

Estereotipos raciales en la comunicación gráfica

¿Comunicación gráfica con equidad?

Jorge Baquero Gualtero
Blanca Nive Flórez Calderón

Universidad Autónoma de Occidente, Diseño de la Comunicación Gráfica
Cali, Colombia, jbaquero@uao.edu.co, bflorez@uao.edu.co

Tema en el que está inscrito: Diseño + Sociología

Resumen: El legado cultural de las comunidades indígenas y afrocolombianas es imprescindible para conocer la historia e idiosincrasia de Colombia. De los indígenas se ha aprendido, por ejemplo, otras formas sanas de aprovechamiento de los recursos naturales. Por otra parte, la influencia cultural de los afrocolombianos es bastante determinante en esta región en los campos de la música, la gastronomía y la danza. Así, como han hecho importantes aportes individuales en áreas como el deporte y la educación. Además, los afrocolombianos son una cuarta parte de la población colombiana, lo que ubica a Colombia como uno de los países de América con mayor número de población negra, después de EE.UU. y Brasil. A pesar de lo anterior, la importancia del manejo visual de las culturas de las etnias ha sido desconocida tanto en los medios de comunicación como en campañas comerciales y sociales. La representación racial que se emite por parte de los medios de comunicación tiende a ser estereotipada, lo cual crea confusión para hablar de una “comunicación cultural auténtica”.

¿Cómo interfieren esos estereotipos en la comunicación cotidiana?

Por ejemplo, la morfología del afrocolombiano generalmente se representa a partir de una silueta negra, con ojos de amplias corneas blancas, con un pequeño iris negro saltarín, dientes grandes, exagerando el tamaño de los labios luciendo un rojo intenso, cabello corto y ensortijado, sin considerar que los peinados cambian la apariencia según la elección que de ellos se haga. El pañuelo rojo anudado por encima de la cabeza, el sombrero barato destinado a proteger del sol en los trabajos del campo, los pies descalzos o con botas de plástico, sandalias o zapatos muy económicos; camisas esqueleto y coloridas, en materiales livianos, desabrochadas y remangadas; vestidos amplios y fruncidos a la cintura, de manga sisa o cortas y abombadas, desconociendo las raíces étnicas de los pueblos africanos, de los cuales provienen.

En la caricatura, la exageración se evidencia cuando se grafica al afrocolombiano centrándose por lo general en la acentuación de los labios y la nariz; siempre de una manera como si todos los negros tuvieran igual marcados estos rasgos. Un ejemplo de esto se vio en el programa “Los reencauchados”, donde el personaje de Edgar Perea era el muñeco más exagerado en sus facciones en relación con los demás personajes. Otro ejemplo, es la tira cómica mexicana de “Memín Pinguin” en donde el negro Memín era el único dibujo excesivamente caricaturizado, mientras que los demás personajes (blancos y mestizos) mantenían una fisonomía normal.



Fig. 1 Memín Pinguín



Fig.2 diferenciación gráfica de memím pinguín y otro personaje.

Por otro lado, el contexto que representa la vida social de los afro descendientes está relacionado por lo general con los oficios más humildes y rudos como aseadores ; Otra visión, los relaciona con roles negativos como delincuentes, vagos, personas del “bajo mundo”.

Así mismo, en Colombia existe una gran variedad de comunidades indígenas, bastante diferenciadas entre sí, con tradiciones ancestrales y con mucha sabiduría en diversos campos sociales y culturales, como la medicina, las artes, las ciencias, etc. Sin embargo, hay pocas

representaciones visuales que identifiquen y valoren sus diferencias culturales. Incluso, aunque cada comunidad emplea un vestuario diferente, hay una tendencia a relacionarlos siempre con un taparrabo de flecos de ramas o plumas y haciendo un sonido repetitivo vocalizando la “o” y llevándose una mano a la boca repetitivamente, haciendo golpecitos.

Cuando los diseñadores y artistas visuales reproducen estos estereotipos están desconociendo la diversidad cultural colombiana y están fomentando inconscientemente la discriminación. En el imaginario colectivo existe la tendencia a ridiculizar diferentes rasgos raciales a través del chiste, del dibujo y de las expresiones verbales. Esta estigmatización hierde los sentimientos y crea antipatías mutuas. Por lo tanto, esta mesa de discusión pretende evidenciar dicha problemática, mostrando piezas gráficas que refuerzan estereotipos raciales, a la vez que se hace un paralelo con la legislación nacional e internacional donde se reconocen los derechos a la igualdad y a la diversidad cultural.

