

Violencia Simbólica en los medios digitales

Florencia Daniela Diez*

En numerosas ocasiones los medios digitales de comunicación reproducen las Representaciones Sociales que predominan en una determinada sociedad, perpetuando con ello sus relaciones de poder. En el presente trabajo, haré un análisis de algunas imágenes portadoras de violencia simbólica hacia las mujeres que se difunden a diario en la sección Teleshows de Infobae.

PALABRAS CLAVE: representaciones sociales - violencia simbólica - mujeres- Internet - espectáculos.

Introducción

A mediados del 2013 llevé a cabo una recopilación de anuncios pertenecientes a la sección “Teleshows” de Infobae, la cual es presentada en las fotos que se encuentran al final del trabajo, sin ningún tipo de edición de mi parte. Día a día, durante una semana, ingresé a dicha página web y capturé la pantalla de inicio de dicha sección. En ella se puede apreciar claramente la concepción sobre la mujer que este medio reproduce de forma semanal. Si bien se puede objetar que, al ser una sección relacionada con el mundo del espectáculo es esperable que no se observen otro tipo de notas en las cuales se pongan de manifiesto las mujeres en el deporte, o las mujeres en el mundo científico, por ejemplo; no logro comprender qué lógica coherente lleva a los creadores de esta sección a asociar “Espectáculos” con el bombardeo constante de imágenes de mujeres semi-desnudas, cosificadas. ¿Será que toman de forma demasiado literal la palabra “espectá-culos”?

Respondiendo a estos cuestionamientos, voy a partir mi humilde análisis con la idea tentativa (La cual se podría debatir) de que muchos medios de comunicación, no sólo digitales, entre los cuales incluyo Infobae, lejos de ser una fuente de información para el lector, como se jactan, tienen como prioridad el consumo masivo de sus producciones; y en la actualidad, gran parte del público, indistintamente del sexo que se trate, consumen masivamente estos productos ofrecidos. Lo que obviamente condujo mi atención hacia otro aspecto

no menos importante: el motivo por el cual estos consumidores se ven atraídos por imágenes cosificadoras de la mujer.

El rol de las representaciones sociales

Para comenzar mi desarrollo es de fundamental importancia definir en un primer momento el concepto de “Representaciones Sociales” (De ahora en adelante, RS). Contextualizando este concepto, Serge Moscovici presentó en la década de 1960 su Teoría de las RS, con la intención de comprender el pensamiento social, pretendiendo hallar la constitución social de las conductas, tratando de explicar el comportamiento por creencias de origen social compartidas por grupos, y estableciendo relaciones de interacción entre la estructura social y cultural, y los aspectos mentales de los individuos. Si bien es indiscutible que Durkheim sentó las bases para una concepción de la mente humana como un producto de la historia y la cultura, y Moscovici reconoció estas ideas como uno de los precedentes más significativos de su propuesta, éste último distingue bien su teoría de las RS, de las Representaciones Colectivas de Durkheim, dado que éstas últimas son interpretaciones amplias del mundo social, tales como los sistemas religiosos o la forma individualista de concebir el mundo moderno; mientras que las RS son específicas, tanto del grupo que las produce, como del objeto al cual se refieren. Ahora bien, el propio Moscovici afirmó

* Estudiante avanzada de la carrera de Sociología - Universidad de Buenos Aires (UBA).



