



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN  
COMISIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO  
ÁREA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

**VIOLENCIA MEDIÁTICA Y SIMBÓLICA EN  
EL CONTEXTO DE LA VIOLENCIA CONTRA  
LA MUJER: ANÁLISIS DE LA LEGISLACIÓN  
VENEZOLANA**

Autora: **LUISA ELENA KISLINGER GUERRA**

Trabajo de grado que se presenta para optar al título de  
Magíster Scientiarum en Comunicación Social

Tutora

---

Profesora Morelba Jiménez

Caracas, mayo de 2015

© LUISA ELENA KISLINGER GUERRA 2015

Hecho el Depósito de Ley

Depósito Legal N° lft48720153401068

APROBADO EN NOMBRE DE LA UNIVERSIDAD  
CENTRAL DE VENEZUELA POR EL SIGUIENTE  
JURADO EXAMINADOR

Profesora Morelba Jiménez  
\_\_\_\_\_  
Coordinadora

Profesor Bernardino Herrera  
\_\_\_\_\_

Profesor Andrés Cañizález  
\_\_\_\_\_

Fecha de aprobación: \_\_\_\_\_



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN  
COMISIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



VEREDICTO

Quienes suscriben, miembros del jurado designado por el Consejo de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela, para examinar el **Trabajo de Grado** presentado por: **LUISA ELENA KISLINGER GUERRA** Cédula de identidad N° 10.784.692, bajo el título **“VIOLENCIA MEDIÁTICA Y SIMBÓLICA EN EL CONTEXTO DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER: ANÁLISIS DE LA LEGISLACIÓN VENEZOLANA”**, a fin de cumplir con el requisito legal para optar al grado académico de **MAGISTER SCIENTIARUM EN COMUNICACIÓN SOCIAL**, dejan constancia de lo siguiente:

1.- Leído como fue dicho trabajo por cada uno de los miembros del jurado, se fijó el día 17 de junio de 2015 a las 02:00 PM., para que la autora lo defendiera en forma pública, lo que ésta hizo en el aula 19 del piso 3 de la Comisión de Estudios de Postgrado de la Facultad de Humanidades y Educación, mediante un resumen oral de su contenido, luego de lo cual **respondió satisfactoriamente** a las preguntas que le fueron formuladas por el jurado, todo ello conforme con lo dispuesto en el Reglamento de Estudios de Postgrado.

2.- Finalizada la defensa, el jurado decidió **APROBARLO**, por considerar, sin hacerse solidario con la ideas expuestas por el autor, que se ajusta a lo dispuesto y exigido en el Reglamento de Estudios de Postgrado.

Para dar este veredicto, el jurado estimó que el trabajo examinado **cumple rigurosamente con los criterios de un trabajo de investigación de postgrado, bien redactado, bien estructurado y suficientemente documentado.**

3.- El jurado por unanimidad decidió otorgar la calificación de **EXCELENTE** al presente trabajo por considerarlo de excepcional calidad y **considerarlo un aporte pionero original al estudio de la temática de la violencia mediática y la violencia simbólica, que contribuye a una mayor comprensión de la Ley orgánica sobre el derecho de la mujer a una vida libre de violencia.**

En fe de lo cual se levanta la presente ACTA, a los 17 días del mes junio de 2015, conforme a lo dispuesto en el Reglamento de Estudios de Postgrado, actuó como Coordinadora del jurado la profesora Msc. **MORELBA JIMENEZ**.

Dr. ANDRES CAÑIZALEZ / UCAB  
C.I. 9.542.145

Msc. BERNARDINO HERRERA / UCV  
C.I. 5.571.402

Msc. MORELBA JIMENEZ / FACES-UCV  
C.I. 4.293.089  
Tutora

UCV / CEP-FHE / MF.- 17/06/2015



*A Héctor Luis y Samuel.*  
*Por ustedes. Para ustedes.*

## AGRADECIMIENTOS

En la elaboración de este trabajo de investigación fueron muchas las personas que me apoyaron directa o indirectamente, y a las que quisiera agradecer. Con palabras de aliento, haciendo trámites en mi nombre, cuidando a mis hijos, trayendo libros desde el exterior, dándome recomendaciones, o simplemente prestando un oído a mis dudas e inquietudes, hermanas, amigas, amigos, colegas y familiares colaboraron con esta labor. A ellos y ellas, estaré infinitamente agradecida. Sin embargo, hay algunas personas en particular que quisiera nombrar porque sin el apoyo que me dieron no hubiese podido completar esta Maestría, y mucho menos este trabajo especial de grado.

*Héctor Zea Jurado*. Mi socio en esta empresa. A pesar de los altos y bajos, y del tiempo transcurrido, gracias;

Mi tutora, *Morelba Jiménez*, por su paciencia y por empujarme a usar los lentes de género para ver el mundo de modo distinto, entenderme más a mí misma y a otras mujeres, entender el lugar que juntas ocupamos en este mundo, y dibujar en mi mente otro mundo distinto en el que quisiera que vivieran mis hijos y las mujeres y hombres de un no muy distante futuro;

Mi suegra, *Julia Jurado*, por ayudarme cariñosamente con mis hijos durante todo este proceso;

Mis hermanas *Miroslava, Leska y Rita*, cada una en momentos distintos de esta investigación, por ayudarme con trámites administrativos, libros, y corre-corres;

*Bernardino Herrera*, quien con su contagioso optimismo me ayudó a disipar cualquier duda de que algún día lograría terminar este trabajo;

Mi mamá, *Luisa Guerra*, quien, sin saberlo, sembró en mí la semilla del feminismo y me inculcó el valor fundamental que tiene la educación en las mujeres;

Mi papá, "*Iván*" *Kislinger*, por enseñarme con su ejemplo el valor de la solidaridad, el cual ha sido la pieza fundamental de inspiración y guía de este trabajo;

*Fabiola Romero y Ofelia Álvarez*, por ayudarme a recuperar el rumbo cuando pensé que lo había perdido.

A todas y todos, gracias.

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN  
COMISIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADOS  
ÁREA: COMUNICACIÓN SOCIAL  
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Autora: Luisa Elena Kislinger Guerra  
Tutora: Prof. Morelba Jiménez  
Caracas, mayo de 2015

**Violencia mediática y simbólica en el contexto de la Violencia contra la Mujer:  
Análisis de la Legislación Venezolana**

**RESUMEN**

La Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a Vivir una Vida Libre de Violencia fue aprobada en el año 2007 por la Asamblea Nacional de Venezuela. Se trató de la primera ley de segunda generación en materia de violencia contra la mujer aprobada en toda la región de América Latina y el Caribe. Fue, además, la primera en incluir las nociones de violencia mediática y violencia simbólica contra la mujer como modalidades de esta problemática. Se trata de un paso de gran importancia puesto que enmarca los esfuerzos dirigidos a modificar los contenidos discriminatorios de las mujeres en los medios de comunicación. En ese contexto, la presente investigación se propuso como objetivo general contribuir a los esfuerzos por difundir e implementar la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, particularmente en lo relativo a la violencia mediática y la violencia simbólica. Igualmente, se planteó ampliar la comprensión de éstos dos tipos de violencia en el contexto general de la violencia contra la mujer, y demostrar la importancia de su adopción.

Este trabajo es de carácter documental, analítico-demostrativo, abarcando materiales bibliográficos y hemerográficos relacionados con la temática de violencia mediática y violencia simbólica, la libertad de expresión y el derecho a la no-discriminación, que luego fueron relacionados con el contexto general de la violencia contra la mujer. También fueron consultadas leyes y jurisprudencia local y extranjera relacionada con la materia.

La violencia contra la mujer es una problemática social compleja en la que se conjugan diversos factores, incluyendo el entorno cultural liderado por los medios de comunicación. A través de sus distintos contenidos, los medios contribuyen a reforzar convenciones y normas sociales correspondientes al sistema patriarcal dominante sobre el cual se sustentan las relaciones desiguales de poder entre hombres y mujeres. Las mujeres suelen ser representadas de manera sesgada, a través de estereotipos que dan por natural su desempeño en ciertos roles sociales tales como ama de casa, cuidadora, compradora compulsiva, madre, entre otros. Ello contribuye a construir una visión desvalorizada y subordinada de las mujeres, lo cual aumenta su vulnerabilidad ante la violencia.

Los esfuerzos por llamar la atención sobre la importancia de que los medios de comunicación realicen representaciones equilibradas de las mujeres no son nuevos. Desde la Conferencia Mundial de la Mujer, celebrada en Beijing en 1995, se instó a los gobiernos a tomar medidas a fin de que los contenidos mediáticos no discriminaran o invisibilizaran a las mujeres. Más atrás en el tiempo, desde los años 70, los estudios feministas de medios han investigado y alertado sobre los efectos dañinos que los estereotipos de género presentados por los medios tienen sobre la vida de las mujeres, y sobre cómo los discursos mediáticos justifican su discriminación. Tanto la Convención para la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW), como la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (Convención de Belem Do Pará), de las cuales Venezuela es parte, instan a los Estados a adoptar medidas relacionadas con las representaciones de las mujeres hechas por los medios de comunicación y con la modificación de patrones culturales discriminatorios.

La tipificación de la violencia mediática y violencia simbólica son, entonces, el resultado de distintos llamados y compromisos previos. Pero, más aún, dicha tipificación se encuentra plenamente justificada por cuanto los medios venezolanos insisten mayoritaria y sistemáticamente en representar a las mujeres de manera degradante, sesgada y discriminatoria, sin que existan iniciativas de autorregulación o lineamientos, que propicien modificaciones hacia representaciones equilibradas de género. De cara a la libertad de expresión, deben ser comprendidas como restricciones legítimas al ejercicio de ese derecho, y vistas, además, como medidas de acción positiva que buscan lograr la igualdad entre mujeres y hombres en las representaciones hechas por los medios de comunicación, que en definitiva, contribuirán a propiciar un cambio cultural en la manera en la cual las mujeres son vistas socialmente. Sin embargo, se requiere abogar y velar por la debida aplicación de los artículos sobre violencia mediática y violencia simbólica en favor de las mujeres, y no como herramientas de censura o de presión política.

A pesar de haber transcurrido 7 años desde la aprobación de la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, son pocas las acciones que se han emprendido para la aplicación de los artículos sobre violencia mediática y violencia simbólica. Más importante aún, no existen políticas públicas ni programas en esa esfera. Ha sido muy poco lo que se ha escrito y/o investigado sobre ambas modalidades de violencia, al tiempo que las universidades – públicas y privadas – no poseen la temática de mujer y comunicación como línea de investigación. El trabajo con todas/os los actores y entes involucrados en el quehacer comunicacional en relación con las representaciones de las mujeres sigue siendo una tarea pendiente.

Palabras clave: Mujeres y comunicación – Violencia Mediática – Violencia Simbólica – Libertad de Expresión – Género – Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia – Violencia contra la Mujer – Venezuela – Derecho a la No-Discriminación por Razones de Sexo.

# INDICE

INTRODUCCIÓN.....	4	
CAPITULO I: MARCO CONTEXTUAL		
1. Justificación.....	9	
2. Objetivos.....	10	
3. Problemática general de la violencia contra la mujer.....	11	
4. Breve aproximación a la evolución del tema.....	14	
5. Violencia contra la mujer como cuestión de derechos humanos.....	18	
6. Venezuela ante la violencia contra la mujer.....	21	
7. Violencia mediática y violencia simbólica.....	26	
CAPÍTULO II: MARCO TEORICO		
PRIMERA PARTE: aproximación a basamentos conceptuales sobre la violencia contra la mujer		
1. Violencia contra la mujer: definiciones.....	29	
2. Causas y consecuencias de la violencia contra la mujer.....	37	
SEGUNDA PARTE: Mujeres y Medios de Comunicación.....		46
1. Medios de Comunicación.....	48	
2. Estudios Feministas de Medios.....	52	
3. Representaciones mediáticas de la mujer.....	53	
4. Sexo-Género.....	55	
5. Estereotipos.....	62	
6. Mujeres en medios de comunicación: cuántas y cómo.....	68	

7. Publicidad.....	81
a) Estereotipos.....	86
b) Cuerpo femenino como referente estético.....	88
c) Rol sensual: la mujer objeto.....	90
8. Unas palabras sobre pornografía.....	95
 TERCERA PARTE: Aproximaciones conceptuales y teóricas sobre la violencia mediática y la violencia simbólica, en el marco de la violencia contra la mujer.....	
1. Violencia Mediática.....	103
2. Efectos: ¿sí o no?.....	105
3. ¿Qué entendemos por efecto?.....	107
4. Distintos ángulos de un solo debate.....	108
5. Efectos: cómo, quiénes, cuántos.....	114
6. Joseph Klapper y la teoría del reforzamiento de opiniones.....	115
7. Efectos desde la perspectiva feminista.....	122
8. Representaciones mediáticas.....	126
9. Teoría del aprendizaje social y teoría de los efectos cultivados.....	128
10. Violencia en los medios.....	131
11. Violencia mediática: definiciones.....	133
12. Violencia mediática versus violencia en el mundo real: el problema de los efectos.....	136
13. Violencia, medios y género.....	151
14. Violencia mediática contra la mujer.....	158
15. Violencia contra la mujer: ficción y realidad.....	161
16. Mujeres degradadas: ¿socialmente aceptable?.....	174

17. Violencia simbólica.....	184
<b>CAPÍTULO III: VIOLENCIA SIMBÓLICA Y VIOLENCIA MEDIÁTICA VERSUS LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN</b>	
1. Derechos protegidos en el contexto de un orden democrático: la libertad de expresión.....	201
2. La Libertad de Expresión.....	202
3. ¿Hasta dónde llega la libertad de expresión?.....	206
4. Daños y ofensas.....	214
5. Derechos protegidos en el contexto de un orden democrático: derecho a la no-discriminación.....	215
6. La noción de igualdad.....	218
7. Derecho a la no-discriminación por razones de sexo.....	221
8. El derecho a la libertad de expresión versus el derecho a la no- discriminación por razones de sexo.....	231
9. Desafíos planteados por la tensión entre la libertad de expresión y el derecho a la no-discriminación por razones de género.....	244
10. Nicaragua.....	244
11. Caso CEDICE/ASOESFUERZO.....	247
12. ¿Hacia dónde vamos?.....	254
13. Algunos desafíos en la implementación de los artículos sobre violencia mediática y violencia simbólica de la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia.....	258
CONCLUSIONES.....	264
FUENTES.....	275

## INTRODUCCIÓN

El interés central de la presente investigación son las mujeres y cómo ellas son vistas y presentadas por los medios de comunicación. Con la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, se inauguró una nueva etapa, inédita por demás, en la comprensión de la compleja relación entre mujeres y comunicación en nuestro país, dado que, por vez primera en el hemisferio, se codificó en un texto legal la violencia mediática y la violencia simbólica contra la mujer (artículo 15, apartados 15 y 17)

*“15. Violencia mediática: Se entiende por violencia mediática la exposición, a través de cualquier medio de difusión, de la mujer, niña o adolescente, que de manera directa o indirecta explote, discrimine, deshonre, humille o que atente contra su dignidad con fines económicos, sociales o de dominación.*

*17. Violencia simbólica: Son mensajes, valores, iconos, signos que transmiten y reproducen relaciones de dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales que se establecen entre las personas y naturalizan la subordinación de la mujer en la sociedad”* (Asamblea Nacional, 2007).

Corría el año 2007, emblemático en la historia contemporánea venezolana por haberse marcado un hito fundamental en la trayectoria de los medios de comunicación y la libertad de expresión en el país: el cierre de Radio Caracas Televisión (RCTV), un canal con más de 50 años al aire, de señal abierta, y con la mayor penetración en hogares

venezolanos. El ambiente era de aguda crispación, liderado por numerosas protestas estudiantiles que expresaban su rechazo a la medida de cierre, que se avizoraba desde el año anterior. La ciudadanía y la dirigencia política opositora al gobierno del entonces Presidente Hugo Chávez Frías, se encontraba también movilizada a favor de RCTV. Este era el tema que ocupaba prácticamente toda la atención de la opinión pública y los medios de comunicación. En ese contexto, se produjo la discusión, en el seno de la Asamblea Nacional, de un proyecto de ley que sustituiría a la Ley sobre la Violencia contra la Mujer y la Familia. Dicho proyecto contenía una serie de artículos que tenían que ver con las representaciones de las mujeres en los contenidos mediáticos. Al conocer el tenor de esos artículos, nos embargó la preocupación sobre la relación entre éstos y la libertad de expresión, tan maltrecha por esos días. Nos preocupó también el cómo artículos como los propuestos pudieran desviar la atención de asuntos de gran importancia y envergadura en el contexto de la violencia contra la mujer, hacia asuntos que pudieran ser de menor urgencia.

Sin embargo, a medida que nos adentramos en la temática, y ya una vez aprobada la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, quedó claro no solamente que la inclusión de los artículos sobre violencia mediática y violencia simbólica en la nueva Ley estaban plenamente justificados, sino que su aplicación efectiva tendría numerosos beneficios en el terreno de la igualdad entre mujeres y hombres. Más aún, observamos que se estaba dando un paso de gran importancia en los esfuerzos por abordar la violencia contra la mujer en todos los ámbitos, y entendimos que

todas las dimensiones y terrenos de trabajo dentro de esta problemática tienen igual importancia. Pero, a pesar de la aprobación de la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia y de sus artículos sobre violencia mediática y violencia simbólica, era poco lo que se hablaba, conocía y, mucho menos, investigaba, sobre estas dos modalidades de violencia. Al igual que en la etapa de discusión, luego de su aprobación la Ley no recibió atención por parte de la opinión pública ni en la mayoría de los medios de comunicación, aun cuando se trataba de la primera ley de segunda generación de violencia de género aprobada en la región de América Latina y el Caribe, y la primera en incluir las nociones de violencia mediática y violencia simbólica. Todo ello en un entorno donde las vallas y mensajes publicitarios tienden a ser abiertamente sexistas, donde la imagen de la mujer se utiliza sin ambages como objeto sexual, y donde distintos contenidos mediáticos presentan a la mujer en posturas de indefensión, sumisión, dependencia o como seres malvadas, insensibles y crueles.

Ante este panorama nos propusimos realizar una contribución a la comprensión de las nociones de violencia mediática y violencia simbólica contra la mujer, y a la aplicación misma de la Ley mediante el análisis y difusión de su contenido en relación a estos dos artículos. De este modo surge entonces la presente investigación, guiada por el interés fundamental de aportar a los esfuerzos por lograr la plena participación de las mujeres en la sociedad, y defender su derecho de vivir libres de violencia. Desde el punto de vista metodológico, se trata de un trabajo analítico-descriptivo centrado en el análisis de material bibliográfico y hemerográfico relacionado con el tema, de legislaciones

similares de la región, jurisprudencia nacional y extranjera, e instrumentos jurídicos internacionales provenientes tanto del régimen interamericano como del régimen global de defensa de derechos humanos. Hemos tomado en cuenta todos los medios de comunicación sin una delimitación rígida. Ello incluye televisión, radio, impresos (periódicos y revistas), portales Web, vallas y otros tipos de publicidad, y algunas redes sociales, como Facebook y Twitter. Igualmente, en el ámbito de la televisión, los comentarios y análisis no han estado circunscritos únicamente a contenidos de producción nacional, sino que han sido considerados contenidos transmitidos a través de los servicios de suscripción por cable.

En el Capítulo I, el Marco Contextual ofrece una visión general de la problemática de la violencia contra la mujer, incluyendo la evolución del tema a nivel global y local, su reconocimiento e importancia como tema de derechos humanos, y las acciones que Venezuela ha llevado a cabo en ese terreno. Se analiza comparativamente la incorporación de las nociones de la violencia mediática y simbólica, tomando como referencia legislaciones sobre violencia contra la mujer de otros países de Iberoamérica. En el Capítulo II, el Marco Teórico está dividido en tres partes. La primera contiene una aproximación a las bases conceptuales de la violencia contra la mujer, incluyendo su definición, sus causas y sus consecuencias. La segunda parte aborda la temática de mujeres y medios de comunicación, el papel de los medios de comunicación en las sociedades actuales, incluyendo desde la perspectiva de los estudios feministas de medios, y las representaciones de las mujeres hechas por contenidos mediáticos de

distinta índole. Se abordan también conceptos básicos en la comprensión de la relación entre mujeres y medios como son el sistema sexo-género y los estereotipos. Se analiza también la participación de las mujeres tanto en los contenidos como en las estructuras de los medios de comunicación, dentro y fuera de Venezuela, y en la publicidad, analizando los tipos de uso que ésta hace de la imagen de las mujeres. Se incluyen, además, algunas consideraciones sobre el tema de la pornografía. Y en la tercera parte, se incluye una aproximación conceptual y teórica de las nociones de violencia mediática y violencia simbólica, tanto de manera individual como en el contexto de la violencia contra la mujer. Para ello se toman en cuenta algunas corrientes teóricas y los debates existentes en torno a los efectos de los medios de comunicación, y su relación con la violencia mediática. Posteriormente, se examina el contexto cultural en el que se producen las representaciones mediáticas discriminatorias de las mujeres.

El Capítulo III examina la relación y tensión entre la violencia mediática y la violencia simbólica contra la mujer, tal y como están definidas en la legislación venezolana, y la libertad de expresión. En este contexto, se hace un análisis de las nociones del derecho a expresarse libremente, los límites y restricciones de ese derecho, el derecho a la no-discriminación en general, y a la no-discriminación por razones de sexo en particular, para luego mirar la relación entre ambos derechos. Finalmente incluimos algunos desafíos planteados tanto por dicha relación, como por la implementación de los artículos 15 (15) y 15 (17).

# CAPÍTULO I

## MARCO CONTEXTUAL

### **Justificación**

A pesar de existir una legítima preocupación sobre la manera en la cual la mujer y lo femenino son tratados por los medios de comunicación, el tema de la violencia en los medios como tal y su relación *específica* con la violencia contra la mujer, se muestra poco explorado y, por tanto, incomprendido, particularmente en Venezuela, como se desprende del resultado del arqueo de material bibliográfico y hemerográfico relacionado con el tema. No se cuenta con estudio alguno que analice las disposiciones de violencia mediática y simbólica en el contexto de la legislación venezolana sobre violencia contra la mujer en particular, ni que analice las nociones de violencia mediática y simbólica en relación a la violencia de género en general. Esto a pesar del gran interés en torno a la violencia mediática en Venezuela y en el mundo, evidenciado por el número de estudios y artículos relacionados con el tema. Por ello, particularmente en la coyuntura actual, cuando Venezuela dispone de un instrumento legal con disposiciones tan novedosas e importantes en la lucha contra la violencia contra la mujer, se estima necesario realizar una investigación como la presente, que contribuya en la comprensión del modo en el cual la violencia simbólica y mediática constituyen actos de violencia contra la mujer y la importancia de su inclusión en la ley venezolana, todo lo cual es de vital importancia en

los esfuerzos por lograr la efectiva implementación de la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia.

## **Objetivos**

### i. Objetivo general

- i. Contribuir tanto con los esfuerzos generales por lograr la eliminación de la violencia contra la mujer, como con la puesta en práctica de la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una vida libre de violencia, particularmente las disposiciones relativas a la violencia mediática y la violencia simbólica.

### ii. Objetivos específicos:

- i. Contribuir con la comprensión de las nociones de violencia mediática y violencia simbólica en el contexto de la violencia de género, a través del análisis de las disposiciones sobre estos tipos de violencia contenidas en la legislación venezolana;
- ii. Demostrar la importancia de la inclusión de la violencia mediática y la violencia simbólica como tipos de violencia contra la mujer en la legislación venezolana;
- iii. Identificar desafíos para la implementación cabal de estas dos disposiciones.

## **Problemática general de la violencia contra la mujer**

A los fines del presente trabajo, resulta importante detenerse a considerar brevemente la problemática general de la violencia contra la mujer antes de entrar a analizar las disposiciones específicas de la legislación venezolana relativas a la violencia mediática y la violencia simbólica, así como su importancia y su alcance. Es por ello que a continuación se presenta una visión breve y general de la problemática, tomando en cuenta sus causas y efectos, que permita tener una visión general previa al análisis de formas específicas de violencia contra la mujer.

La violencia contra la mujer es un fenómeno que, muy seguramente, ha existido a lo largo de la historia, pero que solo en las últimas décadas ha sido reconocido y atendido, en gran parte gracias a los aportes del movimiento feminista en particular, y a movimientos comunitarios, locales, regionales y globales de ciudadanos y ciudadanas en general, incluyendo a quienes han sido objeto de este tipo de violencia, que se han trazado como meta llamar la atención sobre el mismo, promover investigaciones que amplíen su comprensión y proponer medidas para hacerle frente. A nivel mundial, se calcula que por lo menos un 30% de todas las mujeres ha sufrido algún tipo de violencia física o sexual en su vida (Organización Mundial de la Salud, 2013). Si bien las causas de la violencia en general son variadas y complejas, la violencia contra la mujer se caracteriza por ser perpetrada sobre la base de relaciones históricas de desigualdad y subordinación entre hombres y mujeres, producto de una estructura de poder patriarcal predominante en el mundo entero (Comesaña, 2006; Organización de las Naciones

Unidas, 1995; Organización de las Naciones Unidas, 2006). Históricamente, los papeles de hombres y mujeres en la sociedad han estado ordenados de manera jerárquica en un esquema en el cual las mujeres han estado subordinadas a los hombres, creando la cultura del patriarcado (Organización de las Naciones Unidas, 2006; Malamuth, 1996; Burgess & Crowell, 1996). Predominante por siglos, esta cultura impregna las normas sociales, culturales y, como lo señala un informe sin precedentes sobre la situación y tipos de violencia contra la mujer a escala global publicado por las Organización de las Naciones Unidas en 2006, se encuentra institucionalizada en el derecho “(...) en las estructuras políticas [y] en las economías locales y mundial (...)” al tiempo que “(...) se ha arraigado en las ideologías formales y en el discurso público.” (2006, pág. 28)

La violencia contra la mujer afecta la plena integración y participación de las mujeres en la sociedad. Este tipo de violencia “(...) es a la vez un medio de perpetuación de la subordinación de las mujeres y una consecuencia de su subordinación (...)” y es usada como medio para controlar el poder. (Organización de las Naciones Unidas, 2006, pág. 29) Hoy en día, es reconocida internacionalmente como un asunto de derechos humanos que tiene repercusiones de todo tipo en la vida de las mujeres. Por ello los Estados están en la obligación de tomar medidas adecuadas para prevenir y procesar a los responsables de actos de violencia contra la mujer (Organización de las Naciones Unidas, 2006). A pesar de que aún no se cuenta con datos estadísticos suficientes, tanto a nivel nacional como internacional, que permitan tener una idea precisa de la prevalencia de este fenómeno, la frecuencia y magnitud de la violencia contra la mujer la ha convertido

en un asunto de interés público que requiere intervención estatal y la elaboración de políticas públicas para su debida atención (AVESA/CEM-UCV/ Fundamujer, 2003-2004; Centro de Estudios de la Mujer, UCV, 2006; Organización de las Naciones Unidas, 2006).

Según cifras del Banco Mundial, disponibles para 15 países de América Latina y el Caribe, el 69% de las mujeres ha sido objeto de abuso físico por parte de su pareja y el 47% ha sido víctima<sup>1</sup> de al menos un ataque sexual durante el transcurso de su vida (Bott, Morrison, & Ellsberg, 2005). En Venezuela, el Centro de Estudios de la Mujer (CEM) de la Universidad Central de Venezuela (UCV) ha informado que para finales del 2003, el número de casos de violencia contra la mujer reportados fue de 8.520 (AVESA/CEM-UCV/ Fundamujer, 2003-2004). Esta cifra aumentó en aproximadamente un 431% para el año 2005, ubicándose en 36.777 casos denunciados (AVESA/CEM-UCV/Fundamujer, 2006). Sin embargo, el diario *El Mundo* señaló ese año que los casos de violencia contra la mujer eran más, indicando que las denuncias de este tipo de actos ante el Cuerpo de Investigaciones Científicas, Penales y Criminalísticas (CICPC) alcanzaban 47.235 (El Mundo, 2006, pág. 12). Esta discrepancia se debe a la existencia de un sub-registro importante, estimado en alrededor de 90% de los casos motivado principalmente por el temor a medidas de retaliación hacia las víctimas de violencia en caso de presentar una

---

1 El uso del término “víctima” se refiere a la mujer que ha sido objeto de un acto o actos de violencia en su contra. La autora hace esta salvedad consciente de la polémica existente en torno al uso de la palabra ‘víctima’ o la palabra ‘sobreviviente’ en el contexto de la violencia contra la mujer. Igualmente, el uso del término ‘víctima’ en este estudio no implica, de modo alguno, pasividad, debilidad, vulnerabilidad o incapacidad intrínseca de la mujer de recuperarse o de poder valerse por sí misma luego de haber sido objeto de algún tipo de violencia en su contra.

denuncia (Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela, 2006). De hecho, la experiencia internacional indica que por cada caso denunciado, diez quedan sin denunciar (Observatorio Venezolano de los DDHH de las Mujeres, 2007). No obstante, las cifras oficiales posteriores a la aprobación de la Ley Orgánica del Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, expresadas en número de denuncias recibidas por el Ministerio Público entre 2008 y 2011, son las siguientes (CEDAW, 2013):

<b>Año</b>	<b>Denuncias totales</b>
2008	65.118
2009	83.159
2010	83.332
2011	73.047
<b>Total</b>	<b>302.656</b>

### **Breve aproximación a la evolución del tema**

Es imposible determinar de manera cierta el momento en que la violencia contra la mujer comenzó a manifestarse en distintas sociedades del mundo. Existen registros que dan cuenta de la existencia de manifestaciones de violencia contra la mujer en la Edad Media, en el contexto de las sociedades feudales europeas (Cramer, Gilson, & DePoy,

2003). En las sociedades inglesa y estadounidense del siglo XIX, ya existían movimientos que condenaban la condición jurídica y social de las mujeres, la cual era equivalente a la de sirvientas e infantes. Las mujeres recibían castigos más severos que los hombres por faltas similares, mientras los maridos gozaban el derecho de infligir castigos y maltratos a sus mujeres. En Estados Unidos algunas cortes reafirmaron este derecho de los maridos sobre la base de que las disputas domésticas debían ser manejadas en privado por los cónyuges. En 1871, Alabama y Massachussets fueron los primeros estados en deslegitimar esta práctica, lo cual fue seguido por otros estados que admitieron la crueldad como un alegato legítimo en casos de divorcio. El caso “Fulgham versus el Estado de Alabama” de 1871 marcó un hito en el reconocimiento de la violencia contra la mujer como un crimen: la Corte Suprema de ese estado encontró que “(...) la proposición de que un esposo pueda castigar moderadamente a su esposa [es] una reliquia del barbarismo.” Ello en respuesta a la presentación hecha por el acusado de que “(...) un esposo no puede ser condenado por maltratar a su mujer a menos que le inflija lesiones permanentes, o use excesiva violencia o crueldad que sean indicativos de maldad o revancha.” (Corte Suprema de Alabama, 1871)

No obstante, las leyes adoptadas tanto en Estados Unidos como en Inglaterra establecían umbrales de crueldad variados y subjetivos para su cumplimiento, lo cual en la práctica las hacía inaplicables (Burgess & Crowell, 1996). No fue sino hasta la década de los años 70 del siglo XX cuando en Gran Bretaña se aprobó legislación específica castigando la violencia doméstica contra las mujeres, mediante la adopción del *Domestic*

*Violence and Matrimonial Proceedings Act* (1976). Al mismo tiempo, activistas en los Estados Unidos alegaban que los maltratos ocasionados por los maridos a sus esposas no eran una cuestión privada, sino un asunto de interés público. En base a ello, numerosos refugios y centros de ayuda para mujeres maltratadas comenzaron a funcionar a mediados de los 70, lo cual dio inicio a un movimiento en favor de la erradicación de la violencia contra la mujer cuyas bases programáticas y conceptuales influyeron otros movimientos locales y nacionales a nivel mundial. Se iniciaba entonces una cruzada que llevaba la atención de la opinión pública mundial al hecho de que la violencia contra la mujer no era el resultado de actos individuales de “mala” conducta realizados al azar, sino que tenía sus raíces en las relaciones estructurales de desigualdad entre hombres y mujeres (Organización de las Naciones Unidas, 2006).

Sin embargo, el surgimiento de la violencia contra la mujer como objeto de estudio es de reciente data y puede ser ubicado en la misma década de los años 70, cuando comenzaron los movimientos feministas europeos y estadounidenses a ocuparse de esta problemática. Estudios pioneros en esta área como “Violencia contra las Esposas” (*Violence against Wives*) de R. Emerson Dobash y Russell Dobash (1979) y “El síndrome de la Mujer Maltratada” (*The battered woman syndrome*) de L.E. Walker (1984), dan cuenta de la situación de violencia que viven muchas mujeres en el seno de sus hogares, trayendo así a la luz pública el tema (Cramer, Gilson, & DePoy, 2003). La atención que internacionalmente recibió la violencia contra la mujer, producto de los esfuerzos de numerosas activistas de todo el mundo, condujo a la declaratoria de observancia del

Decenio de las Naciones Unidas para la Mujer (1976-1985), durante el cual surgieron numerosas iniciativas a nivel regional e internacional. Gracias al trabajo de esos años se logró una mayor comprensión de la problemática, al tiempo que se consiguió apoyo para la elaboración de normas y estándares internacionales para la defensa de los derechos de la mujer.

