

GÉNERO, VIOLENCIA E INTERNET: EL CASO DE MÉXICO Y LA ARGENTINA

Paola Bonavitta Universidad Nacional de Córdoba (Argentina)
y **Jimena De Garay Hernández**
Universidad do Estado do Río de Janeiro (Brasil)

Resumen

Los medios masivos de comunicación (MMC) crean y recrean estereotipos de diversa índole. Las mujeres y las niñas no son ajenas a esa estereotipación, y las representaciones sociales que generan y difunden los MMC responden a los intereses del patriarcado y del machismo.

Mediante un análisis discursivo podemos desentrañar la imagen que los mensajes mediáticos forman sobre las mujeres y las niñas que contribuye a reforzar la violencia de género contra ellas.

En este trabajo, nos enfocamos en los estereotipos de mujeres construidos en sitios de internet localizados en la Argentina y en México para desentrañar los mensajes implícitos existentes en el discurso de los MMC digitales.

Palabras clave: medios de comunicación, género, violencia.

Introducción

Es indudable la fuerza de los medios masivos de comunicación (en adelante MMC) así como también es indudable que son formadores de ideología. Los MMC intercambian mercancías: los contenidos informativos, de entretenimiento, educativos, entre otros, difundidos a través del cine, la radio, la prensa escrita, televisión e internet en distintos horarios, a un público diverso. De esta manera, se encargan de construir realidades, visiones del mundo, representaciones sociales sobre aquello que tendieron a denominar "la realidad".

Los medios fabrican colectivamente una representación social a partir de su discurso –el cual circula masivamente– y, por ello, es capaz de movilizar tanto prejuicios como manifestaciones sociales masivas (Champagne, 2000). Así, lo que se denomina "acontecimiento" no es más que la movilización –que puede ser espontánea o provocada– de los medios alrededor de algo que, durante un cierto tiempo, conviene en considerar como tal. Champagne (2000) argumenta que

... los medios son parte integrante de la realidad o producen efectos de realidad al fabricar una visión mediática de aquella que contribuye a crear la realidad que pretende describir. En particular,

las desdichas y reivindicaciones deben expresarse mediáticamente si quieren tener una existencia públicamente reconocida.

En los contenidos transmitidos, los MMC imponen los gustos y las preferencias que en un determinado momento suelen considerarse las más aceptadas, las legitimadas socialmente.

Para los teóricos de la Escuela de Frankfurt, los MMC son industrias dedicadas a la creación de mensajes estandarizados y al ocio de las enormes masas organizadas mediante la Sociedad de Consumo, pero que efectúan un rebajamiento de los procesos intelectuales y sensitivos del receptor-consumidor ya que, en último término, anulan la capacidad de análisis causal y crítico, convirtiendo al sujeto receptor en un individuo pasivo y desindividualizado. De este modo, los MMC actúan como superestructuras ideológicas. A través de estos medios, las personas tienen acceso a realidades lejanas o inaccesibles, lo cual contribuye a la construcción de representaciones sociales, de visiones estereotipadas de elementos del entorno social y al rechazo o aceptación de valores y a la generación de prejuicios o preferencias hacia grupos humanos (Torres y Conde, 1999).

En este artículo, nos enfocaremos puntualmente en los medios digitales. De forma específica, internet resulta un agente socializador de gran importancia, dado que, a través de este medio, las personas no solo están expuestas a información, sino que son capaces de intercambiar ideas y de participar en redes de comunicación con personas diferentes de ellas, o que se encuentran en áreas culturales distantes a las suyas. Esto constituye, por lo tanto, un nuevo agente de gran relevancia en el desenvolvimiento social. Es un mundo social con sus propias normas, interacciones y roles. Algunas(os) autoras(es) actuales (p. ej. Adler y Adler, 2008) han estudiado el "cibermundo" a partir de la psicología social, dada su particularidad con respecto a otros mundos sociales, en cuanto a las comunidades y relaciones de carácter virtual, la ampliación en la variedad de relaciones interpersonales, y el contraste entre la "realidad sólida" y la virtual. Por su parte, Zygmunt Bauman (2004) habla de la volatilidad que significa *surfear* en la red y de cómo esta fluidez se ha traducido a la sociedad, la cual tiende a desaparecer convirtiéndose en un mosaico de destinos individuales que se encuentran en momentos. Internet ha significado una descentralización de la comunicación, pues las mujeres y los hombres que acceden a él persiguen formas de organización más maleables, de manera que la visión del mundo se constituye como un ensamblaje fluido e inestable. Sin embargo, este autor también llama la atención acerca de que este cosmopolitismo cultural se restringe a la población más rica.