que "... si bien es fácil captar la realidad de las representaciones sociales, no es nada fácil captar el concepto..." (Perera, M., 1999, p. 7). Sin embargo, se puede establecer una buena aproximación a su definición, para luego relacionarlo con los anuncios elegidos. En esta perspectiva, una RS es un conjunto de conceptos y explicaciones que se originan en la vida cotidiana, como producto de las comunicaciones interindividuales, a través de discursos y comunicaciones, con el objetivo de proporcionarles a los individuos algunos medios para orientarse en su contexto social y dominarlo. De esta forma, como Denise Jodelet afirma, los comportamientos de los sujetos y grupos se encuentran influenciados por las representaciones que estos tienen de situaciones y objetos determinados. Estas proposiciones están organizadas de formas diferentes según las clases, las culturas o los grupos, constituyendo tantos universos de opiniones como clases, culturas o grupos existen. Las representaciones están integradas por formaciones subjetivas tales como: opiniones, actitudes, creencias, imágenes, valores, informaciones y conocimientos, que para llegar a conformarse como tales es imprescindible que ocurran dos procesos: la objetivación, que consiste en traducir algo que está en la mente, en algo que existe en el mundo físico; y el anclaje, que asimila y acomoda las nuevas informaciones para poder afrontar las innovaciones o la toma de contacto con los objetos que no son familiares. Sólo mediante estos procedimientos podremos explicar y orientar nuestros comportamientos. Por su parte, los autores Parales-Quenza y Vizcaíno-Gutiérrez, quienes también asumen una postura histórica, plantean que las actitudes

individuales son elementos primarios en la formación de las representaciones sociales, las cuales surgen ante la dificultad de los miembros de grupos para enfrentarse a contenidos socialmente problemáticos; pero que a su vez, estas actitudes se fundamentan en conocimiento previo compartido, derivada de valores y normas sociales. De esta forma, "La estructuración de las representaciones en torno a actitudes depende, tanto de las características del objeto, como del sistema social en el que se inscriben las relaciones sujeto-objeto." (Parales-Quenza, C., & Vizcaíno-Gutiérrez, M., 2007, p. 357)

Una vez aclarado el panorama terminológico, infiero que las RS que se observan en los anuncios seleccionados son de clara violencia simbólica hacia las mujeres, ya que se las asocia únicamente a su atractivo físico, sin importar sus demás cualidades. Sin embargo, al hacer mención de la violencia simbólica, no puedo dejar de mencionar a Pierre Bourdieu, quien refiere que "La violencia simbólica se instituye a través de la adhesión que el dominado se siente obligado a conceder al dominador (por consiguiente, a la dominación) cuando no dispone, para imaginarla o para imaginarse a sí mismo [...] de otro instrumento de conocimiento que aquel que comparte con el dominador y que, al no ser más que la forma asimilada de la relación de dominación, hace que esa relación parezca natural" (Bourdieu, 2010, p. 51). De esta forma, se concibe como algo natural que estas mujeres se equiparen a un objeto para ser únicamente admirado por su estética exterior, adonde sus cualidades intelectuales como personales quedan totalmente invisibilizadas. Además, proponen

un objetivo físico prácticamente imposible de conseguir por medio de mecanismos naturales, sin intervención de cirugías y/o estrategias estéticas inhumanas. Las mujeres son transformadas, de este modo, en una mera mercancía sistematizada, a disposición del consumidor.

Ahora bien, siguiendo con la temática, el texto de J.A. Castorina y A. Barreiro: “Las representaciones sociales y su horizonte ideológico. Una relación problemática”, que se ubican en lo que ellos denominan perspectiva crítica dentro de un cúmulo de diferentes teorías sobre la ideología y su relación con las RS, estos autores entienden a la sociedad de la cual se van a recortar dichas RS, de 3 modos: “Como falsa conciencia, inspirándonos en la versión más clásica del pensamiento de Marx en la Ideología Alemana; como las prácticas corporales e institucionales que las materializan (por ejemplo, Althusser); o como creencias implícitas que participan en la reproducción de la sociedad, como es el caso de la tesis del fetichismo de la mercancía en Marx y la doxa de Bourdieu.” (Castorina, J.A y Barreiro, A., 2006, p. 8/9). Consecuentemente con esto, y luego de plantear diferentes percepciones en torno a los conceptos de Ideología y RS, estos autores postulan finalmente que si bien ambas se imponen a los individuos por fuera de su conciencia, un posible rasgo que caracteriza a dichos conceptos, pero no los diferencia completamente, sería el modo de transmisión asociado a sus características implícitas o explícitas. Mientras que las RS presentan mayor carácter implícito, dado que por medio de la objetivación se imponen como “Lo Real” en la vida cotidiana de las personas, escapando a su reflexión; las ideologías son más explícitas en cuanto a su compromiso con el sistema de ideas que involucran. A todo lo antedicho, cabe destacar que ni las RS, ni las Ideologías son falsas conciencias de la realidad, sino que son producciones colectivas con alcances diferentes: mientras las Ideologías constituyen visiones más amplias y globales, las RS refieren siempre a objetos específicos. Dicen los autores: “Puede comprenderse que las Ideologías constituyen el trasfondo de las RS, en el sentido de ser una interpretación del mundo sobre la que se recortan significados referidos a objetos específicos.” (Castorina, J.A y Barreiro, A., 2006, p. 22)