Resultados esperados:

En el marco legal, esta reflexión busca brindar herramientas de comunicación visual que faciliten el cumplimiento de los artículos de la Constitución Política de Colombia y de los Derechos Humanos, los cuales el Estado colombiano tiene la obligación de garantizar a las minorías étnicas el acceso a los medios, el tratamiento de la información, la participación efectiva y democrática en los medios de comunicación.

En cuanto a las empresas publicitarias podría abrirse una nueva perspectiva que involucra el mercado popular, posicionando productos y servicios con responsabilidad social.

Para el comercio de los estratos 1, 2 y 3, donde están ubicadas la mayoría de las comunidades indígenas y afrolombianas, ellas representan un mercado potencial de consumidores de productos masivos y populares donde algunas PYMES tienen presencia con volúmenes importantes de ventas.

La discusión espera en este punto, crear pautas con sentido social para el desarrollo de campañas publicitarias masivas, dirigidas particularmente a las comunidades negras e indígenas para posicionar muchos productos que satisfagan necesidades de esta población .

Principalmente se pretende abrir nuevos campos para el diálogo, el reconocimiento y afianzamiento de nuestras raíces y valores, teniendo en cuenta el legado cultural de las comunidades indígenas y afrocolombianas como factores imprescindibles para la construcción de una comunicación visual equitativa como un aporte para la convivencia pacífica y armoniosa, resultado de conocer y valorar nuestra identidad cultural.

Palabras claves: estereotipos, racial, equidad, legislación e identidad

1. Introducción

La población negra e indígena de Colombia no es una minoría como comúnmente se solía pensar. Estas comunidades abarcan una franja relevante de la cantidad de población colombiana y ejercen una importante influencia en las dinámicas culturales de Colombia por la diversidad cultural que representan. De ahí que sea necesario promover una amplia representación de estas comunidades en pro de sus potencialidades; partiendo en primera instancia de una observación de los posibles estereotipos raciales que en nuestra actualidad limitan el imaginario que se tiene de estas culturas.

Los indígenas son el 5% de la población en Cali, mientras que los afrocolombianos llegan al 60% (1'064.648). En el Valle del Cauca son 7.490 indígenas y 1' 720.257 afrocolombianos (año 2000). Esto representa entre las dos etnias el 65% aproximado de la población caleña. Cifra poblacional que han desconocido los medios y la publicidad porque siempre han estado enfocados en los estratos altos (visibles), los cuales están representados en su mayoría por personas de raza predominantemente blanca. “El Atlas de Economía Colombiana, del Banco de la República, en el año de 1963 registró un 6% de población negra y un 24 % de mulatos con respecto al total de la población nacional, lo que da un 30% de personas que se pueden ubicar dentro de esta categoría étnica. Actualmente otros estimativos mantienen esos mismos porcentajes: de una población total estimada en 37 millones de habitantes para el año 2000, se calcula que el 29% es afrocolombiano es decir 10 millones 730.000 habitantes, o sea una cuarta parte de la población colombiana, lo que ubica a Colombia como uno de los países de América con mayor número de población negra, después de EE.UU. y Brasil.”¹

“Los departamentos con mayor número de población afrocolombiana son: Valle (1'720.257); Antioquia (1'212.985) y Bolívar (1'208.181). En Chocó el 85% de su población total también es afro, pero las ciudades con mayor presencia son: Cali (1'064.648 personas, en el Distrito Aguablanca el 80% de la población es afro)”^{idem}

2. Método

Para analizar este fenómeno, se recogen datos gráficos de revistas, periódicos, etiquetas de productos, etc., en los cuales posiblemente se reflejan estereotipos raciales. Este análisis se centra en los esquemas de representación de las diferentes comunidades colombianas desde la retórica de la imagen, encontrando los mensajes que reproducen esquemas discriminatorios y que son reflejados en el diseño gráfico. Igualmente, este trabajo se centra en la parte semiótica de la imagen para mostrar los problemas de comunicación que el fenómeno de la estereotipación genera entre las diferentes comunidades.

2.1 Tema

¿Cómo inciden los estereotipos raciales - gráficos en la comunicación intercultural?