Por otra parte, Manuel Castells (2001) considera que las redes "conectadas" se han vuelto formas de comunidad especializadas, es decir, formas de sociabilidad construidas en torno a intereses específicos. Se plantea una idea sobre las comunidades donde cada persona arma su escena, producto de múltiples experiencias. Por tanto, lo que más llama la atención es la interconectividad y la creación de redes que se desarrollan en sí mismas y no tanto la capacidad de agrupar.

Así, el éxito de la comunidad virtual radica en la capacidad de agrupar e interconectar distintas demandas (con cada una de sus particularidades y niveles de especialización), que es lo que Castells (2001) denomina una “comunidad de comunidades”, en donde los que intercambian información, los que buscan amigos, los que simplemente quieren chatear un rato, o los que navegan en busca de entretenimiento, convergen en una sola red, de acuerdo con intereses individuales, despojándose de una gran estructura homogénea que los mantenga unidos por un mismo fin.

Ahora bien, en esta “comunidad virtual”, ¿cuál es el papel que juegan las mujeres? ¿Ha servido internet como herramienta capaz de eliminar las violencias de género, la inequidad genérica? ¿Contribuye a acabar con el androcentrismo dominante?

En este trabajo nos enfocamos en los estereotipos de mujeres construidos en sitios de internet localizados en la Argentina y en México para desentrañar los mensajes implícitos existentes en el discurso de los MMC digitales.

Estereotipar: simplificar lo complejo

Los MMC tienden a homogeneizar la realidad. El caso de internet es un caso peculiar pues se ha convertido en la tiranía de la técnica en el mundo actual. Hannah Arendt dice que el mundo de las máquinas se ha transformado en el sustituto del mundo real (Arendt, 1993). El tecnologicismo y los medios son una ideología totalitaria. Y las redes virtuales son parte central de esa maquinaria que todo lo observa, que todo lo abarca y que se encarga de reproducir los ideales de un grupo que programa y dirige la vida de la amplia mayoría. Nada queda fuera del ojo voyeurista. Nadie escapa al control social.

Los actuales MMC forman parte de los objetos que nuestra sociedad ha creado para la sublimación del mundo pulsional, y también son transmisores de modelos identificatorios. Las significaciones imaginarias sociales, que dictan lo que la realidad es, han hallado un modo sumamente eficaz de propagación mediante las imágenes visuales. El *Otro* que la sociedad actual ha construido se expresa a través de esas pantallas: su intento es homogeneizar el sentido socialmente instituido, apropiándose de una parte del mismo y pretendiendo imponérselo a los sujetos.

En el caso de las mujeres, los MMC las han estereotipado históricamente bajo los prototipos construidos por el androcentrismo, que constituye la adopción que la sociedad ha edificado históricamente de un punto de vista central, que pretende homogeneizar a todas las personas bajo los mismos parámetros hegemónicos (Alfarache, 2003). Dicho punto de vista es un sesgo, un prejuicio centrado en las prácticas, cuerpos, intereses y espacios de los varones (Serret, 2008).

Por lo tanto, estas imágenes estereotipadas refuerzan la violencia de género contra mujeres y niñas, la cual definimos, siguiendo a Marcela Lagarde (2006), como la conducta que incluye cualquier agresión física, psicológica, sexual, patrimonial, económica o feminicida dirigida contra mujeres y niñas por el hecho de ser tales. Es un tipo de violencia que se produce en un esquema de poderes desiguales, que busca someter y

controlar a las mujeres y las niñas, que las daña y lesiona y que transgrede sus derechos humanos (Vega Montiel, 2010). La violencia contra las mujeres y niñas es el mecanismo utilizado por los hombres para asegurar el mantenimiento del poder y el disfrute de privilegios, es por ello por lo que, en este sentido, la violencia ha sido articulada en nuestras estructuras e ideologías, y es admitida por una serie de convenciones sociales, leyes e instituciones (Vega Montiel, 2010).