El tema también ha evolucionado en la manera en que es abordado, alejándose de visiones generales a medida que su comprensión se ha ido profundizando. Muestra de ello es que las primeras acciones en favor de la mujer a nivel internacional, particularmente en el marco de la ONU, tendieron a estar enmarcadas en la familia, o en la violencia doméstica, más no en la mujer directamente. Así, el Plan de Acción Mundial para la promoción de la mujer, adoptado en la Conferencia Mundial del Año Internacional de la Mujer (Ciudad de México, 1975), resaltaba la necesidad de diseñar y aplicar programas educativos y medios para resolver conflictos familiares que garantizaran la dignidad, igualdad y seguridad de cada uno de los miembros de la familia. En 1980, el punto medio del Decenio fue marcado con la celebración de la Conferencia Mundial del Decenio de las Naciones Unidas para la Mujer, en Copenhague, Dinamarca. También allí se aprobó una resolución sobre violencia en la familia, mientras que el informe final hacía referencia a la violencia en el hogar, y a la necesidad de contar con programas dirigidos a eliminar la violencia contra mujeres y niños, y a proteger a las mujeres contra el abuso físico y mental.

El activismo en torno a la violencia contra la mujer se incrementó a comienzo de los años 80, y el tema recibía mayor atención luego de la Tercera Conferencia Mundial sobre la Mujer (Nairobi, 1985), ocasión en la cual comenzaron a ser reconocidas diversas formas de violencia contra la mujer que iban más allá del puro ámbito doméstico. En ese momento se determinó que la violencia contra la mujer era uno de los principales obstáculos para el logro de los objetivos del Decenio de las Naciones Unidas para la Mujer: igualdad, desarrollo y paz (Organización de las Naciones Unidas, 2006).

### **Violencia contra la mujer como cuestión de derechos humanos**

Los años 90 fueron fundamentales para el reconocimiento de la violencia contra la mujer como un asunto de derechos humanos, lo cual supone la obligación del Estado a actuar para hacer frente a esta problemática. Durante la histórica Conferencia Mundial de Derechos Humanos (Viena, 1993), los grupos organizados de mujeres realizaron intensas gestiones a todos los niveles para lograr que la perspectiva de género estuviera reflejada en el derecho internacional relativo a los derechos humanos. Se observó una movilización mundial que buscaba la reafirmación de los derechos de la mujer como derechos humanos, y que logró la afirmación de la naturaleza sistemática y global de la violencia contra la mujer. Todos estos esfuerzos desembocaron en el reconocimiento de que la violencia contra la mujer constituye no sólo una forma de discriminación, sino que al mismo tiempo, es un mecanismo de perpetuación de dicha discriminación. Como indica el Estudio del Secretario General de las Naciones Unidas sobre la violencia contra la mujer, el proceso dio como resultado la individualización de numerosas formas y

manifestaciones diferentes de violencia contra la mujer e hizo que pasaran del ámbito privado a la atención pública y al terreno de la responsabilización de los Estados (Organización de las Naciones Unidas, 2006, pág. 7). El reconocimiento de la violencia contra la mujer como una forma de discriminación y su carácter sistemático, fue una pieza fundamental en los esfuerzos por colocar al tema en el terreno de los derechos humanos. En esos esfuerzos, la labor del Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer (CEDAW, en sus siglas en inglés), establecido por la Convención para la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer para velar por su cumplimiento, fue también de gran valor. Si bien la Convención no tiene una mención específica sobre la violencia contra la mujer, el Comité, mediante la Recomendación General N° 19,<sup>2</sup> ha establecido de manera clara que todas las formas de violencia contra la mujer están comprendidas en la definición de discriminación contenida en la Convención. Más aún, el Comité afirmó inequívocamente que “(...) la violencia contra la mujer constituye una discriminación por motivos de género (...)” y que “(...) la discriminación es una de las causas principales de dicha violencia.” (Organización de las Naciones Unidas, 2006, pág. 17) Adicionalmente, mediante la Recomendación General N° 12, el Comité obliga a los Estados Parte de la Convención a “(...) proteger a la mujer contra cualquier tipo de violencia que se produzca en la familia, en el trabajo o en cualquier otro ámbito de la vida social.” (Comité para la Eliminación de la Discriminación de la Mujer, 1989) Este análisis del Comité incorporó al tema de la

---

<sup>2</sup> Las Recomendaciones Generales del Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer son mecanismos mediante los cuales el Comité emite opiniones o interpretaciones sobre asuntos relacionados con la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer.

violencia contra la mujer al ámbito de aplicación de la Convención y, en consecuencia, al lenguaje, instituciones y procesos del régimen internacional de derechos humanos. Este hecho es de fundamental importancia en los esfuerzos por hacer frente a la violencia contra la mujer por cuanto el tema deja de ser visto y tratado desde el ámbito de la discrecionalidad y la moralidad para llevarlo al terreno de la legalidad y la obligatoriedad. La categorización de la violencia contra la mujer como una cuestión de derechos humanos

*“(...) clarifica las normas vinculantes que imponen a los Estados las obligaciones de prevenir, erradicar y castigar esos actos de violencia y los hacen responsables en caso de que no cumplan tales obligaciones (...) [las cuales] emanan del deber de los Estados de tomar medidas para respetar, proteger, promover y cumplir los derechos humanos.”* (Organización de las Naciones Unidas, 2006, pág. 21)

Por otra parte, al reconocer que la violencia contra la mujer es un asunto de derechos humanos se empodera a las mujeres, posicionándolas no como receptoras pasivas de beneficios discrecionales, sino como ciudadanas activas y titulares de derechos. Más importante aún, el marco de derechos humanos brinda acceso a una serie de instrumentos y mecanismos legales internacionales y regionales que han sido diseñados y puestos en práctica con el fin de ofrecer vías legales alternativas a las afectadas cuando los Estados incumplan sus obligaciones. Entre tales instrumentos y mecanismos legales se encuentran los órganos de derechos humanos, los tribunales penales internacionales, y la Comisión y la Corte Interamericanas de Derechos Humanos.

En adición a los instrumentos legales internacionales y regionales, existen documentos de políticas acordados en el marco de la ONU que contienen disposiciones sobre violencia contra la mujer y cuentan con el respaldo de los 193 Estados miembros. Entre ellos se encuentran el Plan de Acción de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer (Beijing, 1995) y el Programa de Acción de El Cairo, aprobado por la Conferencia Internacional sobre Población y Desarrollo (El Cairo, 1994). La ONU y otros organismos internacionales, cuentan también con planes e iniciativas para ayudar a los Estados a hacer frente a esta problemática. La sociedad civil organizada a todos los niveles - local, regional e internacional - trabaja con programas y campañas para erradicarla. Y según un estudio publicado en 2013, 124 países del mundo poseen algún tipo de legislación relativa a la violencia contra la mujer. (Ortiz-Barreda & Vives-Cases, 2013). No obstante, a pesar de los esfuerzos y progresos registrados, el tema sigue necesitando atención por cuanto aún la violencia contra la mujer, si bien es reconocida, no es totalmente comprendida y su erradicación se enfrenta a obstáculos de todo tipo que van desde los económicos, pasando por los políticos, hasta los culturales.

### **Venezuela ante la violencia contra la mujer**

A pesar de la visibilidad con la que cuenta el tema actualmente alrededor del mundo, es relativamente poca la investigación existente en torno al tema de la violencia contra la mujer en Venezuela. Sí bien existen numerosas activistas de derechos de las mujeres, organizaciones no gubernamentales, centros académicos e instancias del Estado a nivel nacional, regional y local dedicadas a abordar la temática, se encuentra que el

número de investigaciones sobre los distintos aspectos relacionados con la violencia contra la mujer es escaso en relación a su magnitud. Aun así, se ha logrado crear gran interés y conciencia en torno a esta problemática. Por otra parte, los datos disponibles en relación a esta realidad son limitados y suelen ser recolectados a partir de las denuncias formuladas por las mujeres que buscan ayuda. De tal manera que existen aún grandes interrogantes en relación a la situación real y número de mujeres víctimas de violencia. Sin embargo, como hemos visto, la temática de la violencia contra la mujer no es nueva. En Venezuela comenzó a ser abordada públicamente a partir del año 1985, cuando el entonces Ministerio de la Familia estableció un Programa sobre el Maltrato a la Mujer y la Familia (Álvarez, Violencias contra las mujeres en Venezuela: antecedentes, análisis, conclusiones y proposiciones para enfrentarlas., 2008). En el año 1986 se hicieron los primeros esfuerzos concretos por atender la violencia a través del trabajo de asesoría de la Casa de la Mujer en Catia de la Alcaldía del Municipio Libertador, y por parte de la Cátedra Libre de la Mujer “Manuelita Sáenz” de la Universidad Central de Venezuela, UCV. La Cátedra dio origen a la primera organización no-gubernamental del país en abordar la temática (Asociación Venezolana por una Educación Sexual Alternativa, AVESA), y a la creación posterior del Centro de Estudios de la Mujer en la Universidad Central de Venezuela (Álvarez, Violencias contra las mujeres en Venezuela: antecedentes, análisis, conclusiones y proposiciones para enfrentarlas., 2008). La experiencia de las Casas de la Mujer precedieron la creación de institutos y programas para la atención de mujeres víctimas de violencia a nivel regional y local. Para el año 1999 se creó el Instituto Nacional de la Mujer y posteriormente, en 2008, se crea el

Ministerio del Poder Popular para la Mujer, desde los cuales la temática de la violencia contra la mujer también ha sido abordada. No obstante, la gestión de este último ha estado marcada, desde su creación, por un fuerte sesgo político-ideológico excluyente y de adoctrinamiento.<sup>3</sup>

En lo que a violencia contra la mujer se refiere, a lo largo de su historia contemporánea, Venezuela, al igual que el resto de los países de la región de América Latina y el Caribe hispanoparlante, ha venido tomando acciones específicas en distintas áreas – unas de manera sistemática, otras de manera intermitente. A nivel internacional, ha suscrito la CEDAW, instrumento clave en la promoción y defensa de todos los derechos de las mujeres, y a nivel regional, ha suscrito la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (Convención de Belem Do Pará, 1994), instrumento único en su tipo a nivel mundial que aborda específicamente la temática de violencia contra la mujer. Venezuela es también parte tanto del Pacto Internacional sobre Derechos Civiles y Políticos, como del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, los cuales conjuntamente con las dos convenciones señaladas y otros instrumentos internacionales adicionales, conforman el régimen tanto internacional como interamericano de promoción y protección de derechos humanos, todos los cuales son aplicables a la mujer de manera general. Es de crucial

---

<sup>3</sup> En la Ley de Presupuesto para el año 2014, se puede observar cómo los programas y sus asignaciones presupuestarias van dirigidas a promover la participación de la mujer en el modelo socialista impulsado desde el partido de gobierno. Un ejemplo es la partida “Diseño e implementación de investigaciones y actividades para la formación socialista con perspectiva de género.” El acento está en la formación socialista, más no en la promoción de actividades inclusivas dirigidas a promover investigaciones sobre el amplio espectro de temas concernientes a la mujer, sin sesgos político-ideológicos.

importancia señalar que, de conformidad con la Constitución Nacional vigente, los tratados, acuerdos y pactos internacionales, una vez firmados por Venezuela, pasan a ser parte del ordenamiento jurídico nacional tan pronto son aprobados por la Asamblea Nacional (República Bolivariana de Venezuela, 1999). Esto implica entonces que disposiciones de orden internacional se convierten en disposiciones de orden interno, imponiendo la obligación al Estado y a los ciudadanos de observarlas de manera obligatoria. El artículo 23 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, aprobada en 1999, establece que los instrumentos internacionales de derechos humanos tienen jerarquía constitucional y preeminencia sobre el orden interno. Es decir, los tratados de derechos humanos tienen igual peso que la Constitución, y en aquellos casos donde los mismos contengan cláusulas más favorables a las y los ciudadanos que el texto constitucional, prevalecerá su aplicación. Todo esto explica la obligación que tiene el Estado venezolano de actuar para prevenir y sancionar la violencia contra la mujer.

La aprobación de la *Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia* por parte de la Asamblea Nacional en noviembre de 2006, se inserta en los esfuerzos de Venezuela por cumplir estas obligaciones. Esta ley ha sido considerada por el movimiento de mujeres y por activistas nacionales e internacionales como novedosa y progresista debido a las tipificaciones que incluye (19 tipos de violencia contra la mujer), al tiempo que coloca a Venezuela en línea con sus obligaciones internacionales relativas a la violencia contra la mujer. La definición de 19 tipos de violencia hecha por la Ley fue un hecho inédito en Venezuela y la región de

América Latina y el Caribe hispano-parlante al momento de su aprobación en 2007. Si bien se trata de una lista amplia de formas de violencia contra la mujer, se entiende que, de ninguna manera, es exhaustiva por tanto nuevas modalidades de violencia pueden ir surgiendo a causa de cambios sociales, culturales y hasta tecnológicos. Por ejemplo, se desconoce el potencial de las nuevas tecnologías para generar nuevas formas de violencia contra la mujer, como el acoso a través de las redes sociales. Por ello la importancia de que el Estado haya reconocido que existen múltiples tipos de violencia, toda vez que ello abre la posibilidad de incluir otras modalidades a futuro y allana el camino hacia la investigación, comprensión y desarrollo de estrategias de intervención de las nuevas modalidades reconocidas.

Vemos entonces que la legislación venezolana establece un tipo de definición de violencia contra la mujer que refleja la complejidad de las realidades en las que se suceden estos hechos y sus múltiples manifestaciones, apartándose de las definiciones limitadas que reconocían principalmente categorías físicas, verbales o psicológicas. Porque, en plena concordancia con lo que señalan DeKeseredy y Schwartz (2001), bastaría con preguntarle a cualquier mujer sobre sus experiencias con la violencia, para descubrir de manera indudable que ella estará de acuerdo con una definición que incluya muchas conductas dañinas que no son necesariamente físicas ni sexuales. De manera que los insultos a mujeres en trabajo de parto, la imposición a dar a luz sin recibir las comodidades mínimas requeridas en los hospitales, las esterilizaciones forzadas, entre otros, son ahora reconocidas como actos de violencia que vulneran sus derechos.

## **Violencia mediática y violencia simbólica**

Pero no menos importante es el reconocimiento y definición de la violencia mediática y la violencia simbólica contra la mujer, siendo ésta una de las áreas en las que la ley es verdaderamente innovadora. Estos dos tipos de violencia, sí bien no producen daños físicos y psicológicos directos, producen otro tipo de daños sutiles y duraderos: daños morales, degradación y escarnio públicos que afectan la reputación, autoestima e imagen de las mujeres y contribuye a reforzar o profundizar los patrones que las discriminan, marginalizan e invisibilizan. Más aún, ambos tipos de violencia contribuyen a perpetuar los estereotipos de género y las desigualdades que inciden en la violencia contra la mujer. Como muy bien señalan Guarinos y Gordillo (2008) “(...) la formación de una imagen femenina en la mente masculina es un proceso muy complejo en el que intervienen desde la educación doméstica hasta la escolar, el comportamiento de familiares y amigos, **y los mensajes de los medios de comunicación.**” (Negritas añadidas)

En términos comparativos, la ley venezolana es, sin duda, mucho más precisa que otros textos legales de su estilo al definir y delimitar la violencia mediática y la violencia simbólica. Por ejemplo, la *Ley General De Acceso De Las Mujeres A Una Vida Libre De Violencia* de México, aprobada en 2007, no tipifica la violencia mediática y sólo dispone, dentro de un contexto amplio de prevención, atención, sanción y erradicación de la

violencia contra las mujeres, la vigilancia de los medios de comunicación a fin de que no fomenten la violencia en contra de ellas. Así mismo, asigna al gobierno federal la responsabilidad de vigilar que los medios de comunicación “(...) no promuevan imágenes estereotipadas de mujeres y hombres, y eliminen patrones de conducta generadores de violencia (...)” mientras que da a las gobernaciones de estados la tarea de vigilar que los medios de comunicación “(...) favorezcan la erradicación de todos los tipos de violencia y se fortalezca la dignidad de las mujeres.” Sí bien esta ley establece que los medios de comunicación que no cumplan con ésta última disposición serán sancionados, no se indica de manera expresa el tipo de sanción involucrada ni el ente encargado de ejecutarla. (Secretaría de Gobernación, 2007 ) Otro ejemplo es el caso de España, donde la *Ley Orgánica de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género* aprobada en 2004, estableció la “publicidad ilícita” la cual constituye aquella que utilice la imagen de la mujer con carácter vejatorio o discriminatorio, al tiempo que habilita a distintas instancias a actuar a fin de eliminar los anuncios publicitarios de ese tipo. Así mismo establece que los medios de comunicación deberán fomentar la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombre y mujer evitando toda discriminación entre ellos, y que el Estado deberá prestar especial atención a la erradicación de conductas favorecedoras de situaciones de desigualdad de las mujeres en todos los medios de comunicación social. Esta ley da atención particular a la difusión de informaciones relativas a la violencia contra la mujer, la cual deberá circunscribirse a la objetividad informativa, la defensa de los derechos humanos, la libertad y la dignidad de las mujeres víctimas de violencia y de sus hijos (Jefatura de Estado, 2004).

Vale decir entonces que el elemento novedoso de la ley venezolana es el nombrar y delimitar lo que de hecho ha venido siendo el uso sesgado y discriminatorio de la imagen femenina por parte de los medios de comunicación, y clasificarlo como un tipo de violencia contra la mujer, lo cual la diferencia y hace más avanzada y ambiciosa que leyes similares como la española o la mexicana. Sólo Argentina y Bolivia contienen en sus leyes sobre violencia contra la mujer las modalidades de violencia mediática y violencia simbólica. En el caso argentino, la *Ley de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales* (2009) tipifica tanto la violencia mediática como la violencia simbólica, aunque la primera se incorpora como una modalidad de ésta última, lo cual tiene toda lógica si asumimos la naturaleza estructural de la violencia simbólica, de donde derivan otros tipos de violencia, como en este caso, la mediática.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### Primera Parte: aproximación a basamentos conceptuales sobre la violencia contra la mujer

##### **Violencia contra la mujer: definiciones**

Internacionalmente, y particularmente en el mundo angloparlante, existen posiciones diversas y encontradas en círculos académicos sobre lo que debe incluir una definición de violencia contra la mujer. Desde el campo de la psicología, por ejemplo, la discusión se centra fundamentalmente en torno al tipo de definición que debe hacerse: si debe ser de naturaleza limitada o debe ser amplia. Por otro lado, se encuentran propuestas de definiciones “género-neutrales”, en las cuales no se haría referencia al sexo de la víctima o el victimario, en contraposición a las que son “género-específicas”<sup>4</sup>. Los autores DeKeseredy y Schwartz (2011) hacen un análisis de los elementos que debe tener una definición de violencia contra la mujer que nos parece pertinente resumir aquí, toda vez que la ley venezolana está a la vanguardia de la región de América Latina y el Caribe en ofrecer una definición amplia de este tipo de violencia. El debate sobre cuáles elementos y qué terminología usar con relación a la violencia contra la mujer tiene que ver con la importancia que se le atribuye a un acto específico al ser delimitado e incluido

---

<sup>4</sup> En inglés “gender-neutral” y “gender-specific”. Traducción libre hecha para la presente investigación.

en una definición, y las consecuencias que ello deriva en los ámbitos de la investigación, las políticas públicas, y la asignación de recursos para su atención. La violencia contra la mujer, desde una perspectiva limitada, tendría que ver sólo con los aspectos físicos de la misma. Es decir, la violencia contra la mujer sería entendida como abusos de tipo físico o sexual solamente. Quienes abogan por una definición de este tipo sostienen que la incorporación de otros tipos de abusos tales como psicológicos, verbales, económicos, etc., “(...) enturbiaría tanto las aguas que sería imposible determinar lo que causa el abuso” (Gelles y Cornell, 1985, citados por DeKeseredy y Schwartz, 2011). Algunos sostienen que los estudios sobre violencia de género conllevan una fuerte carga ideológica y están diseñados para abultar de manera artificial las tasas de mujeres afectadas por la violencia con fines políticos (DeKeseredy & Schwartz, 2011). Inclusive, algunas feministas sostienen que combinar lo que es debatiblemente abusivo con lo que es seriamente abusivo hace que esto último se trivialice, perdiendo así fuerza e importancia. Pero, como señalan DeKeseredy y Schwartz (2011), el problema con definiciones limitadas es que, en la práctica, subestiman las experiencias y sentimientos de la vida real de muchas mujeres que sufren violencia no sólo física y sexual, sino psicológica, verbal, etc. Otro de los problemas de usar definiciones limitadas es que las mismas desaniman a las mujeres víctimas de abusos a buscar ayuda, dado que a menudo la descripción de la conducta del hombre al que van a denunciar no encaja con la definición o categorías usadas por cuerpos de seguridad, jueces y las instituciones del Estado. Esta situación deja a la mujer en una “dimensión desconocida” donde ella sabe que ha sido abusada pero no puede definir o categorizar el abuso de una manera que le

permita recibir ayuda. Dos de los argumentos centrales para abogar por una definición más amplia de violencia contra la mujer han sido entonces: 1) las secuelas de otros tipos de violencia fuera de la estricta categoría física son igual o más importantes y duraderas. Sobre esto DeKeserdy y Schwartz (2011) señalan que muchas mujeres sostienen que las heridas físicas sanan, mientras que el daño a su autoestima y habilidad de relacionarse con otros causado por la violencia emocional, verbal y espiritual afecta todos los aspectos de sus vidas; 2) Quizás más importante aún es que, en raras ocasiones, las mujeres son víctimas de un solo tipo de violencia. Las mujeres suelen ser objeto de distintas agresiones por parte de un hombre, que pueden incluir violencia física, abuso psicológico, chantaje económico o abuso (tal como negar recursos aún sí el dinero proviene del sueldo de la mujer), acoso, daño a mascotas o posesiones queridas. Un tema emergente en esta área es lo que DeKeseredy y Schwartz llaman el “control coercitivo,” que incluye a menudo conductas abusivas psicológicas y emocionales muy sutiles, difíciles de detectar y probar, y que la mayoría de la gente no familiarizada con la violencia contra la mujer y sus consecuencias suele dejar pasar. Dos ejemplos de control coercitivo son las miradas y las críticas (2011). Añadiríamos de nuestra parte el emergente y cada vez más generalizado uso de redes sociales y aplicaciones como Facebook, Instagram, Wassapp, entre otras, para ejercer control sobre las mujeres. Por ello proponen y abogan por el desarrollo y puesta en práctica de definiciones amplias como:

*“El abuso contra la mujer es el mal uso del poder por parte de esposos, parejas íntimas (sean femeninas o masculinas), ex-esposos, o ex-parejas en contra de una mujer, resultando en la*

*pérdida de dignidad, control y seguridad, así como un sentimiento de impotencia y sometimiento experimentado por la mujer quien es la víctima directa de abuso físico, psicológico, económico, sexual, verbal y/o espiritual sobre una base continuada y repetida. El abuso contra la mujer también incluye amenazas persistentes o forzar a la mujer a ser testigo de violencia contra sus hijos/hijas, otros familiares, amigos/as, mascotas, y/o posesiones queridas a manos de sus esposos, parejas, ex esposos, o ex parejas” (DeKeseredy y MacLeod, 1997, citados por DeKeseredy y Schwartz, 2011, página 6).*

Esta definición presenta, a nuestro juicio, la dificultad de que limita el universo de interacciones de las mujeres objeto de violencia a hombres que han tenido algún tipo de relación íntima con ellas, dejando de lado otros perpetradores cuya relación con la víctima puede ser jerárquica (jefes, profesores, entrenadores) o simplemente puede no existir (violadores, acosadores). También se ha criticado de esta definición su potencial de afectar negativamente los intercambios sociales entre las personas, a riesgo de que las mismas sean catalogadas como abusivas o violentas.

Alvarez (2006) nos refiere cómo en Venezuela, desde los años 80, se viene haciendo uso de distintas denominaciones para hablar del fenómeno de la violencia contra la mujer, utilizando “mujer maltratada”, “mujer golpeada”, “malos tratos en la pareja”, “violencia contra las esposas”, “violencia doméstica”, “violencia íntima”, entre otras, todas las cuales, reconoce, tienen no sólo connotaciones diferentes, sino que imponen perspectivas metodológicas de estudio y abordaje distintas. Señala, no obstante que lo que encontramos en estas definiciones es

*“(…) variabilidad y diversidad, tendencia a invisibilizar a la mujer, género como enfoque relacional que no define per se, cambios por momentos de avance o retroceso en el asunto, posiciones culturales influyentes, influencia de traducciones literales, algunas aceptadas y otras rechazadas; cuestión a continuar porque el medio de expresión humano, de comunicación del problema para confrontarlo, está en el idioma y las palabras tienen significados y establecen representaciones sociales y, por ende, creencias que se actúan como realidades” (pág. 52).*

Así, desde el punto de vista conceptual, la violencia contra la mujer ha sufrido transformaciones importantes puesto que se ha evolucionado (en Venezuela y el mundo) en el reconocimiento de situaciones que otrora eran socialmente aceptables – como la violación marital, por ejemplo, la cual, según el antiguo Fondo de las Naciones Unidas para las Mujeres (UNIFEM, hoy ONUMUJER) es actualmente reconocida como un crimen en 50 países, incluyendo Austria, Bélgica, Bután, Chipre, Hungría, México, Nepal y Seychelles (2003) - al tiempo que desde el mundo académico y desde el activismo se ha contribuido en la búsqueda de terminologías que muestren, de manera equilibrada, las verdaderas dimensiones de la problemática prevaleciendo así la perspectiva que favorece definiciones cada vez más amplias de lo que debe ser abarcado por la noción de violencia contra la mujer.

Inicialmente, las primeras aproximaciones hablaban de “violencia doméstica” o “violencia intrafamiliar” (con su invisibilización de la mujer) para dar paso luego a enunciados más específicos como “violencia contra la mujer y la familia”, pero que dejaban por fuera una serie de situaciones de violencia como aquellas ocurridas en la

etapa del noviazgo, o fuera del hogar (Álvarez, 2006). Esta última fórmula fue usada en la primera ley de su estilo en Venezuela, la Ley sobre la Violencia contra la Mujer y la Familia, de 1999, la cual definía la violencia como: *“La agresión, amenaza u ofensa ejercida sobre la mujer y otro integrante de la familia, por los cónyuges, concubinos, ex cónyuges, ex concubinos o personas que hayan cohabitado, ascendientes, descendientes y parientes colaterales, consanguíneos o afines, que menoscabe su integridad física, psicológica, sexual o patrimonial.”* (Álvarez, 2006)

Desde el punto de vista legal y de jurisprudencia, una de las definiciones de violencia contra la mujer más comúnmente aceptada es la ofrecida por la *Declaración sobre la Eliminación de la Violencia contra la Mujer*, adoptada por la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas en 1993, según la cual constituye violencia contra la mujer

*“Todo acto de violencia basado en la pertenencia al sexo femenino que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer, inclusive las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la privada.”* (Organización de las Naciones Unidas, 1993)

Por su parte, la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (1994), conocida como Convención De Belem Do Para, de la cual Venezuela es parte, define en sus artículos 1 y 2 la violencia contra la mujer en términos similares a la Declaración sobre la Eliminación de la Violencia contra la mujer:

*“(...) cualquier acción o conducta, basada en [el] género, que cause muerte, daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico a la mujer, tanto en el ámbito público como en el privado [incluyendo] la violencia física, sexual y psicológica que tenga lugar dentro de la familia o unidad doméstica o en cualquier otra relación interpersonal, ya sea que el agresor comparta o haya compartido el mismo domicilio que la mujer, y que comprende, entre otros, violación, maltrato y abuso sexual (...) en la comunidad y sea perpetrada por cualquier persona y que comprende, entre otros, violación, abuso sexual, tortura, trata de personas, prostitución forzada, secuestro y acoso sexual en el lugar de trabajo, así como en instituciones educativas, establecimientos de salud o cualquier otro lugar, y que sea perpetrada o tolerada por el Estado o sus agentes, donde quiera que ocurra.” (Organización de Estados Americanos, 1994)*

Es importante notar la mención particular que ambas definiciones realizan del ámbito público como instancias en las que se puede producir la violencia contra la mujer. Esto es un punto particularmente significativo si observamos que, antiguamente, la violencia contra la mujer constituía solo aquella ocurrida en el ámbito doméstico, y aún ahí se defendía la tesis de que se trataba de un asunto “privado” entre marido y mujer o entre los miembros del núcleo familiar, donde ni el Estado ni sus agentes tenían injerencia. (Organización de las Naciones Unidas, 2006) Hoy en día se reconoce que el Estado debe actuar para prevenir y sancionar este tipo de violencia, no importa el ámbito en el cual ocurra, toda vez que se trata de una violación de derechos humanos. De manera que el hogar es tan sólo uno de los escenarios en los que la violencia contra la mujer tiene lugar, por cuanto este fenómeno se puede producir en distintos entornos (en el laboral, en

centros de salud, en centros educativos, en la calle, en conflictos armados, etc.) (Kislinger, 2005; Organización de las Naciones Unidas, 2006).

La Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia define la violencia contra la mujer como:

*“(...) todo acto sexista que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual, psicológico, emocional, laboral, económico o patrimonial; la coacción o la privación arbitraria de la libertad, así como la amenaza de ejecutar tales actos, tanto sí se producen en el ámbito público como en el privado.” (Artículo 14)*

Esta definición (que tomaremos como base para el presente análisis) es amplia e integral en su reconocimiento de que la violencia ocurre en distintos ámbitos y se ejerce a través de distintas modalidades. Más aún, establece de manera clara formas de violencia en torno a las cuales se debe trabajar, tanto para brindar protección como para prevenir su ocurrencia. Así el artículo 15 define 19 modalidades distintas de violencia contra la mujer: violencia psicológica; acoso u hostigamiento; amenaza; violencia física; violencia doméstica; violencia sexual; acceso carnal violento; prostitución forzada; esclavitud sexual; acoso sexual; violencia laboral; violencia patrimonial y económica; violencia obstétrica; esterilización forzada; violencia mediática; violencia institucional; violencia simbólica; tráfico de mujeres, niñas y adolescentes; y trata de mujeres, niñas y adolescentes. Esta tipificación de distintas formas de violencia contra la mujer por parte de la legislación venezolana, la convierten en una de las más avanzadas de la región de

América Latina y el mundo, habiendo sido la primera en ofrecer una mirada y abordaje integral a esta problemática.

### **Causas y consecuencias de la violencia contra la mujer**

La violencia contra la mujer es una problemática compleja, cuyas causas son múltiples y de diversa naturaleza. Afirmar la existencia de una causa en particular, ampliamente identificada y comprendida, implicaría ignorar el hecho que, como muchas otras problemáticas sociales, son múltiples los agentes y las circunstancias que operan en su origen. Esto es algo en lo que hay acuerdo entre distintos círculos académicos que se han dedicado a abordar la cuestión (Organización de las Naciones Unidas, 2006; Jasinski, 2001; Burgess & Crowell, 1996). Aun así, diversas teorías han tratado de explicar el origen de la violencia contra la mujer partiendo de factores individuales (tales como el abuso del alcohol, el uso de drogas, condicionantes psico-sociales, factores culturales y ambientales, entre otros). La mayoría de estas teorías están basadas en las investigaciones y la literatura existente sobre los orígenes de la violencia y la agresión en general, a pesar de que no se conoce a ciencia cierta el grado de relación que existe entre el desarrollo de actitudes violentas en general, y el desarrollo de actitudes violentas contra la mujer específicamente (Burgess & Crowell, 1996). Por otra parte, un número considerable de las investigaciones que se centran específicamente en la violencia contra la mujer ha sido llevado a cabo de manera aislada del resto de las investigaciones sobre violencia en general. Según los autores Candance Kruttschnitt, Brenda McLaughlin y Carol Petrie, miembros del Consejo Nacional de Investigaciones (*Nacional Research Council*) de los

Estados Unidos de América, esta separación intelectual se deriva de la premisa de que distintas características del contexto político y social de la violencia contra la mujer, particularmente en el ámbito de las relaciones íntimas, la coloca aparte de los otros tipos de violencia (2004). Si bien esta separación, como se ha indicado más arriba, está hasta cierto punto justificada por el hecho de que no se conoce el grado de relación entre el desarrollo de actitudes violentas y la violencia contra la mujer, se debe favorecer modelos de análisis que incorporen distintas variables, de modo que el estudio de la violencia contra la mujer se beneficie del conocimiento ya existente en el campo de la violencia en general.

A nuestro modo de ver, las características del contexto político y social que diferencian a la violencia contra la mujer del resto de la violencia en general derivan de la histórica relación desigual de poder entre hombres y mujeres, que ha colocado a estas últimas en situación de subordinación ante los primeros. Dicha relación desigual de poder, en conjunto con otros factores, está en el origen de la violencia contra la mujer. (McPhail , Busch, Kulkarni, & Rice, 2007; Comesaña, 2006; Malamuth, 1996) Esta violencia es pues expresión de un orden social basado en la desigualdad entre los géneros, derivado de la división social de roles entre hombres y mujeres en función de su sexo biológico, en el cual lo masculino predomina por encima de lo femenino (García Prince, 2009; Roselló Nadal, 2008; McPhail , Busch, Kulkarni, & Rice, 2007).