De esto deriva la concepción de que las RS no son meros efectos de las Ideologías, sino que se construyen respecto a un horizonte ideológico, tal cual afirma Denise Jodelet en “Las representaciones sociales. En S. Moscovici”. Las RS son un marco para interpretar e incluso para comprender las situaciones y objetos. O, mejor dicho, “De este modo, las RS se imponen con fuerza a los individuos, suministrándoles un modo de ver las cosas que no pueden evadirse.” (Marková, I., 1996). Éstas condicionan su comportamiento y comprensión de los fenómenos, aunque los individuos desconozcan su origen y función dentro de la sociedad.

Esto sucede, según mi criterio, en la concepción hacia la mujer que se tiene en nuestra sociedad, como producto de un recorrido histórico en el cual los hombres ejercieron su dominación sobre las mujeres, instaurando una forma de ver el mundo y actuar en él, considerada como la “correcta” y derivada de situaciones de conveniencia jerárquica, que han sido implantadas en casi todos los miembros de la sociedad, pero que, afortunadamente, con la instauración de la problemática sobre violencia de género, se ha hecho notar y se ha puesto en tela de juicio. Un concepto que me interesa agregar en esta instancia es el de *Thematas* que plantea Moscovici, para interpretar el origen de las RS. Estas son pares de antinomias históricamente reconocidas en el pensamiento científico. Son ideas-fuerza que se establecen durante un largo período de tiempo y son potencialmente convertibles luego en RS. De esta forma, Marková refiere que se podría relacionar estos *themata* con los conflictos sociales, dado que la búsqueda del reconocimiento de algunos individuos no reconocidos socialmente, desencadenan la tematización de ciertas antinomias no tematizadas previamente. Las personas, mediante estas *Thematas*, aplican al mundo ciertas formas de pensamiento que reencarnan las relaciones de poder imperantes: abajo/arriba, adentro/afuera, fuerte/débil, etc. De este modo, dice Bourdieu, la dominación inscripta en los gestos corporales de la mujer, en su modo de vivir, en su concepción de sí misma y de su rol, se legitima al ser considerada como algo natural.

Por otro lado, como se puede apreciar en cuanto a la relación entre Ciencia y Sentido Común, si bien hay diferentes perspectivas, continuando con la Teoría de la RS de Moscovici, que reivindica el Sentido Común, es interesante mencionar que para este autor dicho sentido común se construye a partir del conocimiento científico, que por medio de los procesos de objetivación y anclaje, hacen pasar al primero como ciencia a través de 3 etapas: la científica, que elabora las RS a partir de un saber científico; la representativa, que difunden dichas imágenes; y la ideológica, que por medio de instituciones, son apropiadas y legitimadas en nombre de la ciencia. De esta forma, las imágenes cosificadoras publicitadas en *Infobae*, son entonces parte de la etapa representativa que difunde ciertas RS, pero el objeto al cual se refieren no es “La Realidad”, sino su reconstrucción simbólica subjetiva, pero objetivada. En continuidad con este tópico sobre objetivación, los imaginarios sociales que define Baczkó en “Los imaginarios sociales. Memorias y esperanzas colectivas.” (1991), son constituciones que provienen de las representaciones sociales colectivas y se introyectan en la psiquis del individuo, organizando socialmente su deseo y determinando sus acciones. De este modo, el individuo y el resto de los individuos, se perciben a sí mismos y a los demás, a través de una relación imaginaria