¿Cómo se refuerza la violencia contra las mujeres y niñas en los MMC? Por medio de las representaciones sociales que estos construyen en torno a las mujeres, representaciones que producen significados amparados por el paradigma androcéntrico dominante. Por tanto, las representaciones sociales constituyen un proceso de reconstrucción de lo real, de relaciones entre sujetos y sociedad, gracias a las cuales las personas hacen inteligible la realidad (Moscovici, 1976). Son conjuntos de conceptos e imágenes originados en la cotidianidad y en la comunicación y tienen dos funciones primordiales: proporcionar a las personas un medio de otorgar sentido a su mundo y facilitan la posibilidad de compartir ideas (Collier *et al.*, 1991). Sin embargo, esta facilitación no provee precisamente de un medio social justo e igualitario, ya que permite que se generen significados poco cuestionados en los que algunas personas no cuentan con los mismos derechos que otras.

Además, las representaciones sociales tienen necesariamente implicaciones éticas, pues expresan y definen las normas del grupo, indicando lo que es aceptable y lo que no lo es, lo que se debe hacer y lo que no, lo que es normal y lo que no lo es (Rouquette, 2005). A partir de estas, concebimos no solo al mundo, sino a nosotros mismos, ya que estas son

... construcciones simbólicas individuales y/o colectivas a las que los sujetos apelan para interpretar el mundo, reflexionar sobre su propia situación y la de los demás y determinar el alcance y la posibilidad de su acción histórica (Vasilachis, 2003: 268).

En cuanto a las representaciones sociales de género, estas cumplen una función fundamental: la de la reproducción del sistema patriarcal, mediante la socialización y educación de los discursos que circulan en la prensa. Y esta representación es la que se encuentra en la base de la violencia contra las mujeres, pues naturaliza el castigo y la venganza dañina como derechos legítimos ejercidos sobre las mujeres, y, por ello, los vemos como naturales (Vega Montiel, 2010). Los MMC construyen creencias y opiniones que se estructuran como reglas sociales (Vega Montiel, 2010). En su discurso se transmite la mirada patriarcal y opresora de género de manera naturalizada, y se producen y reproducen los fenómenos de discriminación y exclusión (Maquieira, 2006).

Partiendo de los estudios de género, consideramos que este constituye una representación total del sistema social, en tanto lugar en el que se cruzan discursos, creencias y normas sobre lo que la identidad femenina y masculina representan y sobre la relación de poder que priva entre ambos géneros, y que se ha traducido

históricamente en la supremacía masculina sobre la subordinación femenina. Esos discursos, estereotipos y creencias se visibilizan en la desigualdad de género que se expresa en la dimensión social, pero también en la económica, la jurídica, la política y la cultural, lo que origina el trato discriminatorio hacia las mujeres (Flores-Palacios, 1996).

Este trato discriminatorio desde los MMC se continúa dando a pesar de que estos han sido señalados como una institución con una responsabilidad central en la erradicación de la violencia contra las mujeres y, en consecuencia, en la realización de sus derechos humanos.

Distintos organismos internacionales han emitido recomendaciones a los MMC, en aras de que examinen las consecuencias de la reproducción de estereotipos sexistas en su programación, incluidos aquellos contenidos en los anuncios publicitarios que promueven la violencia y la discriminación de género; y de que adopten medidas para eliminar esas imágenes negativas, con miras a promover una sociedad basada en los principios de equidad y respeto, esenciales para el desarrollo y la paz de las naciones (Vega Montiel, 2010).

Además, según señala Vega Montiel (2010), se ha solicitado a los MMC que generen una conciencia acerca de la responsabilidad que tienen las instituciones mediáticas en la promoción de imágenes no estereotipadas de mujeres y hombres y de eliminar los modelos de conducta generadores de violencia que en ellos se presentan, así como de alentar a las personas responsables de producir los contenidos a que establezcan directrices y códigos de conducta profesionales. Además, se insiste en que los MMC deben sensibilizar, informar y educar a la población acerca de las causas y los efectos de la violencia contra las mujeres y a estimular el debate público sobre el tema.