La Profesora Evangelina García Prince (2009) señala que las diferencias en las relaciones de poder entre los géneros en el sistema patriarcal se manifiestan a través de la

desigualdad, la discriminación y la violencia contra las mujeres. Una interpretación diferenciada de la naturaleza biológica de hombres y mujeres resulta en “desigualdad”, la cual da pie a relaciones asimétricas en las que prevalece el hombre como factor dominante. La desigualdad está presente en todas las prácticas y patrones de relación social entre hombres y mujeres, y la discriminación es producto de tal desigualdad que coloca a la mujer en situación subordinada al hombre, y esta expresada en las prácticas y valores sociales que perpetúan tal subordinación. Estas prácticas y valores sociales intrínsecamente discriminatorios, señala García Prince, concretan la desigualdad en los hechos asumiendo numerosas expresiones: descalificación, exclusión, explotación, dominación, negación, omisión, ocultamiento, invisibilización, segregación, sometimiento, desvalorización, agresión, etc. Las prácticas de violencia visible e invisible de todo tipo de que son objeto las mujeres, a consecuencia de lo que los valores masculinos representan en el orden patriarcal predominante, es el elemento que controla cualquier incumplimiento, desviación o insubordinación de las mujeres respecto de las pautas discriminatorias (García Prince, 2009). La violencia (y/o la amenaza de su uso) es el “dispositivo” que asegura la existencia de la desigualdad: la violencia contra la mujer es entonces un medio para la perpetuación de la subordinación femenina a la dominación masculina, pero es a la vez una consecuencia de tal subordinación (Organización de las Naciones Unidas, 2006). Cada uno de estos tres elementos alimenta y refuerza a los otros y entre los tres configuran el paradigma sistémico del ejercicio de poder en las relaciones entre los géneros. Estos son paradigmas de comportamiento (dominación/subordinación) que se viven inconscientemente, pues las prácticas están incorporadas en la subjetividad

de cada género como conductas “naturales” que les corresponden a hombres y mujeres. Así pues, la “naturalización” de las mismas impide a cada género vivir conscientemente su condición dominante o subordinada. Esto es lo que el filósofo francés Pierre Bourdieu ha definido como “violencia simbólica”: “El dominado aplica categorías construidas desde el punto de vista del dominador a las relaciones de dominación, haciéndolas así parecer como naturales.” (2001, pág. 35). Y agrega

*“La violencia simbólica está instituida a través de la adherencia que el dominado no puede dejar de otorgar al dominador (y en consecuencia, a la dominación) cuando, para moldear sus pensamientos de éste, y de sí misma, o, mejor dicho, su pensamiento de su relación con él, ella sólo cuenta con instrumentos cognitivos que comparte con él, los cuales, siendo no más que la personificación de la relación de dominación, ocasiona que esa relación se presente como natural; o, en otras palabras, cuando los esquemas que ella aplica a fin de percibirse y apreciarse a sí misma, o para percibir y apreciar al dominador (alto/bajo, masculino/femenino, blanco/negro, etc.), son el producto de la personificación de las – por lo tanto naturalizada – clasificaciones de las cuales su ser social es producto.”* (2001, pág. 35).

Tenemos entonces que, como señala la Profesora Evangelina Garcia Prince (2009), la naturalización de la violencia invisibiliza el carácter agresivo de la misma, por lo cual las mujeres admiten la violencia en su contra como parte o componente inevitable, natural, de la relación entre los géneros. Pasar estas condiciones a la conciencia, vivir las conductas dominante/subordinada como tales, es el primer paso para adquirir la “conciencia de género”.

Es necesario, sin embargo, tomar en cuenta también factores individuales de los perpetradores y de las víctimas (tales como condicionantes psicológicas, neurológicas y hasta fisiológicas), así como otras variables que tienen que ver con el entorno social y cultural, entre otros, a la hora de analizar el fenómeno de la violencia contra la mujer. Dentro de las filas del propio feminismo, distintas corrientes (feministas de color, lesbianas o feministas internacionales) han reconocido la importancia de mirar las intersecciones entre género y otros “sistemas de opresión” tales como la raza, el origen nacional, la orientación sexual, la edad y condiciones de discapacidad, entre otras, al momento de analizar la violencia de género. Pudiéramos también considerar una perspectiva más bien evolutiva, admitiendo como una posibilidad que lo que hoy en día observamos como cultura patriarcal predominante sea producto de la manera en la cual se dividieron los papeles sociales entre hombres y mujeres, resultante del proceso de adaptación que es la respuesta seleccionada por la naturaleza en el proceso evolutivo de las especies (Malamuth, 1996). Esto no debe ser interpretado como una justificación de la cultura del patriarcado, sino como una manera de entender su origen, y su posterior evolución: instalándose en los sistemas de convivencia, replicándose y alojándose en los patrones sociales de relaciones, para así crear el patriarcado que hoy conocemos y que está presente en todas las sociedades, gobernando y delimitando las relaciones entre hombres y mujeres, de manera que cualquier subversión al orden establecido corre el riesgo de ser penalizada con la violencia. Esta combinación de visiones en la comprensión de los orígenes de la violencia contra la mujer pudiera suponer entonces que el modelo patriarcal, si bien pudiera responder a un origen evolutivo y ha sido replicado

en el inconsciente colectivo, el mismo puede – y debe – ser modificado. En otras palabras, sí pensamos aunque sea hipotéticamente por un segundo que el modelo patriarcal haya respondido originalmente a determinantes evolutivas o biológicas (fortaleza física de un sexo sobre otro, rol en reproducción, etc.) ello no debería significar que no pueda ser desinstalado y reemplazado por un esquema de relaciones justas entre hombres y mujeres, particularmente teniendo en cuenta que las circunstancias espirituales y, especialmente, materiales de la humanidad son distintas hoy que el ambiente “original” de la raza humana donde la fortaleza física determinaba, en gran medida, la supervivencia.

En todo caso, lo que sí parece cierto es que no se trata de una causa particular identificable lo que está en el origen de la violencia contra la mujer. Los análisis disponibles sobre este tema demuestran que hay circunstancias individuales y sociales que yacen en el origen de la misma, para lo cual se requiere del diseño de intervenciones integrales que permitan abordarle. Entre las circunstancias sociales que inciden en la violencia contra la mujer observamos la influencia del entorno socio-cultural, liderado por los medios de comunicación en tanto agentes de socialización y reproductores de estereotipos, lo cual examinaremos en detalle más adelante.

Las consecuencias de la violencia contra la mujer, por su parte, son mucho más amplias y duraderas que el impacto inmediato causado sobre las víctimas. Tales consecuencias en muchos casos no sólo afectan severamente a quienes son objeto de este tipo de violencia, sino que, como veremos, tienen repercusiones directas o indirectas, a

corto o largo plazo, sobre sus familias y sobre la sociedad en su conjunto. Por ejemplo, en el caso de la violencia cometida por la pareja en el entorno íntimo, existe cada vez mayor evidencia del impacto negativo que la misma tiene en niños y niñas. La sociedad sufre daños económicos, no sólo en la pérdida de recursos humanos sino en la pérdida de productividad a causa del miedo y las lesiones (Organización de las Naciones Unidas, 2006; Kislinger, 2005; Burgess & Crowell, 1996).

Las consecuencias de la violencia contra la mujer pueden ser clasificadas en tres grandes grupos: sociales, económicas y de salud; éstas últimas a su vez pueden ser clasificadas en consecuencias a la salud física y consecuencias a la salud emocional y psicológica. Entre las consecuencias sociales encontramos que el temor generado por la violencia impide que las mujeres tengan una participación plena en la sociedad, al tiempo que limita el desarrollo íntegro de sus potencialidades. Muchas mujeres se abstienen de buscar empleo o de asistir a centros educativos por temor a ser acosadas o violentadas, o por sentirse vulnerables o estigmatizadas tras haber sido víctimas de violencia. Ello a su vez limita sus posibilidades de acceder a los recursos que le permitan aumentar o mejorar su calidad de vida, o de recibir educación, quedándose al margen de los procesos productivos y de desarrollo de sus comunidades. Como lo demuestra un estudio realizado en México, muchas mujeres dejan de participar en proyectos de desarrollo comunitario debido a la amenaza de los hombres (Organización de las Naciones Unidas, 2006, pág. 57). A largo plazo, muchas mujeres optan por el aislamiento, y registran baja autoestima,

depresión, aumento del uso del alcohol y las drogas, así como problemas emocionales en ellas y en sus hijos e hijas.

Las consecuencias económicas de la violencia contra la mujer son su empobrecimiento individual y familiar, puesto que muchas de ellas son quienes sostienen a la familia con su ingreso. De modo tal que la capacidad de contribuir productivamente a la economía familiar y nacional se ve reducida a causa de la violencia de la que es víctima la mujer. Por otra parte, este fenómeno absorbe recursos del Estado a través del uso de los servicios sociales, el sistema judicial, y de los servicios de salud, al tiempo que se reducen los empleos y la productividad, a causa de la ausencia del lugar de trabajo por lesiones físicas o incapacitación derivada de lesiones irreversibles (Organización de las Naciones Unidas, 2006). Las consecuencias de la violencia contra la mujer sobre la salud suelen ser de orden físico y psicológico. La violencia hace que las mujeres corran mayores riesgos de tener una mala salud física y reproductiva, que desarrollen dificultades para funcionar socialmente, que presenten secuelas psicológicas, abusen del alcohol y las drogas y padezcan de disfunciones sexuales, intentos de suicidio, estrés postraumático y trastornos del sistema nervioso central (Organización de las Naciones Unidas, 2006, pág. 55). Adicionalmente, coloca a las mujeres en riesgo de contraer el VIH/SIDA, y de presentar dificultades durante el embarazo, el parto y el postparto. En un estudio de la población infantil realizado en Nicaragua en 2002, se pudo comprobar que el 16% de los casos de bajo peso al nacer eran atribuibles a abusos físicos infligidos a la mujer por sus parejas durante el embarazo. Entre las consecuencias para la salud física se

encuentran las fracturas, lesiones abdominales, desarrollo de dolores crónicos, trastornos ginecológicos, la enfermedad pélvica inflamatoria, infecciones de transmisión sexual, particularmente el VIH, los embarazos no deseados, las hemorragias o infecciones vaginales, y las infecciones en las vías urinarias. Tan graves como las secuelas físicas de la violencia, son las secuelas psicológicas, entre las cuales se destaca la depresión como una de las consecuencias más comunes de la violencia sexual y física contra la mujer. También se han registrado el estrés, los trastornos de ansiedad y estrés postraumático. Algunos expertos han detectado lo que llaman “síndrome traumático de las mujeres que sufren tratos abusivos”, caracterizado por la falta de autonomía volitiva, el miedo, la angustia, la depresión, llegando en algunos casos hasta el suicidio (Organización de las Naciones Unidas, 2006, pág. 56).

## **Segunda Parte: Mujeres y Medios de Comunicación**

La preocupación por el papel de los medios de comunicación en el contexto de la violencia contra la mujer no es del todo nueva. Observamos que la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer de 1994 (Convención de Belem do Pará), aun cuando no tipifica la violencia mediática ni la violencia simbólica, pide a los Estados instar a los medios de comunicación a elaborar directrices de difusión que contribuyan a erradicar la violencia contra la mujer y a realzar el respeto de su dignidad. Adicionalmente, establece la responsabilidad del Estado de *“(...) incluir en su legislación interna normas penales, civiles y administrativas, así como las de otra naturaleza que sean apropiadas para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer.”* Artículo 8, apartado g (Organización de Estados Americanos, 1994). De manera que los esfuerzos implícitos en la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia por eliminar imágenes y mensajes discriminatorios sobre la mujer en los medios se enmarcan dentro del cumplimiento de éste artículo de la Convención, de la cual Venezuela es parte.

Igualmente, la Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer, celebrada en Beijing, China, en 1995, en la cual Venezuela participó activamente, expresó su preocupación por *“(...) la persistencia de los estereotipos basados en el género que divulgan las organizaciones de difusión públicas y privadas locales, nacionales e internacionales.”* Al mismo tiempo hizo un llamado a *“(...) suprimir la proyección constante de imágenes*

*negativas y degradantes de la mujer en los medios de comunicación, sean electrónicos, impresos, visuales o sonoros”* Párrafos 235, 236 y 237 (Organización de las Naciones Unidas, 1995). La Conferencia instó al establecimiento de mecanismos de autorregulación en los medios de comunicación y a la creación de mecanismos que erradiquen los programas que muestren un sesgo de género. En el año 2000, durante el período extraordinario de sesiones de la Asamblea General de la ONU para la revisión de los primeros cinco años de cumplimiento de los acuerdos adoptados durante la Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer, proceso conocido como “Beijing +5”, se realizó un balance de la situación global de la mujer en todos los ámbitos y se encontró que “(...) *las imágenes negativas, violentas o degradantes de la mujer, incluida la pornografía, y sus descripciones estereotipadas han aumentado en diferentes formas, recurriendo a nuevas tecnologías de la información en algunos casos, y los prejuicios contra la mujer siguen existiendo en los medios de difusión*” (Organización de las Naciones Unidas, 2000). En esa ocasión también se instó al establecimiento de mecanismos de autorregulación y de códigos de conducta. De igual modo, el Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer, en su Recomendación General Nro. 19, instó a los Estados Parte a adoptar medidas eficaces para garantizar que los medios de comunicación respeten y promuevan el respeto de la mujer. En Venezuela, aunque de manera más general que la legislación actual, la Ley sobre la Violencia contra la Mujer y la Familia del año 1998, disponía en su artículo 12 la necesidad de adoptar programas de prevención y eliminación de la violencia contra la mujer y la familia en programas habituales de los medios de comunicación. Valga señalar en este punto que ya desde los años 80 existía en

nuestro país preocupación por el tratamiento conferido en las telenovelas a la imagen de la mujer (Álvarez, 2008).

Vemos entonces que la tipificación de la violencia mediática y la violencia simbólica en la ley venezolana no es un hecho casual ni aislado, sino que responde a una serie de llamamientos, compromisos y esfuerzos previos asumidos por la nación y a una legítima preocupación y aspiración de cambiar la presentación sistemática de imágenes y mensajes limitados y desvalorizados de lo femenino que han caracterizado el modo en el cual las mujeres son representadas en los medios de comunicación. Como veremos más adelante, una preocupación central de la perspectiva feminista ha sido las representaciones mediáticas de las mujeres, debido al potencial de perpetuar e influir en problemáticas como la violencia en general, y la violencia contra la mujer en particular.

### **Medios de Comunicación**

Hoy en día se reconoce el papel socializante que tienen los medios de comunicación y su enorme potencial para influir, positiva o negativamente, sobre problemáticas sociales (García Galera, Marín, & Ruíz San Román, 1999). En el caso de su relación a la violencia mediática y simbólica en el contexto de la violencia contra la mujer, es importante detenernos por un momento a considerar su importancia en cuanto agentes de socialización, con el potencial de incidir a favor o en contra de manifestaciones de estos tipos específicos de violencia.

Círculos académicos dedicados al estudio de la comunicación en masas, y más específicamente la sociología de la comunicación, han establecido que los medios de comunicación cumplen una serie de funciones en la sociedad. Según la clasificación hecha por García Galera et al. (1999), algunas de esas funciones son la transmisión cultural y el reforzamiento de las actitudes previas. En el primer caso, se admite que la transmisión de valores culturales, que antiguamente se efectuaba a través de la escuela y la familia, hoy en día está fuertemente influida por los medios. En estos valores culturales tiene mucho que ver el lugar de la mujer en la sociedad y cómo es ella vista. Partiendo de la premisa de que el entorno cultural en el que vivimos se erige sobre el orden patriarcal de relaciones jerárquicas entre hombres y mujeres, podemos afirmar que los medios estarían entonces transmitiendo valores culturales de esa estructura patriarcal, contribuyendo así, por un lado, a perpetuar el papel subordinado que tienen mujeres y niñas en la sociedad y, por otro, a reforzar los estereotipos de género. Así por ejemplo se observa la exaltación de cierto tipo de belleza física como un valor cultural, hecho que no se corresponde con la realidad de la mayoría de las mujeres, y que además las coloca en una posición de objeto deseado y subordinado ante el sexo masculino. Los trastornos de alimentación son vinculados también a valores culturales. Existen estudios que indican que las expectativas relativas al peso y la imagen corporal de mujeres y niñas, provienen, entre otros, de los medios de comunicación (Organización de las Naciones Unidas, 2006). La mujer es entonces asociada a la noción de que debe ser bella (concepto esencialmente subjetivo y relativo), y esa belleza debe cumplir con ciertos cánones para poder ser aceptada y valorada socialmente.

En el caso de la función de reforzamiento de las actitudes previas, se habla de cómo los medios tienden a reforzar actitudes ya poseídas y compartidas (en línea con las perspectivas teóricas de efectos limitados, particularmente con la propuesta de Joseph Klapper que veremos más adelante). Es decir, sí la actitud previa es asociar a las mujeres con labores domésticas, por ejemplo, los medios de comunicación pudieran reforzarla a través de mensajes e imágenes que presentan a mujeres limpiando los pisos del hogar, fregando, o cocinando.

Además de estas funciones, es interesante la clasificación ofrecida por Sánchez Noriega (1997, citada por Roselló Nadal, 2008) según la cual los medios ejercen distintos papeles en las sociedades en las que operan. Así, son un *poder* importante, capaz de intervenciones decisivas en la vida política y económica, aunque sólo sea como control del resto de los poderes; son *mediadores políticos* que canalizan y crean la opinión pública, que es el elemento decisivo en las políticas prácticas; son *instrumentos políticos* propiamente dichos, inculcando valores e ideas que ayudan a mantener el orden establecido; son *instrumentos de cultura* por cuanto crean modas o pautas culturales, son difusores de ideas y opiniones, además de promotores de conductas; y *mecanismos de percepción del mundo*, constructores de la realidad social, que tienen como cometido proporcionar las bases sobre las cuales los grupos y clases construyen las imágenes de las vidas, los significados, las actitudes y valores de esos grupos.

Es unánime la percepción de que los medios de comunicación actúan como entes mediadores entre los hechos y lo que se dice sobre ellos, es decir, los “*mass media*” se

han convertido en una de las fuentes más importantes en la formación de la imagen que tenemos sobre el mundo, de manera que, sin duda alguna, son mecanismos de percepción del mundo. Es por ello que también son usados como herramientas en campañas de concientización, prevención y difusión en relación a problemáticas sociales diversas. Según el Proyecto Global de Monitoreo de Medios del año 2005 (citado por Gómez, 2009), los medios de comunicación se han convertido en un instrumento educativo de primer orden, pues proponen modelos de comportamiento gracias a los procesos de identificación con la audiencia. Así ha sido el caso de la violencia contra la mujer, donde los medios han servido como agentes para la promoción de valores y el cambio de actitudes. Entre las buenas prácticas identificadas por el Informe del Secretario General de la ONU sobre todo los tipos de violencia contra la mujer (2006) se encuentran la capacitación y sensibilización de periodistas y otros profesionales de la comunicación que informan sobre este tipo de violencia a fin de mejorar la calidad de la información y elevar el nivel de conciencia y comprensión de las causas y consecuencias de esta problemática entre el público en general (2006, pág. 102). Pero el mismo potencial que tienen para contribuir de manera positiva en problemáticas sociales, lo tiene para influir, aun inadvertidamente, de manera negativa. Y es que los medios de comunicación son grandes mediadores de la percepción e interpretación de la realidad, en cuanto producen significación y sentido en las sociedades contemporáneas. Para Berger y Luckman (1966, citados por Roselló Nadal, 2008), las construcciones sociales de la realidad que realizan los medios de comunicación son ideológicas, y por ello tienen consecuencias sobre la propia realidad social. Son, además, agentes de control social que reconocen y delimitan

el problema social al mismo tiempo que generalizan enfoques, perspectivas y actitudes ante un conflicto. Más importante aún, los modelos de referencia en los que se apoyan, así como las pautas de comportamiento que proyectan, contribuyen a perpetuar el orden social establecido, reproduciendo ideológicamente el orden simbólico en el cual operan (Roselló Nadal, 2008). Así, el discurso de los medios de comunicación tiende entonces a reproducir el orden social existente, con lo cual tienen gran incidencia en la reproducción y perpetuación de la cultura patriarcal predominante, porque su universo simbólico de referencia es el orden de relaciones jerárquicas en el que se basa la subordinación de la mujer al hombre. Encontraremos entonces que los medios no sólo presentan de manera tradicional, y en algún caso degradante, a las mujeres, sino que validan tales representaciones. Por ello la difusión de imágenes y mensajes que denigran, humillan, invisibilizan y vejan a las mujeres – es decir, violencia mediática y violencia simbólica de acuerdo con la ley – deben ser modificados, no sólo por cuanto vulneran sus derechos, particularmente el derecho a la no-discriminación por razones de sexo, consagrados en la Constitución y las leyes, sino porque contribuyen a reforzar y reproducir estereotipos femeninos que responden al orden vigente de relaciones desiguales entre hombres y mujeres, alimentando la percepción de inferioridad de éstas últimas, y colocándolas en posición de vulnerabilidad ante la violencia.

### **Estudios Feministas de Medios**

En el mundo anglosajón y en Europa, los estudios de género y comunicación han sido un fértil campo de investigación desde los años 70, caracterizado, primordialmente,

por dos perspectivas distintas aunque a veces solapadas. Según Cynthia Carter (2012), la primera perspectiva comprende los estudios predominantes en el campo de género y medios de comunicación que han estado fundamentados principalmente en premisas sobre la manera en la cual los medios contribuyen a la adquisición individual de actitudes y comportamientos sobre los géneros, y sobre cómo los estereotipos de género pueden impactar negativamente las oportunidades de vida de una persona, especialmente en lo relativo a los sentidos individuales de autoestima y percepciones sociales de las mujeres y sus posibilidades profesionales. La otra perspectiva es la de los estudios feministas de los medios, la cual constituye un movimiento político a favor de la justicia de género, a través del examen de cómo las relaciones de género son representadas, las modalidades en las cuales las audiencias interpretan esas representaciones, y cómo profesionales de los medios contribuyen a perpetuar la injusticia de género. En el corazón de esta perspectiva se encuentra la idea de que las relaciones jerárquicas entre hombres y mujeres producen (y reproducen) las desigualdades sociales a través del tiempo y las culturas, haciendo difícil que ambos sean socios iguales en una sociedad democrática (Carter, Oxford Bibliographies Online, 2012). De modo pues pudiéramos resumir que, aunque el acento está en diferentes lugares, ambas tendencias se interesan en los posibles efectos de las representaciones mediáticas de las mujeres. En la primera categoría de estudios, el interés está entonces en los efectos individuales sobre las mujeres, y en la segunda, en los efectos sociales y/o colectivos.

### **Representaciones mediáticas de la mujer**

La perspectiva feminista nos habla de cómo los medios de comunicación contribuyen a justificar la exclusión de las mujeres en todos los ámbitos, cuando se presenta como “natural,” como si estuvieran “biológicamente destinadas” o “naturalmente inclinadas” a desempeñar roles diferentes. Darling-Wolf (2009) utiliza el concepto de hegemonía de Antonio Gramsci para explicar cómo el proceso de naturalización de estos roles es hegemónico, en cuanto los grupos sociales dominantes en poder convencen a los dominados que su posición es justificada y, sobre esa base, ganar su apoyo a un sistema económico y sociocultural que sirve de sustento a las estructuras de poder. La más efectiva de las vías para ganar tal apoyo es la construcción de la posición de las elites como naturales, normales y de sentido común. El lenguaje, la cultura y las instituciones sociales forman parte de tal proceso, y en el caso del género, el resultado son dos categorías claras y separadas que contribuyen a reforzar al sistema patriarcal de relaciones. Las instituciones sociales como la familia, la escuela, la iglesia, y la cultura, incluyendo los medios de comunicación, contribuyen con la construcción del proceso hegemónico de naturalización de las diferencias biológicas como diferencias sociales. Es así como desde los años 60, las investigadoras feministas de medios en los Estados Unidos, partiendo con Betty Friedan y su *Mística de la Femenidad*, y Gloria Steinem, han analizado y criticado las representaciones mediáticas de las mujeres y han tratado de comprender el papel que juegan los medios de comunicación en la continua naturalización de las desigualdades entre hombres y mujeres. Hoy en día, desde la perspectiva feminista, se indaga sobre cómo la comunicación constituye, mantiene y

desafía las identidades de género y, al mismo tiempo, cómo – y sí – la comunicación refleja identidades preexistentes y estables de género (Wood, 2009).

La forma en la cual las mujeres son presentadas en los medios de comunicación es un asunto relevante para la presente investigación por cuanto son algunas de esas representaciones las que, de conformidad con la ley, constituirían violencia mediática contra la mujer. Pero antes es de suma importancia referirnos a conceptos fundamentales para el presente análisis como lo son sexo y género, por cuanto los mismos están en el núcleo de la discusión relativa a las representaciones de género hechas por los medios de comunicación.

### **Sexo-Género**

*“Ningún concepto científico surge de la nada, sino que es el resultado de los conocimientos disponibles, más los nuevos descubrimientos e interpretaciones surgidos a partir de aquéllos. Estos conocimientos, se van afianzando por medio de la comparación entre aquéllos que pretenden describir lo mismo y, así, se van especializando y distinguiendo los campos científicos. Un ejemplo de esto lo podemos ver en el desarrollo del concepto de <<género o rol de género>> (Jacklin, 1989; Maccoby, 1972). Este concepto se formuló para justificar ciertos fenómenos de la conducta de las personas que, asociados al sexo de los individuos, no eran explicables en base a la naturaleza genética ni morfológica del sexo de los mismos. El concepto de género, inicialmente específico de la psicología diferencial, vino a sustituir el concepto de sexo que, proveniente de la biología, se mostraba claramente insuficiente para utilizarlo en la*

*descripción y comprensión de las conductas individuales humanas relacionadas con el sexo morfológico de los individuos que las realizaban (Andrés Pueyo, 1996)”* Citado por

Martínez y Bonilla, 2000. Página 9.

Quizás, uno de los mayores legados de los estudios de género y el feminismo radica en su contribución a “*construir un pensamiento crítico capaz de cuestionar los conocimientos establecidos, introduciendo nuevas formas de percibir al sujeto.*” (Bonilla Campos & Martínez Benlloch, 2000, pág. 45). El feminismo ha sido crucial en el logro del reconocimiento, más o menos generalizado, de que, como dijo Simone de Beauvoir, las mujeres no nacen, se hacen (Dines & Humez, 2003, pág. 4). Dicho de otro modo, la feminidad no responde necesariamente a determinantes biológicas, al hecho de haber nacido con características morfológicas que se corresponden con el sexo hembra, sino que es producto del proceso de tomar atributos del género femenino a través de la socialización que comienza al nacer. La noción de lo que constituye la feminidad es determinada, entonces, por la cultura específica en la que se desarrolla la persona y está sujeta a cambios en el entorno social o económico. Así pues, la determinación del género – femenino o masculino – es una construcción social. El género es distinto al sexo, y ambos son conceptos utilizados por distintas disciplinas como categorías de análisis. Las investigadoras españolas Isabel Martínez y Amparo Bonilla nos hablan de que la distinción entre sexo y género proviene del ámbito de la psicología, donde los estudios sobre hermafroditismo, transexualismo y trastornos de la sexuación (feminización

testicular) pusieron de manifiesto la gran influencia de los factores psicosociales, o sea el género, ante la ausencia de fuerzas biológicas capaces de informar a los individuos sobre su sexo real (Bonilla Campos & Martínez Benlloch, 2000). En respuesta a ello, y con el fin de poner en evidencia los efectos que producen las relaciones de poder asimétricas entre los sexos, la antropóloga Gayle Rubin acuñó la expresión sistema sexo/género, la cual explican Martínez y Bonilla:

*“(...) se refería al amplio conjunto de convenciones a través de las cuales toda sociedad transforma la sexualidad biológica en productos de la actividad humana, en los que se satisfacen estas necesidades sexuales transformadas y se establece una ordenación jerárquica de los géneros, un reconocimiento de las posiciones de género, que perdura en el tiempo. Para [Gayle Rubin], la transformación del sexo biológico bruto en género, con la consiguiente división sexual del trabajo – creencia que exacerba las diferencias biológicas – y con el consecuente funcionamiento de las estructuras de parentesco, será la responsable de las asimetrías de poder entre los sexos.” (pág. 55)*

Martínez y Bonilla explican que mientras el sexo en las especies animales se refiere a las *“(...) características fisiológicas innatas derivadas del morfismo sexual y vinculadas a la reproducción (...)”*, en los seres humanos este concepto es mucho más amplio y complejo, puesto que tiene influencia en muchos aspectos de la vida sociocultural y personal. Este concepto conlleva dos acepciones: la primera se refiere a las características biológicas que diferencian al macho de la hembra, e incluye aspectos vinculados a la procreación y la sexualidad. La segunda acepción se refiere a los

componentes psicosociales y culturales construidos que se vinculan y atribuyen a cada uno de los sexos, es decir, las definiciones socioculturales del sexo biológico. Esto último es lo que, actualmente, se conoce como género. Sí nos remitimos, como Martínez y Bonilla, al mundo animal y tomáramos a un gato como objeto de observación, veríamos que no es evidente que sea macho o hembra hasta tanto revisemos aspectos físicos que diferencian a ambos. Pero en los seres humanos, el género de la persona que observamos es generalmente evidente a simple vista, aunque pudiera no corresponderse con el sexo biológico con el que se ha nacido. Igualmente, al momento de nacer, un bebé varón y una bebé niña lucen iguales, y no encontraremos diferencias evidentes entre un sexo u otro hasta tanto observemos sus órganos genitales. En cambio, al ver la vestimenta azul, asumiríamos de inmediato que se trata de un niño, porque en nuestra sociedad este color es asociado con lo masculino. A esto último se refiere el género, el cual es definido como:

*“(...) una categoría relacional que identifica roles socialmente construidos y relaciones entre hombres y mujeres. Ser hombre y mujer son procesos de aprendizaje surgidos de patrones socialmente establecidos y fortalecidos a través de normas, pero también a través de coerción. Los roles de género se modifican en el tiempo reflejando cambios en las estructuras de poder y en la normativa de los sistemas sociales” (Álvarez, 2006).*

El género es, entonces, relativo a cada sociedad en la que se construye y cambia en el tiempo. Por ejemplo, hace 150 años el uso de pelucas entre hombres era aceptado en ciertas sociedades europeas. Hoy en día, el uso de pelucas está asociado a lo femenino.

En Escocia, el “kilt” o falda masculina, es utilizada por hombres. Pero en nuestra cultura, un hombre vistiendo una falda sería mal visto por cuanto ésta es considerada una prenda femenina. A pesar de que muchos jóvenes usan el color rosado en camisas de vestir o corbatas, hasta no hace tanto este color era reservado exclusivamente para las mujeres o las niñas. Éstos son tan sólo algunos ejemplos sencillos de cómo el contexto cultural determina lo que es considerado femenino o masculino.