La representación racial que emiten los medios de comunicación tiende a ser estereotipada y estos estereotipos raciales generan barreras en la comunicación. Ya que los estereotipos muestran un imaginario limitado de la

1, ^{idem} http://www.etniasdecolombia.org/grupos_afro_población.htm

cultura y de los individuos que la conforman. Estos paradigmas de representación entorpecen la capacidad de observación y comprensión del entorno y restringe las posibilidades de comunicación con personas de diferentes culturas, ya que se perpetúa la ignorancia sobre otros grupos sociales diferentes al propio y se desconoce una riqueza multicultural.

Por ello, no se debe desconocer la importancia del manejo gráfico de la representación de estas etnias en los diferentes medios de comunicación y en la publicidad de campañas comerciales y sociales. Los estereotipos del negro y del indio se remontan al imaginario de la colonia desde la visión del hombre europeo, quien vio a estas personas con extrañeza y los representó gráficamente resaltando las características que, por comparación con la cultura europea, le impactaron más sin ahondar en detalles y diferencias entre distintas comunidades de estas etnias. Al hombre negro se le representó haciendo énfasis en su rostro: ojos grandes, nariz ancha, cabello crespo y en su color de piel oscura. Al indio se le representó sobre todo a partir de su cuerpo, con lo cual se asoció con la naturaleza y con la idea que se trataba de personas pertenecientes al origen, a un pasado. Así que por ejemplo, hasta avanzado el siglo XX se representaba al indio en los textos escolares en su desnudez y con una pluma en la cabeza, desconociendo la diversidad de atuendos usados en diferentes comunidades, así como pintura en el rostro y cuerpo, tocados y joyas. También en estos textos escolares se puede apreciar la idea de asociar al indígena con una supervivencia en el pasado, haciendo parte de la historia precolombina de Colombia, pero con cierta ausencia en el presente. Incluso, aún se tiende a representar los asentamientos indígenas como lugares estáticos dentro del mapa colombiano, como si ellos permanecieran en un espacio – tiempo fijo.

Igualmente, en los textos escolares la imagen de las comunidades negras se limitó hasta entrado el siglo XX a representar su pasado de esclavitud, su vida en los palenques y su situación de sumisión. Aún se estereotipan las negritudes en diferentes medios de comunicación (prensa, revistas, televisión) cuando se presenta la tendencia a representarlos sólo en roles de bajo nivel de educación y en un estado aún de sumisión como: aseadores, choferes, etc.

En una ciudad mestiza como Santiago de Cali, es pertinente abordar el tema de los estereotipos raciales en la comunicación gráfica para entender qué dinámicas de representación pueden ser perjudiciales para nuestra cultura, y así generar nuevas propuestas de representación visual (ilustración, caricatura, fotografía, creación de personajes televisivos, etc.) que promuevan positivamente nuestra diversidad cultural, mostrando la importante influencia de las negritudes y de los indígenas en la cultura caleña (Cali es la segunda ciudad latinoamericana con mayor densidad de población negra después de Bahía –Brasil) y la población colombiana es mayoritariamente mestiza: mezcla de españoles y sus descendientes con indígenas y afrodescendientes. La cuarta parte de la población colombiana es afrodescendiente y existen 84 pueblos indígenas. “...los grupos étnicos representan un poco más del 26% de la población total del país. Esta diversidad étnica contribuye a darle a Colombia una extraordinaria riqueza en manifestaciones folclóricas, culturales y sociales, diversidad étnica y cultural reconocida y protegida por los artículos 7 y 8 de la Constitución Política.”²

² <http://www.etniasdecolombia.org/colombia.htm>

Objetivos de la mesa de discusión:

1. Propiciar un espacio de reflexión sobre los estereotipos raciales presentes en la comunicación gráfica.
2. Valorar la incidencia de los estereotipos raciales - gráficos en la comunicación intercultural.
3. Propiciar un diálogo en el que se resalte nuestra identidad manifestando la diversidad cultural.
4. Facilitar una mejor comprensión de esta problemática y hacerla visible para favorecer nuevas propuestas de representación cultural colombiana.

2.2 Materiales

Presentación en Powerpoint de los aspectos principales de la mesa de discusión y muestra de imágenes en las cuales se puede apreciar posibles estereotipos del afrocolombiano y del indígena, publicadas en diferentes medios impresos.