Análisis mediático

Para comprender cómo los medios, específicamente internet, construyen representaciones sociales en torno a las mujeres, es importante considerar no solo qué escriben, dicen o muestran, sino también cómo lo hacen, en otras palabras, no solo el contenido sino también la enunciación.

Analizamos los mensajes mediáticos en México y la Argentina que, en términos de contenido, dicen todos aproximadamente lo mismo, pero que, sin embargo, lo dicen de muy diferentes modos (Verón: 2001). Así, vemos lo implícito de los discursos, lo que está en la oscuridad, para poder interpretar los estereotipos y representaciones que formulan sobre las mujeres y cómo estos contribuyen a fortalecer la violencia de género.

La explosión de internet como medio de comunicación y como proveedor de información social de la manera más rápida y más globalizada que jamás se haya imaginado, hace que su análisis en este tema sea fundamental. En la red, existen diversas plataformas de interacción social en las que las representaciones sociales de género pueden ya sea reforzarse o cuestionarse. Desafortunadamente, la primera opción ha sido la que ha ocurrido con más frecuencia y fuerza.

La mayoría (si no es que todos) los productos tienen sus páginas web, donde reutilizan las herramientas para generar más consumo, una de las cuales es el fuerte vínculo simbólico que se ha hecho entre las mujeres y su “ser para otros”, especialmente para sus hijos, los cuales se consideran su único interés, función y proyecto en la vida.

Por ejemplo, un sitio web de una marca de lácteos mexicana, tiene un apartado llamado “Mujer”, donde se podría hablar de la importancia de que las mujeres procuren su propia salud, especialmente (en este caso) de cuidar sus niveles de calcio. Sin embargo, en dicho apartado se dan “Tips para tus hijos”, o “Recetas” con el fin de propiciar una calidad de vida a la familia, rol atribuido socialmente a la mujer, y generador de violencia y culpa hacia ella en el caso de que no lo cumpla al pie de la letra.

Además, las revistas femeninas también tienen sus portales virtuales, donde presentan *tips* de belleza y de formas de lograr “encantar” a los hombres. En estas páginas también se recurre constantemente a los “Tops” de belleza, atractivo sexual, vestimenta, valor adquisitivo, entre otros. En dichas listas, se califica a las y los famosos en cuanto a diversas características, planteando prototipos de belleza inalcanzables. El cuerpo se convierte en una especie de utopía. Se hace un culto de la imagen y se establecen prototipos para seguir. El culto al cuerpo obliga a que se lo enaltezca, se lo trabaje, se lo adore. Pero también genera violencias sobre las mujeres, puesto que ellas reales distan mucho de parecerse a los cuerpos ficticiales promocionados en estos sitios de internet.

En una época en la que se habla del fin de las utopías, el cuerpo joven y delgado parece ser el único sueño que queda indiscutiblemente presente. Al mismo tiempo,

... hay una penalización del cuerpo real. El cuerpo es material, orgánico, envejece, es imperfecto. El cuerpo es la única justificación del sacrificio en una cultura hedonista, basada en el placer aquí y ahora. Hoy no se apuesta a ninguna trascendencia, ni a ningún sacrificio; la única instancia que lleva al sacrificio es la búsqueda del cuerpo perfecto (Sibilia, 2008).

Por otra parte, el anonimato que internet puede representar ha sido utilizado para innumerables tipos de violencia de género. Por ejemplo, existen páginas web que ofrecen a sus usuarios (generalmente hombres) conseguirles aventuras amorosas sin que sus parejas se enteren. Sin caer en la normatividad del matrimonio monogámico, el cual tiene por su parte muchas herramientas para violentar a las mujeres, es de llamar la atención la forma en que dicho servicio se propone. Las imágenes presentadas son generalmente de hombres satisfechos sexualmente, y se propicia en gran parte el engaño y el secreto, los cuales no son precisamente los modos de cuestionar la forma hegemónica de relaciones amorosas más adecuados.

Relacionado también con el anonimato, es importante señalar el peligroso y frecuente fenómeno de acoso sexual a través de la red, en el cual generalmente hombres mayores abusan de su invisibilidad para obtener

información de niñas, niños y adolescentes, a partir de lo cual ocurren innumerables formas de violencia de género, desde el acoso sexual hasta la prostitución infantil.