La imagen de la identidad que de sí mismo desarrollan tanto mujeres como hombres, se adquiere e internaliza a partir de modelos que ofrece la sociedad por conducto de la educación y la comunicación tanto interpersonal como mediatizada, considerando como “natural” lo que mujeres y hombres deben ser, hacer y sentir, de un modo - como nos sugiere Beatriz Fainholc - “hipergeneralizado” (1993). Según esta autora argentina, la hipergeneralización constituye el tratamiento aproximado de la singularidad, que reitera un estereotipo aceptado, no discutido ni revisado, de la mujer. Este proceso se basa en la actuación conforme a prejuicios sobre lo que constituye lo femenino y lo masculino. Así pues se tiene que todo lo relativo a la condición de la mujer en la sociedad y su discriminación, ha sido abordado desde una perspectiva hipergeneralizada, y ello se manifiesta a diario en contenido y forma en los medios de comunicación social (1993, pág. 15). Agrega Fainholc:

*“De este modo, conocimientos y actitudes sutilmente diferenciadoras, pero no hacia el respeto de la igualdad, sino por comparación al patrón dominante masculino, hace que se vayan amoldando las conductas de los hijos/hijas de acuerdo al papel que se le*

*'asigna' a cada sexo. Esto es central en el proceso de socialización más temprana (juegos y juguetes, color de ropa, rasgos de belleza y otros) terminando por naturalizar las imágenes que se han mantenido durante siglos sin cuestionamientos y sin tener conciencia que ese modelo está determinado por la cultura. Así, por ejemplo: el mito del 'eterno femenino' resulta un encubrimiento ideológico, que confunde los 'efectos' por las 'causas' sin plantearse el problema en su verdadera dimensión y significación"* (pág. 17)

A propósito de este “encubrimiento ideológico” que nos señala Fainholc, es preciso reiterar que las construcciones sociales de la realidad que realizan los medios de comunicación son ideológicas, y por ello tienen consecuencias sobre la propia realidad social. Pero ¿qué podemos entender por ideología en este contexto? Según Stuart Hall, uno de los fundadores de los estudios culturales británicos y autor del modelo de codificación/decodificación de la comunicación, se trata de imágenes, conceptos y premisas a través de las cuales representamos, interpretamos, entendemos y damos sentido a algunos aspectos de la existencia social. En el ámbito de la teoría de los medios, el estudio de la ideología está íntimamente ligado al estudio de los textos mediáticos por cuanto éstos juegan un papel crucial en la producción y reproducción de ideologías. Las personas hacemos pronunciamientos y formulamos nuestras intenciones dentro de ideologías, las cuales nos anteceden en el tiempo y se suman a determinadas formaciones sociales y condiciones con las cuales los individuos nacemos. Tenemos que hablar a través de las ideologías que están activas en nuestra sociedad y que nos proporcionan los vehículos a través de los cuales damos sentido a las relaciones sociales y nuestro lugar en

ellas. Por lo tanto, dice Hall, la transformación de las ideologías es un proceso colectivo que se da de manera inconsciente, debido a que ellas producen diferentes formas de conciencia social en vez de ser éstas producidas por aquellas. Más importante aún, las ideologías funcionan de manera más efectiva cuando no estamos conscientes del hecho de que la manera en que formulamos y construimos una afirmación sobre el mundo está marcada por premisas ideológicas, o “(...) *cuando nuestras formaciones parecen ser pronunciamientos simplemente descriptivos de cómo son - es decir, cómo deben ser – las cosas, o de lo que podemos dar por sentado*” (Hall, 2003). Así pues, las afirmaciones del tipo “los niños no lloran” y “las niñas no juegan con carritos”, por ejemplo, son predicadas sobre la base de una serie de premisas ideológicas, y parecieran estar enraizadas “(...) *no en cómo la masculinidad y la feminidad han sido histórica y culturalmente construidas en la sociedad, sino en la Naturaleza misma.*” (Hall, 2003). Las ideologías tienden entonces a perderse de vista en medio de un mundo que damos por sentado, “naturalizado” de sentido común. Y toda vez que el género, al igual que, por ejemplo, el racismo, aparece como algo otorgado por la “naturaleza”, sexismo y racismo son de las más profundamente “naturalizadas” ideologías existentes. Hall nos explica que los medios de comunicación son importantes centros de producción, reproducción y transformación de ideologías, y son particularmente centrales por cuanto son, por definición, medios de producción ideológica. Lo que producen es, precisamente, representaciones del mundo, así como imágenes, descripciones, explicaciones y marcos para comprenderlo. Los medios construyen para nosotros, entre otros tipos de

producciones ideológicas, lo que se debe entender por raza o sexo. Es por ello que son fuentes poderosas de ideas sobre lo femenino. (2003)

Las representaciones que hacen los medios de comunicación son, entonces, representaciones de género, devenidas en estereotipos de género por cuanto presentan una imagen sesgada de la mujer y lo que ella debe o puede hacer, conforme a las expectativas existentes en torno a ellas en el contexto de la cultura androcéntrica.

### **Estereotipos**

Es un hecho generalmente aceptado hoy en día que la forma tradicional en la que los medios de comunicación presentan a las mujeres y sus relaciones con el entorno han contribuido a reproducir y reforzar los estereotipos de género. Jayme (1999, citada por Lameiras Fernández, 2003- 2005) afirma que

*“(...) los medios de comunicación difunden los estereotipos de género (...) [y] presentan, mantienen o rechazan conductas, a través de los anuncios publicitarios y las series de televisión, películas y programas que refuerzan los valores sociales tradicionales asociados a la masculinidad (poder adquisitivo) y feminidad (atractivo físico).”*

Los estereotipos de género son producto de las expectativas sociales que hay de hombres y mujeres en relación a su comportamiento y sus quehaceres. Tienen que ver con patrones de conducta asociados a maneras de actuar y relacionarse en la sociedad. Por ejemplo, en su Recomendación General N° 23, el Comité para la Eliminación de la Discriminación de la Mujer señala que los estereotipos, *“(...) incluyendo aquellos*

*perpetrados por los medios, confinan a las mujeres en ejercicio de la política a asuntos tales como el ambiente, la infancia y la salud, y las excluye de responsabilidades en finanzas, control de presupuestos y resolución de conflictos” (1997).*

La transmisión y reproducción de los estereotipos se produce a través del proceso de socialización y no son innatos sino aprendidos. Guerra (2009) señala:

*“La Teoría de Género considera que las nociones de ‘masculino’ y ‘femenino’ funcionan como ese molde rígido creado para reproducir entidades iguales cuyas características son una copia del original. Los denominados estereotipos de género son construcciones culturales jerárquicas y dicotómicas que pretenden esencializar a la mujer como un objeto pasivo, emotivo y débil, y a los varones como sujetos, fuertes, activos, racionales, neutrales y universales. En esta división binaria de los sexos, todo lo positivo y superior aparece del lado de lo masculino y lo negativo e inferior del lado de lo femenino.”*

Desde el momento en el cual, en el hogar mismo, instamos a los niños a jugar con carritos y a las niñas a jugar con muñecas, se fomentan los estereotipos de género. Y ello es reforzado por la escuela y contenidos de programas televisivos o cuentos infantiles, canciones y actividades que tienen mensajes diferenciados para niñas y niños. Si bien es cierto que hoy en día hay ejemplos en el mundo real que retan la existencia misma de los estereotipos de género (como padres que cuidan de sus hijo/as, mujeres que realizan trabajos otrora considerados masculinos, etc.) los mismos no son la regla y suelen observarse con mayor incidencia en países desarrollados (como por ejemplo España y Estados Unidos).

La aceptación de un estereotipo influye no sólo la manera en la cual la información es decodificada e interpretada por miembros de grupos categorizados, sino también en la conducta tanto del perceptor como del individuo estereotipado. Los estereotipos influyen el procesamiento de la información y, subsecuentemente, afectan las percepciones e interacciones con miembros de los grupos estereotipados, todo lo cual tiene importantes implicaciones en la percepción individual de – y el comportamiento hacia – estas personas. Los estereotipos, incluyendo los de género, tienen una influencia importante en las dinámicas de poder de las interacciones personales (West, 1995, citada por Gillum, 2002). Por ejemplo, un estudio aparecido en la publicación periódica *Violence Against Women*, hace referencia a cómo los estereotipos de la mujer afroamericana en los Estados Unidos están relacionados con la violencia en el contexto de relaciones íntimas entre personas de raza negra. La matriarca y la llamada “Jezebel” son dos de los estereotipos comúnmente usados para describir a las mujeres negras, definidas las primeras como mujeres abiertamente agresivas y poco femeninas, cuyas acciones castran a los hombres de su entorno, y las segundas como mujeres promiscuas, sexualmente agresivas y que se excitan fácilmente. Los medios de comunicación suelen representar a la matriarca como una mujer de grandes dimensiones físicas, de piel oscura, que insulta vehementemente y en voz alta a los hombres, mientras que la Jezebel suele ser una mujer de raza mixta, con facciones más europeas que funciona, primordialmente, en el rol de seductora, explotadora hipersexual de las debilidades de los hombres. El personaje de Halle Berry en la película “*Monster’s Ball*” representa el clásico estereotipo de la *Jezebel* en la sociedad norteamericana, que seduce activamente a los hombres,

particularmente blancos, sin que estos supuestamente puedan hacer nada al respecto. La abuela de Carl, el mejor amigo de Mike, de la serie televisiva *“Mike and Molly”*, refleja claramente el estereotipo de la matriarca, que va minimizando a gritos las necesidades emocionales o el carácter de su nieto, un hombre adulto que es policía de profesión. Existen indicios que sugieren que la creencia en este tipo de estereotipos por parte de hombres norteamericanos ha tenido influencia en la incidencia de casos de violencia doméstica entre mujeres negras. Aquellos hombres que piensan que sus parejas tratan de castrarlos o que las perciben como sexualmente promiscuas, actúan de manera violenta en un intento por controlar la situación. Más aún, cuando los hombres se sienten que pierden poder, recurren a la violencia o a la amenaza de su uso, para mantener su control sobre la familia o la pareja (Gillum, 2002). Aunque se trate de estereotipos asociados a raza y género, no es descabellado inferir que los estereotipos de género funcionan de la misma manera. La mujer que no se comporte dócilmente o atienda de manera satisfactoria las labores domésticas que, según estos estereotipos, le corresponden, pueden ser encausadas por sus parejas a través del uso de la fuerza o a través de otros tipos de violencia – verbal, patrimonial o psicológica. La reproducción de estereotipos de género contribuye de manera efectiva a reafirmar el estado de cosas, el orden establecido de relaciones desiguales de poder entre mujeres y hombres. A través de los medios, las audiencias se convierten en jueces silentes de las reglas sociales a las que las mujeres deben ceñir su comportamiento, y exigirán que ello sea así en aras de mantener la paz y la concordia. De otra manera, las mujeres – y vale decir, los hombres – que no se comporten de acuerdo a la expectativas creadas por los estereotipos de género deberán pagar- hasta con sus vidas

- por sus infracciones. Harris (2009) presenta un argumento central de por qué los estereotipos importan. Para muchas y muchos lectores, radioescuchas y espectadores de televisión, los medios de comunicación son, muy probablemente, la fuente predominante de información y la única ventana al mundo más allá de sus municipios, ciudades o pueblos. Aunque la realidad relativiza las imágenes mediáticas, éstas afectan fuertemente las realidades percibidas que nuestras mentes construyen. Y en algunas ocasiones los medios son la única fuente de información sobre algo o alguien. Los estereotipos obtenidos a través de los medios vienen a la mente para guiar el procesamiento de la información sobre personas específicas, llevándonos a conclusiones – acertadas o no – que se convierten en las realidades percibidas. Esto ocurre con niños y niñas cuando crecen aprendiendo de la televisión sobre grupos de personas. La mayoría no habrá tenido contacto real con árabes, judíos, mujeres mayores, lesbianas, etc., sino a través de los medios de comunicación. De manera que al enfrentarse a una de estas personas en el mundo real, la información recibida a través de los medios tendrá importancia crucial en la opinión (o prejuicios) que se formen sobre ellas. De ahí la importancia de los estereotipos. Más aún, en el contexto particular de las mujeres y la violencia en su contra, los estereotipos pudieran ser interpretados como expresión de la violencia simbólica que permea todos los aspectos de nuestra sociedad, los cuales a su vez “(...) *habilitan y facilitan el ejercicio de la violencia machista a niveles físico y psíquico, ya que funcionan como mecanismos de internalización y naturalización de la opresión patriarcal*” (Guerra, 2009).

En los resultados parciales de un monitoreo de prensa y medios digitales venezolanos, Gómez (2009) encontró que las mujeres son presentadas de manera predominante en sus roles tradicionales estereotipados de género. Observó que, al referirse a las mujeres, la tendencia es a:

- Nombrar a las mujeres en función de su vínculo con el hombre/pareja (“la mujer de” “su cónyuge” “pareja de”);
- A representarlas mayoritariamente en su los roles tradicionales de madre, esposa, concubina y cónyuge, por encima de su condición social de mujer;
- Utilización de categorías para referirse a las mujeres con mayor frecuencia que en el caso de los hombres. Entre esas categorías se encuentra: joven, embarazada, novia, esposa, muchacha, ciudadana, menor y otra;
- Utilización de la expresión “sexo débil” aún en artículos que abogan por el cese a la violencia contra la mujer.

En dos medios digitales analizados, Gómez (2009) describe que las mujeres son predominantemente presentadas a través de estereotipos que oscilan entre la “madre y la diablo” además de otros apelativos sexistas:

La madre – cuidadora	La mujer – bruta	La actriz – títere;
La mujer – objeto sexual	La mujer – malvada, oscura, diabólica	La mujer – prostituta
La mujer – Dependiente del hombre	La mujer – cuaima	La mujer – fastidiosa – amargada

### **Mujeres en medios de comunicación: cuántas y cómo**

La presencia de las mujeres en los medios, particularmente desde los años 50 con el surgimiento y masificación de la televisión, ha evolucionado de manera medianamente satisfactoria. En los Estados Unidos, donde existen indicadores estadísticos en esta área y para esa época (años 50 y 60), se señala que un 45% de las personas presentadas en televisión eran mujeres, de las cuales sólo un 20% eran mostradas como parte de la fuerza laboral. Las revistas femeninas presentaban mujeres definidas desde la perspectiva de los hombres: como esposas, amantes o marcadas por la ausencia de un compañero. La publicidad presentaba a las mujeres en el hogar y a los hombres fuera de él. Y las voces que anunciaban en radio y televisión (los llamados “voiceovers”), eran dominados por hombres. Menos de 10% usaba voces de mujeres para anunciar pausas comerciales, programas por venir, y dónde adquirir productos (Harris, 2009, pág. 66). El profesor británico David Gauntlett en su libro *“Media, Gender and Identity”*, cita algunos estudios

de análisis de contenido realizados en los años 70, los cuales revelaban que el matrimonio, la maternidad y el ámbito de lo doméstico eran mostrados en programas de televisión como asuntos de mayor importancia para las mujeres que para los hombres (2002, pág. 43). Según otro estudio, el movimiento de mujeres había sido ignorado por la televisión y las mujeres representaban, principalmente, papeles de amas de casa en la programación. La interacción de las mujeres, dice Gauntlett, tenía que ver a menudo con problemas románticos o familiares, mientras que las interacciones masculinas muy poco tenían que ver con esas áreas. Los personajes femeninos casi nunca trabajaban, particularmente sí se trataba de madres o esposas, y aún sí lo hacían, nunca se les mostraba trabajando en pantalla. En general, los personajes masculinos analizados eran usualmente más asertivos o agresivos, mientras las mujeres eran pasivas; los hombres más aventurados, activos, victoriosos; las mujeres débiles, ineficientes, víctimas. Añade Gauntlett que no solamente se trata de un problema de números, sino que aquellas mujeres que eran mostradas trabajando, eran presentadas como incompetentes e inferiores, como víctimas o con intereses triviales. Como el mismo Gauntlett señala, las consecuencias de esto fueron resaltadas por Gaye Tuchman en su contundente artículo “La aniquilación simbólica de la mujer por los medios masivos de comunicación” (1978):

*“Desde los programas infantiles a los comerciales y comedias de situaciones y aventuras del horario estelar, la televisión proclama que la mujer no cuenta para mucho. Están sub-representadas en la vida ficticia de la televisión – son ‘simbólicamente aniquiladas’. (...) La falta de mujeres en la televisión norteamericana le dice a los televidentes que la mujer no importa mucho en la sociedad norteamericana.”*

La sub-representación de la mujer y su presentación estereotipada, capturan simbólicamente su posición en la sociedad norteamericana: su real falta de poder, y esa aniquilación simbólica de la que Tuchman nos habla. Años más tarde, Pierre Bourdieu desarrollará esta idea en el contexto amplio de la violencia simbólica que naturaliza la posición subordinada de las mujeres en la sociedad, y que hoy es reconocida como un tipo de violencia contra la mujer en la legislación venezolana. En su artículo "*Women's depiction by the media*" (representaciones de las mujeres por los medios de comunicación) del año 1978, Tuchman cita a George Gebner para explicar que así como la presentación en los medios significa existencia social, así también la sub-representación, trivialización y condena indican aniquilación simbólica. Continúa señalando que en la interacción con su medio ambiente, los movimientos sociales buscan tácticas nuevas para modificar o ganar nuevos objetivos, y su entorno, incluyendo a los medios, puede buscar el repeler, consolidar o unirse a esos esfuerzos. En este contexto, dice que Gebner ve las grandes similitudes estadísticas sobre la representación de las mujeres en el pasado y en el presente (en los años 70) como un indicativo del maridaje de los medios con la política de resistencia cultural. Es decir, en vez de llevar el paso con la creciente participación de las mujeres en el sector laboral, y otros logros del movimiento feminista, los medios las desacreditan, aíslan, sub-representan o presentan de manera estereotipada.

La situación mejoró sustancialmente en los años 80 y 90 (vale decir, en los Estados Unidos particularmente) con la incorporación de programas y contenidos que

toman a la mujer y sus asuntos de manera más central. Los temas de mujeres hallaron su lugar, finalmente, en la agenda de los medios de comunicación, de manera que se pudo observar la producción de documentales, programas, series y/o películas de drama, y artículos de prensa y de revistas que abordaban temáticas femeninas tales como infertilidad, cáncer de mamá o cervical, violaciones, entre otros (Gaunlett, 2002). Así mismo, programas de televisión y películas presentan mujeres protagonistas y personajes femeninos que tienden a alejarse del tokenismo<sup>5</sup>, y representan de manera más real a las mujeres y sus temáticas. Por ejemplo, un estudio realizado entre 1992 y 1993 (citado por Gaunlett, 2002) señala que las características de la mujer presentada en la televisión de inicios de la década de los 90 era *“joven, soltera, independiente, y libre de las presiones de la familia y el trabajo”*. Quizás los personajes de la época que mejor encarnan esta descripción son Elaine Benes, de la serie cómica norteamericana “Seinfeld” y Olivia Benson de la serie de drama también norteamericana “Law and Order: SVU”. Este último programa de televisión no sólo muestra a una mujer protagonista que reta los estereotipos de género al ser detective del cuerpo de policía de Nueva York (profesión tradicionalmente asociada a lo masculino), sino que aborda temáticas complejas relacionadas a la condición de la mujer en la sociedad y dedica gran atención a la violencia contra la mujer, particularmente violencia sexual. A pesar de ello, existen aún producciones de tipo audiovisual, prensa, revistas y otros medios que presentan a la mujer de manera más desfavorable aún que en el pasado (muchos de ellos de elaboración local y

---

<sup>5</sup> Tokenismo es entendido en este contexto como la incorporación de un personaje femenino en aras de ser políticamente correcto, por lo que no tiene mayor importancia y participación en la trama o historia de que se trate. Proviene de la palabra “token” que en inglés significa ficha de intercambio.

regional). Un ejemplo son los videos musicales transmitidos a través de la televisión o la Internet que se han convertido en un pasatiempo común entre jóvenes y adolescentes. Estos videos musicales muestran estereotipos sobre comportamientos femeninos y masculinos de manera clara. En ellos, mujeres y jóvenes son representadas de manera “hipersexualizada”, como seres sumamente emotivos, engañosos, ilógicos, frívolos, dependientes y pasivos. Los muchachos y los hombres son representados como sexualmente agresivos, racionales, exigentes y aventureros. El típico video incluye mujeres que son “(...) *más utilería que personajes, usando la cantidad mínima de ropa y girando en torno a los artistas masculinos, mientras que los videos de rock frecuentemente presentan gratuitamente, violencia contra las mujeres y mujeres como objetos sexuales*” (Cooper, Hudson Banks, & Trotman Reid, 2008, pág. 248).

No existe evidencia de que la realidad descrita en los párrafos anteriores haya sido diferente en Venezuela desde los años 50. Ello puede explicarse, en alguna medida, por el nivel de penetración de contenidos importados a través de productoras de televisión, casas editoriales y estudios de cine internacionales, entre otros, – particularmente de Estados Unidos – en los medios de comunicación venezolanos, los cuales presentan contenidos producidos, primordialmente, en ese país en razón de sus estructuras económicas.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Las empresas norteamericanas NBC, ABC y CBS estuvieron involucradas en el negocio de la televisión en Venezuela desde los años 50, al igual que casas editoriales internacionales cuyas líneas editoriales eran reproducidas en las publicaciones hechas para el mercado venezolano. Al respecto ver Bisbal, M. “Los Medios en Venezuela ¿Dónde estamos? Espacio Abierto. Volumen 16. Número 4. Maracaibo. Diciembre 2007. Entre los años 70 y 80, el Bloque de Armas ejercía la representación para Venezuela de la

Según una investigación realizada a principios de los años 90, las representaciones de mujeres en distintos géneros televisivos como telenovelas, humorísticos, infantil, variedades y publicidad, entre otros, seguían respondiendo a los estereotipos tradicionales que relacionan a la mujer con lo sensual y doméstico. Por ejemplo, los espacios de humor presentaban a las mujeres en un rol subalterno, como adorno y fundamentalmente como objeto sexual: “(...) el género de humor analizado refleja el discurso de poder y se manifiesta en la caricatura del estereotipo sexual femenino (...)” (Aguilera & García, 1992). El Show de Joselo, Radio Rochela y Bienvenidos, mostraban frecuentemente mujeres en poca ropa, y ejerciendo labores subalternas, frívolas o sin sentido. Los espacios de variedades, por su parte, reforzaban de manera constante las diferencias sexuales estereotipadas, mientras que los programas infantiles presentaban personajes femeninos que cumplían funciones relacionadas con la satisfacción de necesidades familiares y afectivas, y mostraban la confrontación y la subestimación mutua entre hombres y mujeres como dispositivo reforzador de conductas que trazaban la diferenciación entre lo femenino y lo masculino (Aguilera & García, 1992). Según otro estudio que data del año 1987, mientras el 67% de los títulos de comunicación social otorgados durante el período académico 84-85 fueron a mujeres, su presencia en los medios de comunicación era marcadamente minoritaria: por ejemplo, de los 258 periodistas que conformaban las plantillas de los 6 medios impresos más importantes para

---

transnacional Editorial América C.A., con sede en Panamá, la cual editaba revistas de gran circulación como Mecánica Popular, Hombre de Mundo, Geomundo, Bohemia, Vanidades, Ideas para el Hogar, Fascinación, Cosmopolitan, Coqueta y Buenhogar. Sí bien el público venezolano tenía la impresión de que eran revistas populares hechas en el país por el Bloque de Armas, el contenido de las mismas era estandarizado para su difusión internacional, añadiéndole unas pocas páginas extra en cada país para la publicidad local (Giménez & Hernández, 1984).

ese momento,<sup>7</sup> sólo 66 eran mujeres. Una situación similar era registrada en la radio, donde la presencia de las mujeres como conductoras, productoras y/o directoras era notablemente menor que la de los hombres. Franco y Ramírez (1987), autoras de este estudio, señalan que existía una pobre valoración de la mujer entre propietarios de medios radiales: *“En las emisoras radiales y en una de las más prestigiosas, Radio Rumbos, se descarta la incorporación de las mujeres. Consideran sus dueños que la voz de la mujer es débil y por lo tanto no vende”* (pág. 65).

Los números de la época pintan una realidad demoledora en cuanto a la participación de las mujeres en cargos en juntas directivas de las principales emisoras del país. El número total de miembros de juntas directivas repartidos en 11 emisoras de radio es de 57, de los cuales sólo 7 son mujeres (Franco & Ramírez, 1987). La situación es similar en cuanto conductoras, locutoras, reporteras y redactoras de noticieros. Y en la televisión, en las tres plantas que existían para ese momento (Radio Caracas Televisión, Venevisión y Venezolana de Televisión), de las 17 personas que conformaban sus juntas directivas, sólo 1 era mujer (presidenta de Venezolana de Televisión). Desde el punto de vista cualitativo, en los años 80 ya existían comunicadoras sociales consagradas que escribían en los medios impresos o se desempeñaban en radio o televisión. Tal es el caso de Rosita Caldera, Mariahé Pabón, Miriam Freilich, entre otras. Y en el caso de las revistas, aun cuando la mayoría estaban dirigidas por mujeres, los contenidos de estas publicaciones reproducían los estereotipos de género que asocian a las mujeres con las

---

<sup>7</sup> El Nacional, El Universal, Meridiano, 2001, Últimas Noticias y Diario de Caracas.

labores domésticas, de crianza de los/as hijos/as o el rol de esposa (Franco & Ramírez, 1987).

En contraste con el avance – cualquiera que sea su verdadera magnitud – que se ha hecho en la manera en que las mujeres son presentadas en contenidos producidos en Estados Unidos y otros países, Venezuela pareciera seguir rezagada en los esfuerzos por transmitir y presentar una imagen ponderada y no estereotipada de las mujeres en los medios de comunicación. Aunque existen algunos contenidos que promueven la igualdad entre hombres y mujeres, y crean conciencia sobre las disparidades que afectan negativamente a las mujeres (como la caricatura Waika, del diario Ciudad Caracas o artículos en algunas revistas como Estampas), la gran mayoría de los medios de comunicación continúa incluyendo representaciones sesgadas y discriminatorias. Basta observar programas como “La Guerra de los Sexos”, transmitido hasta hace poco por Venevisión (Canal 4), las cuñas publicitarias de producción local, o echar una mirada rápida a las contraportadas de periódicos como “El Nuevo País”, “Últimas Noticias”, “Meridiano”, “Líder” o “2001” para corroborar que ello es así. Dichas contraportadas están dedicadas a la presentación de fotos de mujeres jóvenes, a menudo no identificadas o llamadas por su primer nombre solamente y usualmente en ropa interior o traje de baño. Estas mujeres sin identidad aparecen de manera injustificada, sin ninguna lógica, sólo acompañadas por alguna leyenda que hace referencia a sus atributos físicos o que de manera velada vende la idea de que la chica está dispuesta a algún juego o encuentro sexual. Existen algunos espacios radiales, televisivos e impresos dirigidos a audiencias

femeninas, pero desde una visión estereotipada de lo que interesa a las mujeres. Estos espacios abordan temas relacionados con sexo, salud, crianza de los hijos, realeza, cocina, belleza y moda, todos tratados desde perspectivas frívolas, carentes de análisis o reflexión. Ejemplos abundan en la actualidad, y pudiéramos nombrar la Revista EME publicada por El Nacional, el espacio radial “Así Love Camila” conducido por Camila Canabal, o el espacio transmitido hasta hace pocos meses por la cadena televisiva internacional CNN en Español, llamado “NotiMujer.”

Según un monitoreo de prensa y medios digitales realizado por la Prof. Luisana Gómez (2009), existe una escasa relevancia cuantitativa y cualitativa con relación a los temas considerados asuntos de mujeres. De los 70 diarios incluidos en la muestra se encontró “(...) una bajísima proporción de artículos referidos a las mujeres y asuntos noticiosos relacionados con temas sociales y/o asuntos relacionados o asociados con las mujeres” (pág. 29). Igualmente, se observó que la presentación de las mujeres se corresponde con los roles tradicionales estereotipados de género. Por ejemplo, al referirse a las mujeres, se les sigue nombrando de modos que destacan su vínculo con el hombre o pareja (“su mujer”; “su cónyuge”), al tiempo que siguen siendo representadas mayoritariamente dentro de su rol tradicional de madre, esposa, concubina y cónyuge, más que por su condición social de mujer. Otros hallazgos importantes son: predominio y uso extendido de lenguaje sexista; descalificación y desvalorización de la participación política femenina; invisibilización de la violencia, haciendo uso de estrategias informativas ideológicas legitimadoras de la violencia contra las mujeres (como por

ejemplo: exculpando conductas violentas atribuyendo éstas al consumo de alcohol y drogas; satanizando a las mujeres; o presentando a los hombres como víctimas).

Desde el punto de vista cuantitativo, la realidad sobre la participación de las venezolanas en las estructuras de los medios de comunicación ha mejorado de manera sustancial. Según el Informe Global sobre la Situación de las Mujeres en los Medios de Comunicación, realizado en 2011 por la Fundación Internacional de Mujeres Periodistas (IMFW por sus siglas en inglés), la situación de las mujeres en los medios de comunicación venezolanos es bastante positiva. A pesar de no disponer de cifras oficiales, el número de mujeres reporteras, conductoras de programas de opinión, locutoras, ejecutivas de agencias de publicidad, jefas de redacción, y directoras de medios, entre muchos otros puestos, es importante. El IMFW así lo confirma: el número de mujeres en la mayoría de los niveles es casi igual al de los hombres. La presencia de la mujer es significativa en los cuadros gerenciales bajos y altos, donde ocupa el 51,9% para ambos casos. En los cuadros medios de gerencia, las mujeres representan el 36,7%. El estudio señala, sin embargo, que un número importante de las mujeres (63.5%) dentro de los medios de comunicación desempeñan labores en los departamentos de ventas, finanzas y administración, mientras que su ausencia es notable en las juntas directivas, donde sólo alcanzan un 17.9% de participación, y en el área técnica profesional donde sólo representan el 5.1% (IWMF, 2011). Estos números son, sin duda, alentadores. Sin embargo, esta mayor participación cuantitativa en los medios de comunicación debe ser preservada y aumentada en aquellas áreas que presentan aún déficit.

Aunque no se dispone de datos, la presencia de las mujeres en calidad de anclas, reporteras, editoras, presentadoras, entre otras, es evidentemente mayor que en el pasado. Pero se debe analizar con cuidado situaciones en las que la presencia de las mujeres sea sólo simbólica. Un caso particular para ilustrar cómo presencia, aunque constituya un buen primer paso, no debe ser equiparada con igualdad es el de las periodistas que cubren la fuente deportivas en distintos medios de comunicación. Presencia, en este caso, puede ser un mero *tokenismo*, donde quizás productores y directores de espacios deportivos incorporan una imagen y voz femeninas a manera de relleno, a modo de concesión ante posibles señalamientos por discriminación, sin otorgarle responsabilidades o competencias significativas. En el contexto particular venezolano, donde la belleza física y atributos específicos son altamente valorados, la presencia femenina pudiera responder a presiones de anunciantes y ejecutivos que quieren utilizar la voz e imagen de mujeres en su rol sensual para captar sintonía. El caso de las mujeres periodistas que cubren la fuente deportiva nos sirve para mirar dos realidades: el terreno de la igualdad, fraguada a través del trabajo arduo y la demostración de habilidades y capacidades amplias para cubrir la fuente, y el terreno de la subordinación y los estereotipos, donde periodistas/modelos tienen roles marginales y de adorno en los programas deportivos.

Según dos trabajos de grado elaborados en el año 2011, la presencia de mujeres periodistas involucradas en el área deportiva ha mejorado pero de manera muy tímida. Bellorín y García (2011) señalan que el 90% de las salas de redacción de la fuente deportiva está compuesta por hombres. Tras un análisis de 7 diarios deportivos,

encontraron que las mujeres periodistas en su mayoría cubrían noticias de poco interés (deportes como golf, esgrima o Fórmula 1 de limitada audiencia) y sus notas eran prácticamente marginales en relación a las notas escritas por sus colegas hombres. La cobertura de los deportes de mayor popularidad en Venezuela - béisbol y fútbol – está reservada a periodistas hombres. Mientras tanto, la situación en la televisión y la radio es parecida: las mujeres periodistas son minoría o están ausentes de los noticieros deportivos

*“(…) si bien es cierto que en la actualidad hay una pequeña participación de la mujer en el periodismo deportivo, también es cierto que la mayoría de las veces no se encuentran periodistas de sexo femenino como panelistas o conductoras (...) y, mucho menos, en los altos cargos de las redacciones deportivas” (Julio & López, 2011).*

Un problema central, identificado en ambas investigaciones, es la tendencia a usar la imagen femenina de manera cosificada, sin consideración por las capacidades intelectuales demostradas para la cobertura deportiva. Y, adicionalmente, la descalificación y desconfianza con la cual la labor de las mujeres periodistas deportivas es tratada. Ante la pregunta ¿los medios audiovisuales dan más importancia al estereotipo de mujer modelo que a la capacidad profesional en el periodismo deportivo?, 23 de 25 profesionales de ese ámbito respondieron que sí (Julio & López, 2011). Algunos testimonios ilustran esta situación

*“Al ser cuestionada sobre la importancia de la imagen en los medios deportivos en Venezuela, Cecimar Kerch es contundente: ‘¡Escote! Suena duro, pero es así. Me ha pasado. Hago casting, hago casting con una sala llena de modelos. Si yo hiciera casting con una sala llena de*

*periodistas deportivas a mí no me importa. Bueno, no gané. Pero puro escote. Y te lo dicen. 'Mira, por qué no te operas'. Yo no me quiero operar, y si me opero no voy a salir con escote. Entonces, no puedo conseguir un trabajo. En Venezuela es mucha imagen. (...) Eumar [Esaa señala] 'sabes qué me molesta a mí de la participación de la mujer en el periodismo deportivo, ese tipo de mujeres que nos exponen como menos queremos ser expuestas (...) y que están ahí por ser modelos, ser lindas, ser preciosas y, si saben, lo más probable es que lo muestren menos porque más importante es lo otro. Es el tema del físico. Eso me parece que retrasa el alcance definitivo del respeto a las mujeres en el periodismo deportivo.' Alexandra Roversi lo percibe como una cuestión social, y define a Venezuela como un país 'extremadamente volcado a la belleza', en el que se necesita niveles bastante altos de presencia para estar en ciertos lugares, en especial los medios audiovisuales" (Bellorín & García, 2011).*

Lo que estas periodistas tratan de decir, y que Kerch resume como "Venezuela es mucha imagen" es, en realidad, discriminación. Y discriminación a dos tiempos. El primero: cuando se favorece a una mujer periodista sobre la base de su apariencia y no de sus competencias. Y el segundo: cuando la mujer periodista es rechazada por no cumplir con cánones estéticos. En este último caso, es evidente que la mujer sigue siendo vista como un recurso visual para atraer audiencia en tanto objeto. Dice Carolina Guillén, hoy periodista deportiva de la cadena internacional ESPN

*"Hay muchos hombres que no van bien en cámara y están trabajando en deportes. ¿Por qué no se puede manejar así con las mujeres? ¿Por qué tenemos que vernos bien en pantalla para que nos den una oportunidad?" (Bellorín & García, 2011).*

Una constante observada en ambos estudios es cómo las autoras, aun siendo mujeres, sostienen la opinión de que la mujer “debe” prepararse más para demostrar que sí sabe, lo cual lleva implícito un reconocimiento de que, quizás, en el fondo es cierto que la mujer no puede estar a la misma altura del hombre en la cobertura de un evento deportivo. Ello estaría motivado por el relato de las periodistas entrevistadas quienes expresan cómo su trabajo es sometido a un escrutinio mayor que el de sus colegas hombres. Como señala Ivón Gaete “(...) siempre está la duda de que así (...) lo hayas hecho a la perfección siempre te van a conseguir un defecto, siempre van a pensar que eso lo tienes todo escrito o te lo dijeron” (Bellorín & García, 2011).