con el mundo, que se manifiesta por medio de una forma particular y jerárquica de organización social. En este caso, en una forma de dominación del género femenino. De todas formas, para comprender bien el mecanismo histórico por el cual llegamos a esta forma de sociedad y sus individuos, sería necesario un recorrido histórico exhaustivo, que se extralimitaría al presente trabajo. Pero dilucidar y traer a flote que efectivamente existe una situación de distribución inequitativa del poder y apreciar cómo se manifiesta en los anuncios periodísticos seleccionados, es una manera práctica de entender cuán eficaces y tangibles son estos procedimientos y mecanismos enunciados anteriormente.

Reacción de los diferentes actores involucrados

Continuando con el análisis, pero enfatizando en el modo en que reaccionan al hecho los diferentes actores sociales, una de las cuestiones que más me llama la atención y sobre la cual he decidido hacer el recorte bibliográfico, es el proceso de socialización de dichas mujeres que se exponen a ser cosificadas, a su vez comparándolo con mi socialización, que probablemente repercutió en mis RS sobre estas mujeres.

Ana Quiroga, en su texto sobre matrices de aprendizaje, nos deja bien en claro que los sujetos somos esencialmente sociales y cognoscentes, es decir, que todo el tiempo estamos aprendiendo a aprender: a organizar y darle sentido a nuestras experiencias, sensaciones, pensamientos, etc. Las matrices son entonces “las modalidad con la que cada sujeto organiza y significa el universo de su experiencia, su universo de conocimiento”. (Quiroga, A. P., 1991, p. 91). Ahora bien, la forma en la que se construyen estas matrices esta multideterminada por la interacción de varios agentes, que se encuentran penetrados por las formas dominantes. De forma relacionada, en su texto sobre Socialización (2012), Becerra y Simpkin refieren que hay dos concepciones generales sobre el proceso de socialización, uno referido al proceso de conformación de los grupos sociales; y otro, que es el que aquí me interesa, enfocado más en los individuos y en cómo estos interiorizan los valores y normas sociales. Históricamente, en un principio, fue la primera acepción la mayormente utilizada por los autores, pero con los textos Parsons en 1951, la socialización aparece como en su segunda definición y se vuelve así una “función” de la sociedad, aunque sin prever las dinámicas de cambio. Finalmente, con Luhmann, se logra articular ambas acepciones, sin estar orientada necesariamente a la conservación del orden social. Consecuentemente con esta última definición del término, el texto nos expone varios agentes encargados de esta socialización: la familia, la educación, los grupos de pares, los medios de comunicación,

la televisión e Internet. En este trabajo, he decidido centrarme únicamente en la familia, los medios de comunicación e Internet:

La familia. Este tema es abordado no sólo por estos autores, sino también por Berger y Luckmann, quienes consideran a la familia como el agente por excelencia encargado de introducir al individuo en la sociedad, para convertirse en miembro de la misma. A esto lo denominan socialización primaria. De esta forma, los padres se encargan de transmitir a sus hijos los valores y normas culturales, teniendo mayor o mejor libertad de variar estos patrones reflejados, de acuerdo a una socialización más estrecha, es decir, más cerrada y exigente; o más amplia, es decir, más laxa. Ahora bien, y es aquí adonde puedo establecer una relación con mi análisis, el texto de estos autores plantea que en investigaciones recientes se ha discutido la relativa y cada vez menos influencia que los padres tienen en el mencionado proceso de socialización, ya que no podemos decir que hay un efecto causal directo e inmediato sobre sus hijos. Esta pérdida de influencia que se ha notado en la actualidad, se debe a diversos factores que los autores enumeran: que sus hijos interactúan con cada vez mayor cantidad de personas; que los hijos son socializados con diferente éxito y que “casualmente” las niñas son educadas de forma más estrecha; que la cantidad de hijos influye en el tiempo que un padre puede dedicarle a su socialización; que el contexto de amor y cuidado refleja una socialización más exitosa; y que no todos los padres tienen la misma influencia simplemente por el hecho de que son diferentes individuos. Lo que de aquí puedo destacar es que claramente el proceso de socialización ejercido por los padres de estas mujeres cosificadas en las publicidades no sería considerado exitoso, en términos de las RS y valores que esta sociedad ha impuesto como correctos, no de forma casual. Es por eso que me planteo, paradójicamente con lo que vengo analizando, que quizás soy yo la que en realidad está considerando como negativo el hecho de que una mujer sea vista simplemente como su físico, porque yo tengo socializado e incorporado de forma más estrecha el hecho de que eso es “degradante” e “inapropiado” en una mujer. Esto complejiza aún más la cuestión, lo cual confirma el hecho de que las RS son implícitas y el Sentido Común no puede dilucidarlas a simple vista. ¿Por qué se considera “mal visto” para nuestra cultura que una mujer se muestre desnuda, de una forma explícitamente sexual? ¿Por qué esa misma cultura que condena a esas mujeres, a la vez consume esos productos que critica? ¿Sobre qué se fundamenta este doble discurso y a qué intereses responde? Creo yo en este sentido, que la violencia simbólica en realidad parte de una coyuntura, según la cual la sexualidad es mostrada como algo negativo y místico, y desde esa perspectiva que nos es impuesta por medio de la socialización, se considera como violento que una mujer

sea vista como una imagen sexual. En otras palabras, lo que quiero decir es que en esta sociedad específica sí se considera que hay violencia simbólica desde el momento en el que se asocia a las mujeres únicamente a su función sexual; pero quizás, si lográramos modificar nuestra concepción del cuerpo y la sexualidad, probablemente ver una mujer desnuda (o un hombre) dejaría de ser considerado cosificante, dejaría de ser considerado violencia simbólica, hipotéticamente hablando.

“ La dominación inscripta en los gestos corporales de la mujer, en su modo de vivir, en su concepción de sí misma y de su rol, se legitima. Se concibe como algo natural que estas mujeres se equiparen a un objeto para ser únicamente admirado por su estética exterior, adonde sus cualidades intelectuales como personales quedan totalmente invisibilizadas. ”

Los medios de comunicación e Internet. Estos segundos agentes analizados inducen al individuo ya socializado a nuevos sectores del mundo, y son parte de lo que Berger y Luckmann denominan socialización secundaria, la cual muchas veces se contradice inclusive con la socialización primaria. En ese sentido, considero que en nuestra sociedad nos hallamos ante una socialización estrecha, dado que ciertos grupos de interés controlan parcialmente lo que se produce, con el objetivo de promover la conformidad con las RS imperantes. Ahora bien, a qué intereses de trasfondo representan los medios de comunicación al reproducir imágenes cosificadoras sobre las mujeres. Si bien en la introducción yo afirmé que mi análisis partía de la premisa de que el motivo por el cual lo hacen es el hecho de que sólo buscan el consumo masivo de sus producciones, sería muy inocente de mi parte no indagar en otros intereses de trasfondo. De aquí que me atrevo a postular que es probable que sean utilizadas como cortinas de humo, para ocultar algunas problemáticas sociales, manteniendo la atención de los individuos con notas banales alejadas de la situación global, que produce y reproduce las verdaderas relaciones de poder. Ahora bien, relacionándolo específicamente con la dominación de género y siendo muchas mujeres dueñas de ciertos medios de comunicación, me pregunto, ¿De qué forma la reproducción de imágenes

cosificadoras beneficia a los productores de la misma? ¿Únicamente responde a intereses económicos? Dado que esta misma situación de violencia simbólica reproducida, afecta inclusive a las propias mujeres que las reproducen. Por lo que llego a la conclusión de que efectivamente las RS y las matrices internas de aprendizaje, no son percibidas por todos los individuos, sino que se necesita un esfuerzo mental para comprenderlas, ya que se encuentran naturalizadas. Y esto se ve claramente con la propia represión y concepción degradante que las mujeres producen y reproducen de sí mismas y de su rol, que en definitiva, las perjudica. De esta forma, la reflexión generadora de crisis en los discursos dominantes es fundamental, ya que rompen con la familiaridad encubridora y abren el camino al cambio, tal como afirma Ana Quiroga.