Lejos de desaparecer estas asignaciones en internet observamos cómo en muchos casos se amplifican, de manera especial en el cibersexo, los videojuegos y el porno. El fortalecimiento de estereotipos y la violencia sobre el “cuerpo” virtual que recrea a la mujer es algo cotidiano en la red. Una nueva manera de dar rienda suelta a las respuestas que genera el modelo patriarcal en el que sustentamos nuestros valores socioculturales. Un modelo que sigue apoyado en una buena relación del hombre con el sexo y una todavía reprochable y pecaminosa relación de la mujer con él, de manera que esta termina siendo considerada, en la mayoría de las situaciones, objeto sexual mientras que el hombre actúa como sujeto activo.

Por otro lado, es un fenómeno interesante el manejo de la propia imagen a través de las diversas redes sociales. A diferencia de otros MMC, los medios digitales tienen como principal característica el intercambio de información entre usuarias y usuarios, rompiendo los límites de la pasividad mediática. Sin embargo, la presentación del mí mismo o de mí misma se puede convertir también en un reforzamiento de los procesos antes mencionados (discriminación, ideales de belleza, violencia). Las personas eligen las fotografías y la información de sí mismas que desean sea publicada, teniendo cierto control sobre la imagen que quieren proyectar, y permitiendo que prácticamente cualquier persona pueda juzgar, también públicamente, nuestra identidad.

Otro proceso significativo es la plataforma de YouTube, donde no solo se incluyen videos de personas involucradas en el medio del espectáculo, sino donde cualquier persona puede expresarse por dicho medio de forma audiovisual. A través de este portal, la violencia de género y la discriminación puede ser reproducida de una forma sumamente potente. Un buen ejemplo de esto es la serie de videos que el autodenominado “El anticristo” ha publicado. Este personaje es mexicano, pero utiliza un distorsionador de voz y un acento español para hablar en sus videos, aunque su léxico lo delata como de la Ciudad de México. Los videos que sube a YouTube son críticas a diversos aspectos de la sociedad actual, tales como los programas de televisión en los que se habla de chismes de la farándula nacional e internacional, las caricaturas infantiles, la selección de fútbol, el reggaetón, el grupo social llamado EMO, entre otros. El problema con estos increíblemente populares (y censurados) videos no es el hecho de que realice críticas, sino que su forma de realizarlas demuestra una intolerancia extrema. El problema no es que use excesivamente palabras altisonantes, las cuales son parte de la vida cotidiana de la sociedad mexicana, sino que dichas palabras son denigrantes para ciertos sectores de la población. Por ejemplo, son innumerables los casos en los que esta persona se refiere a las personas homosexuales en una forma alarmantemente discriminatoria. Además, al querer insultar a cualquier persona, lo hace condenando las supuestas o reales prácticas homosexuales que esta realice, llamándolas “aberraciones”. Junto con esta discriminación, hace otros comentarios despectivos refiriéndose a las mujeres y a las personas negras. El nivel de agresividad y violencia que presentan estos videos es indignante, y lo es aún más el saber que la

mayoría de la gente los acepta con carcajadas. Miles y miles de personas ven, aprueban y recomiendan estos videos, lo cual señala que dichas críticas intolerantes y violentas son parte de la ideología de la gente. Por último, es importante recalcar que internet también puede resultar una importantísima fuente de información en contra de estos estereotipos. Por ejemplo, a través de la red, las mujeres violentadas se pueden enterar de organizaciones no gubernamentales que las apoyen, o de procedimientos legales para solucionar su situación. Sin embargo, también es fundamental subrayar que muchísimas personas alrededor del mundo, la mayoría de ellas mujeres, no tienen acceso a internet, ya sea porque viven en comunidades muy alejadas de dicho fenómeno o porque sus sociedades no les permiten acceder a dicho medio. Esto también representa violencia.

