

Maldito estereotipo. Guía para sobrevivir en un mundo de imágenes

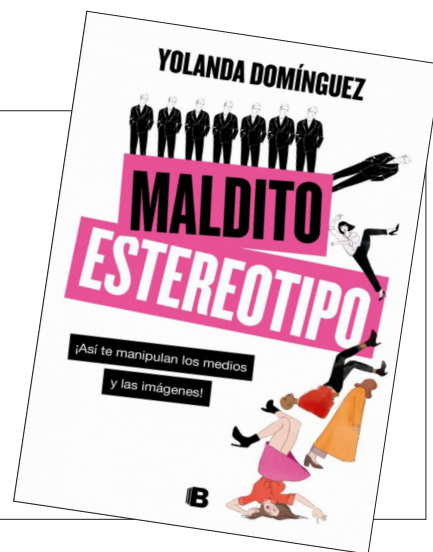


M. Luisa L. Municio

Gestora Cultural y antropóloga.
Especialista en Educación
Emancipadora. Fundación Jesús
Pereda de CCOO Castilla y León



@mluisalmunicio
@fjpcyl



Reseña del libro: Yolanda Domínguez (2021). *Maldito estereotipo. ¡Así te manipulan los medios y las imágenes!* Penguin Random House Grupo Editorial

Si tuviéramos que describir en una frase este ensayo, diríamos que nos proporciona herramientas para poder manejarnos en el actual entorno cultural en el que se prima por encima de todo la imagen. Pero afortunadamente tenemos más espacio, porque este ensayo es mucho más. Nos da claves y propuestas, desde una perspectiva feminista, para entender el lenguaje de las imá-

genes. Nos propone un acercamiento histórico y ético a su uso, valorando los cambios positivos que se han producido y posibilidades para que continúen. Nos habla de estereotipos y de emociones, tanto en publicidad, como en los medios de comunicación en general. Y lo hace de forma clara y sencilla.

Su autora, Yolanda Domínguez, es una artista visual que lleva años tra-

bajando la relación entre la comunicación y el género. Su acercamiento, teórico y activista, le ha llevado a promover campañas, trabajos de participación colectiva o audiovisuales, en los que busca precisamente cambiar la mirada sobre lo que vemos, analizando y desenmascarando el machismo presente en nuestra cultura y que demasiadas veces hemos normalizado. Lleva años impartiendo conferencias y talleres en diversas universidades e instituciones, y la tenemos muy presente por campañas como “Poses”, “Fashion Victims” o “Rompe el estereotipo”, donde nos encontrábamos con que sólo cambiando la perspectiva, quedaba patente el código de la imagen, u otras como “Estamos aquí”, donde se ponía el acento en visibilizar a las mujeres artistas.

“Este libro nos da claves y propuestas, desde una perspectiva feminista, para entender el lenguaje de las imágenes. Nos propone un acercamiento histórico y ético a su uso, valorando los cambios positivos que se han producido y posibilidades para que continúen. Nos habla de estereotipos y de emociones, tanto en publicidad, como en los medios de comunicación en general”



“Nos habla de cómo se generan los estereotipos, del efecto del entretenimiento visual, de cuál es el proceso de lectura de una imagen, de la violencia simbólica que deshumaniza a las mujeres o de cómo se reflejan los factores económicos, sociales, sexuales, etc. en personajes y roles y la identificación inconsciente que hacemos”

El libro nos va conduciendo mediante datos científicos y estadísticos, esquemas visuales o símiles cotidianos que hacen mucho más comprensible la lectura, a través del mundo de la imagen. Así, parte del análisis de cómo nos influyen los relatos visuales a nivel emocional o cómo permanecen sus huellas en el cerebro, o de la mirada hegemónica que se instaura en el Renacimiento poniendo al hombre en el centro del universo. Nos habla de cómo se generan los estereotipos, del efecto del entretenimiento visual, de cuál es el proceso de lectura de una imagen, de la violencia simbólica que deshumaniza a las mujeres o de cómo se reflejan los factores económicos, sociales, sexuales, etc. en personajes y roles y la identificación inconsciente que hacemos, entre otras muchas cuestiones en torno al significado de las imágenes y su efecto sobre cada persona.

Y a partir de ahí surgen propuestas para entender, controlar y adecuar el impacto que nos producen las imágenes o nuestra relación con las redes sociales. Además, propone un

diálogo entre libertad de expresión y responsabilidad en el ámbito publicitario, medios de comunicación, redes sociales e incluso “influencers”, para que revisen sus mensajes y prácticas, evitando el sensacionalismo y fomentando la responsabilidad y, sobre todo, promoviendo la diversidad de perspectivas y de contenidos. Así, se puede generar un mayor equilibrio comunicativo que permita reducir el sexismo y que refleje los cambios que se han venido produciendo en los últimos años en las demandas y respuestas de los públicos.

Una obra imprescindible, rigurosa y muy amena, para educarnos en la relación con las imágenes, tomar conciencia de cómo nos impactan, de qué valores transmiten o de cómo podemos cuidarnos o reivindicar modelos diferentes para mejorar la sociedad en la que vivimos. Nos conecta, desde otra perspectiva, a algunas cuestiones que nos planteaba Susan Sontag en 2003 con su análisis de imágenes de guerra, haciendo palpable las vueltas que ha dado en pocos años el lenguaje audiovisual, y por ello la necesidad de reflexionar

sobre él. Y es que una imagen vale más que mil palabras, pero hay que saber qué palabras representa, qué palabras esconde y cómo nos influye el mensaje.