3. Resultados.

Para la **comunidad académica** es importante reflejar por medio de su colectivo, una comunicación libre de estereotipos y que pueda ser ejemplo ante la sociedad colombiana de una armoniosa comunicación intercultural. Involucrando los sectores institucional, comunitario y comercial a partir de diplomados, cursos, intervenciones, asesorías y convenios para culturizar a la ciudadanía.

Para las **entidades oficiales** el proyecto tiene relevancia por cuanto marca parámetros que se pueden aplicar en pro de una mejor convivencia incidiendo esto en una mejor productividad a todo escala.

En el marco legal y político, este proyecto busca brindar herramientas de comunicación visual que faciliten el cumplimiento de los artículos de la Constitución Política de Colombia y la aplicación de los Derechos Humanos que el Estado colombiano tiene la obligación de garantizar a las minorías étnicas en relación al acceso a los medios, al tratamiento de la información, a la participación efectiva y democrática en los medios de comunicación.

Para las **empresas publicitarias** se abre una nueva perspectiva que involucra el mercado popular, posicionando productos y servicios con responsabilidad social.

En el sector económico, los indígenas mueven un renglón importante de la economía de la ciudad: artesanías, tejidos y medicina tradicional que ofrece el sustento desde que llegaron a la ciudad; las negritudes son la mano de obra que mueve el sector productivo, especialmente en la construcción de las grandes obras de infraestructura, como el MIO y el gas domiciliario. Comercialmente están ubicados en el sector de restaurantes, belleza (cortes americanos y peinados afro) y la moda (modelaje). También en la música y el baile.

Para el comercio de los estratos 1, 2 y 3, donde están ubicadas en su mayoría estas dos etnias, ellos representan un mercado potencial de consumidores de productos masivos y populares donde algunas PYMES tienen presencia con volúmenes importantes de ventas.

El estudio espera resultados importantes para el desarrollo de productos que cubran necesidades de las comunidades negras e indígenas y campañas publicitarias masivas, diseño de empaques, etiquetas y publicidad focalizada a este público específico, lo cual podría posicionar y recordar nuevas marcas y productos, y por ende darles un mayor volumen de ventas.

Si se reconsidera la comunicación gráfica de la etnias sin estereotipos, la industria editorial podría beneficiarse con la comercialización masiva de iconografía popular que represente las negritudes y los indígenas, incrementando sus ventas al tener mayor pertinencia visual al representar nuestra multiculturalidad.

Además se abrirían nuevos campos para el diálogo, el reconocimiento y afianzamiento de nuestra identidad vallecaucana y colombiana. El legado cultural de las comunidades indígenas y afrocolombianas es imprescindible para conocer nuestra historia, idiosincrasia e identidad actual. De los indígenas podemos aprender por ejemplo otras relaciones con la naturaleza y el entorno social, así como podemos disfrutar y aprender de sus diferentes manifestaciones artísticas y autóctonas. Los afrocolombianos han hecho importantes aportes individuales en áreas como el deporte y la educación y su influencia cultural es bastante determinante en los campos de la música, la gastronomía y la danza.

4. Conclusiones

Esta mesa de discusión aborda el problema de los estereotipos raciales que se han difundido en nuestra sociedad colombiana desde la época de la Colonia. Por ello, es importante abordar primero un esbozo sobre la construcción de identidad cultural de nuestro país.

La identidad se delinea a través de cómo nos sentimos, nos vemos o nos imaginamos. Nuestra manera de hablar, bailar, de vestirnos, significa quiénes somos para nosotros mismos y ante los demás. La construcción de una imagen propia es una estrategia social que nos ubica en el mundo.

Es así como en nuestro imaginario colectivo existen percepciones y actitudes que justifican, permiten y promueven efectos discriminatorios caracterizados por la marginación y el empobrecimiento sistemático de personas y poblaciones por condiciones de género, etnia o posición social y económica.

¿Cómo se representa al negro, al indio, al mestizo en diferentes medios gráficos? La imagen que se ha desarrollado de cada uno es de exclusión. Por ejemplo, Manuel Moreno plantea que la esclavitud distorsionó la vida sexual del esclavo y los racistas justificaron estas distorsiones inventando el mito de la sexualidad sádica del negro, la inmoralidad de la negra y la lujuria de la mulata. Imaginarios estereotipados que aún se utilizan como recursos para crear imágenes.

