

Por la igualdad, pero siempre en desigualdad. La diversidad también normaliza la desigualdad

María Jacinta Xón R. · Historiadora de la ciencia / Directora, Proyecto Tux. Cocina Gourmet de Origen

El 7 de marzo de este 2020, en el Zócalo de la Ciudad de México, se realizó un concierto por la igualdad en el que actuaron Mon Laferte, Ana Tijoux y la talentosísima Sara Curruchich, una joven cantante maya kakchikel. En esas fechas, *Tiempo de Mujeres*, *Festival por la Equidad de Género*, celebraba su segunda edición, anunciándose que sería un festival multidisciplinario con más de cuatrocientas artistas, académicas, investigadoras, activistas y deportistas nacionales e internacionales, quienes participarían en más de ochenta actividades como muestras de teatro, danza y proyecciones de cine, entre otras¹. El acto de cierre sería el “concierto por la igualdad”. En las redes sociales circulaban los anuncios del evento, que también fue promocionado en las estaciones de metro y demás lugares públicos. Los admiradores de Sara Curruchich nos llenamos de júbilo al saber que el reconocimiento a su talento se estaba dando ya a nivel internacional. Sin embargo, en la publicidad que circulaba, algo me incomodó: los nombres de Mon Laferte y Ana Tijoux aparecían en grande, mientras que el de Sara Curruchich estaba escrito en letras mucho más pequeñas. ¿No era el evento un concierto por la igualdad? Cuando lo cuestioné en redes sociales, las y los respetuosos de la diversidad y defensores de la igualdad dijeron: “Es una cuestión de publicidad, la publicidad así trabaja, los más famosos van en letra mayor y los que aún no lo son, en letra más chiquita, lo que importa es que estará allá...”.

¿La publicidad no es acaso una herramienta controlada de comunicación que siempre tiene un para qué, un porqué y un quiénes lo hacen? Es una herramienta especializada de consumismo, pues digamos que a través de ella se capitalizan marcas, hechos, personas, etc. Este evento y su publicidad son una muestra sutil de cómo aún el discurso por la igualdad es una fotografía de la normalización de la desigualdad.

Para mí fue increíble que, habiendo pasado por todos los filtros por los que debió pasar, simplemente no se dieran cuenta del retrato en aporía de la igualdad/desigual o una forma honesta de evidenciar y ejemplificar la hipocresía normalizada del discurso de la igualdad. No porque la “igualdad” fuera una muy buena intención, loable quizás, pero en este caso, el hecho de que los organizadores y el público hayan dejado pasar esta publicidad tan reveladora de la inequidad sin darse cuenta de ello, nos habla de un esfuerzo fallido del ejercicio de lo políticamente correcto.



Sin embargo, ¿por qué las diversidades que dijeron ser representadas —si no los organizadores, sí al menos los consumidores del evento— normalizaron que fuera posible anunciar el concierto por la igualdad con una gráfica inequidad?

¹ <https://www.indierocks.mx/agenda/mon-laferte-ana-tijoux-y-sara-curruchich-en-el-zocalo/>

Quizás lo que me molestó del anuncio fue creer que la diversidad y sus discursos de inconformidad y protesta ante la inequidad no podrían normalizar la contradicción de lo obviamente visible. Una esperanza fugaz... Si bien para la diversidad es posible denunciar las injusticias y las contradicciones, esta publicidad evidencia el contenido de subordinaciones normalizadas en la construcciones gráficas, visuales, discursivas y cotidianas asumidas por la misma diversidad. Entonces me pregunto: ¿La diversidad solo denuncia aquello que le afecta a su sector, solo aquello que le importa a los individuos y sus lugares de enunciación? En este caso, Sarita es mujer, y sin embargo el conjunto de mujeres y su heterogeneidad de enunciaciones no se pronunciaron; Sarita es indígena, pero la heterogeneidad de indígenas que también consumieron el evento tampoco dijeron algo ni se cuestionaron el porqué de la diferencia en el tamaño de letra; Sarita es una mujer joven, y tampoco los jóvenes emitieron opinión; Sarita es artista, pero los artistas no comentaron la situación.

Es decir, el camino para ser coherentes con nuestros propios discursos atraviesa el acto de mirar analíticamente a nuestro alrededor, a nuestra cotidianidad, que es así porque así es en la publicidad, en la religión, en el día a día. Luchar por cuotas o conformarse con cuotas, ¿no son esos los taponos de boca para el sentido del cambio social?

Hay evidencias de la desigualdad de un tamaño de letra lo suficientemente visible: una proyección gráfica de elementos imperceptibles fundamentando el poder simbólico de decir: “Ella aún no es famosa, ella aún no es tan conocida...”. Entonces, ¿debe afirmarse el lugar determinado a partir de lo simbólico? Letras mayores para las otras mujeres igual de talentosas que Sarita, y letras menores para Sarita, quien posee el mismo talento que las otras mujeres. ¿Y la sororidad de la que habla el feminismo? ¿Este no fue un buen momento para practicarla? Para mí, situaciones como estas perpetúan las subordinaciones históricas, sean estas de género, sean estas de clase, sean estas racializadas, o sean estas de corte capitalista con sus herramientas simbólicas de consumo como la publicidad.