



Inicio >

Medios de comunicación Mujeres Violencia de género



VIOLENCIA SIMBÓLICA HACIA LA MUJER

La canción que no cantan los ángeles*

Isabel Moya • La Habana, Cuba



*"El dolor que no curen los ángeles ojalá que no pueda volver
La canción que no canten los ángeles solo el viento la puede saber"*

Silvio Rodríguez

La violencia hacia las mujeres no solo lesiona el cuerpo, también devora el alma. Una de las formas menos identificadas socialmente como tal, es la violencia simbólica desde los medios de comunicación y las industrias culturales. Con frecuencia pasa inadvertida, pues el discurso mediático ha sido legitimado como referente social, y sus representaciones de la realidad socializan los paradigmas hegemónicos.

Sin embargo, esta es una violencia multidimensional, pues resulta una

EDICIÓN ANTERIOR



agresión en sí misma y, a su vez, actúa como “normalizadora” de los mitos que sostienen las otras formas de violencia machista, e impacta, no solo, a nivel individual, sino en los imaginarios colectivos, en algunos casos, con incidencia global. Sus representaciones estereotipadas de los arquetipos femeninos lesionan la dignidad de las mujeres y enmascaran el origen de todas las formas de violencia hacia las mujeres y las niñas: las relaciones asimétricas de poder entre lo considerado femenino y masculino.

La violencia simbólica, es una manera de ejercer el control patriarcal desde los medios de comunicación, con la particularidad de que contribuye a socializar los preceptos que han condicionado la discriminación de lo femenino. Es un recurso dirigido a legitimar socialmente la supervivencia de relaciones jerárquicas potenciadoras de lo masculino.



En otras palabras, la violencia simbólica se expresa a través de: “la

reproducción en los medios de comunicación masiva, y en general, en las industrias culturales —es decir, en la del ocio y el entretenimiento— de un discurso sexista, incluso misógino; prejuicios y estereotipos para presentar la realidad y los procesos sociales en todos los ámbitos: el productivo y el reproductivo, el público y el privado, la base de la estructura económica y la superestructura socio-cultural; herramientas y mecanismos expresivos que presentan a las mujeres según los cánones de la ideología androcéntrica, asociándola a roles, juicios de valor, concepciones y teorías que “naturalizan” su subordinación y la de lo considerado femenino, llegando al extremo de invisibilizarlas en la historia o en los actuales procesos de desarrollo; dispositivos dúctiles, que se readecuan a la movilidad social y se apoyan en mitos, representaciones e imaginarios compartidos en una relación en la que se presuponen, pues se asientan en estas manifestaciones de la conciencia y la subjetividad social, pero a su vez son referentes que las conforman; un entramado de signos, símbolos y construcciones de sentido apelando a recursos mediáticos que van desde la selección de un determinado soporte y modo expresivo hasta el merchandising y la concepción de ciertos espacios públicos”. [1]

La violencia simbólica, es una manera de ejercer el control patriarcal desde los medios de comunicación, con la particularidad de que contribuye a socializar los preceptos que han condicionado la discriminación de lo femenino. Es un recurso

Aunque son la publicidad y, en los últimos tiempos, los videoclips musicales dos de las manifestaciones en las que más se ha denunciado que se explicita esta forma de violencia, no se limita a ellas.

Entre otras formas de violencia simbólica aparecen la ausencia de la voz de las mujeres en los informativos, el humor misógino, los dramatizados en que se reducen los conflictos femeninos a las relaciones de pareja, los programas televisivos de

dirigido a legitimar socialmente la supervivencia de relaciones jerárquicas potenciadoras de lo masculino.

participación donde su función es hacer de "modelos", los mensajes de bien público que reproducen las formas tradicionales de ser hombre o mujer, las entrevistas que privilegian la "belleza femenina" y ocultan el talento o el empoderamiento de la

entrevistada.

Variados resultan los recursos discursivos a los que se apela en la construcción de esta imagen de lo femenino, entre ellos: Tratar el cuerpo de la mujer como un objeto para ser poseído. Representarla como un animal en celo con una sexualidad provocadora, insaciable.

Uso de imágenes fragmentadas del cuerpo para reducir su humanidad a su sexo. Se refuerzan los roles tradicionales. Negación de la diversidad y se presenta como paradigma un modelo de belleza excluyente y en muchas ocasiones alejados de la realidad.

Justificación de la agresión, los malos tratos, el acoso con argumentos como la pasión, el amor, los celos, el alcohol, la marginalidad. Pudieran señalarse muchos más, pero vale destacar como elemento distintivo el control sobre el cuerpo de las mujeres. Se pretende normar desde su apariencia —talla, peso, vestuario— hasta las manifestaciones y expresiones de su sexualidad. Esta es una de las formas en que se reproduce el patriarcado en estos tiempos en que resulta políticamente incorrecto expresar abiertamente ideas o concepciones misóginas o machistas.

A este control están sujetas desde presidentas hasta niñas pequeñas. Sobran los ejemplos de cómo la prensa dedica amplios espacios a la forma de vestir de la mandataria argentina Cristina Fernández o los titulares que acaparó la canciller alemana Angela Merker por asistir con un vestido escotado a un teatro. Por otra parte, los concursos de belleza que se han diversificado formatos, han incorporado en los últimos años, sobre todo en

EE.UU., a niñas.



Las mujeres que han ido obteniendo, gracias a sus luchas, determinados espacios en el mundo público, continúan, sin embargo, sometidas, entre

otras formas de control, a conformar y vivenciar sus cuerpos para la mirada, el placer y la aprobación masculina, más que para su propia complacencia.

Vuelve a esgrimirse lo biológico, como pretexto para sostener el androcentrismo en pleno siglo XXI, y los medios se constituyen en herramienta estratégica para socializar las recicladas formas de la opresión.