Esta temática se ha abordado desde la sociología, la psicología, la historia, la etnología, pero sin lograr mayor avance en un cambio de paradigmas. Y poco se ha hecho en el campo de la representación gráfica.

Es necesario, entonces, abordar este tema con una visión capaz de proyectarnos hacia el futuro para encontrar soluciones lúdicas y prácticas.

¿Comunicación gráfica con equidad?

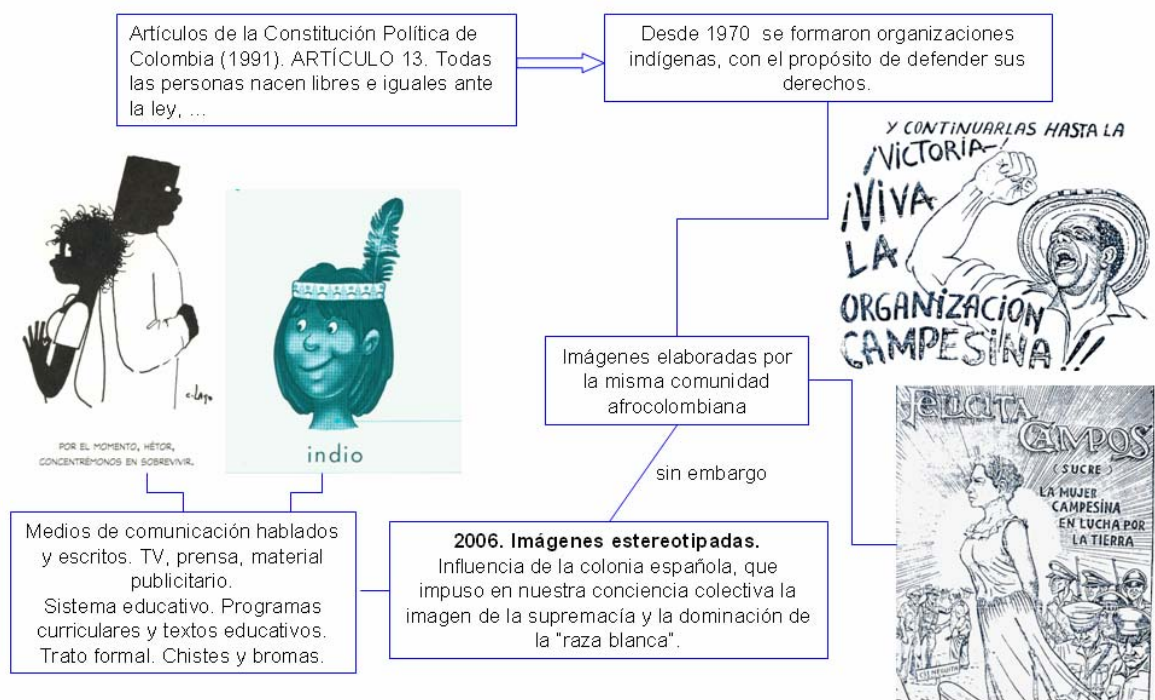


Fig.3 ¿Comunicación Gráfica con equidad?

Bibliografía

Herskovits, Melville J. El hombre y sus obras. Fondo de Cultura Económica, México, 1974

Pérez de Cuellar, Javier. Nuestra diversidad creativa. Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo, UNESCO, 1996

Osorio Porras, Zenaida. Bogotá, Colciencias 2001.

SOLER CASTILLO, Sandra. Racismo, algo más por desaprender. UNPeriódico.No.86.Domingo 15 de enero. Sección Análisis. Universidad Nacional. Colombia. Pág. 19.

Gaceta Dominical. Revista del periódico El País, febrero 19 de 2006

Webgrafía:

<http://www.etniasdecolombia.org/colombia.htm>

http://www.etniasdecolombia.org/grupos_afro_población.htm

<http://www.mincultura.gov.co/generales/legislacionCultural.htm>

http://www.lambiek.net/burgos_sv.htm (autor: Sixto Valencia Burgos)

www.mundovid.com/historietas.asp

<http://www.villegaseditores.com/libro.html?isbn=9589393918>

<http://www.lablaa.org/blaavirtual/educacion/etnoeduc/etno10.htm>