

## Se vende esposa

Por Zulema Tanquero Herrera. Comunicadora Social

Las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones han permitido una democratización gradual de los medios, lenguajes y plataformas comunicativas. También han devenido espacio para la expresión plural y activa al alcance de todas las personas. ¿Es esto cierto?, tal vez, pero no tanto...

Cada vez son más las investigaciones realizadas en Cuba con respecto a los medios de comunicación y lo sexistas que estos suelen ser. Sin embargo, la mayoría de estas pesquisas se ha centrado en la televisión o las propuestas audiovisuales, pero no tanto en Internet o los espacios digitales. Como conclusión, se aprecia una tendencia a transmitir mensajes discriminatorios y, sobre todo, a denigrar la imagen de la mujer. Y de esos mensajes que refuerzan una posición de poder se pasa muy fácilmente a la reproducción de manifestaciones de violencia simbólica.

La definición de violencia contra las mujeres contiene una base radicada históricamente en los estudios feministas y estudios de género que explican la violencia como consecuencia del poder y la dominación de un sexo sobre el otro. A partir de esta concepción, en cuanto a las relaciones jerarquizadas entre los géneros, la violencia contra las mujeres no solo se practica, sino también se valida y fortalece constantemente mediante de creencias y prácticas socialmente aprendidas y reforzadas por las diferentes instituciones sociales.

La investigadora Rita Segato la conceptualiza como "violencia moral" y asegura que se trata del más eficiente de los mecanismos de control social y de reproducción de las desigualdades. En ese sentido, le otorga tres características: diseminación masiva en la sociedad, que es lo que garantiza su naturalización; arraigo en valores religiosos y familiares, que permite su justificación; y falta de definiciones y formas de nombrarla, que dificulta la posibilidad de defenderse y buscar ayuda.

Es "todo aquello que envuelve agresión emocional, aunque no sea consciente ni deliberada"<sup>1</sup>, dice la autora y establece una tipología posible de esta: control económico; control de la sociabilidad; de la movilidad; menosprecio moral; menosprecio estético; menosprecio sexual; descalificación intelectual y descalificación profesional.

Es fácil comprender, entonces, que los medios de comunicación son extraordinarios aliados de esta violencia simbólica o "moral", puesto que acentúan el proceso de socialización de género reforzando el mismo tipo de valores y paisajes sociales. Los contenidos de las noticias, programas de ficción o de entretenimiento reproducen aquello que la sociedad espera de mujeres y varones: formas de comportamiento deseadas y valoradas. A la vez, condena las rechazadas.

O sea, los medios siguen siendo un espacio donde se legitiman maneras de hacer y de representar la realidad. En ese sentido, toma un papel protagónico el complejo mundo de la violencia hacia las mujeres y las niñas que muchas veces tiende a ratificarse y justificarse. La red de redes no escapa a esta situación, pues también posibilita la generación de contenidos con una alta carga de violencia y discriminación hacia la mujer. Desde las noticias publicadas en sí mismas, hasta el enfoque desde donde se abordan, se incorpora de manera intrínseca esa violencia muchas veces imperceptible.

Como expresión del pensamiento, Internet no es simplemente una forma de comunicación, sino una representación fáctica de las ideas de individuos y sociedades, que luchan por internalizar en los individuos los mensajes transmitidos. Sin embargo, a diferencia de las formas de comunicación tradicionales, como la televisión, prensa escrita o radial, Internet actúa como un medio masivo de almacenamiento simbólico que permanece y se acrecienta en el tiempo, lo cual a su vez favorece "la formación social estructural del *habitus*"<sup>2</sup>, definido por Pierre Bourdieu, en sus componentes individuales y como un todo social.

<sup>1</sup> Segato, Rita (2003). *Las estructuras elementales de la violencia. Ensayos sobre género entre la antropología, el psicoanálisis y los derechos humanos*. Universidad Nacional de Quilmes. Argentina.