Conclusiones

Ante esto, es preciso resaltar el vínculo que existe entre los elementos de las representaciones sociales de género que nos presenta internet y la violencia de género: los ideales de belleza en los que tanto se insiste, propician una discriminación ideológica hacia las personas que no los cumplen, la cual, al llevarse a la práctica, se manifiesta en los diferentes tipos de violencia. Violencia hacia los cuerpos de las mujeres, hacia sus mentes y hacia sus sentimientos. Y, lo peor de todo, es que muchas veces dicha violencia es difícil de percibir, pues se sustenta y se justifica. Un ejemplo de esto es la anorexia que sufren no solo las púberes y adolescentes que se dejan impactar por los poco sanos modelos que presentan los MMC, sino las mismas encarnaciones de dichos modelos. Ciertamente, no es fácil percibir que esto implica violencia de género, pues no hay un agresor claro. La cosa es que el agresor es la sociedad entera, que se sostiene en los pilares del sexismo, el clasismo, el racismo y el heterocentrismo. Y esto sucede en todos los casos de violencia. Esto es lo que los MMC e internet deben visibilizar. La mujer se sacrifica, hace sufrir a su cuerpo para agradar a otros, se violenta para conseguirlo. Esta violencia se justifica, porque lo importante no es que sea quien decide ser, sino que cumpla con el “deber ser”.

La mayoría de los MMC no están empleando su gran capacidad de visibilización, difusión y generación de consciencia acerca de problemas sociales que parten de la rigidez de las representaciones sociales que se manejan en la actualidad, sino que están siendo cómplices y actores importantes en la perpetuación de dicha estrechez de pensamiento. A pesar de considerarse “cuarto poder”, no están propiciando una sociedad más democrática y tolerante, sino que están generando nuevas formas de violencia, más sutiles, más modernas. Es necesario impulsar una mirada crítica hacia los estímulos digitales, de forma que sea posible plantear un gran abanico de posibilidades de ser mujer y de ser hombre.

Bibliografía

Arendt, Hannah (1993), *La condición humana*, Buenos Aires, Paidós.

- Alfarache Lorenzo, Ángela (2003), *Identidades lésbicas y cultura feminista: una investigación antropológica*, México, UNAM, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Humanidades, Plaza y Valdéz, Serie Diversidad feminista.
- Bauman, Zygmunt (2006), *Confianza y temor en la ciudad*, Barcelona, Arcadia.
- Bauman, Zygmunt (2005), *Amor líquido: Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*, Barcelona, Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Zygmunt (2004), *La sociedad sitiada*, Argentina, Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Zygmunt (2000), *Modernidad líquida*, Barcelona, Fondo de Cultura Económica.
- Benjamín, Walter (1989), "Tesis para una filosofía de la historia", en *Discursos interrumpidos II*, Buenos Aires, Taurus.
- Castells, Manuel (2001), *The Internet Galaxy: reflections on the Internet, Business and Society*, Oxford, University Press.
- Collier, Gary et al. (1991), *Escenarios y tendencias de la psicología social*, Tecnos.
- Contreras, Rebeca y María Irene Silva (2006), "La representación social de dos ciudades: México y Querétaro", en *Miradas psicosociales a la realidad psicosocial*, México, Universidad Autónoma Metropolitana.
- Ibáñez, Tomas (1994), *Psicología social construccionista*.
- García, Gloria (2007), "Psicología social y género", en *Tratado de Psicología Social. Perspectivas socioculturales*, México, Anthropos.
- Maquieira, Virginia (2006), *Mujeres, globalización y derechos humanos*, Madrid, Ediciones Cátedra.
- Rouquette, Michel-Louis (2005), "Sobre una categoría específica de representaciones sociales en psicología política", en *Psic. Soc. Revista internacional de psicología social*, Vol. 1 N.º 4, julio-diciembre 2005.
- Serret, Estela (2008), *Qué es y para qué es la perspectiva de género*, Oaxaca, Instituto de la Mujer Oaxaqueña.
- Torres Lana, Esteban y Elena Conde Miranda (1999), "Medios audiovisuales y desarrollo social", en M. Rodrigo, *Contexto y desarrollo social*, Madrid, Síntesis Psicología, pp. 223-268.
- Vasilachis, Irene (2003), *Pobres, pobreza, identidad y representaciones sociales*, Barcelona, Gedisa.

Artículo recibido el 15/06/14 - Evaluado entre el 21/07/14 y 31/08/14 - Publicado el 21/09/14