## **Publicidad**

*“Quienes controlan la publicidad, están manejando, tengan o no conocimiento de ello, la cultura de masas de un país y, un inocente control de inversiones se convierte en control ideológico absoluto en la formación general, en su sentido defensivo. La publicidad es, entonces, el motor oculto de la propaganda ideológica que conserva el estado de masificación de la sociedad e institucionaliza una percepción cultural en nombre de sanos principios mercantilistas.”<sup>8</sup> Antonio Pasquali*

En una ponencia presentada ante la IV Jornada de Investigación Universitaria de Género, realizada en 2004, la profesora e investigadora Gioconda Espina ilustra cómo la imagen de la mujer es utilizada en los medios publicitarios venezolanos a través de un ejemplo clásico

---

<sup>8</sup> Pasquali, Antonio. “Comunicación y Cultura de Masas” en “18 Ensayos sobre Comunicaciones.” Pag 115.

*“¿Qué veo al abrir los ojos en vísperas del Referéndum Revocatorio? Veo que el partido de Argelia Laya, Consuelo Romero y Angelina Torres, el partido en el que militó alguna vez Tecla Tofano y María del Mar Álvarez de Lovera, el partido que produjo uno de los primeros grupos de feministas del país (Mujeres Socialistas, creado en 1972), el partido del cual surgió en 1981 el Frente Feminista del MAS, al cual me incorporé hasta 1983, año después del cual comenzó a diluirse, llamaba a votar Sí en una valla en la autopista que mostraba a una mujer sin cabeza (una de esas mujeres sin cabeza que popularizó la Cerveza Regional y que los publicistas multiplican por doquier), de la cual se destacan: a. un escote del que pujan por salirse los senos forrados en una franela con un Sí; b. dos manos que abren la pretina del pantalón para bajárselo. Sí, la joven se ofrece o ha cedido, ha dicho que sí se puede. Ese día nos movilizamos las mujeres que votamos sí y votamos no por la red y nos dirigimos a las mujeres del partido de Argelia Laya, para protestar que no se hubieran impuesto sobre su comando de campaña y aceptaran ese antiguo anzuelo, la mujer objeto que intenta captar el voto del macho verriondo.”*  
(Espina, 2004)

Esta “mujer objeto” de quien nos habla la profesora Espina suele ser la protagonista por excelencia de los mensajes publicitarios de nuestro país. Y es que la imagen femenina en el ámbito de la publicidad es utilizada como un recurso visual para atraer la atención del consumidor. De acuerdo con un estudio publicado en 2004, el rol predominante de la mujer en la publicidad es el sensual, entendido como el resultante de la exposición del “cuerpo femenino como recurso estético que permite atraer la mirada del espectador” (Velázquez, 2004). Sin embargo, señala el estudio, esta figura femenina no es un objeto pasivo sino un “sujeto activo consciente de sus atributos y de cómo

*emplearlos para provocar reacciones específicas*". Esto se corresponde con el concepto de "dominio femenino" el cual implica que *"la mujer representada como dominadora del varón – que lo seduce activamente – es al mismo tiempo dominada en cuanto es concebida como un objeto de placer que procura el hombre"* (León, 2001, citado por Velásquez, 2004). Desde esta perspectiva, se podría decir que los mensajes publicitarios han cosificado a la mujer convirtiéndola en un objeto sexual, contribuyendo así a reforzar y mantener los estereotipos sociales que identifican a la feminidad con el ámbito puramente sexual o doméstico (Centro de Estudios de la Mujer, 2004) y que, en la mayoría de los casos, la colocan en situación de vulnerabilidad ante la violencia de género. Tanto el busto de las mujeres como el cuerpo femenino de determinadas proporciones parecieran ser casi una obsesión nacional. Cabría preguntarse si la publicidad es reflejo de ello, o al contrario, es la publicidad quien instiga tal obsesión. ¿Por qué en la escala de valores de nuestra sociedad la apariencia física de la mujer tiene un lugar tan importante? Nos preciamos de ser el país de las "misses", el país de las "mujeres bellas" y el país – no es de sorprender – con el número más alto de implantes mamarios per capita de América Latina, después de Brasil.<sup>9</sup> ¿Es que acaso no podemos ser el país de las ingenieras, las biólogas, las filosofas o las presidentas?

En la publicidad local, imágenes de mujeres (o partes de mujeres, como en el caso de anuncios que enfocan sólo el escote o la parte trasera del cuerpo femenino) en poses sugestivas son usadas para vender productos que van desde yogurt hasta muebles,

---

<sup>9</sup> Revista ESTAMPAS. Febrero 2010. [www.eluniversal.com/estampas/anteriores/201002/salud.shtml](http://www.eluniversal.com/estampas/anteriores/201002/salud.shtml)  
Consultada el 11 de agosto de 2012.

pasando por un sin número de productos entre uno y otro. La organización Voto Joven usó la imagen de la popular “vedette” venezolana Diosa Canales, para realizar una campaña a favor de la inscripción en el Registro Electoral de cara a las elecciones presidenciales del 7 de octubre de 2012. Muy en línea con lo descrito por la Profesora Espina, la cuña en cuestión, transmitida a través de la Internet, muestra sugestivas imágenes con una fuerte carga de sensualidad que poco tienen que ver con el acto cívico de inscribirse para ejercer el derecho al voto.

*“(…) Todo signo cinematográfico es producto de la mirada de la cámara, aunque ésta haga creer que atrapa la realidad de manera natural sin traslucir la ideología dominante – obviamente, patriarcal – que da coherencia a esta representación. Una mirada de la cámara que se mueva de acuerdo a una lógica falocéntrica, donde el placer de mirar es un placer voyeurístico que observa a la mujer como un objeto, como un fetiche conforme a los deseos del personaje masculino y del espectador” (Villaplana Ruíz, 2008).*

Esta afirmación pudiera ayudarnos a entender la manera en la cual Diosa Canales es proyectada en este video: un objeto, un fetiche que satisface los placeres voyeurísticos de espectadores hombres, que de manera simplista apela a supuestos instintos primitivos del “macho verriondo” del que nos habló la Profesora Gioconda Espina.

En el año 1978, la UNESCO definió la publicidad como una actividad comunicacional que es parte del proceso y del sistema de comunicación, dirigida a promover la venta de artículos, productos o servicios, a fomentar ideas o a lograr cualquier otro efecto que desee conseguir el anunciante. Es curioso observar cómo la

existencia misma de la publicidad está anclada en la convicción de los efectos que es capaz de surtir, a pesar de que, aún hoy en día, como se examinará más adelante en este escrito, existen numerosos académicos e investigadores que niegan la existencia de los efectos de los medios de comunicación. No obstante, la publicidad, vista por algunos como uno de los productos culturales que muestran realidades construidas, que venden deseos y necesidades, tiene una influencia importante en la sociedad (González, 2008). Su función de vender – productos, ideas, estilos de vida – se ciñe a parámetros estéticos y comerciales que facilitan el incremento de la demanda. Como señala en su artículo *“Discursos de encuentro y tensión en torno a la imagen de la mujer venezolana y la pornografía”* la investigadora Jeyni González (2008), uno de los mecanismos de los que se vale la publicidad para generar estímulos y respuestas con el fin de incentivar el consumo es el uso de imágenes de contenido sexual.

La publicidad, y desde luego que los medios de comunicación social en general, hace tres tipos de uso de las mujeres: 1) a través de estereotipos de género que suelen asociar a la mujer con lo doméstico o con los roles tradicionales de madre, esposa o ama de casa; 2) a través del cuerpo femenino como referente estético, en el cual se muestra la mujer ideal a la que se puede llegar a ser si se adquiere el producto anunciado; y 3) a través de representaciones de la mujer como objeto donde las mismas son presentadas en un rol sensual, como objetos sexuales que no guardan relación alguna con el producto que venden, pero que busca asociar el consumo del producto anunciado con el logro de una pareja como la aparecida en el anuncio o cuña.

## **a) Estereotipos**

Ya hemos hablado de que los estereotipos de género responden a las expectativas sociales que se tienen tanto de hombres como de mujeres. Según Craig Owens (1984, citado por Rosillo Ricardo, 2008)

*"El estereotipo es un instrumento para subyugar, su función es producir sujetos ideológicos que puedan insertarse de manera suave dentro de instituciones, gobiernos, economías y, de forma más crucial, en la identidad sexual."*

Las mujeres, asociadas a lo doméstico, se ven entonces como las principales protagonistas de cuñas y mensajes de alimentos, electrodomésticos y productos de limpieza, entre otros. Un ejemplo notable es la cuña que por radio hizo por algún tiempo el prominente periodista Cesar Miguel Rondón, en la cual señalaba que su esposa, Flor Alicia, sabía la importancia del Omega 3 para la salud, y por ello le preparaba la merienda o el desayuno con un producto que contenía este componente. Cabe señalar que Flor Alicia Anzola es periodista, productora de radio y televisión y conductora de un programa de radio, pero en esta cuña queda reducida a la ama de casa/cuidadora (cocinar para el marido y cuidar de que ingiera alimentos apropiados), y “esposa de.”

Es importante precisar que hay quienes señalan que la publicidad ha evolucionado en sus representaciones de las mujeres, en gran medida porque hoy en día se reconoce que éstas tienen una gran capacidad de compra (O'Sullivan, 1996). Más aún, gracias a una supuesta conciencia entre quienes han crecido en un ambiente que favorece la igualdad y

rechaza las representaciones tradicionales de las mujeres, hoy en día, los medios y la publicidad no sitúan de modo explícito a las mujeres en el ámbito doméstico, sino que presentan “nuevas identidades de género.” Ejemplo de ellas son la “supermujer” (mujer con doble, triple jornada) o las “lolitas” (jóvenes preocupadas por su cuerpo-objeto, sinónimo de libertad, autonomía y autodeterminación) (Villaplana Ruíz, 2008). No obstante, para citar a Villaplana Ruíz, pareciera evidente que lo que en realidad buscan es *“(...) minar desde adentro – con conceptos vaciados y vueltos a rellenar – la construcción de una subjetividad femenina sana y capaz de desarrollarse (...)”* al tiempo que se constata una *“(...) capacidad de rearme conceptual...para volver a ‘vender’ los valores tradicionales, en forma de paquetes de identidad de género para las/os consumidoras/es”* (2008).

En Venezuela se ha empezado observar, aunque muy tímidamente, imágenes de mujeres fuera del ámbito doméstico, pero que, en algunas instancias, son ridiculizadas al presentárseles como compradoras compulsivas, que gastan todo lo que tienen en comprar todo lo que ven (Espina, 2004). No obstante, hay cuñas e imágenes que merecen ser resaltadas. Por ejemplo, una valla publicitaria de cerveza que muestra imágenes de muchachas jóvenes – vestidas y con todas sus partes cubiertas - en lo que parece una reunión de amigas y amigos, donde la protagonista es una chica que alza su guitarra al aire en señal de alegría. La valla está acompañada del eslogan de la campaña “Sed de conquistar” escrito en el lugar hacia donde está dirigida la guitarra de la chica. Es una imagen real de mujeres que son independientes, jóvenes y que son capaces de compartir



una cerveza en una tarde con amistades de ambos sexos, sin que ello tenga que tornarse en algo sexual o vulgar.

## **b) Cuerpo femenino como referente estético**

La fascinación por el cuerpo femenino se remonta a miles de años, y su

uso, bien sea en expresiones artísticas como la escultura o la pintura, o más recientemente en la historia del último siglo, en producciones cinematográficas o fotografías, ha venido evolucionando. La publicidad no ha escapado a ello. Mientras las caderas anchas, la cintura delgada y el busto abundante eran el patrón a seguir en la publicidad de principios del siglo XX, los años sesenta presenciaron el surgimiento de la delgadez como un valor estético promovido desde los anuncios publicitarios. En la publicidad de los años 80 en Venezuela, no solamente continuaba el cuerpo delgado siendo difundido como un ideal de belleza – lo cual se prolonga hasta nuestros días – sino que la mujer en la publicidad respondía a ciertos cánones estéticos: alta, esbelta, blanca, joven, de cabello largo (castaño o rubio, además de liso), de facciones armoniosas, y de ojos grandes claros (Alcalá, 1975). En nuestro país la mezcla de razas ha dado como resultado una población de características físicas heterogéneas, que sin duda poco tienen que ver con la mujer caucásica y delgada de los anuncios.

La publicidad y los medios de comunicación constituyen el principal reproductor de los estándares de belleza asociados al cuerpo. Estas imágenes están relacionadas con el éxito, en el contexto de estereotipos de género, que favorece al cuerpo de la mujer por encima de cualquier otra cualidad (Lameiras Fernández, 2003-2005). Así, se relega a las mujeres a un papel “decorativo” y “pasivo”. Wolf (1991, citado por Lameira Fernández, 2003-2005) enumera tres mentiras en torno a los valores relacionados con la imagen corporal difundidas por los medios y la publicidad: (1) la belleza, la juventud y la delgadez son condiciones indispensables para el acceso al poder; (2) cualquier mujer puede conseguirlo con esfuerzo; y, (3) nunca serás lo suficientemente bella, joven y delgada. Tenemos entonces que el consumo compulsivo de cosméticos y servicios de belleza, catalogados como “esclavitud cosmética” por la investigadora Jesse Blanco (2009), siempre enmascarados bajo la consigna de que la “mujer venezolana sabe cuidar su imagen”, la obsesión por las dietas, la adicción a las cirugías y procedimientos estéticos y, más grave aún, el desarrollo de trastornos alimentarios como la anorexia y la bulimia, son el resultado de lo que la Profesora Jeiny González califica de

*“(…) búsqueda desenfrenada por calar en el estereotipo de belleza con el que nos seducen y sugestionan los medios de comunicación, a través de sus mecanismos que estimulan la obediencia: ¿Quieres tener un cuerpo deseable? usa tal o cual producto y en esto, el mercado y la medicina van de la mano; ambos ponen a la disposición de las consumidoras identidades prefabricadas que se venden como estilos de vida. Nos ponen en bandeja todos los artificios necesarios para lograr el cuerpo deseado, por medio de intervenciones quirúrgicas (implantes mamarios, lipoescultura, etc.) o de alteraciones temporales (productos cosmetológicos,*

*adelgazantes, fajas, ropa interior con rellenos, etc.), incluso ofreciendo “precios solidarios”, al alcance de todos” (2009).*

### **c) Rol sensual: la mujer objeto**

Ninguna cuña conjuga el uso de la mujer como referente estético y como objeto, como la “Catira” de la Cerveza Regional. Esta mujer rubia, de proporciones “perfectas” para los cánones estéticos vigentes, de piel bronceada y aceitada, generalmente en posiciones sugestivas, o

que realzan ciertos atributos físicos de manera exagerada, como el busto o los glúteos, y que no muestra nunca su cara, es la representación más clara de cómo la



imagen femenina es usada por la publicidad en Venezuela: la mujer objeto. Aunque parezca inofensiva, la Catira Regional es un “(...) icono de lo que representa el cuerpo y la imagen de las mujeres en el sistema capitalista: una mercancía, un objeto de intercambio generalmente entre hombres.” (Blanco, 2009). Por ello la publicidad sexista está fundamentalmente basada en la violencia simbólica que hace un “tratamiento fragmentado y cosificado del cuerpo”. Por más que la presente investigación no tenga como propósito o inspiración constituirse en una crítica al sistema capitalista, es

importante precisar que el consumismo, en cuanto valor fundamental del capitalismo, se ubica de manera cierta e inseparable detrás de los productos culturales, sean estos anuncios publicitarios, películas, videos, libros, revistas, series de televisión o programas de radio. Y ello tiene relación crucial con la utilización cosificada y erotizada del cuerpo femenino que hace la publicidad, ya que, como señala la Profesora Blanco, se aborda en cuanto mercancía, o más bien, objeto de intercambio: se intercambia placer visual por la compra de tal o cual producto.

La cosificación u objetivación del cuerpo es una noción central dentro de la teoría feminista, y puede ser definida como la percepción o tratamiento de una persona – usualmente una mujer – como un objeto. Este tema ha sido una preocupación constante entre las feministas radicales quienes sostienen que a través de la pornografía, por ejemplo, las mujeres quedan reducidas al estatus de meras herramientas para los propósitos de los hombres. Andrea Dworkin, basada en el pensamiento de Immanuel Kant, sostiene que la cosificación ocurre cuando un ser humano es

*“(...) reducido a menos que humano, convertido en una cosa o producto. Cuando la cosificación ocurre, la persona es despersonalizada (...) aquellos que pueden ser usados como si no fuesen totalmente humanos dejan de ser plenamente humanos”* (Dworkin, A. citada por Papadaki, 2010).

Más aún, señala Dworkin que la cosificación es la reducción de las mujeres a objetos sexuales sin humanidad, reducidos a partes corporales. Sin embargo, la cosificación de las mujeres no solamente ocurre cuando éstas son usadas sexualmente por

los hombres: el daño hecho a la humanidad de las mujeres es de una naturaleza más permanente y perversa que caracteriza todos los aspectos de nuestras sociedades patriarcales. Para Martha Nussbaum (1995), la cosificación es una cuestión mucho más amplia, para lo que ofrece siete nociones relacionadas con la cuestión:

1. Instrumentalidad: quien cosifica trata el objeto como una herramienta para sus propios propósitos;
2. Negación de autonomía: quien cosifica trata al objeto como si el mismo careciera de autonomía y auto-determinación;
3. Inercia: quien cosifica trata al objeto como algo carente de voluntad y acción;
4. Fungibilidad: quien cosifica trata al objeto como algo intercambiable con otro objeto del mismo tipo o con objetos de otro tipo;
5. Violabilidad: quien cosifica trata al objeto como algo carente de límites o integridad, como algo que es permisible de romper, golpear o violar;
6. Apropiación: quien cosifica trata al objeto como algo que es propiedad de otro, que puede ser comprado o vendido;
7. Negación de subjetividad: quien cosifica trata al objeto como algo cuyas experiencias y sentimientos (en caso de haberlos) no necesitan ser tomados en cuenta.

Uno de los mecanismos de los que se vale la publicidad para generar el consumo es el uso de imágenes con contenido sexual, en los cuales es lugar común encontrar mujeres

objeto. Como explica McNair en *Striptease culture: sex, media and the democratization of desire* (2004, citado por Blanco, 2009) el sexo vende de forma indirecta, es una herramienta de promoción poderosa para vender productos en el mercado. Blanco señala

*“La publicidad nos bombardea día a día con imágenes que nos revelan maneras de ver el mundo y de concebir las relaciones sociales y, para llegar mejor a los consumidores, los publicistas han encontrado en el sexo un recurso para captar*

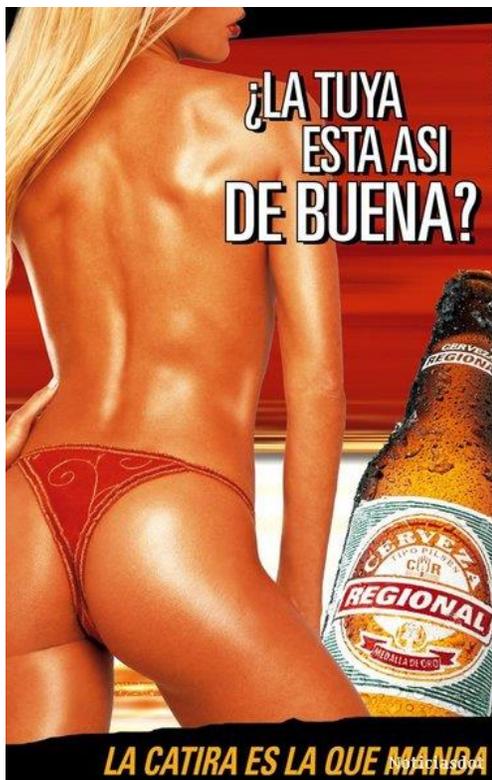
*su atención. Éstos notaron que los individuos compran lo que desean, más allá de adquirir aquello que, de manera racional, consideran necesario para vivir. (...) El cuerpo femenino es utilizado, por un lado, en la promoción de productos para hombres heterosexuales, convirtiéndose ésta en objeto, en herramienta para reflejar y despertar principalmente deseos sexuales masculinos asociándolos a aquello que se pretende vender. Ejemplo claro de ello en nuestro país es la publicidad*

*de las cervezas Polar y Regional, donde la bebida es acompañada por un cuerpo femenino en poses sugestivas y con escasa ropa”* (2009).



Como se ha indicado antes, en Venezuela la imagen femenina cosificada se utiliza para la venta de todo tipo de productos. Por ejemplo: una promoción que celebraba el retorno a circulación del diario El Mundo muestra una mujer vestida de manera

provocativa. La conocida presentadora de radio, Catarina Valentino, promovió por algún tiempo su programa diario a través de una valla publicitaria de grandes dimensiones en una concurrida vía de Caracas, en la que sus senos “pujan” (para usar palabras de la Profesora Espina), por salir de su amplio escote. Lo que parecía tratar de demostrar era que quizás sus atributos son otros, no sus demostradas habilidades de locutora y conductora de radio y televisión.



Aunque nos parece un tanto extrema esta definición, valga señalar que desde esta perspectiva la pornografía de cada día son las imágenes publicitarias que se encuentran a diario en revistas de todo tipo y que construyen subjetividades femeninas y masculinas sobre la base de la desigualdad, condicionándonos a erotizar la dominación, subordinación, violencia y cosificación. Un ejemplo usado por Caputi, perfectamente adaptable a los

La utilización cosificada de la imagen femenina de parte de la publicidad y los medios de comunicación pudiera ser explicada a través de lo que Jane Caputi llama “*Everyday Pornography*” (pornografía del día a día). Según Caputi (2003), pornografía es material desarrollado en torno a la explotación, cosificación y “*denigración de la mujer y un temor y odio del cuerpo femenino*” (Kaplan, 1991, citado por Caputi, 2003).

anuncios venezolanos, es la utilización de mujeres sin cabeza: *“Frecuentemente, las mujeres son ridiculizadas como calladas, estúpidas e inconsecuentes al ser decapitadas en anuncios, sus cabezas siendo reemplazadas por productos o simplemente dejadas por fuera”* (2003, pág. 444). El problema de la pornografía de cada día es su naturalización, que nos lleva a aceptarla sin cuestionar la agresividad que lleva consigo. Así, Caputi expresa que *“(…) no siempre es fácil reconocer el carácter opresivo de la pornografía y sus manifestaciones culturales populares precisamente porque son muy normales”* (2003, pág. 336). La normalización de imágenes que son violencia contra la mujer son motivo de preocupación porque, como han insistido las feministas radicales que se oponen a la pornografía en general, mucho de lo que pensamos sobre feminidad, masculinidad y relaciones heterosexuales proviene de las representaciones hechas en los medios.

### **Unas palabras sobre pornografía**

La Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia no aborda la temática concreta de la pornografía, aunque expresiones y contenidos pornográficos pudieran llegar a ser considerados violencia mediática y violencia simbólica contra la mujer. Sin embargo, pensamos que la pornografía es un tema con el suficiente peso y especificidad para ser considerado de manera individual, por lo que el silencio de la ley al respecto nos hace inferir que sí bien puede ser abordado desde la violencia mediática y simbólica, no fue en esa dirección hacia donde la/el legislador dirigió sus esfuerzos.

La pornografía es un tema amplio y controversial, en el que se conjugan actores y circunstancias distintas a las que están involucradas en la violencia mediática y la violencia simbólica. Va desde el ámbito de lo comercial lícito, hasta el ámbito de lo criminal si tenemos en cuenta que detrás de muchas producciones pornográficas se encuentran redes de prostitución o de trata de personas, e inclusive pornografía infantil. Por tanto, es una actividad a la que le es aplicable un conjunto distinto de leyes y regulaciones.

En el contexto venezolano, no existe ninguna definición legal de lo que constituye pornografía. Sin embargo, el Tribunal Supremo de Justicia, en una importante decisión adoptada en el año 2014, relativa a la publicación de anuncios dirigidos a actividades sexuales, estableció que sí es posible identificar el carácter pornográfico de ciertas manifestaciones publicitarias, no por una valoración estética sino por su finalidad de atraer a los lectores mediante “(...) imágenes y textos alusivos a la actividad sexual, con un propósito comercial, cual es vender un servicio, a través de textos e imágenes sexuales implícitos o explícitos” (énfasis añadido) (Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 2014). La sentencia no impone censura sobre lo que se considera pornográfico, abriendo la posibilidad de que las personas mayores de edad, quienes presumiblemente poseen la madurez intelectual y cultural requeridas para valorar adecuadamente la publicidad y anuncios relativos a asuntos sexuales, busquen o rechacen dicha publicidad de acuerdo a su formación intelectual, intereses personales y valores éticos y morales que, a su vez, le llevarán a considerarlos apropiados o no. En virtud de

esta sentencia, se ordenó colocar advertencias que señalen que se trata de materiales dirigidos a personas mayores de 18 años, en publicaciones de contenido erótico o pornográfico. Cabe destacar que en su motivación para dictar esta sentencia, el TSJ no tomó en consideración las definiciones de violencia mediática y violencia simbólica, contenidas en la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, sustentándose únicamente en la Ley Orgánica para la Protección de Niños, Niñas y Adolescentes. (Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 2014)

En base a esta interpretación del TSJ sobre lo que debe ser considerado pornográfico en nuestro contexto, entonces tendríamos que descartar que afiches, calendarios y publicidad en general con mujeres semi-desnudas sean pornografía ya que los mismos no venden un servicio, sino un producto. Con lo cual estos materiales y contenidos califican de violencia mediática y simbólica contra la mujer en cuanto existe una explotación de su imagen o una presentación sesgada de las mujeres.

La pornografía ha sido vinculada con la violencia contra la mujer por cuanto se estima que el consumo de materiales pornográficos desensibiliza a sus consumidores a la violencia implícita – o explícita – en ellos, además de promover una imagen desvalorizada y degradante de las mujeres que legitima su posición subordinada ante el hombre. Pero por su naturaleza específica – aun cuando no se cuente con una definición universalmente aceptada – consideramos que la misma, aunque relacionada con la violencia mediática y la violencia simbólica, escapa del ámbito de aplicación de la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia y, por ende, de

la presente investigación. Valga añadir, además, que consideramos mucho más perniciosa y dañina la violencia mediática y la violencia simbólica en la generación de violencia en el mundo real, en la construcción de una imagen desvalorizada de las mujeres, y en el reforzamiento de patrones y estereotipos que la pornografía. Ello por dos razones: la primera, dada la naturaleza sistemática y omnipresente de imágenes televisivas, mensajes radiales, cuñas a través de medios radio-eléctricos, impresos y digitales a través de la Internet. Y la segunda, porque los contenidos son en apariencia anodinos – una novela que reproduce el formato de la “Cenicienta”, una cuña que muestra a una mujer haciendo “ejercicios”, un programa de televisión en el que se exaltan las cualidades del macho y se reprochan y denigran a las mujeres por ser cuaimas, un concurso de belleza donde lo importante es la apariencia física (mujer objeto) – porque la violencia que llevan implícita está naturalizada. La aceptamos como parte de nuestra cultura y no la retamos, sino que la consumimos, al tiempo que alimentamos estereotipos y prejuicios que nos discriminan. Con la pornografía, en cambio, sabemos de qué se trata y con qué nos vamos a encontrar, con lo cual tenemos, en principio, el poder de decidir sí consumirla o no. Podemos regularla a través de leyes que aseguren que quienes participan en ella no sean objeto de explotación. Y es, en definitiva, el derecho a expresarse de quienes toman parte en este tipo de manifestaciones. Es, además, de circulación restringida (aun cuando su libre circulación por la Internet sea cada vez mayor) al que accede cierto público. Mientras tanto, novelas, cuñas de radio y televisión, diarios, portales web, películas, canciones, entre muchos otros contenidos, presentan de manera sistemática ante audiencias diversas, imágenes y mensajes contruidos a partir de estereotipos dañinos de mujeres, reforzando

las relaciones desiguales de poder entre éstas y los hombres, y su posición subordinada en la sociedad.

### **Tercera Parte: Aproximaciones conceptuales y teóricas sobre la violencia mediática y la violencia simbólica, en el marco de la violencia contra la mujer**

¿Por qué son importantes las definiciones de violencia mediática y violencia simbólica incluidas en la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia? La codificación de estos tipos de violencia en la legislación venezolana reviste gran importancia por lo siguiente:

1. Por primera vez se reconoce que hay mensajes e imágenes que son actos de violencia contra la mujer, por cuanto la explotan, invisibilizan, discriminan, deshonran, humillan o atentan contra su dignidad. Las consecuencias de la existencia de tales mensajes e imágenes son daños morales que contribuyen a crear una imagen colectiva desvalorizada de la mujer que la discrimina y marginaliza. Los daños morales, desde el punto de vista jurídico, son entendidos como “(...) *la afección de tipo psíquico, moral, espiritual o emocional que experimente una persona (...)*” o “(...) *la lesión que sufre una persona en sus sentimientos, afectos, creencias, fe, honor o reputación, o bien en la propia consideración de sí misma*” (Tribunal Supremo de Justicia, 2012)
2. Estas imágenes y mensajes conllevan el potencial de contribuir a perpetuar el orden social existente y reforzar los estereotipos de género, en línea con los

planteamientos hechos a través de las teorías del reforzamiento de opiniones, de los efectos cultivados y del aprendizaje social que examinaremos más adelante;

3. A través de estos mensajes e imágenes que constituyen actos de violencia contra la mujer – sea mediática o simbólica – se contribuye a la generación de mayor violencia contra ellas, toda vez que los mismos hacen normal y aceptable la agresión implícita en ellos, al tiempo que inciden en la invisibilización del orden de relaciones desiguales entre hombres y mujeres existente, el cual es uno de los factores que se encuentran en el origen de la violencia.

En este punto, es muy interesante y pertinente lo que nos señala Gómez (2009) en relación a la violencia simbólica y la violencia mediática, las cuales describe como expresiones propias del sexismo en el ámbito comunicacional, que sustentan la difusión masiva de los estereotipos tradicionales de género, entendiendo que éstos se refieren a tipificaciones sociales, simplificadoras y generalizantes de lo que es considerado masculino y femenino. Mientras las mujeres son descritas como delicadas, dependientes, sumisas, bellas y abnegadas, a los hombres se les describe como fuertes, independientes, proactivos, proveedores y poderosos. Gómez también relaciona a la violencia simbólica y mediática con los roles tradicionales que relegan a las mujeres al ámbito doméstico, cumpliendo funciones de amas de casa, esposas y madres.

Finalmente, no podemos subestimar la importancia de nombrar un fenómeno que no ha sido nombrado, notado o valorado antes, como la violencia mediática y la violencia

simbólica contra la mujer, ya que, al hacerlo, lo traemos a la conciencia social. Wood (2009) señala que la comunicación hace posible nombrar situaciones en cuanto vehículo esencial para hacer visible lo invisible, particularmente en los temas relacionados al género. Nombramos cosas que consideramos importantes y guardamos silencio ante las que no consideramos importantes. Para demostrar este punto, Wood cita algunos fenómenos relacionados al género y roles de género que antes no tenían nombre pero que ahora han sido nombrados y, en consecuencia, han sido traídos a la conciencia social y la atención necesaria de políticas públicas, medios de comunicación y la sociedad en general: 1. La Mística de la Feminidad, según la cual ser una ama de casa a tiempo completo era el ideal y el único ideal para las mujeres, fue desmontada por Betty Friedan en su libro homónimo; 2. El acoso sexual; 3. La violación marital (considerada hasta no hace mucho un asunto entre “marido y mujer”); 4. El “segundo turno” o “segunda jornada” (*second shift*, en inglés) término acuñado por la socióloga Arlie Hochschild (2003, citada por Wood, 2009) para describir el fenómeno común en las vidas de las mujeres que trabajan fuera de casa, y que comprende los trabajos domésticos, cuidado de hijos/as, etc., que las mujeres deben realizar al llegar de su jornada laboral pagada.<sup>10</sup> De manera pues que una de las contribuciones más importantes de la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia es nombrar, y así contribuir a traer

---

<sup>10</sup> Hochschild señala que el “segundo turno” involucra mucho más que tareas concretas como preparar la comida, bañar los/as niñas/os, barrer, etc. Incluye lo que llama “responsabilidad psicológica”, es decir, la responsabilidad de recordar, planificar y organizar distintas actividades y aspectos del hogar y la familia. Un ejemplo de ello es cómo, detrás del acto de cenar, existen un número de tareas que pasan desapercibidas como consideraciones sobre las necesidades nutricionales y preferencias alimenticias de los miembros de la familia, decidir el menú, y hacer las compras de los ingredientes necesarios. Hochschild observa que, aproximadamente, sólo un 20% de los hombres en parejas donde ambos trabajan fuera del hogar, asumen la mitad del trabajo requerido para mantener el hogar y la familia en marcha y al día.

a la conciencia social como primer paso para su comprensión, la violencia mediática y la violencia simbólica contra la mujer.