Algunas Conclusiones

La violencia de género, específicamente hacia las mujeres, es una de las tantas problemáticas sociales e internacionales a la que somos sometidas desde hace un largo período de tiempo el género femenino. Como hemos observado, somos continuamente bombardeados con imágenes que reproducen ciertos paradigmas, ideologías y RS, que paradójicamente critican la violencia física o verbal (En los últimos años), pero que a la vez transmiten otros tipos de violencia, como la simbólica. Esto puede deberse a diversos motivos, que sería interesante estudiar en profundidad, dado que para resolver cualquier tipo de problemática es de fundamental importancia detectar sus orígenes y mecanismos de reproducción, para formular soluciones eficaces. Por ese motivo, como conclusión primordial me interesa destacar el hecho de que como científicos sociales debemos estar alerta ante estas situaciones, manifestando una clara “Imaginación Sociológica”, pero también, como meros miembros de una sociedad, debemos presentar “Sentido Común” reflexivo, desnaturalizando las prácticas impuestas históricamente, para de ese modo poder revertir la situación en la que nos hallamos, no de modo casual. En este sentido, la cultura digital juega un papel importante, debido a que si bien, como en el caso de Infobae participa en la difusión de las Representaciones Sociales predominantes en la sociedad, bien podría romper con estas visiones imperantes y colaborar con la superación de las mismas. De esta forma vemos cómo la informática repercute en las relaciones de género, así como en otros tipos de relaciones sociales que no se han analizado aquí, ya que es portadora de todo un cúmulo de ideas que difunde, muchas veces de forma inconsciente, y muchas otras veces, de forma intencional ●

Bibliografía

Baczko, B. (1991). *Imaginación social. Imaginarios sociales*. En B. Baczko, *Los imaginarios sociales. Memorias y esperanzas colectivas*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Becerra, G. y Simpkin, H. (2012). *El proceso de socialización*. En G. L. Costa y E. D. Etchezahar, *Temas de Psicología Social (comp.)*. Buenos Aires: Ediciones de la UNLZ.

Berger, P. y Luckmann, T. (1967). *La sociedad como realidad subjetiva*. En P. Berger y T. Luckmann. *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.

Bourdieu, P (2010) *La dominación masculina y otros ensayos*. Buenos Aires: Editorial La Página S.A.

Castorina, J. A. y Barreiro, A. V. (2006). *Las representaciones sociales y su horizonte ideológico. Una relación problemática*. *Boletín de Psicología*, 86, 7-25.

Jodelet, D. (1986). *Las representaciones sociales*. En S. Moscovici (Ed.), *Psicología Social II* (pp. 469-494). Barcelona: Paidós.

Marková, I. (1996) “En busca de las dimensiones epistemológicas de las representaciones sociales”. En Páez, D.; Blanco, A. (ed.) *La teoría sociocultural y la Psicología Social actual*. Madrid: Editorial Aprendizaje

Moscovici, 1976, referido por Perera, M., en “A propósito de las representaciones sociales: apuntes teóricos, trayectoria y actualidad”. (1999), p. 7.

Páez, D., Fernández, I., Ubillos, S., & Zubieta, E. (2004). *Psicología Social, Cultura y Educación*. Madrid: Madrid: Pearson/Prentice-Hall. Capítulo IX: *Cognición social: sesgos, heurísticos y atribución de causalidad*.

Parales-Quenza, C., & Vizcaíno-Gutiérrez, M. (2007). *Las relaciones entre actitudes y representaciones sociales: elementos para una integración conceptual*. *Revista latinoamericana de psicología*, 39(2), 351-361.

Quiroga, A. P. (1991). *Matrices de aprendizaje. Constitución del sujeto en el proceso de conocimiento*. Buenos Aires: Ediciones Cinco.