

ser mencionando Salvador Allende, quien tampoco representa a todos los chilenos.

Mario Jara Iraguen

Compromiso real

● Las definiciones tradicionales de género han perpetuado desigualdades históricas, reproduciendo la idea de que los hombres pertenecen al espacio público y las mujeres al ámbito del cuidado y la vida doméstica. Esta lógica no sólo limita la libertad de las personas, sino que también configura una profunda brecha en la representación, la participación y el acceso al poder.

La historia muestra que han sido necesarios casi ochocientos años para comenzar a equilibrar la presencia de hombres y mujeres en los espacios públicos y de liderazgo. Pese a los avances, la influencia de la masculinidad sigue arraigada en instituciones y estructuras de poder, dificultando la plena incorporación de las mujeres en la toma de decisiones y en la creación de conocimiento. Esa desigualdad trasciende lo laboral: se refleja también en la valoración simbólica de las experiencias femeninas y en la persistente invisibilización de sus aportes.

En este contexto, los esfuerzos por incorporar la perspectiva de género en las agendas gubernamentales han resultado fundamentales. La creación de ministerios, oficinas y políticas públicas dedicadas a promover los dere-

chos de las mujeres representa un avance significativo. No obstante, el desafío consiste en sostener un compromiso real y permanente que no se limite a los discursos, sino que transforme las prácticas cotidianas. Sólo así será posible empoderar a la sociedad, visibilizar modelos igualitarios y erradicar la violencia, el acoso y la discriminación hacia las mujeres.

Conmemorar el 8 de marzo es, por tanto, un acto político y ético. Es reafirmar que la igualdad de género no es una concesión, sino un derecho humano irrenunciable.

*Dra ©. María Isabel Muñoz Jaime
Directora de Carrera Trabajo Social,
sede Viña del Mar, Universidad
Santo Tomás*

Una oportunidad

● En el Día Internacional de la Mujer, fecha de debate público y compromisos de avance, nos parece importante abordar la representación de la mujer en la publicidad, pero con un foco no tan revisado: los estereotipos y su impacto en niñas, niños y adolescentes.

Recientemente, un artículo de *The Wall Street Journal* dio cuenta del despegue de la industria del maquillaje para niñas. Y qué duda cabe, en un entorno saturado por los contenidos de las redes sociales, la publicidad puede sumar presión y expectativas irreales, o por el contrario, aportar a que los niños de hoy crezcan con modelos más amplios de autoestima, identidad y