Lo que el viento no se llevó

La violencia simbólica en Cuba se expresa en un escenario contradictorio,

pues si bien existe una voluntad política de asumir el tema en todas sus aristas y complejidades y de que los medios de comunicación no utilicen imágenes peyorativas o denigrantes de la mujer —lo cual se explicita en la letra del capítulo Mujer y Medios de **Comunicación** del Plan de Acción Nacional de Seguimiento a Beijing y en los recientes objetivos de la Conferencia Nacional del Partido Comunista de Cuba— conviven productos comunicativos potenciadores de nuevos paradigmas de hombres y mujeres, con otros sexistas.

A ello debe sumarse:

La circulación por vías alternativas de productos comunicativos foráneos profundamente sexistas y discriminatorios (La belleza latina, por solo poner un ejemplo).



Al mismo tiempo, se observan como elementos positivos y fortalezas: La polémica sobre la representación mediática de lo femenino y lo masculino en el audiovisual ha rebasado los círculos feministas y/o académicos y ha sido objeto de debate en el Parlamento, en el Festival Internacional de la Radio y la TV, en el Evento Teórico del Concurso Caracol de la sección de Cine, Radio y Televisión de la Unión Nacional de Escritores y Artistas de Cuba, entre otros.

El asunto visto con una mirada más integral fue objeto de profundos debates en la III evaluación del cumplimiento del Plan de Acción Nacional

de Seguimiento a Beijing.

El aumento de productos comunicativos donde se evidencia el abordaje consciente de los temas de la equidad de género.

Mayor cantidad de mensajes de bien público que se posicionan en la agenda de género y en particular en la violencia.

Crece el grupo de comunicadores y comunicadoras sensibilizados y capacitados en Género y **Comunicación**.

Este escenario demanda que se continúe la problematización del tema y, al mismo tiempo, que se profundicen las acciones para acelerar los procesos de cambio, pues, como bien señaló el teórico cubano **Julio García Luis**:

“El perfeccionamiento de la sociedad cubana concierne a seis grandes campos”:

- las estructuras, métodos y formas de gestión de la economía;
- el sistema político, jurídico e institucional;
- los servicios de **educación** y salud;
- el sistema de las ciencias y, dentro de ellas, de las ciencias sociales;
- la cultura artística literaria;
- la comunicación e información.

Estamos ante un ámbito paradójico que se articula con los procesos sociales en que las feminidades y masculinidades, plurales y diversas, se vivencian, en una especie de hibridez donde coexisten rasgos de viejos y nuevos modelos.

Los estudios e investigaciones señalan como tendencia: Ausencia en la línea editorial de los medios de la transversalización de la perspectiva de género.

La utilización de la mujer como objeto sexual en videoclips musicales. La difusión radial, en centros nocturnos y conciertos públicos de canciones con letras que proponen relaciones violentas de pareja. La existencia de programas humorísticos no solo audiovisuales, sino también en teatros y centros nocturnos que denigran a la mujer. La no presencia protagónica con regularidad de las mujeres y familias negras. La ausencia de la multiplicidad y variedad de expresiones de lo femenino y lo masculino en nuestra sociedad.

Apropiación acrítica de formas de hacer y contenidos de otros contextos que son realmente denigrantes, como la utilización de modelos "sexys" para ambientar las escenas.

La diversidad de identidades de género y orientación sexual no se asumen de manera orgánica en las estrategias comunicacionales, ni en el diseño de la agenda mediática.

El tratamiento periodístico de la violencia de género de manera específica no es sistemático, y aparecen más productos comunicativos reseñando acciones realizadas durante la jornada contra la no violencia hacia las mujeres, que trabajos que reflexionen sobre las causas que la propician y que problematicen sobre las especificidades de sus expresiones en nuestro contexto.

Estamos ante un ámbito paradójico que se articula con los procesos sociales en que las feminidades y masculinidades, plurales y diversas, se vivencian, en una especie de hibridez donde coexisten rasgos de viejos y nuevos modelos.

(...)

Donde más atrasados estamos, donde mayores son nuestras ineficiencias, donde menos claridad conceptual parece haberse alcanzado, es en el campo de la comunicación y la información”.

Una posible ruta crítica para potenciar el cambio necesario debe transitar por desarrollar las investigaciones de género y medios; continuar los procesos de capacitación no solo de comunicadores y comunicadoras, sino de las personas que dirigen los procesos comunicacionales a todos los niveles; propiciar la autorregulación a partir, precisamente, del conocimiento del tema y de los códigos de ética; estimular la creación de productos comunicativos no sexistas con proyectos intencionados, concursos y otras modalidades; educar para la comunicación a las audiencias y desarrollar sus habilidades críticas a través de los propios medios.

Se impone, como señalara hace setenta años la feminista cubano-dominicana Camila Henríquez Ureña, “...derribar barreras, franquear obstáculos, demoler para que se construya luego, en todos los aspectos, la vida de relación entre los seres humanos”. [2]

*Este texto constituye un capítulo del libro: *Letra con Género. Propuesta para el tratamiento de la violencia de género*, de la propia autora.

[1] Moya Richard, Isabel (2010). Del silencio al show mediático. En *El sexo de ángeles. Una mirada de género a los medios de comunicación*. [La Habana](#)

[2] Ureña, Camila Henríquez (1982). *Feminismo*. En *Estudios y Conferencias*. [Letras Cubanas](#). Ciudad de [La Habana](#).

Comentarios

Enviar un comentario nuevo

Su nombre:

Comentario: *

Guardar

La Jiribilla. Revista de Cultura Cubana
ISSN 2218-0869. La Habana, Cuba. 2001-2014.