de los ángeles: una mirada de género a los medios de comunicación* (2010b), y *Del azogue y los espejos: ensayos de comunicación y género* (2007). Y de múltiples artículos.

Pero, mirando hacia los horizontes que Isabel Moya logró vislumbrar, a través de su arduo y comprometido trabajo, cabría preguntarnos: ¿qué queda en la agenda de la lucha por la igualdad de derechos en Cuba? ¿Cuáles son los pasos a seguir? En la entrevista a la que he hecho referencia Isabel habla sobre este tema:

¿Los desafíos de las mujeres en Cuba? El primero es que se piense que ya lo han logrado todo. [...] Porque hemos logrado abrirnos prados en profesiones antes no consideradas femeninas, ahora estamos en el momento más complejo, el de enfrentar la subjetividad, la cultura, los juicios de valor y las costumbres; mucho más difíciles de cambiar, al tratarse de cánones asentados en los imaginarios colectivos, en las representaciones sociales. (Cubadebate, 2018)

En definitiva, su mirada era no sólo aguda, sensible y persistente, sino también prospectiva, pues logró avizorar que ese es ahora el trabajo más complejo: deconstruir los imaginarios, resignificar la cultura, desafiando sus propios cimientos, para crear sociedades más justas, equitativas y comprometidas con el respeto a la diversidad. Urge entonces empezar a oír, ver y leer los medios con una perspectiva esencialmente crítica para transformar la manera de hacerlos y, sobre todo, de consumirlos, así como creer decididamente en la posibilidad de crear lenguajes, arte, literatura, periodismo y ciencia, a partir de un nuevo sistema simbólico que promueva las relaciones iguales. Hay que ponerse la meta lejana, o como nos diría Isabel citando a Anaïs Nin: “Pon tus sueños en el horizonte, entonces empieza a andar. Al horizonte no se llega nunca, por supuesto, pero lo importante es andar”.

Referencias bibliográficas

1. CUBADEBATE, 2018, “Isabel Moya conversa con Cuba Periodistas”, video, tomado de: <<https://www.youtube.com/watch?v=AX8OlyqHaeM>>.
2. MOYA, Isabel, 2007. *Del azogue y los espejos: ensayos de comunicación y género*, México, Instituto Michoacano de la Mujer.
3. _____, 2010a, *Sin contraseña: género y trasgresión mediática*, Madrid, Amecopress.
4. _____, 2010b, *El sexo de los ángeles: una mirada de género a los medios de comunicación*, La Habana, Acuario.
5. _____, 2015, *Reinventar el periodismo: hacia una contracultura feminista en los medios de comunicación*, La Habana, De la Mujer.