<sup>2</sup> Fernández, J. M. (2005), "La noción de violencia simbólica en la obra de Pierre Bourdieu: una aproximación crítica", *Cuadernos de Trabajo Social*, vol. 18, pp. 7-31.

Una de las ventajas propiciada por internet a usuarias y usuarios es la posibilidad de subir anuncios de ventas en diversos sitios promocionales. Ejemplo de esto es e-Bay donde las personas publicitan todo tipo de objetos, resaltando sus cualidades positivas, para llegar al logro final: vender.

Pero esa simple y aparentemente ventajosa posibilidad ofrecida por la red de redes, no lo es tanto cuando analizamos la poca regulación que hay en ese sentido. Se publican todo tipo de anuncios con ventas inimaginables. El impacto es aún mayor cuando la publicidad anuncia la venta de una persona como objeto. Además, es válido destacar que no se trata de una persona cualquiera, sino de una mujer puesta en venta por su esposo, en su condición de esposa, sin prejuicios ni tapujos.

Desgraciadamente, es una historia real: un hombre anunció la venta de su esposa en internet, la subastó al mejor postor. Como todo anuncio publicitario, debía ser creativo y en su afán de lograrlo el internauta publicó: "Se vende esposa. No es nueva; está usada, pero todavía le quedan algunos buenos kilómetros". Solo este fragmento del anuncio muestra la desnaturalización que pueden sufrir algunas personas y algunos medios.

Pero lo realmente grave es que no estamos hablando de un caso aislado. Como este hay miles en el mundo que, aunque no se hagan públicos o no se denuncien, reproducen las lógicas patriarcales, dominantes y discriminatorias hacia la mujer: reproducen violencia.

Igualmente, vergonzosa resulta la reacción de los internautas, siguiendo el juego del esposo y ofreciendo sumas impensables. Este proceder demuestra la disposición de cualquiera de esas personas para vender a cuanta mujer se cruce en su vida. Se trata de uno de los tantos casos en que los medios permiten, y sobre todo legitiman, hechos de violencia de género de la forma más explícita y agresiva, aunque no se manifieste con golpes. Esa violencia está ahí, pero que en la mayoría de los casos no se percibe. Se sigue permitiendo y apoyando la cosificación de la mujer no solo en la vida cotidiana, sino en los grandes emporios de la comunicación.

La manera de entender el género y la posición asumida por comunicadores y periodistas con respecto al tema, sin importar el medio o el soporte mediante el cual se comunique, son fáciles de percibir en los productos finales puestos a disposición de los públicos. El lenguaje empleado, la manera de enfocar las historias, las imágenes usadas, los colores asociados a cada sexo y la distribución de los roles son solo algunos de los elementos que denotan el posicionamiento con respecto al género de la persona que comunica.

Los medios de comunicación, especialmente los digitales, continúan dando a los usuarios, receptores activos de esos mensajes, la posibilidad de convertirse en productores efectivos de comunicación, pero no se proponen educarles en la equidad y el respeto. De ahí la importancia de que la escuela –y los propios medios de comunicación- asuman un papel protagónico en la educación desde edades tempranas, con el fin de formar ciudadanos y ciudadanas capaces de recibir y producir una comunicación crítica.

Se vienen realizando esfuerzos por lograr una comunicación basada en la equidad y el respeto a los seres humanos, sin discriminación de ningún tipo. Ese intento supone un arduo trabajo de capacitación a las personas vinculadas a la producción comunicativa; desde periodistas y realizadores, hasta los decisores de políticas.

A pesar de este trabajo y teniendo en cuenta la permanencia de prácticas desfavorables en el entorno mediático actual, es posible que pase mucho tiempo antes de que contemos con medios de comunicación que promuevan un lenguaje inclusivo, no reproduzcan manifestaciones de violencia de cualquier tipo y castiguen desde sus espacios la violencia hacia las mujeres.

Esencial resulta el papel de los grandes medios como formadores de la opinión pública.

El reto está en ofrecer una visión integradora y educativa de la sociedad, con énfasis en mejores maneras de comunicarse, vivir y convivir entre los seres humanos.