### **Violencia mediática**

Como ya dijimos, la violencia de género es un fenómeno social complejo que sí bien se sustenta sobre, y es a su vez consecuencia del sistema desigual de relaciones jerárquicas existente entre hombres y mujeres, es una problemática en la que intervienen múltiples factores. Es importante hacer hincapié en este punto toda vez que, en el mundo actual, donde la tecnología nos ha acostumbrado a respuestas rápidas y fáciles, a veces nos cuesta aceptar que los fenómenos encuentran su origen en causas diversas, para lo cual se requiere de respuestas multidisciplinarias. Más aún, en momentos en los cuales la sociedad venezolana mira a los medios de comunicación o bien como aliados, o bien con desconfianza, es menester dejar en claro que sí bien es un hecho generalmente aceptado que la televisión, la radio y los medios en general tienen un formidable potencial de influir en las sociedades en las que operan, no puede atribuírsele a ellos la existencia de un fenómeno social complejo como la violencia contra mujer. En este punto es importante citar a Antonio Lucas Marín, Carmen García Galera y José Antonio Ruiz, quienes en su libro “Sociología de la Comunicación” señalan, acertadamente, que “(...) *la sociedad ha existido, y puede existir todavía, sin que ningún sistema de comunicaciones de masas intervenga en su configuración*” (1999, pág. 126). Es decir, la sociedad y todo lo que ello implica, incluyendo sus problemáticas, existen y existirán con o sin los medios masivos de comunicación. Sin embargo, el papel del entorno cultural por

ellos liderado es de gran peso, dada su incidencia crucial en la presentación, reproducción y reforzamiento de patrones sociales que reflejan la cultura patriarcal predominante. Numerosos autores y gremios científicos reconocen que los medios reflejan y dan forma a imágenes culturales, valores y pautas sociales (García Galera, Marín, & Ruíz San Román, 1999; Roselló Nadal, 2008; Gordillo & Guarinos, 2008; Malamuth, 1984; Kellner, 2003). Más importante aún, se ha reconocido también la existencia de una correlación entre la violencia presentada en los medios de comunicación y actitudes y comportamientos violentos (Malamuth, 1984; American Academy of Pediatrics , 2000). Entonces, ¿pudiéramos asumir que la presentación de imágenes y mensajes violentos en los medios causan o contribuyen al surgimiento de violencia en la vida real, incluyendo la violencia contra la mujer? Esta pregunta ha consumido a académicos y expertos en torno a este tema. Y en la búsqueda de respuestas, son muchas las perspectivas desde las cuales se ha abordado el problema, fundamentalmente desde la sociología de la comunicación y la psicología. El debate que todavía hoy rodea al tema de la violencia mediática nos remite necesariamente a otro debate, de más larga data, en relación a los efectos de los medios de comunicación masiva, el cual se ha centrado en buscar respuesta a la interrogante de si los medios tienen o no efectos sobre las audiencias, y ha dado pie a un conjunto de teorías sobre los efectos de los medios. Aunque aún hay desacuerdo sobre su verdadero alcance, es mundialmente reconocido que los medios tienen algún tipo de efectos sobre la sociedad. Esta premisa constituye el núcleo de la perspectiva teórica de los efectos de los medios que se ha venido desarrollando en el ámbito de la sociología de la comunicación y ha tendido a ser predominante al momento de mirar la cuestión de la violencia mediática

en general. Tradicionalmente, se ha tratado de observar el papel de los medios en la formación, cambio o reforzamiento de patrones, actitudes o comportamientos de los sujetos receptores. Sin embargo, el tema específico de la violencia en los medios como agentes generadores de actitudes y comportamientos violentos en la sociedad continúa siendo objeto de discusión en países como los Estados Unidos. Los resultados de estudios que buscan comprobar la existencia de una correlación entre la violencia mediática y la violencia en la sociedad han sido disímiles. Por un lado, se dice que existe una relación causal entre la cantidad de violencia que se ve en la televisión, la aceptación de actitudes agresivas y el incremento de conductas violentas en los individuos expuestos a tal programación. Por otro lado, se ha concluido que tal correlación no es tan clara (García Galera, 2000).

### **Efectos: ¿sí o no?**

Hablar sobre la relación – cierta o asumida - entre la violencia mediática y la violencia en el mundo real, es hablar de casi 100 años de acuerdos y desacuerdos en torno a los efectos de los medios de comunicación. No han sido pocos los autores ni las teorías que han tratado de dar respuesta a la pregunta ¿tienen los medios de comunicación influencia sobre las sociedades y los individuos? Sin embargo, a pesar de muchos intentos por demostrar esta premisa desde ambos lados del debate, las respuestas han sido inconclusas desde el punto de vista, digamos, estrictamente científico. Quienes se encuentran del lado afirmativo, entre ellos científicos, gremios médicos, y otros profesionales de los campos de la sociología, la psicología y la comunicación, se basan en

estudios que, a su modo de ver, demuestran suficiente y satisfactoriamente que los medios de comunicación sí tienen influencia – es decir, si tienen efectos – sobre las sociedades y las personas. Del lado negativo, se encuentra quizás un número igual de profesionales de las mismas áreas quienes sostienen que dichos estudios no demuestran nada, entre otras razones, porque es imposible aislar las condiciones reales de la vida y la experiencia de mirar televisión, escuchar radio, o leer revistas, en un laboratorio. Esta es la piedra angular del argumento que rechaza el efecto de los medios de comunicación como un hecho cierto: la debilidad de los estudios realizados para demostrarlo. Sin embargo, desde esta posición tampoco se han producido estudios suficientes que demuestren de manera convincente que los medios no afectan a las personas de manera alguna. Peter Steven, Profesor de Estudios Cinematográficos del Sheridan Collage (Ontario, Canadá), señala sobre este particular: “Desafortunadamente, el enfoque de los no-efectos permanece altamente negativo y señala sólo unos pocos estudios desde su posición” (2003). Otro de los argumentos ofrecidos desde la posición de los “no-efectos” es que los efectos observados son insignificantes y de baja intensidad (2000, pág. 212).

En medio de la ausencia de consenso sobre la existencia o no de efectos de los medios, quedan muchas preguntas sin respuesta. Quizás la más relevante es ¿cómo, si verdaderamente los medios de comunicación no surten efectos sobre las audiencias, la publicidad de todo tipo, incluyendo su vertiente política – las campañas electorales –, sigue siendo un negocio en el cual no pocos recursos son invertidos? La persuasión sigue siendo la herramienta fundamental de todos los esfuerzos de mercadear productos,

ideologías y personalidades a través de los medios de comunicación. Con lo cual, pareciera haber una admisión implícita del poder que pueden tener revistas, periódicos, radios, televisión e Internet en la cotidianidad de los seres humanos. No menos relación con lo anterior tienen las llamadas campañas de concientización, las cuales, en principio, irían en contra de la idea de que los medios no tienen influencia alguna sobre las audiencias. Steven advierte:

*“Ignoramos los efectos de los medios a nuestro propio riesgo. Cuando las industrias de la publicidad y las relaciones públicas gastan miles de millones de dólares en captar nuestros oídos y globos oculares, respaldados por estudios de mercado, encuestas, audímetros, dinámicas de grupo y miles de comunicadores brillantes, probablemente nosotros también deberíamos tomar en serio los efectos de los medios”* (2003, pág. 125).

### **¿Qué entendemos por “efecto”?**

Estar informado sobre algún tema y mantener o modificar una actitud o conducta pudiera ser un efecto. Sentirse molesto, frustrado o esperanzado frente a un mensaje, personalidad o producto pudiera ser otro. Entre los efectos más comúnmente citados en el contexto de los medios, encontramos la violencia y las actitudes agresivas. El Diccionario de la Real Academia Española (DRAE) define la palabra efecto como: “impresión hecha en el ánimo. Fin para que se hace algo.”<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Diccionario de la Real Academia Española. Consultado en línea el día 8 de febrero 2014. <http://lema.rae.es/drae/?val=efecto>

El término “efectos” tiende a ser aplicado a cambios o reforzamientos en las creencias, actitudes, conocimientos o conductas de individuos como consecuencia de varios procesos. Todo ello implica la existencia de conexiones entre influencias específicas y consecuencias concretas (García Galera, Marín, & Ruíz San Román, 1999, pág. 222). El principal interés para algunos investigadores se centra en analizar cómo los contenidos de los medios de comunicación están relacionados con ciertas consecuencias sociales (como el ejemplo que nos ocupa, la violencia mediática y su relación con la violencia en el mundo real). Sea que nos parezca que un producto sea de calidad (aún sin haberlo probado), que una persona aspirante a un puesto político es honesta (aún sin tener mayores datos sobre ella) o que ciertos grupos sociales (mujeres, extranjeros, negros, asiáticos, personas mayores, etc.) poseen ciertas características deseables o indeseables (aún sin conocerles y gracias a la magia de los estereotipos), es un hecho cierto que los medios aportan datos en la construcción de opiniones, posiciones y/o preferencias.

### **Distintos ángulos de un solo debate**

El Profesor David Gaunlett, un crítico tenaz de las teorías de los efectos de los medios, las cuales ha estudiado y analizado en algunas de sus publicaciones, observa que el problema central con los estudios que afirman los efectos de los medios de comunicación es que

*“(...) aislar un hecho en particular, como el mirar televisión o leer una revista, como la causa de la conducta de una persona, es básicamente imposible. La idea de que algo del contenido de los medios ‘hizo’ que una persona hiciera algo siempre parecerá tonto, por la perfectamente buena*

*razón de que, como todos sabemos, las influencias sobre las decisiones de hacer algo son una combinación compleja de muchos elementos, incluyendo experiencias previas, opiniones, valores y sugerencias provenientes de varias fuentes” (2002, pág. 29).*

Gaunlett fundamenta sus críticas hacia las teorías de los efectos en argumentos concretos que pueden ser resumidos como sigue:

1. Las teorías de los efectos atacan los problemas sociales al revés: es decir, en vez de mirar las verdaderas causas de conductas inapropiadas como la violencia, se parte de que la cultura de los jóvenes vista a través de los medios es la culpable. Gaunlett señala que para entender a las personas violentas, hay que estudiar a las personas violentas y sus motivaciones, no sus elecciones de programas de radio, televisión o medios impresos;
2. Las ideas asumidas por las teorías de los efectos están caracterizadas por una solapada ideología conservadora: sin quererlo, a menudo las teorías de los efectos de los medios apoyan las ideologías conservadora y de extrema derecha al coincidir con éstas en sugerir que los problemas sociales no están enraizados en la organización de la sociedad y la desigualdad, sino que son productos mágicos y malignos de la cultura popular;
3. Las teorías de los efectos definen de manera inadecuada sus propios sujetos de estudio: estos estudios discriminan poco entre distintos tipos de contenido y las conductas subsecuentes. (se equiparan como violencia, por ejemplo, un asesinato en

pantalla y un grito de desespero). Al no ser rigurosos y selectivos en la definición de lo que es violencia, estos estudios siempre darán resultados que pueden carecer de significado o simplemente pueden ser falsos;

4. Las teorías de los efectos están basadas en estudios artificiales. En este particular, Gaunlett critica la metodología usada en numerosos estudios, los cuales involucran participantes observando contenidos televisivos cuyas conductas posteriores inmediatas son analizadas en un entorno particular. Este es el punto neurálgico de sus críticas a las teorías de los efectos, ya que según él, es imposible reproducir en un laboratorio las condiciones reales y el entorno en el cual las personas consumen contenidos de los medios;
5. La motivación ideológica que pareciera estar implícita en algunos de estos estudios ha resultado en que algunas representaciones en los medios son criticadas y otras no. Cita como ejemplo que la violencia en los noticieros y programas de investigación no es mal vista, mientras que la violencia en películas y series dramáticas causan gran preocupación. En su opinión, esto es un indicativo de cómo las investigaciones están más interesadas en “culpar” un aspecto particular de la cultura popular por los problemas sociales existentes, en vez de elaborar un argumento concienzudo y coherente;
6. Gaunlett señala que los estudios sobre los efectos son simplistas ya que se centran en una imagen o mensaje sin tomar en cuenta el contexto en el cual los mismos ocurren,

o las relaciones entre los personajes, o el significado que cada miembro de la audiencia otorgará a lo que lea, escuche u observe. Y agrega que el problema está con que se asume malicia en la incorporación de tales imágenes o mensajes, como sí las productoras escogieran insertarlos a fin de que los mismos sean copiados por las audiencias;

7. Finalmente, Gaunlett explica que el modelo de los efectos de los medios no está fundamentado en una teoría que explica de manera satisfactoria “por qué” la gente puede llegar a sentirse motivada a copiar acciones vistas en los medios.

El Profesor Gaunlett toca, sin duda alguna, puntos muy válidos y relevantes para el debate y la reflexión. En particular aquellos que tienen que ver con la motivación ideológica de algunas investigaciones y la ausencia de rigurosidad en la definición de sus objetos de estudio (como en el caso de la violencia). Sin embargo, deja de lado las motivaciones no ideológicas sino más bien económicas y comerciales, que pudieran llevar a mostrar violencia, sexo, y otros elementos ampliamente utilizados para atraer sintonía. De igual manera, así como afirma que los estudios no logran explicar el por qué las personas copian lo que ven en los medios, Gaunlett tampoco ofrece una explicación convincente de por qué no habrían de hacerlo o sí, en efecto, no lo hacen. Más allá de los estudios e investigaciones en torno a la existencia – o no – de efectos de los medios, basta observar cómo las personas copian modas, frases, ideas y hasta aficiones en base a lo que miran en los medios de comunicación. Quienes tenemos infantes en casa podemos constatar cómo la televisión les enseña canciones, números, letras y otras informaciones

sobre el mundo. Que los estudios no sean concluyentes – o contundentes – desde una perspectiva estrictamente académica, no demuestra tampoco que los efectos no existan. Como nos dicen García Galera et al

*“(...) el hecho de que los efectos no sean uniformes y de que varíen según los individuos no resta importancia a estos estudios. Por ejemplo, suponiendo que sólo un 0.01% de espectadores se vea afectado negativamente por el impacto de determinada programación televisiva, esto supone un número de 4.000 personas sobre una audiencia de 40 millones, cantidad que puede resultar mínima para algunos, pero que es realmente significativa en tanto que las conductas o actitudes que pueden desarrollar estos sujetos pueden tener importantes consecuencias para ellos mismos y para los que le rodean” (1999, pág. 212).*

Ante la pregunta ¿hasta qué punto los medios de comunicación influyen o afectan las tendencias sociales y las actitudes?, Steven sugiere analizar la manera en la cual la sociedad se relaciona con ellos: bien sea que los medios reflejan a otros medios, los medios sean un reflejo de la sociedad o que los medios tienen efectos sobre ésta (2003). Sobre este último punto, propone una clasificación de efectos a largo, medio y corto plazo, cada uno con aspectos positivos y negativos, todos los cuales admite son de difícil comprobación.

#### Efectos a largo plazo:

Negativos: la saturación mediática trabaja como un opio, adormeciendo nuestros sentidos, convirtiéndonos indiferentes al mundo real.

Positivos: medios económicos y accesibles como la radio, equipos de grabación y los hoy extintos cassettes estimulan una mejor comunicación y nuevas formas de expresión cultural para enormes grupos de personas alrededor del mundo.

Efectos a mediano plazo:

Negativos: Los medios juegan un papel fundamental en los estereotipos raciales, étnicos y de género, contribuyendo a una mayor tensión e incompreensión de otros grupos en la sociedad.

Positivos: los medios alrededor del mundo nos proporcionan un acceso a gente y lugares que nunca hubiésemos podido visitar, rompiendo así las barreras hacia un mejor entendimiento.

Efectos a corto plazo:

Negativos: la globalización de los medios y su apetito voraz por producir lleva a una estandarización de las ideas y formas culturales, así como a vertiginosos cambios de estilos y novedades donde cualquier “más reciente de” se convierte en un fin en sí mismo.

Positivos: la proliferación de distintos canales y formas mediáticas promueven ricas posibilidades para la multiplicación de estilos y puntos de vista en el arte, la educación y la comunicación política. La globalización de la cultura hace posible echar mano del talento artístico en cualquier lugar del mundo.

El análisis propuesto por Steven, quien reconoce la existencia de efectos pero siempre teniendo en cuenta el papel activo que juegan las audiencias, se presenta como una aproximación más equilibrada de lo que pudieran ser los efectos de los medios, aun cuando su comprobación continúe siendo un reto difícil de superar en algunos casos.

### **Efectos: cómo, quiénes, cuántos**

Quizás entonces la pregunta no sea sí los medios surten o no efectos en las sociedades, sino ¿qué tipo de efectos? ¿Estamos buscando cambios de conducta y/o pensamiento o un reforzamiento de las creencias e ideas que están en nuestras mentes?

Desde los años 40, estas preguntas han sido abordadas por distintos investigadores, en lo que constituyó una nueva etapa de estudios sobre los efectos de los medios que difería de la primera (que tuvo lugar entre 1920 y 1940). Mientras en ésta última se partió de la idea de que los efectos eran de gran importancia, además de directos y uniformes, expresada distintos estudios (teoría de la bala mágica, teoría de la aguja hipodérmica, modelo estímulo-respuesta), el punto de partida en la segunda etapa (1940-1970) era que quizás los efectos no eran directos e inmediatos, tipo “causa-efecto” como se había pensado inicialmente, sino que, como señaló uno de los mayores exponentes de la época, Joseph Klapper, “los medios de comunicación, normalmente, no son causa suficiente y necesaria de los cambios producidos en las conductas o actitudes de la audiencia...[sino que] funcionan como un eslabón en una cadena de factores mediadores” (García Galera, Marín, & Ruíz San Román, 1999, pág. 207). Esta perspectiva asume de

manera fundamental que las audiencias no estaban formadas por receptores pasivos de información (como se habría asumido durante la primera etapa), sino que estaban conformadas por sujetos activos que se relacionaban entre sí. Desde la psicología se comenzó a enfatizar las diferencias en las necesidades de las personas, sus actitudes, valores y aspectos particulares de sus personalidades, concluyendo que cada individuo percibe el mundo de modo distinto. A partir de estas conclusiones, se comenzó a configurar un conjunto de teorías diferentes que giraban en torno al argumento de que los medios no eran los únicos responsables de producir efectos sobre las conductas de los individuos y que, por ende, los efectos – cualesquiera que fuesen – eran limitados. García Galera et al (1999) señalan “Ante la pregunta «¿qué efectos producen los medios de comunicación?»», la respuesta comenzó a ser *depende de*.” Dos conclusiones importantes de esta etapa - que sirvieron de base para algunos de los estudios que vinieron después - son: 1) las características de los receptores determinan los efectos, y 2) las personas hacen una utilización selectiva de los medios de comunicación. De allí surgieron la teoría de los efectos limitados, el modelo psicodinámico, el modelo estímulo-mediación-respuesta y la teoría de la percepción selectiva. En todas ellas, la característica común que sirvió de guía fue el carácter activo de las audiencias, y cómo éstas se veían influenciadas por variables distintas a solamente los contenidos de los medios de comunicación.

### **Joseph Klapper y la teoría del reforzamiento de opiniones**

En ese período, Joseph Klapper (1917-1984) desarrolló la teoría del reforzamiento de opiniones, cuya propuesta central era que los medios no cambian sino que refuerzan

ideas y creencias de las personas. Las ideas de Klapper resultan interesantes en base a dos consideraciones: la primera es su afirmación de que los medios por sí solos no producen efectos en la sociedad. Esto es de interés a la hora de analizar el tema particular de la violencia mediática de cara a la violencia en el mundo real (y por extensión, a la violencia mediática contra la mujer), por cuanto informa y despeja señalamientos que pudieran querer atribuir la existencia de estas problemáticas a la acción de los medios de comunicación. La segunda: la propuesta de Klapper en relación a la función de reforzamiento de opiniones y creencias de los medios de comunicación es relevante si partimos de la idea de que las sociedades actuales operan sobre la base de la cultura patriarcal que impregnan todos los aspectos de la vida actual, la cual se vería reforzada a través de la acción de los medios.

Klapper señalaba que, en base a estudios realizados tanto en laboratorios como en ambiente real, la función persuasiva de los medios de comunicación a menudo era reforzar y no cambiar las opiniones de los miembros de la audiencia. En su libro “Los Efectos de los Medios de Comunicación de Masas” de 1960 (citado por Rodríguez Polo, 2011) identificó algunos factores y condiciones exógenos que intermedian la influencia de los medios:

- Las predisposiciones: exposición, percepción y retención selectivas. Intereses y opiniones personales de las personas influyen tanto en su comportamiento con respecto a los medios, como en los efectos que éstos puedan ejercer sobre ellas. Esto explica que los individuos tiendan a exponerse, de manera consciente o

inconsciente, selectivamente a informaciones de los medios que sean compatibles con sus puntos de vista previos, evitando informaciones de tipo contrario. Y al quedar expuestos a material contrario a sus opiniones, la percepción selectiva hace que esas personas modifiquen e interpreten la información para acomodarla a sus puntos de vista. Finalmente, la información contraria es fácilmente olvidada, dando paso a lo que Klapper denominó retención selectiva;

- Grupos y normas de los grupos: opiniones y actitudes individuales tienen raíces en las normas de los grupos a los que los individuos pertenecen o desean pertenecer.
- Difusión interpersonal de los contenidos de la comunicación. Sucede cuando la gente comparte opiniones sobre informaciones obtenidas a través de los medios, ampliando el público de una determinada información. Esta difusión tiene lugar en grupos primarios, siguiendo líneas sociales definidas por la amistad, la comunidad de intereses y, principalmente, la comunidad de opiniones.
- Liderazgo de opinión e influencia personal. Las personas son influidas decisivamente por otras personas (líderes de opinión) más que por los medios. Los líderes son miembros prototípicos del mismo grupo que el de las personas sobre las que influyen. Son considerados más competentes en un tema

específico, poseen acceso a fuentes amplias de información, y sirven como intérpretes o agentes de transmisión.

- La naturaleza comercial de los medios de comunicación: los medios privados dependen para su mantenimiento de la atracción y conservación de un público amplio y variado, para lo cual se abstienen de apoyar puntos de vista controvertidos o que pudieran molestar a una minoría. Siendo el público y sus punto de vistas tan variados, los medios suelen respaldar lo universalmente aceptado, es decir, los valores ya establecidos. Ello explica que la televisión tienda a encuadrarse en modelos de entretenimiento más que de reflexión de ideas. La naturaleza de los medios en un sistema de libre empresa afecta a la comunicación misma, anteponiéndose a otros factores mediadores.

Dado que las personas tienden a recordar entonces todo aquello que reafirme sus creencias, confirme sus prejuicios y mantenga sus actuales predisposiciones, resulta importante conocer cuáles son aquellos factores que influyen en el desarrollo de sus opiniones. Así, se ha llegado a determinar que cuestiones como la inteligencia, el sentido del humor, la educación o la confianza en sí mismo juegan un papel importante. Adicionalmente, el grupo de referencia de cada individuo (asociaciones, familia y amigos cercanos) determina también el funcionamiento del proceso de selección en las personas. Otros factores como la edad, el sexo, el estado civil y otras variables demográficas intervienen en los procesos de atención, percepción y retención selectiva (García Galera, Marín, & Ruíz San Román, 1999). Sí bien teorías posteriores han contradicho la

propuesta de efectos limitados de Klapper, sus conclusiones no dejan de tener relevancia particular en el contexto relativo a los efectos de los medios de comunicación sobre la violencia contra la mujer y, por extensión, a su condición social y participación en pie de igualdad. En un entorno cultural liderado por los medios, mensajes e imágenes sexistas contribuyen entonces a reforzar estereotipos y expectativas de género.

Uno de los legados más interesantes de Klapper tiene que ver con la manera en la cual sus estudios abrieron la puerta a la consideración de factores diversos como mediadores de la comunicación y sus efectos. Este “giro psicológico” como lo llama Rodríguez Polo (2011), fijó la atención de los investigadores en los factores intermedios, y dio paso a investigaciones que combinaban éstos con las premisas de la primera etapa relativa a la influencia de los medios. De esta manera, la tercera etapa de los estudios sobre los efectos de los medios de comunicación (1970-1999), la cual incluyó las teorías del efecto agenda-setting, la espiral del silencio, el modelo de dependencia y el efecto tercera persona, entre otras, debe mucho a las observaciones de Klapper sobre las variables que median en el proceso de comunicación.

Los cambios de actitudes u opiniones ya presentes en los sujetos, o incluso la formación de actitudes u opiniones nuevas, se convirtieron en el centro del interés de los investigadores en esta nueva etapa, cuya conclusión más importante fue, quizás, que los efectos no son únicos ni monodimensionales, sino que pueden ser sumamente diversos y algunos más fáciles de producir que otros. Sí bien se parte de la idea central de que los medios sí afectan a las sociedades y a las personas, tal y como se asumió en la primera

etapa de investigación, lo que diferencia a ésta etapa de aquella es que se toma en cuenta no sólo el mensaje, sino la estructura, estilo, tamaño y organización de los medios, así como características personales, variables sociodemográficas y contexto de quienes conforman las audiencias. Desde esta posición, la pregunta ya no es si los medios afectan o no las actitudes y/u opiniones de las personas, sino ¿qué condiciones y cuáles factores hay que tener en cuenta para que se produzca tal efecto? (García Galera, Marín, & Ruíz San Román, 1999). En este contexto, se retoma la propuesta de Harold Lasswell que buscaba explicar el proceso comunicativo a través de la fórmula “quién dice qué, mediante qué canal, a quién, con qué efectos” (García Galera, Marín, & Ruíz San Román, 1999). Se comienza a observar también que mensajes similares, transmitidos por un mismo canal y procedentes de una misma fuente, tienen efectos distintos en las actitudes de las personas, lo cual encuentra su explicación en los factores socio-demográficos ya señalados.

Cuando nos preguntamos qué tipo de efectos pueden tener los medios de comunicación en las sociedades y las personas, encontramos que los mismos son diversos y la mayoría han dado pie a la elaboración de teorías que permitan delimitarles y comprenderles. Así, se ha hablado desde efectos fisiológicos hasta los llamados efectos vagón (adopción de un punto de vista por creer que el mismo constituye la opinión de un gran número de personas). Es importante señalar, sin embargo, que la mayoría de las investigaciones se han centrado en torno a la televisión. García Galera et al (1999)

ofrecen 3 categorías en las cuales se agrupan los efectos más comúnmente derivados de la exposición a los medios, particularmente la televisión:

- **Efectos conductuales:** implican cambios de conductas. Sí bien es un hecho cierto que es sumamente difícil demostrar la existencia de una relación causal entre el uso de la televisión y el comportamiento humano, existen numerosas investigaciones que demuestran que los medios afectan ciertos aspectos de la conducta en las personas. La publicidad, la violencia y las campañas electorales son tres ejemplos.
- **Efectos en las actitudes:** implican cambios o reforzamientos de actitudes. García Galera et al nos dicen que “sí la conducta es un hecho observable, la actitud es la predisposición o condición previa hacia esa conducta, sí bien no siempre concluye en acción” (1999, pág. 227). Citan en este contexto las noticias bélicas, las cuales producen actitudes contrarias a la guerra, mas no acciones específicas por evitarla. Las actitudes están integradas por componentes racionales y emocionales, aunque éstos no siempre actúan de manera consistente entre sí (se puede ser racional ante un hecho, pero se actúa de manera emocional). Las actitudes pueden, además, influenciar la opinión de un individuo sobre un tema concreto, y un conjunto de actitudes pueden formar un conjunto de imágenes a través del cual entendemos el mundo.
- **Efectos cognitivos:** implican cambio o reforzamiento en la forma de pensar o la percepción de determinadas realidades. El aprendizaje de informaciones nuevas

(sobre lugares, disciplinas, ciencia, etc.) o el cambio en la forma de pensar como consecuencia de dichas informaciones, es un ejemplo de cómo puede influir la televisión (o algún otro medio) a nivel cognitivo a las personas.

Al considerar estas categorías de efectos propuestas por García Galera et al, estos mismos autores sugieren que hay que tener siempre en mente la importancia que tiene lo que ellos llaman la “exposición acumulativa” a los medios de comunicación. Explican que la mayoría de los mensajes o de las imágenes emitidas son vistas o escuchadas por las audiencias en un número indeterminado de ocasiones, por lo que se debe hablar, no de una exposición única y aislada a un determinado mensaje, sino una exposición continua a la repetición en innumerables ocasiones de un mismo mensaje, argumento o imagen (pág. 227). Sin duda, el poder de la repetición y sus efectos, particularmente en el ámbito de la publicidad y el mercadeo, ha sido un asunto que ha sido ampliamente estudiado, a pesar de no haberse podido comprobar de manera convincente la existencia de efectos específicos en las audiencias. Es importante también señalar que se han observado diferencias en la estimulación del desarrollo de procesamientos cognitivos entre distintos medios de comunicación, particularmente la radio y la televisión. Ello ha llevado a algunos a concluir que la radio estimula la imaginación más que la televisión (García Galera, Marín, & Ruíz San Román, 1999).

### **Efectos desde la perspectiva feminista**

A pesar de que dentro del marco general de los estudios sobre los efectos de los medios no suelen citarse – o incluirse – estudios formulados desde la perspectiva feminista, su interés por los *efectos* ha sido una constante, bien sea a través de las representaciones de las mujeres hechas por los medios, o en la generación y fomento de estereotipos de género. Pero quizás el tema a través del cual las feministas se han involucrado más en el debate de los efectos ha sido el de la posible relación entre el consumo de pornografía y la violencia contra la mujer (Boyle, 2003). Dow (2009) explica que en el contexto de las perspectivas feministas de la comunicación, lo que se ha venido a llamar la “segunda ola” de feminismo en Estados Unidos y Europa occidental, tomó un interés particular en ir más allá de la simple denuncia (observada durante la primera ola de los años 70) de las diferencias de sexo y los estereotipos presentados por los medios, para ir al origen de las nociones culturales que diferencian a hombres y mujeres. Las autoras feministas de esta etapa sostenían que remedios legales y públicos para la discriminación de sexo y género no serían suficientes, para lo cual se requería de una “(...) transformación total de las estructuras y prácticas sociales en torno al género – desde la sexualidad a la reproducción, crianza de hijos/hijas, educación, trabajo, política, etc. – (...) para lograr una verdadera libertad de las restricciones impuestas por el sexo/género tanto en hombre como en mujeres.” Explica que este fue el origen del feminismo postestructuralista de los años 80: la teoría postestructuralista de género sostiene que ni el género ni el sexo son categorías “naturales.” En vez de ello, señalan que las categorías por sí solas, y su significado en cualquier contexto, son creadas y sostenidas por el discurso – comunicación verbal, comportamientos, y prácticas sociales –

de todo tipo. La pregunta central desde esta perspectiva sería, entonces, ¿de qué manera una práctica comunicacional crea o constituye una comprensión particular de lo que las diferencias de género significan en un contexto específico? (Dow, 2009). Existía pues interés en estudiar la manera en la cual los medios contribuyen a “crear” o “constituir” nociones de lo que significa el género, lo cual pudiéramos interpretar como un efecto, en cuanto se trata del impacto que surte una representación sobre la manera de percibir la realidad. Mientras en una primera etapa de investigaciones la idea central era que los medios eran fuerzas importantes de socialización, particularmente para niños y niñas, y que la crítica de los estereotipos de género en los medios podría contribuir a mejorar las representaciones hechas por ellos, con lo cual se disminuiría el poder de los estereotipos en la cultura en general, recientemente, el interés central se ha desplazado hacia cómo los medios de comunicación comunican ideología sobre mujer, género y feminismo (Dow, 2009). Las investigaciones feministas de medios más recientes han centrado su interés en cómo los medios de comunicación trabajan para crear, retar y mantener significados culturales de género. Estas investigaciones utilizan una variedad de perspectivas metodológicas, las cuales Dow (2009) agrupa en tres grandes categorías. La primera, hace uso de métodos cuantitativos (usualmente análisis de contenido) para medir la cantidad, tipo y efectos de las representaciones en los medios. En este contexto, se cuestiona la poca presencia de mujeres y la baja calidad de su representación (por ejemplo, presentaciones de mujeres en videos musicales que son hipersexualizadas), por cuanto ello va en contra de los objetivos feministas de representar a las mujeres como personas auto-suficientes, competentes y multifacéticas. Una segunda perspectiva

metodológica en los estudios de las representaciones (según Dow llamada generalmente como “estudios de recepción de audiencias”), usa la etnografía, entrevistas y hasta los contenidos discursivos de foros en línea de fans, para investigar cómo las audiencias procesan e interpretan los mensajes de los medios. En este contexto se enfatiza el estudio de cómo las mujeres dentro de las audiencias usan productos mediáticos para entender – y algunas veces cuestionar – su lugar dentro de las culturas patriarcales. Esta perspectiva se caracteriza también por salir de lo que Dow llama la tradición americanista, y tiende a estudiar productos mediáticos internacionales y su interpretación por audiencias fuera de los Estados Unidos. Tal es el caso del estudio hecho por Yeidy Rivero (citada por Dow, 2009) con mujeres latinoamericanas y puertorriqueñas en torno a la popular novela colombiana “Yo Soy Betty la Fea.” Rivero da cuenta de cómo las audiencias no tomaron la historia de manera literal sino que entendieron las ideologías de belleza asociada al género en la narrativa de la novela como “(...) una construcción social que estaba constituida en la relación de nociones dominantes de feminidad, clase y raza y que estaban fuertemente influenciadas por los cánones de belleza promovidos por los medios de comunicación” (Rivero citada por Dow, 2009, página 86).

