



Los valores que construyen las nuevas feminidades en LATAM según another

Ciudad de México a 10 de marzo de 2022.- En el contexto de la desigualdad de género en la región de América Latina, las mujeres continúan siendo víctimas de situaciones desfavorables importantes, tales como la opresión social, cultural, política y económica, y la falta de visibilización sobre dichos problemas, ya que históricamente han vivido dentro de una estructura que obstaculiza derechos humanos, perpetúa estereotipos y decisiones basadas en el género.

En respuesta a lo anterior, el género femenino en Latinoamérica -y el resto del mundo-, se ha puesto en una constante lucha contra la desigualdad existente en todos los ámbitos que permean la sociedad (familia, trabajo, imagen en medios populares, espacios culturales, etc.) por medio del movimiento feminista y sus diversas tendencias (20, de acuerdo con la Universidad Complutense de Madrid) a fin de remodelar y derrumbar pensamientos y actitudes que fomentan la desigualdad e inequidad de género.

Según una investigación realizada por el equipo de Estrategia de la agencia regional de comunicación estratégica, [another](#) para su webinar ["Nuevas Feminidades"](#), América Latina es, desafortunadamente, un foco rojo en la violencia de género. Dentro de algunas de las aristas que abarcan esta situación para las mujeres de la región, podemos mencionar las siguientes:

- **Aspectos económicos y laborales.**
- **Aspectos sexuales y de elección reproductiva.**

Estos puntos quedan demostrados en las cifras. Si hablamos de los primeros, el informe ["The Global Gender Gap Report 2021"](#) publicado por el Foro Económico Mundial, muestra que los países de LATAM con mayor diferencia son: México (34), Argentina (35) y Colombia (59), y Chile (70), de un total de 156 países.

Si hablamos de la segunda arista, el Guttmacher Institute menciona que **los abortos clandestinos en mujeres han llegado a contabilizar entre 5 mil y 10 mil muertes por año**, convirtiéndose en un problema de salud pública. De igual manera, 9 de cada 10 mujeres Latinoamericanas han sufrido acoso y hostigamiento sexual, ya sea en la calle o por medios digitales, según Amnistía Internacional.

Espacios de nueva visibilidad de género

Desde hace años, muchas mujeres han creado comunidades para hacer visible su lucha, sus formas de expresión y emanciparlas de la inferioridad respecto al sistema heteropatriarcal que impera en la región.

"Hoy, las redes de apoyo dentro de la lucha feminista han constituido un lugar de diálogo y acompañamiento para las mujeres que buscan ayuda en sus diversas luchas, convirtiendo dolencias individuales en colectivas. Una de las vías más poderosas que las mujeres han encontrado está en el mundo digital," comenta Mariana Carreón, Strategic Planning Director en **another**.

another

El ciberactivismo en LATAM es una construcción que va desde *podcasts* hasta productos visuales, donde las mujeres han encontrado espacios seguros en los cuales han generado estrategias para aportar conocimiento, herramientas e incluso, apoyo profesional en la salud psicológica e integral de la mujer para transformar, renombrar e identificar realidades violentas.

“Las comunidades online tienen un rol como activistas educacionales, donde las influencers y diversas marcas apoyan el movimiento feminista desde sus trincheras, ayudando a romper estereotipos como el del “cuerpo perfecto”, el “comportamiento adecuado”, y su supuesto rol en la sociedad actual”, afirma Carreón.

¿Cómo han influido las marcas en esta nueva visibilidad femenina?

La imagen que muchos medios de comunicación y campañas publicitarias han reflejado sobre las mujeres fomenta modelos de desigualdad y violencia de género con términos arraigados a lo masculino y lo femenino, debilitando la imagen del género femenino.

El replanteamiento de los discursos machistas en la publicidad se dieron a partir del contexto violento que se desarrolló en México durante el último lustro. Cuando las estadísticas mostraban que en 2016, dos terceras partes de las mujeres de 15 años y más reconocieron haber experimentado por lo menos un incidente de violencia a lo largo de su vida.

Y a pesar que muchas marcas han realizado esfuerzos para apoyar y aportar al movimiento, en ocasiones el discurso, el uso de lenguaje y la significación han tomado rumbos contrarios al deseado. Frente a la disrupción feminista, la búsqueda de igualdad y valor para las marcas es una responsabilidad que debe permanecer en sus discursos.

Por ello, **another**, comparte los siguientes tips, derivados de su webinar, para lograr campañas genuinas sin que se fuerce o se malinterprete el impacto y el mensaje verdadero de un movimiento como el feminista.

- Evita aprovechar coyunturas culturales para generar mensajes de marca sin tener la comprensión total de un fenómeno cultural, haciendo ver que el compromiso por la causa es meramente sensacionalista.
- Genera acciones de comunicación de manera consistente, compartiendo valores y apoyando a las causas de manera activa es un símbolo valioso que impulsa la generación de cambios dentro de los discursos de marca.
- Las acciones relevantes para el 8M deben tomar un rumbo de visibilización y acompañamiento, convirtiéndose en estrategias tangibles, cómo pueden ser las plataformas de apoyo, dejando de lado los mensajes puntuales sin estructura que los respalde.

“La investigación de este webinar tiene como objetivo mapear las nuevas ideas y concepciones de lo que significa ser mujer, incluyendo temas de diversas tendencias y entendiendo el trasfondo contextual de los movimientos feministas, con el fin de resignificar, dar forma y entender las nuevas creencias que las marcas deben tomar en cuenta al momento de plantear estrategias.” concluye Mariana.