El tercer enfoque metodológico es quizás el más importante: el análisis crítico de textos, el cual se ha valido de una variedad de técnicas analíticas para examinar la comunicación de la ideología de género en múltiples textos mediáticos, incluidos el entretenimiento televisivo, noticias, películas, publicidad, revistas, nuevos medios y la Internet, libros, caricaturas, y música, entre muchos otros. Estos estudios feministas sobre

la representación tienden a enfatizar la función conservadora de los textos mediáticos: es lo que Dow caracteriza como intenciones por disciplinar lo que ella llama “actuaciones impropias de género” (por ejemplo, castigando y/o marginalizando personajes femeninos asertivos). Existe también otra rama de estos estudios que se interesa por analizar la manera en la cual algunos textos mediáticos pueden ser leídos como ofreciendo actuaciones progresivas de género, o lo que es lo mismo, representando personajes que actúan fuera de las nociones preestablecidas de género de manera positiva.

### **Representaciones mediáticas**

La manera en la cual el mundo ha sido representado por los medios ha sido analizada, fundamentalmente, desde dos perspectivas: la primera según la cual los medios reflejan a la sociedad; y la segunda que asume que los medios tienen efectos sociales (Robinson, 2009). Ambas perspectivas son útiles para analizar el lugar de las mujeres en contenidos de los medios. En tanto reflejo de la sociedad, se cree que examinar las representaciones mediáticas permitirá comprender la naturaleza de la cultura. Hacker (citado por Robinson, 2009) sostiene que el estatus social de grupos y personas puede ser identificado a través del análisis de las representaciones hechas por los medios. Esta perspectiva ha ayudado a demostrar cómo miembros de grupos son considerados en baja estima en la sociedad (como por ejemplo las personas mayores). A través del análisis de las representaciones mediáticas como barómetro del estatus social de ciertos grupos, se pueden realizar comparaciones entre distintas culturas, como por ejemplo la manera en la cual las personas mayores son presentadas en contenidos producidos en los Estados

Unidos o en países como China, Japón o Corea del Sur. En éstos últimos, los personajes de personas mayores ocupan posiciones prominentes y suelen ser presentadas de una manera más positiva en comparación con Estados Unidos. Como ya se discutió, Gaye Tuchman argumentó acerca del lugar subordinado de las mujeres norteamericanas en las representaciones mediáticas que se hacía de ellas en los años 60 y 70, lo cual le llevó a hablar de su “aniquilación simbólica” por parte de los medios de comunicación.

Por su parte, quienes sostienen que los medios – y desde luego sus representaciones – tienen efectos sociales, consideran que estas representaciones afectan de algún modo a las audiencias y sus actitudes. Por ello, la preocupación central de investigadoras e investigadores es que las representaciones inexactas o estereotipadas tienen un impacto negativo en las actitudes y percepciones de la realidad entre las audiencias (Robinson, 2009). Esta perspectiva de los efectos sociales ha sido usada con mayor frecuencia y cuenta con una base teórica mucho más amplia que la perspectiva de los medios como reflejo de la sociedad.

Tenemos entonces que los medios de comunicación, en cuanto agentes de socialización, hacen representaciones del mundo que tienen efectos sobre la sociedad en su conjunto, y sobre las personas de manera individual. Sobre esta base, haremos referencia a dos teorías particulares que constituyen, a nuestro modo de ver, un eslabón en los intentos por comprender la posible relación existente entre representaciones mediáticas (en cuanto violencia mediática contra la mujer) – efectos (violencia mediática contra la mujer). Dichas teorías son la teoría del aprendizaje social y la teoría del cultivo,

las cuales están íntimamente relacionadas con la temática general de la violencia mediática y sus efectos sobre las audiencias, y son a menudo usadas para demostrar la importancia de los medios en cuanto agentes de socialización.

### **Teoría del aprendizaje social y teoría de los efectos cultivados**

La teoría del aprendizaje social fue propuesta inicialmente por Albert Bandura, y su interés principal era demostrar cómo y por qué las personas tienden a imitar lo que ven en los medios. Bandura utilizó su teoría para explicar cómo la violencia televisiva afectaba a niños y niñas, partiendo de la idea de que su aprendizaje sucedía no sólo a través del tradicional ensayo y error, sino también a través de la observación e imitación de otras personas. Agregó que cualquier cosa que pueda ser aprendida por experiencia propia, puede ser también aprendida indirectamente o mirando a alguien más – sea este imaginario o real. Sostuvo igualmente que a menudo las personas aprenden más eficientemente a través de la imitación que a través de sus propias experiencias (Robinson, 2009). Desde esta perspectiva, las audiencias no sólo aprenden conductas, sino las consecuencias de las mismas. Un ejemplo pudiera ser las representaciones de acoso sexual en las cuales, sí el acosador es castigado o socialmente rechazado, la audiencia pudiera aprender a no cometer actos de acoso sexual. Contrariamente, sí el acoso es presentado como socialmente aceptable, o sólo como un chiste, las audiencias pudieran aprender que el acoso no es algo de tanta gravedad. Las representaciones mediáticas proporcionan modelos a las audiencias a partir de los cuales pueden adquirir nuevas conductas, así como conocimientos sobre las consecuencias de tales conductas.

Por su parte, la teoría de los efectos cultivados o teoría del cultivo, propuesta por George Gerbner, inauguró una perspectiva teórica que ha sido altamente influyente en el campo de los estudios de los efectos de los medios, con particular interés en las representaciones mediáticas. Sí bien esta teoría centra su preocupación en el poder de la televisión para influir sobre las audiencias, y generalmente es referida a usuarios más bien asiduos de televisión, no parecieran existir razones para pensar que, aunque en menor medida, otros medios como la radio o la prensa escrita pudieran tener efectos similares.

Según Gebner (citado por Robinson, 2009), las personas al ver televisión, adquieren o cultivan una visión del mundo real que está moldeada por la manera en la cual las cosas están representadas en la pantalla. Sostiene que los individuos no adoptan de manera voluntaria o intencional actitudes basadas en la información proporcionada por la televisión, sino que adquieren o “cultivan” una visión de la realidad basada en los temas culturales implícitos en los programas televisivos. Éstos, por su parte, crean y reflejan opiniones, imágenes y creencias que se ven influidas por las necesidades institucionales de la sociedad en la que se encuentran, y estimula a las personas a prestar atención continua a sus contenidos, los cuales servirán seguramente para reforzar dichas opiniones, imágenes y creencias. Adicionalmente, Gebner sostiene que

*“(...) no se concibe el cultivo como un proceso unidireccional, sino más bien como un proceso gravitacional (...) Cada grupo (o espectadores) puede tirar o presionar en una dirección diferente, pero todos los grupos se ven afectados por el mismo presente. El cultivo es entonces*

*parte de un proceso de interacción continuo y dinámico entre mensajes y contextos.” (Gebner, citado por García Galera et al, 1999. Página 235)*

Las investigaciones enmarcadas en la teoría del cultivo afirman que la televisión tiene efectos a largo plazo, que son pequeños, graduales, indirectos pero acumulativos e importantes.

Así pues, de manera resumida, la teoría del cultivo nos habla de cómo la exposición continua a contenidos televisivos configura, a largo plazo, una visión del mundo y la realidad social de las personas que pasan horas frente a la pantalla. El efecto de cultivo consiste en la acumulación de las imágenes y mensajes vistos y escuchados en la televisión que cultiva un punto de vista sobre el mundo que se convierte en la realidad de las y los espectadores.

Tanto la teoría del aprendizaje social como la teoría del cultivo parten de la idea de que las actitudes se forman a partir de lo que las audiencias observan y escuchan a través de los medios (la televisión en particular), bien sea a través de la imitación o a través del cultivo. De manera que las representaciones mediáticas como sus efectos merecen gran atención dada su potencial incidencia en problemáticas sociales como la violencia en general, y la violencia contra la mujer en particular. En un entorno cultural permeado por la cultura machista, estas teorías, junto con la teoría del reforzamiento de Klapper ya comentada, estarían hablándonos de cómo los medios contribuyen a reforzar opiniones previas (que en la cultura patriarcal pudiera ser que las mujeres “pertenecen” al ámbito doméstico) o modelan la actuación de niñas y niños (mirando a mujeres o a niñas

planchar o cuidar bebés) o cultivan una visión del mundo donde las mujeres son seres irracionales, irascibles y “mandonas.” Esto reviste mayor importancia cuando es considerado desde el ámbito de la violencia, vista ésta como un efecto a la exposición de los medios de comunicación y que ha sido la preocupación central tanto de la perspectiva teórica del aprendizaje social como la de los cultivos.

### **Violencia en los medios**

Las teorías de los efectos de los medios sobre las audiencias proveen de sustento al debate en torno a la violencia mediática y su impacto sobre las vidas de las personas. Desde luego, dicho debate no es menos controvertido y complejo que el debate mismo en torno a los efectos de los medios de comunicación, por cuanto la violencia mediática ha sido tradicionalmente vista como causante de problemáticas sociales como la violencia interpersonal. Y es que la violencia mediática pudiera ser catalogada como la controversia más importante en el contexto de las discusiones sobre los efectos de los medios. El aumento – real o aparente – de los niveles de violencia interpersonal y social en el mundo occidental postindustrial, y la abundancia de imágenes y mensajes a los cuales consumidores y consumidoras de medios de comunicación están expuestas, presentando de manera glamorosa asesinatos, combates, peleas callejeras, violencia doméstica, persecuciones y explosiones, torturas, y otras formas de agresiones físicas, son hechos que, sin duda, pudieran estar de alguna manera interconectados (Dines & Humez, 2003). Las investigaciones sobre la relación entre la violencia mediática y la violencia en el mundo real tienen una rica historia que se inicia con los primeros ensayos realizados

por Bandura en los años 60, pasando por las investigaciones iniciales sobre el cultivo de Gebner y llegando a convertirse en la preocupación central de activistas, político/as, tomadores/as de decisiones, gremios profesionales, agrupaciones de padres, madres y representantes, entre muchos otros. Eventos en los Estados Unidos como los asesinatos en un cine de Colorado, o de niños y niñas en la escuela elemental de Sandy Hook en Conneticut, ambos en 2012, han puesto en el tapete la temática de la violencia mediática. Más recientemente, en el año 2014, a raíz del asesinato de la actriz venezolana Monica Spears, el presidente Nicolás Maduro y su gabinete, presentaron la tesis de que la violencia en los medios de comunicación, particularmente en las telenovelas, tiene un alto impacto en la violencia interpersonal agudizada en Venezuela.<sup>12</sup>

Hoy más que nunca se observa esta relación puesto que los contenidos violentos han salido del ámbito otrora casi exclusivo de películas y series de televisión y han permeado la mayoría de los contenidos de los juegos de video, videos musicales, canciones de rap y reggeaton, entre otros géneros musicales, la mayoría de los cuales son frecuentemente usados por niños, niñas y adolescentes. Un área particular de estudio que ha venido creciendo es la investigación de los efectos de los videojuegos, sobre la premisa de que éstos pudieran incrementar la participación de las audiencias y sus

---

<sup>12</sup> En su Memoria y Cuenta ofrecida ante la Asamblea Nacional en fecha 15 de enero 2014 habló del potencial que tienen los medios de comunicación, y en especial las novelas como expresión latinoamericana para el relato de la realidad, para influenciar a las personas y difundir antivalores y violencia. Pidió una revisión de los contenidos de los medios de comunicación y, a los pocos días, convocó una reunión con operadores de medios de transmisión nacional y cableoperadoras para hablar sobre la problemática de la violencia televisiva.

potenciales efectos a la exposición de los contenidos violentos. Por ejemplo, mientras la televisión ofrece a las audiencias la oportunidad de mirar actos de violencia, los videojuegos permiten vivir y actuar esos actos a través de sus personajes. De igual manera, los videos musicales, aunque quizás en mayor medida de reggeatón pero en general en todos los géneros, suelen presentar violencia en distintas manifestaciones como trama central, bien sea esta violencia criminal, violencia contra la mujer, o violencia simbólica o mediática contra la mujer, donde la imagen femenina es mostrada como objeto sexual o simplemente objeto, adorno del set en el cual se desenvuelve la historia.

### **Violencia mediática: definiciones**

Steven (2003) dice que el logro de un acuerdo general sobre lo que debe incluir la definición de violencia mediática ha probado ser una quimera. Ello es así debido a que lo que para una persona constituye violencia, para otra es un hecho sin importancia; lo que para alguien es una imagen ofensiva, para otra es una presentación realista de la vida urbana moderna. Al tratar de definir la violencia mediática, una de las dificultades enfrentadas ha sido el hecho de que las nociones de lo que la misma constituye varían de acuerdo a ubicación geográfica, grupos, culturas y épocas. Por ejemplo, Ali (citado por Carter y Weaver, 2003) señala que definiciones ampliamente aceptadas de lo que era violencia mediática han cambiado sustancialmente en los Estados Unidos. En los años 30s padres y madres se oponían a películas como “Anita, La Huerfanita” porque se pensaba que contenía “mucho violencia y suspenso” (2003, pág. 3). Las definiciones de

violencia tienen que ver también con cómo es la violencia representada. El Estudio Nacional sobre Violencia Televisiva (*National Television Violence Study*) de 1997 identificó cuatro tipos de representaciones mediáticas violentas que se presume alientan a subestimar la seriedad de la violencia en el mundo real:

- Violencia sin castigo: donde no hay consecuencias ni castigos para quienes cometan actos de violencia, sin alertar a las audiencias sobre la naturaleza negativa de la violencia;
- Violencia sin dolor: las víctimas de violencia no muestran dolor, con lo cual el mensaje promovido es que la misma no ocasiona lesiones serias, dolor o muerte;
- Violencia alegre: presente en dibujos animados, muestra personajes sistemáticamente maltratados como fuente de risas. Se piensa que este tipo de violencia desensibiliza a niños y niñas ante la seriedad de la violencia, la cual presenta como algo divertido;
- Violencia heroica: se calcula que un 40% de los actos de violencia televisiva en Estados Unidos son iniciados por personajes presentados como modelos positivos a seguir. La violencia usada por “los/las buenos/as” pudiera ser más problemática que aquella de “los/las malos/as” porque estimula a niños y niñas a emular conductas violentas como medios para la resolución de problemas.

Desde luego, la decodificación e interpretación de las imágenes y mensajes dependerá de tradiciones y convenciones sociales, con lo cual la lectura de un hecho violento en la televisión puede ser distinta en contextos culturales disímiles como Venezuela, Suiza o Singapur, o aún dentro de una misma cultura pero entre distintos grupos. Así pues el papel de la cultura en la construcción de significados es un asunto que debe ser tomado en cuenta. Sin embargo, la estructura misma de los medios de comunicación – internacional y concentrada en conglomerados - particularmente del cine y la televisión, sugiere la posibilidad de que, hoy en día, se desarrolle un lenguaje visual más homogéneo, que trascienda las particularidades culturales de numerosas sociedades (International Federation of Journalists, 2009). Una de las definiciones usadas por Gebner (citado por Byrant y Miron, 2003) define la violencia mediática como

*“(...) una expresión abierta de fuerza física (con o sin arma, en contra de sí mismo u otra persona) instigando la acción en contra de la voluntad propia con dolor de ser herido y/o asesinado o amenazado de ser victimizado como parte de la trama.”*

Vemos en esta definición una orientación más bien física de lo que sería la violencia, que deja por fuera la violencia verbal que a menudo también se observa en los medios, encontrando sus expresiones más acabadas en insultos y clichés utilizados para designar a personas o grupos de personas. Un estudio sobre las causas de la violencia entre jóvenes canadienses, publicado por el Ministerio de Servicios para Jóvenes, Niños y Niñas del Estado de Ontario en 2008, señala que sí bien las presentaciones visuales de actos de agresión física por un humano o personaje animado en contra de otro/otra son

violencia mediática, es importante tomar en cuenta que hasta las letras de canciones violentas pueden también llevar a agresiones, definidas como conductas cuya intención es causar daño a otra persona. Así pues, concluye el estudio, las conductas agresivas pueden ser físicas, verbales, y relacionales o indirectas, categorías aplicables a la violencia mediática (Ministry of Children and Youth Services, 2008).

### **Violencia mediática versus violencia en el mundo real: el problema de los efectos**

La pregunta central que se ha tratado de responder desde distintos ángulos de las ciencias sociales es ¿puede la violencia mediática producir (o contribuir a producir) comportamientos violentos en las audiencias? La violencia mediática ha sido vista en cuanto su potencial de desensibilizar a las audiencias ante actos violentos, los cuales se convierten en medios normales y aceptables de resolución de conflictos en el mundo real, justificando así conductas violentas (Carter & Weaver, *Violence and the Media*, 2003). Otras preguntas formuladas desde distintos ámbitos (que van desde la psicología hasta asociaciones de padres y madres) son ¿por qué hay tanta violencia en los medios?, ¿qué piensan las audiencias de la violencia mediática?, ¿es posible que algunas formas específicas de violencia mediática pudieran directa o indirectamente causar conductas violentas en las personas?, ¿es posible medir y probar de manera empírica la existencia de un vínculo causal entre la exposición a la violencia mediática y el aumento de los niveles de violencia en las sociedades? (Dines & Humez, 2003; Carter & Weaver, 2003). Estas preguntas, que han dividido al mundo académico de manera casi irreconciliable, no han encontrado respuestas contundentes ni universalmente aceptadas. Sin embargo, como

dicen Dines y Humez (2003), hoy en día el sentido común pareciera indicar que, efectivamente, algún tipo de correlación entre violencia mediática y violencia en la vida real existe. Pero ¿cuál correlación?, preguntan muchos. Mientras se trata de determinar esa conexión, algunos estiman necesario comprender que la interpretación y procesamiento de las imágenes y contenidos violentos varía de manera importante de una persona a otra, sin contar, además, que son muchos los factores interrelacionados en las tasas de homicidio y otros crímenes violentos. De manera que, plantearse una relación directa causa – efectos, pudiera considerarse una utopía. Pero descartar de plano la existencia de una relación no sólo es ingenuo, sino irresponsable. En un informe elaborado por la Sociedad Internacional para la Investigación de la Agresión (ISRA por sus siglas en inglés), en el cual se examina la temática de la violencia mediática, los autores recurren al argumento a menudo usado en este contexto (incluyendo en el presente trabajo) de cómo para contenidos mediáticos no relacionados con la violencia es un hecho ampliamente aceptado que lo que la gente ve en el mundo virtual de los medios tiene un efecto sobre su conducta en el mundo real

*“Por ejemplo, la multimillonaria industria de la publicidad florece sobre la presunción de que mostrar a la gente comerciales en los medios les hará más factibles de comprar los productos publicitados. Las aerolíneas entrenan a futuros pilotos en simuladores de vuelo que les enseñan habilidades de vuelo virtuales antes de permitirles volar un avión de verdad. La limitación de materiales sexualmente explícitos de ser mostrados en horarios cuando niños y niñas pudieran estar observando refleja la creencia de que tales contenidos mediáticos pudieran afectar de manera adversa el desarrollo de los y las jóvenes. Estos ejemplos demuestran la aceptación de*

*que los contenidos mediáticos de distinto tipo tienen un impacto sobre cómo la gente siente, piensa y actúa en la vida real. Sin embargo, pareciera haber gran reticencia a aceptar la conclusión de que las representaciones de violencia en los medios poseen la misma capacidad de influenciar las conductas de las personas en el mundo real, en particular con relación a su disposición a exhibir conductas agresivas” (pág. 335).*

Agrega el informe que, desde luego, no se trata de que una persona cometa un acto de agresión contra otra después de jugar un videojuego o ver una película violenta. Lo que se sugiere es que la exposición a este tipo de contenidos violentos aumenta las posibilidades de que la gente se vea involucrada en conductas agresivas en una variedad de formas, tanto a corto como a largo plazo. En otras palabras, los efectos se van cultivando en las audiencias, en línea con la teoría de Gebner.

Carter y Weaver (2003) agrupan los estudios sobre la violencia mediática y sus efectos en cuatro grandes perspectivas o tradiciones: 1) teoría de los efectos conductuales; 2) teoría de la desensibilización; 3) teoría del cultivo; y 4) los argumentos sobre los efectos limitados (o no efectos).

La **teoría de los efectos conductuales** es quizás la más comúnmente usada, y ha producido, en un lapso de 70 años de tradición, más de 10,000 estudios de investigación sobre los posibles vínculos entre la violencia en los medios y el desarrollo de actitudes violentas. Se ha centrado en los efectos producidos por la violencia en los medios sobre la conducta de individuos, lo cual usualmente consiste en estudios donde las personas, adultos y niños/niñas, observan imágenes violentas, mientras se miden los cambios en sus

conductas, bien sean en el ámbito del laboratorio o a lo largo de un período de tiempo determinado (Steven, 2003). Los cambios en las conductas individuales son cuantificados en relación a juegos agresivos o violentos, o la propensión a administrar dolor a otra persona. Estudios realizados desde esta perspectiva han encontrado que cuando las audiencias son enfrentadas a contenidos donde quien inicia la violencia es recompensado, a menudo hay mayor posibilidad de que las personas exhiban conductas agresivas. Estudios longitudinales sobre violencia televisiva, por ejemplo, han concluido que “(...) *los efectos pueden durar en el tiempo y aproximadamente 10 por ciento de la variabilidad en conducta criminal posterior puede ser atribuido a la violencia televisiva*” (Carter & Weaver, 2003, pág. 6). Así, mirar violencia en la pantalla – grande o chica - proporciona un “guión conductual” que pudiera llegar a ser utilizado en algún momento de la vida al confrontar una situación similar a la observada. Otra conclusión producida desde esta perspectiva ha sido que quienes se exponen e identifican con un héroe violento, obtienen una justificación para conductas agresivas similares a las de tal héroe (Steven, 2003).

Desde la mirada de **la teoría de la desensibilización**, se ha tratado de explicar cómo “(...) *una dieta continua de violencia mediática puede bajar los niveles de simpatía y preocupación por otros*” (Steven, 2003, pág. 117) Desde esta perspectiva se han mostrado estudios desde los cuales se concluyó que los hombres que miran películas consideradas “slasher” (caracterizadas por actos gráficos de violaciones contra mujeres usualmente subyugadas) muestran menos simpatía por las víctimas reales de violaciones.

Quienes investigan desde esta perspectiva también sostienen que con la proliferación de representaciones de violencia mediática, y su elevado realismo, se ha observado un aumento significativo en los efectos de la desensibilización (Carter & Weaver, 2003).

**La teoría del cultivo**, que ya fue examinada en el contexto general de la teoría de los efectos de los medios, aborda su tema central de interés, la violencia mediática, partiendo de la noción de que la misma no es una causa de la violencia interpersonal o social, sino que las representaciones mediáticas de violencia constituyen un medio de control social en cuanto las mismas dramatizan vívidamente las relaciones de poder preferidas, al tiempo que cultivan temor, dependencia de la autoridad y un deseo de seguridad más que de cambio social. Para Gebner y Gross (1976)

*“(...) la violencia televisiva es el medio dramático más simple y barato para demostrar las reglas del juego de poder. En la vida real la mayoría de la violencia es sutil, lenta, circunstancial, invisible y hasta impersonal. Encuentros con violencia física son raros, más deplorables que excitantes. Pero en el mundo simbólico, el movimiento físico patente hace dramáticamente visible lo que en el mundo real esta usualmente oculto. La violencia simbólica, al igual que cualquier demostración de fuerza, típicamente hace el trabajo de la violencia real de modo más barato y, por supuesto, entretenido.*

*Diseñado para la acción independiente en contextos sociales distendidos y a menudo remotos, la mitad de todos los personajes son libres de involucrarse en la violencia. Un quinto ‘se especializa’ en violencia en calidad de transgresores de la ley o como agentes que la hacen cumplir. La violencia en la televisión, a diferencia de en la vida real, rara vez deriva de*

*relaciones interpersonales. En su mayoría ocurre entre extraños, creada con el fin de llevar a casa lecciones sobre tipificación social. La violencia es a menudo sólo una especialidad – una habilidad, un talento, un medio eficiente de poner a prueba las normas y saldar cualquier desafío a las estructuras de poder existentes.”*

El Proyecto de Indicadores Culturales (iniciado por Gebner en 1967 y que dio pie a la teoría de los efectos cultivados) ha basado sus conclusiones en el análisis cuantitativo de la programación de horario estelar de la televisión estadounidense, con el propósito de identificar cuánta violencia es mostrada, quiénes son las víctimas, y quiénes los perpetradores. Un dato notable es cómo, en sus primeros análisis, Gebner y sus colegas encontraron que de entre los 20 grupos con mayores posibilidades de ser presentados como víctimas, 17 eran mujeres:

*“Se dice que la presentación repetida en televisión de ciertos grupos como víctimas representa una expresión simbólica de la impotencia social de esas víctimas en la sociedad. (...) este imaginario simbólico es teorizado en cuanto cultiva concepciones sociales sobre ‘quiénes son los agresores y quiénes son las víctimas’ donde ‘hay una relación entre los roles del violento y la víctima’. Ambos personajes están allí para ser aprendidos por la audiencia. Adicionalmente, mientras más asiduamente se mire la televisión, más vulnerable es quien la mira ante estos aprendizajes” (Carter & Weaver, 2003, pág. 11).*

Gebner habla de la tesis del “mundo cruel o mezquino”, la cual sugiere que los usuarios frecuentes de la televisión, en particular, se vuelven más temerosos y tienden a ver el mundo como un lugar más peligroso de lo que es en realidad.

Desde luego, al igual que en los estudios generales sobre los efectos de los medios, son muchas las críticas que se han hecho a las perspectivas teóricas anteriormente descritas. Las mismas son agrupadas por Carter y Weaver (2003) en una cuarta categoría que llaman “**argumentos sobre efectos limitados (o no efectos causales)**,” los cuales refutan que la violencia mediática tenga impacto directo y negativo sobre las conductas y actitudes de quienes la observan, o sobre su percepción del mundo más allá de la televisión, medios impresos, películas o la Internet. Hay quienes abogan por interpretaciones sociológicas del comportamiento humano por encima de las teorías psicológicas que tienden a dominar las investigaciones de los efectos, mientras que hay quienes objetan el peso que las investigaciones en la tradición de los efectos confieren a los medios de comunicación como determinantes de la conducta humana. Según Buckingham (citado por Carter y Weaver, 2003)

*“(...) los estudios conductuales de efectos fracasan en probar su hipótesis central: que la violencia mediática hace a la gente más agresiva de lo que hubiesen podido ser normalmente, o que las lleva a cometer actos violentos que de otra manera no hubiesen cometido. [La violencia mediática] pudiera influenciar la forma o el estilo de esos actos, pero no son en sí mismos suficiente causa para provocarlos. La investigación sociológica de la violencia en la vida real consistentemente sugiere que sus causas son multifactoriales; y ella raramente da mucho crédito a los reclamos exagerados sobre el impacto de los medios de comunicación. En este contexto, buscar evidencia sobre los ‘efectos de la violencia mediática’ es persistir en la formulación de preguntas simplistas en torno a complejos fenómenos sociales” (2003, pág. 12).*

Otra de las críticas formuladas a quienes tratan de probar los efectos de la violencia mediática señala que estos estudios dejan de lado el examen de cómo las audiencias interpretan las representaciones de violencia. Este punto es particularmente importante frente a las investigaciones sobre la recepción de la audiencia que han demostrado, consistentemente, que las mismas se involucran con los textos mediáticos y les interpretan de maneras complejas, siendo capaces de adoptar posturas críticas y resistir interpretaciones de dominación ideológica. Un ejemplo demuestra cómo televidentes utilizan los contenidos mediáticos del género ficción como un escape de la cotidianidad que tiene relativamente poco o ningún impacto sobre sus realidades sociales o políticas. Pero esta visión también ha sido criticada por promover la idea de que las audiencias son “consumidores/as soberanos/as y responsables, absueltos por la ideología”, negando que la televisión, o los medios de comunicación en general, tengan influencia alguna en la manera de ver el mundo y las experiencias individuales en el mismo (Carter & Weaver, 2003). Este último punto ha sido refutado a su vez, mediante estudios que exploran cómo las audiencias televisivas interpretan programas que tienen que ver con temáticas tales como el VIH/SIDA, crimen y violencia, armas nucleares, etc., encontrando que dependiendo de la manera en la cual las mismas sean presentadas, se puede lograr un impacto significativo de su comprensión.

Los esfuerzos hechos por determinar la influencia o efectos – directos o indirectos – de la violencia mediática casi siempre se han centrado en lograr establecer una relación causal entre ésta y situaciones de violencia reales. Gaunlett (citado por Carter y Weaver,

2003) señala que, luego de décadas de investigaciones sobre efectos, no se han podido probar tal relación causal, sea porque los mismos no existen o porque las investigaciones han abordado la cuestión desde una perspectiva equivocada. Sugiere entonces el uso de métodos cualitativos que privilegien el escuchar lo que las audiencias tienen que decir sobre los contenidos mediáticos como salida al maniqueísmo que ha caracterizado al debate sobre violencia mediática y que proviene, originalmente, del debate general sobre los efectos de los medios.

Carter y Weaver (2003) señalan sobre esto

*“Dado que muy pocos estudios (por no decir ninguno) parecieran poder establecer de manera empírica tales relaciones causales, algunos críticos han sido llevados a la conclusión de que la violencia mediática tienen poco o ningún efecto sobre las audiencias. Y sí ninguna causa y efecto puede ser firmemente establecida, como algunos proponentes de esta última visión insisten, entonces el seguir este argumento a su conclusión lógica nos lleva a una calle ciega intelectual: se hace imposible objetar la violencia mediática. ¿O no?*

*Es cierto que los intentos por probar y medir las relaciones directas entre la violencia mediática y la conducta humana a menudo tienden a dejar de lado la formulación de preguntas más difíciles sobre los contextos en los que las audiencias otorgan sentido a la violencia mediática. Por otra parte, dejan de considerar cómo la violencia mediática modela el sentido de identidad y las relaciones con el mundo social de las audiencias. Las investigaciones de los efectos también han fallado en asumir los modos complejos en los cuales, a lo largo del tiempo, la violencia mediática puede contribuir a la construcción de sensibilidades y expectativas sociales más amplias (cada vez más globales) sobre género, raza, sexo, clase, nacionalidad y otros. Sin*

*embargo, dejar de lado investigaciones que buscan atender preocupaciones ampliamente compartidas sobre violencia mediática y sus relaciones con la violencia en la sociedad nos lleva atrás, hacia una posición (en la que es) casi imposible argüir experticia para hablar en nombre de las audiencias (y en consecuencia marginalizando o silenciando esas voces). Existen preocupaciones y temores públicos muy reales y a menudo profundamente sentidos asociados con la violencia mediática. Desecharlos de manera casual o impaciente (...) y sugerir que los ‘reclamos sobre los posibles “efectos de la violencia mediática” no sólo son falsos, sino que van desde lo tonto a lo malintencionado’ deja de lado un punto crucial. (...) Si bien pudiéramos estar de acuerdo en que los efectos directos y causales son difíciles, si no imposibles (o siempre deseables) de relacionar directamente a los contenidos de violencia mediática, abogamos por la continuación de investigaciones sobre efectos de los medios críticamente informadas (tal como las de algunos teóricos del cultivo). La ausencia de apoyo a este tipo de trabajo (...) nos pudiera conducir a una situación en la cual damos la espalda a cualquier y todos los daños culturales potenciales cultivados por la violencia mediática. (...) No estamos de acuerdo con la visión de que la violencia mediática en sí misma es la causa única o predominante de la violencia social. Consideramos esta posición como intelectualmente inadecuada (...) En nuestra opinión, sería equivocado concluir, sin embargo, que no hay motivo de preocupación sobre la violencia mediática y que la misma nunca o raramente ha tenido algún efecto (negativo u otro) sobre cualquiera. Aunque no es posible, y a menudo no es productivo, tratar de probar que las representaciones violentas directamente llevan a acciones violentas en una cadena de causas y efectos, ciertamente existen conexiones fundamentales e intrincadas entre las representaciones y las actitudes humanas. (...) tales conexiones demandan que sigamos tomando las representaciones mediáticas seriamente. La variedad, disponibilidad y accesibilidad de los*

*medios en las sociedades occidentales creció enormemente a lo largo del siglo XX. Los medios juegan un papel cada vez más importante en la conformación de todos tanto individual como colectivamente en sociedad. Puede que no sepamos exactamente qué tipos de influencia tienen los medios sobre nosotros, pero sigue valiendo la pena seguir tratando de averiguar cómo los medios pueden contribuir a modelar nuestra percepción de nosotras mismas y de otros y nuestra relaciones jerárquicas con otros en el mundo” (pág. 14 y 15).*

Ante un debate que presenta no pocos dilemas y preguntas sin respuestas, donde argumentos y contra-argumentos en torno a aspectos específicos de investigaciones o de teorías enteras sobre los efectos de la violencia mediática parecieran ser ilimitados, y hasta pudiera decirse que los hay para cada gusto, recaer en el terreno del criterio personal, alineado con las propias convicciones y maneras de pensar, la decisión de cuál postura tomar ante la disyuntiva de sí los medios producen efectos o no, y sí la violencia mediática produce violencia en el mundo real. Esto, desde luego, no le resta seriedad a las diversas posiciones existentes en torno al asunto, pero pareciera sugerir que no son necesariamente basamentos científicos los que nos ayudarán a encontrar una respuesta. De hecho, hay quienes sugieren que implicaciones políticas y religiosas interfieren con los procesos de toma de postura tanto en este debate (en línea con los argumentos de Gaunlett discutidos anteriormente) como en el debate general sobre los efectos de los medios (Steven, 2003; Carter & Weaver, 2003; Gaunlett, 2002). Más aun, como Neil Malamuth advirtió ya en los años 80, poderosas consideraciones de orden económico muy seguramente tendrán que ver con cuál lado del debate se estará de acuerdo

*“Si se llegara a un punto en el cual concluimos que el peso de la evidencia es suficientemente convincente para justificar la acción social a fin de propiciar cambios en el contenido de los medios de comunicación, ¿cómo pudiera ser esto logrado? Debemos reconocer que la realidad de demostrar científicamente la existencia de efectos negativos posiblemente no será suficiente para producir cambios cuando fuertes factores económicos y estructurales-institucionales se resisten a esos cambios”* (Malamuth, 1984, pág. 41).

En todo caso, en línea con lo dicho por Carter y Weaver, hemos señalado que atribuir a los medios de comunicación la responsabilidad de problemáticas sociales complejas como la violencia y, en particular, la violencia contra la mujer, sería no sólo inexacto sino irresponsable, porque ignoraríamos los muchos factores, que van desde lo psicológico, lo fisiológico y lo social hasta lo económico, que intervienen en la conformación del perfil de cada individuo y de la sociedad. Una manera de interpretar lo que las investigaciones sobre los efectos de la violencia mediática nos dicen, y totalmente en línea con la cita anterior de Carter y Weaver (2003), es lo que la UNESCO (1999) y la Sociedad Internacional para la Investigación de la Agresión –ISRA por sus siglas en inglés - (2011), han venido señalando: que la violencia mediática es un factor de riesgo en el desarrollo de conductas violentas en las sociedades e individuos. Desde la teoría de los efectos cultivados, observamos que la violencia mediática tiene efectos que influyen en la manera de percibir el mundo y construir su realidad, y que su efecto acumulado puede producir conductas violentas. Y desde la teoría del aprendizaje social, observamos cómo niños y niñas aprenden a través de la imitación y el modelaje, de manera que

podrían concluir que la violencia, utilizada en la televisión<sup>13</sup> o en otros medios, es la vía correcta y aceptada para resolver conflictos en el mundo real. Pero ninguna de las dos sugiere que exista una relación causa-efecto directa, comprobable. Ambas asumen el poder de los medios como un elemento muy importante, pero en ningún caso único, en el proceso de socialización y de construir una visión del mundo.

Las conclusiones del estudio de la UNESCO, que contó con la participación de unos 5,000 niños y niñas de 12 años provenientes de 23 países (5 latinoamericanos), hablan de la universalidad de la violencia mediática y cómo ésta es presentada primordialmente en un contexto de recompensa: dependiendo de las características particulares del niño o niña, la violencia mediática satisface distintas necesidades, bien compensando frustraciones o déficit de quienes viven en zonas menos privilegiadas, o proporcionando emociones a niños y niñas en entornos menos problemáticos. Su omnipresencia es asociada al desarrollo de una “cultura global agresiva” (1999). Por su parte, el informe sobre violencia mediática de ISRA, basado en el modelo sobre riesgo y resiliencia, sostiene que si bien ningún factor individual de riesgo es suficiente para causar conductas agresivas por sí mismo, cada factor aumenta la posibilidad de agresión, especialmente en respuesta a provocaciones. Concluye el informe que tomando en consideración numerosas características de niños y niñas y de sus ambientes, incluyendo factores de protección y de riesgo, las investigaciones demuestran claramente que el

---

<sup>13</sup> Sí bien hablamos acá de todos los medios de comunicación, es importante la preponderancia que la gran mayoría de los estudios sobre los efectos de la violencia mediática otorgan a la televisión. George Gebner señala que “(...)la televisión ha sido vista como un medio entre muchos otros, en vez del vehículo principal del entorno cultural a través del cual la mayoría de los niños crecen y aprenden” (Dines y Humez, 2003: 340)

consumo de violencia mediática “(...) *aumenta el riesgo relativo de agresión, definida como daño intencional a otra persona que puede ser verbal, relacional o física*” (2011).

En el año 2000, la Asociación Americana de Pediatría (AAP, por sus siglas en inglés), conjuntamente con otras cinco asociaciones médicas prominentes de los Estados Unidos, presentaron una declaración conjunta ante una cumbre sobre salud pública celebrada en el Congreso de ese país, en la que se expresó el consenso existente en la comunidad médica sobre los muchos efectos que la llamada “violencia del entretenimiento” tiene en la salud, bienestar y desarrollo de niñas y niños. Basándose en el resultado de más de 1000 estudios que, según señalan, establecen de manera abrumadora una conexión causal entre la violencia mediática y conductas agresivas en algunos niños y niñas, afirmaron que “(...) *la televisión, las películas, la música y los juegos interactivos son poderosas herramientas de aprendizaje y medios altamente influyentes*” (2000). Agregan que el niño o niña estadounidense promedio pasa hasta 28 horas a la semana mirando la televisión y al menos una hora al día jugando un videojuego o navegando en la Internet. La declaración expresa que si bien los medios tienen el potencial de instruir, inspirar y estimular, cuando lo que se presenta en ellos es violencia, y particularmente cuando dicha violencia es presentada de manera glamorosa o trivial, “(...) *las lecciones aprendidas pueden ser destructivas.*” La postura asumida por la AAP en esta declaración es consistente con la de numerosos académicos y organizaciones – incluyendo las ya citadas como UNESCO e ISRA – en el sentido de considerar a los medios y la violencia mediática como un factor de riesgo entre otros factores importantes

tales como composición familiar, influencia de pares, disponibilidad de armas, entre muchos otros.

Algunos de los efectos negativos medibles de la exposición a la violencia como entretenimiento identificados por la AAP (2000), son:

- Mirar violencia puede llevar a violencia en la vida real. Niños y niñas expuestos a programación violenta a temprana edad tienden a exhibir mayores conductas violentas y agresivas de adultos que aquellos que no están expuestos.
- Niños y niñas que miran gran cantidad de violencia tienen grandes posibilidades de ver la violencia como una manera efectiva de resolver los conflictos y de asumir que los actos violentos son conductas aceptables.
- La violencia titilante cometida en contextos sexuales y la violencia en “comics” son consideradas particularmente peligrosas por cuanto dan pie a que se asocie a sentimientos positivos el hacer daño a otras personas.
- La exposición a violencia mediática conduce a ansiedad, depresión, desorden post-traumático o dificultades para conciliar el sueño, incluyendo pesadillas.

En otra declaración, la AAP señala que de los 33 videojuegos más populares en los Estados Unidos, 21% presenta violencia contra la mujer, y agrega que la fuerza de la correlación entre la violencia mediática y conductas violentas encontrada en meta-análisis es mayor que la encontrada entre el consumo de calcio y la masa ósea, o entre el consumo

de plomo y un bajo coeficiente intelectual, o entre el consumo de tabaco y cáncer de pulmón. Relaciones éstas, señalan, aceptadas por gremios médicos y sobre las cuales basan la medicina preventiva sin cuestionamiento alguno (2001).

Finalmente, vale la pena citar a Gebner (2003) sobre la importancia de los medios de comunicación, particularmente la televisión, en nuestra vida moderna y que pareciera ser menospreciada por quienes rechazan de plano la tesis de los efectos de los medios

*“Por primera vez en la historia de la humanidad, la mayoría de las historias sobre las personas, la vida y los valores son dichas, no por padres y madres, escuelas, iglesias, u otros en la comunidad que tienen algo que contar, sino por un grupo de distantes conglomerados que tienen algo que vender”* (pág. 342)

Que los estudios y teorías que tratan de demostrar los efectos de la violencia mediática están, según sus críticos, basados en medias verdades o son llevados a cabo en condiciones artificiales, no pueden ser argumentos suficientes para rechazar y dejar de lado una tradición de investigación que, si bien no ha dado la respuesta causal que algunos aspiran, ha hecho aportes importantes en la comprensión de la relación entre contenidos violentos de los medios y la violencia interpersonal del mundo real.

### **Violencia, medios y género**

En el contexto de la violencia mediática, estimamos de relevancia considerar brevemente las representaciones que hacen los medios en torno a la imagen del hombre, toda vez que pareciera que la norma es asociar lo masculino con lo violento. En un

interesante artículo que analiza el papel de las leyes y las cortes en la regulación de la violencia en los deportes, a través de la contienda de boxeo que tuvo lugar en el Canadá de 1913, en la cual Luther McCarty murió luego de un knockout de Arthur Pelkey, lo cual dio pie a su enjuiciamiento y posterior exoneración por el cargo de homicidio, se muestra cómo desde hace ya mucho tiempo los deportes han sostenido y reproducido tipos particulares de masculinidad, y han servido para naturalizar una variedad de formas de violencia masculina

*“La violencia masculina que es rutinariamente sancionada por los deportes y los hombres agresivos que son frecuentemente glorificados por sus proezas deportivas han hecho del deporte una de las pocas áreas sobrevivientes de la vida social que legitima el uso de la fuerza y promueve el respeto por los hombres vigorosos” (Wamsley & Whitson, 1998).*

Y es que hacemos un flaco favor a la causa de la igualdad y de la erradicación de la violencia contra la mujer si nuestra preocupación se centra tan sólo en evitar que a las mujeres se nos siga estereotipando, degradando e invisibilizando en los medios de comunicación, mientras a los hombres y niños se les sigue presentando – desde los estereotipos también – como seres agresivos o que usan la violencia como el vehículo para llevar adelante sus vidas – tanto en lo familiar como en lo profesional. Si partimos de la premisa de que imágenes y mensajes de los medios afectan – en alguna medida - la manera de construir el mundo y entender nuestra realidad, no podemos menos que pensar que los estereotipos del macho violento – héroe o villano – rudo y desconectado con sus emociones, influyen en la vida de hombres y niños, y en la construcción de su identidad

de cara a lo que significa la hombría y el papel social de los varones. Analizar la violencia mediática sin tomar en cuenta la variable género sería una omisión que pudiera restar en la comprensión de la relación entre esta y la violencia contra la mujer, como analizaremos más adelante. Sin embargo, pareciera que este tipo de análisis no ha recibido la atención que merece. Sí bien se ha trabajado recientemente en temáticas relativas a la construcción de la masculinidad y el papel de los medios de comunicación en ello, y a menudo se encuentran afirmaciones que hablan de una “crisis de la masculinidad”, refiriéndose a la reconfiguración del papel social del hombre en función de las transformaciones ocurridas al papel social de la mujer y los avances del feminismo, pareciera que el estudio de la violencia mediática y su aparente naturaleza masculina no ha sido examinado tan ampliamente. Jackson Katz, académico y activista de los Estados Unidos dedicado a escribir, dar charlas y producir materiales audiovisuales en torno a la violencia y la masculinidad, ha sugerido que el debate en torno a la violencia mediática no considera al género como variable de análisis, y mucho menos ofrece una deconstrucción del orden de los géneros y la manera en la cual las definiciones culturales de masculinidad y feminidad pudieran estar implicadas en la violencia. Pero antes de Katz, ya algunos autores advertían que la violencia está asociada a lo masculino. Y, en ese sentido, la violencia mediática también lo está. En 1987, Fiske (citado por Carter y Weaver, 2003) señalaba que la violencia en programas de acción está codificada, predominantemente, como masculina, y la misma está diseñada para atraer espectadores varones jóvenes. Partió de la idea de que la violencia estructural del género de acción proporciona un punto fantasioso de identificación para jovencitos cuyos cuerpos aún no

son lo suficientemente fuertes para darles el poder ideológicamente requerido. Así pues, las series violentas de acción, según Fiske, promueven la ideología patriarcal al ocultar la inseguridad masculina mientras, simultáneamente, sancionan el poder masculino.

Para Katz (2003), en la cultura patriarcal, las conductas violentas son típicamente relacionadas con lo masculino – sin que ello quiera decir que todos los hombres son violentos. Agrega que sólo basta mirar desde lejos cuán predominantes son las imágenes culturales que vinculan varias masculinidades al potencial para la violencia, siendo la industria del cine una fuente clave en la construcción de nociones dominantes de lo que constituye ser hombre hoy en día. Las películas han introducido en la cultura global una serie – aparentemente inagotable – de íconos violentos del sexo masculino: Arnold Schwarzenegger, Silvestre Stallone, Jean-Claude Van Damme, y Bruce Willis. Especula que en momentos en los cuales los hombres, particularmente blancos, en los Estados Unidos, tenían que hacer frente a retos de orden económico y social, y, en especial, al creciente desafío presentado por el movimiento feminista de los 70 y los 80 a la hegemonía masculina, surgen estos personajes como un reducto en el cual hombres y muchachos se refugian. Estos héroes demuestran que un área del poder masculino aún era posible de resguardar: el tamaño y fuerza física, y la habilidad de usar la violencia exitosamente. Brod (citado por Katz, 2003) afirma que las imágenes persistentes de la masculinidad sostienen que los “hombres de verdad” son físicamente fuertes, agresivos y están en control de su trabajo. Este prototipo de hombre, íconos de la violencia masculina, abundan en revistas para hombres, periódicos, comerciales de radio y

televisión, videojuegos, y películas en la forma de jugadores de fútbol, boxeadores, militares, corredores de carreras, entre muchos otros.

En un análisis en torno a cómo las construcciones hegemónicas de la masculinidad hechas por la publicidad de revistas de gran circulación en los Estados Unidos normalizan la violencia masculina, Katz (2003) plantea que en una era en la cual las distinciones de género rígidas han empezado a distenderse, la publicidad se plantea como reto enfatizar y hacer visibles las diferencias de género, es decir, definir lo masculino en oposición a lo femenino. Y ello requiere de una reafirmación constante de lo que constituye ser uno u otro. Desde el plano de lo simbólico, las imágenes violentas y aquellas que comunican poder y control son equiparadas a lo masculino, y las de pasividad y sumisión a lo femenino. Según Katz, la necesidad de marcar las diferencias de género puede explicar, en cierta medida, la casi omnipresencia de representaciones de violencia masculina que se encuentra en la publicidad, videojuegos, canciones de rap y rock (añadiremos aquí reggeatón), videos musicales, juguetes para niños, comiquitas, lucha libre profesional, películas, y la cultura deportiva. Concluye que mediante la diferenciación de masculinidad de la feminidad, las imágenes de agresión y violencia masculina – incluyendo violencia contra la mujer – confiere a los jóvenes un grado de auto-respeto y seguridad (no importa cuán ilusoria) en el marco de roles masculinos de mayor valor social. Sobre esta base, tendríamos entonces que el atractivo de la violencia para los hombres está imbuido en la publicidad de muchas maneras: íconos masculinos violentos (particularmente atletas o superhéroes agresivos), los cuales explotan las

inseguridades de los hombres por no ser suficientemente grandes, fuertes o violentos, a fin de que compren productos que puedan hacerlos “lograr” esas cualidades; presentación de la violencia como conducta genéticamente programada como masculina; uso de simbolismo militar y deportivo para incrementar la identificación y atractivo masculinos de productos; asociación de la musculatura con el ideal masculino; y la presentación de la heroicidad masculina como equivalente de violencia masculina. En otro trabajo, titulado *“Tough Guise – violence, media and the crisis of masculinity”* (Cubierta ruda – violencia, medios y la crisis de la masculinidad), Katz (2006) propone que la idea de que la masculinidad es igual a rudeza es sólo una pose, una actuación, aprendida a través no sólo de la música, las películas o los videjuegos, sino de la cultura en general que le dice a los niños y jóvenes que la manera de convertirse en “hombres de verdad” es a través del poder y el control, que el respeto está vinculado a la fuerza física, la amenaza de la agresión y la habilidad de asustar a la gente. Ante la pregunta de por qué niños y jóvenes se comportan de manera violenta, Katz propone que la respuesta no es solamente debido a canciones, películas o juegos de video violentos, sino al contexto social donde el mensaje constante es que la hombría está conectada al poder, el control y la violencia:

*“Es decir, no es sólo en estos pocos lugares (como juegos de video o películas) pero en lo que pasa como cultural normal. Es parte normal del entrenamiento y condicionamiento y socialización de niños y hombres. Ese es el punto que mucha gente no quiere escuchar, pero sí observas la cultura en la cual estos muchachos están inmersos, la violencia es normal, parte natural, no sólo del mundo, sino del ser masculino o el ser un varón en el mundo”* (2006).

Una de las áreas que, según Katz, reproduce estereotipos masculinos asociados a la violencia es el género deportivo

*“Sería ingenuo de nuestra parte pensar que la manera en la cual los hombres adultos actúan en el campo de juego o fuera de él, no tienen impacto en cómo los niños aprenden a pensar en sí mismos como hombres. Pero es importante recordar que lo que se está enseñando en muchos deportes modernos no es sólo violencia y agresión, sino una idea aún más poderosa de que ser un hombre de verdad tiene que ver con ser intimidante y controlador” (2006)*

La socialización de niños y jóvenes, en la cual juegan un papel importante los medios de comunicación, se produce entonces en un contexto que naturaliza la asociación de lo masculino a lo agresivo y violento, lo cual es reforzado por contenidos mediáticos de todo tipo.

Concluye Katz (2006)

*“(…) sí tomamos esta visión amplia de la violencia mediática, podemos ver que reduciendo significativamente la violencia involucra mucho más que simplemente evitar que los niños utilicen videojuegos violentos o vean películas violentas. (...) Sí queremos abordar seriamente la disminución de la violencia (...) tenemos que enfocarnos en todas las maneras diferentes en las cuales nosotros como sociedad estamos construyendo la violencia masculina como una norma cultural, no como algo inusual o inesperado, sino como una de las maneras en las cuales los niños se convierten en hombres.”*

¿Qué nos dicen los medios de comunicación entonces? Cuando los estereotipos – femeninos y masculinos - ofrecen una visión distorsionada de la realidad, los efectos

podrían llegar a ser negativos sobre la manera de concebir a los demás, y a sí mismos, en sociedad. Hombres criados a la sombra de modelos y referentes violentos y agresivos, o cuya virilidad se encuentra determinada en función del poder, el control y la violencia, tienen grandes posibilidades de hacer uso de estos recursos cuando las mujeres desafían los estereotipos reproducidos y magnificados por los medios de lo que debe ser y hacer una mujer. Por ejemplo, Signorelli (2009) sostiene que existe evidencia considerable, desde estudios llevados a cabo en el marco del paradigma del cultivo, que habla de cómo la subrepresentación sistemática de las mujeres y sus roles en programas de televisión genera que quienes miran más televisión tienden a dar respuestas estereotipadas sobre el género cuando se les consulta en relación al papel de hombres y mujeres en la sociedad. Igualmente, adolescentes que consumen muchas horas de televisión identifican labores domésticas con estereotipos de género, así por ejemplo dicen que los varones deben cortar el césped y las hembras limpiar la casa. Otro estudio citado por Signorelli (2009) demuestra que estudiantes universitarios lectores de revistas masculinas, o espectadores de las 35 comedias o dramas más populares de los Estados Unidos expresaron estar de acuerdo con ideales tradicionales masculinos, particularmente en cuanto a la visión de las mujeres como objetos sexuales.

### **Violencia mediática contra la mujer**

La temática de la violencia mediática contra la mujer es un área prácticamente inexplorada desde el ámbito académico y de la investigación. En los países anglosajones, con larga tradición de estudios en violencia mediática, esta temática no ha sido abordada

de manera individual, sino dentro del contexto general de la violencia mediática que ya examinamos. Ni siquiera el exhaustivo estudio de la ONU sobre los tipos de violencia contra la mujer (2006), al que ya se ha hecho referencia en este texto, contempla la violencia mediática o la violencia simbólica en el contexto específico de la violencia contra la mujer. Sólo se han encontrado algunos artículos de investigadoras venezolanas y latinoamericanas en los que se examina la representación de estereotipos de belleza femenina o de atributos corporales y sus efectos sobre la propia imagen física o su incidencia en el desarrollo de trastornos alimentarios, sin considerar esto violencia. Así mismo, se han encontrado numerosos estudios sobre la cobertura de noticias relacionadas con la violencia contra la mujer en los medios de comunicación o de la utilización de la imagen femenina con fines comerciales en el ámbito de la publicidad, temas que reciben gran atención en países como España, pero fuera del contexto de la violencia mediática y/o simbólica contra la mujer (Lameiras Fernández, 2003-2005; Aubrey, 2006; Velázquez, 2004). Sólo en Argentina, país con una ley similar a la venezolana, se ha venido construyendo un cuerpo importante de escritos e investigaciones en torno a la violencia mediática y simbólica contra la mujer. La Profesora Luisana Gómez, del Centro de Estudios de la Mujer de la UCV, ofrece una visión de la situación

*“Distintos estudios han destacado el escaso desarrollo de investigaciones exhaustivas sobre esta problemática: «La imagen distorsionada y cosificada de la mujer que presentan los medios de comunicación ha sido un tema recurrente en los foros de discusión académica, así como en los coloquios informales alrededor del mundo, pero en nuestro país el asunto de los estudios de género vinculados a los medios no ha sido explorado de manera integral»” (2009).*

En este campo, encontramos que el tema que mayor atención ha recibido ha sido los efectos de la pornografía y la generación de violencia contra la mujer, lo cual ha sido analizado ampliamente desde la perspectiva feminista en el marco del paradigma de los efectos de los medios (Boyle, 2003). Y de los autores y autoras consultadas, quien se aproxima más al análisis de la violencia mediática en el contexto de la violencia contra la mujer es el Profesor Neil Malamuth de la Universidad de California, quien por más de 25 años ha examinado - desde el campo de la psicología y la investigación empírica - la cuestión de la violencia sexual en los medios y su impacto sobre la violencia contra las mujeres, aunque su abordaje es hecho desde una perspectiva clínica que hace difícil su aplicación general. Así mismo, se deben mencionar algunos estudios encomendados por Instituto Oficial de Radio y Televisión (IORT) de España que intentan abordar la problemática de la violencia en los medios y la violencia contra la mujer (López Diez, 2002; López Diez, 2005).

La violencia mediática por sí sola, como hemos visto, presenta grandes retos para la sociedad en base a sus efectos. Pero cuando analizamos la violencia mediática contra la mujer, observamos que la problemática es más compleja aún dado su carácter sistemático, que reproduce de forma repetitiva en distintos medios y en distintos formatos, contenidos que deshonran, humillan, explotan, discriminan y atentan contra la dignidad de mujeres, niñas y adolescentes. Las mujeres son presentadas de manera desproporcionada como víctimas, la violencia contra la mujer es casi siempre sexual, y a menudo los perpetradores suelen salir impunes al cometer este tipo de actos. La violencia

mediática contra la mujer conlleva el potencial de generar violencia contra la mujer en el mundo real, principalmente mediante el reforzamiento de los estereotipos que colocan a las mujeres en posición subordinada respecto a los hombres y que hacen ver como natural y aceptable no sólo esa posición, sino las agresiones en su contra, incluyendo su invisibilización.

La Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, con su novedosa tipificación de violencia mediática, establece una conexión fundamental entre los medios de comunicación y la violencia contra la mujer que da pie al desarrollo de un campo delimitado de estudio sobre la violencia mediática contra la mujer con gran potencial de influir de manera directa y propiciar un cambio cultural, expresado en representaciones mediáticas equilibradas de las mujeres.

### **Violencia contra la mujer: ficción y realidad**

¿Existe relación, entonces, entre la violencia mediática contra la mujer y la violencia contra la mujer en el mundo real? Como hemos visto, algunos estudios sugieren la existencia de algún tipo de relación entre ambas. De hecho, el Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer, en su Recomendación General N° 19 (1992), (apartado 12), señala que la pornografía, y la representación y otro tipo de explotación comercial de la mujer como objeto sexual, antes que como persona, contribuye a la violencia contra la mujer.

Es importante en este punto realizar una precisión. Existen representaciones de violencia contra la mujer en numerosos programas de televisión, artículos de prensa, contenidos de blogs, películas, etc. Y, como hemos visto, en algunos casos se presenta de manera desproporcionada a las mujeres como víctimas. ¿Deberíamos tomar estas representaciones como violencia mediática contra la mujer? En la mayoría de los casos, seguramente sí. Aunque existen instancias donde la línea argumental, bien sea de la película o el programa televisivo, recurre a la presentación de un acto de violencia contra la mujer para construir una historia. Un ejemplo de ello pudiera ser la película “Los Acusados” (The Accused) del año 1988, cuya trama gira en torno a una mujer que ha sido violada por un grupo de hombres y lleva su caso hasta los tribunales, o, como ya se ha comentado, la serie televisiva “La Ley y el Orden: Unidad de Víctimas Especiales” que aborda la investigación de casos de violencia contra las mujeres. Sin embargo, existen variedad de contenidos mediáticos que hacen uso de violencia contra la mujer en los que violaciones, golpes, insultos, humillaciones, etc., son mostrados de manera glamorosa, descontextualizada, o simplemente sin consecuencia alguna para los perpetradores. Estas expresiones constituyen violencia mediática contra la mujer. Al mismo tiempo, existen representaciones menos explícitas que también pudieran ser consideradas violencia mediática o violencia simbólica contra la mujer, aunque no presenten actos de violencia contra la mujer de categoría física, sexual o verbal. Estas tienen que ver con las representaciones de mujeres en posiciones subordinadas, estereotipadas, sin capacidad de decidir, mujeres objeto, o partes de mujeres (busto, glúteos, cuerpos sin cabeza), mensajes que presentan la debilidad o ciertas características erróneamente asociadas a las

mujeres basadas en la biología o el destino. La mujer sin cabeza del anuncio de cerveza, la chica semi-desnuda que anuncia una marca de motos, las películas y telenovelas que muestran a las mujeres como personas incapaces de hacerse cargo de sus vidas, son todas expresiones de violencia mediática y violencia simbólica contra la mujer.

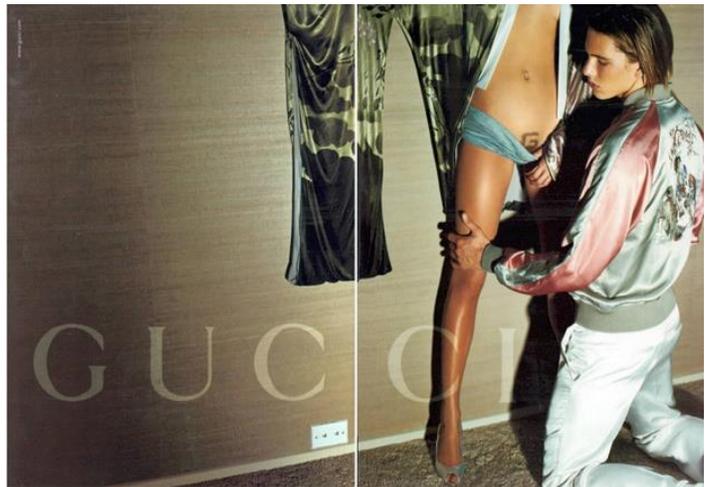
En cuanto a las representaciones de violencia contra la mujer hechas en series televisivas de drama y/o acción, así como en videojuegos, letras de canciones, videos musicales, páginas de Internet, blogs sexistas, ciberbullying, pornografía infantil, entre otros, los efectos asociados a este tipo de contenidos son reforzamiento de estereotipos de género, desensibilización de jóvenes a la violencia, tolerancia de la violencia masculina y trivialización de agresiones basadas en el género. Sobre aquellas imágenes que degradan y humillan a las mujeres, Kilbourne (citada por Carter y Weaver, 2003) señala que las mismas contribuyen a la normalización cultural de la violencia que llevan implícita. Por su parte, Caputi (2003) sostiene que las imágenes misóginas, cosificadoras y racistas son en sí mismas formas de violencia porque constituyen abuso emocional y psicológico de las mujeres a través de su minimización, humillación y degradación. Este argumento de Caputi es particularmente importante porque direcciona la comprensión de la violencia mediática contra la mujer hacia dos vertientes: en cuanto los efectos potenciales de la violencia mediática contra la mujer y su relación con la violencia contra la mujer en el mundo real; y en cuanto a cómo imágenes y mensajes humillantes, discriminatorios y degradantes ejercen violencia directa sobre las mujeres. Se trata de símbolos y mensajes

que reproducen los cánones esperados de las mujeres en el marco un modelo patriarcal de sociedad, que sirven de refuerzo al mismo, aunque no de manera consciente.



La cosificación sexual de la mujer es uno de los problemas más frecuentes en numerosos contenidos mediáticos, pero de manera especial en la publicidad. En cuanto objetos, las mujeres son representadas como disponibles para ser usadas, explotadas o maltratadas. De manera solapada, la violencia está presente en la gran mayoría de la publicidad. Sut Jhally (citada por Gallagher, 2001) señala que aunque el género puede ser definido de muchas maneras, en la publicidad es presentado como equivalente casi exclusivo de sexo: “Las mujeres son definidas primordialmente en términos sexuales (...)

(y) ver a las mujeres desde esta perspectiva estrecha, puede resultar en tratar a las mujeres como menos que humanas de verdad” (2001, pág. 95). Portugal (2007) denuncia la frecuencia del uso de imágenes y frases claramente asociadas a la



violencia sexista, particularmente en la publicidad, lo cual se ha dado a llamar “porno chic.” Sí bien no existe una definición formal de lo que esto constituye, el término “porno chic” ha sido utilizado recientemente para designar a las imágenes y mensajes que se emplean en la publicidad, la televisión por suscripción (en canales como HBO) y videos musicales, que provienen de la pornografía. El porno chic vino a reemplazar lo subliminal y el doble sentido, convirtiéndose en el recurso principal utilizado por las más importantes casas de moda del mundo en sus campañas publicitarias. Dolce y Galbana,

Gucci, Yves Saint Laurent, entre otras, han sido objeto de censura por el uso de imágenes explícitas, en algunos casos consideradas ofensivas. A esta tendencia se suman artistas importantes del pop - referentes culturales de millones de jóvenes en todo el mundo - incluyendo artistas femeninas como Beyonce, quien fue objeto de censura en el Reino Unido en 2010, a raíz de la transmisión de la cuña de su perfume “Heat”, el cual fue considerado de alto contenido sexual.<sup>14</sup>

Los géneros musicales reggeatón y rock pesado o heavy metal, han sido también asociados al uso de letras y videos musicales que degradan o humillan a la mujer, casi siempre presentada como un objeto sexual. Muchas canciones presentan letras de dudosa interpretación, llegando algunas a convertirse en apología de violaciones y castigo físico. El cantante de origen puertorriqueño conocido como Daddy Yankee, en su canción “En la cama” dice

*Yo quiero la combi completa/Que!/Chocha, Culo, Teta/*

*A ella le gusta que le den duro y se la coman/*

*A ella le gusta que le den duro y se la coman/Que!/A ella le gusta que se la coman/*

*A ella le gusta que le den duro y se la coman/Que/Be/Lla/*

*Ca mira esa muchacha cuando la vamos a desnudar*

---

<sup>14</sup> Huffington Post, edición publicada en línea el 11/17/2010. Consultada el 2 de julio 2014. Disponible en: [http://www.huffingtonpost.com/2010/11/17/beyonces-sexy-heat-commer\\_n\\_784717.html](http://www.huffingtonpost.com/2010/11/17/beyonces-sexy-heat-commer_n_784717.html)

Por su parte, en los videojuegos abundan los estereotipos sexistas: la mujer dominada, la mujer protagonista pero masculinizada, y la presentación de nociones distorsionadas de lo masculino (asociado exclusivamente a la competitividad) y lo femenino (asociado al conformismo) (Davies, 2006). Los medios de comunicación venezolanos recurren sistemáticamente a la presentación de la mujer sujeta a dudosos placeres derivados de la sumisión sexual, o como persona desinhibida frente a los hombres (González, 2008). La publicación para hombres “Urbe Bikini” o “UB”, altamente popular y una de las revistas con mayor circulación en el país hasta hace pocos años, convertida actualmente en un portal Web, ha sido criticada por sus contenidos sexistas y por su uso indiscriminado de imágenes que cosifican a la mujer y la convierten en objeto sexual. Para Gómez (2009), los contenidos de UB incurren en violencia mediática y simbólica contra las mujeres, por cuanto se recurre al uso de expresiones sexistas, cosificadoras de la mujer, expresiones misóginas y alusiones a feminicidios (como el Snuff.)<sup>15</sup> Peter y Valkenburg (2007) sostienen que existe un pequeño, aunque coherente, cuerpo de investigaciones dedicado a explorar la relación existente entre las representaciones mediáticas de la mujer en calidad de objeto sexual, y las nociones que desarrollan los y las adolescentes sobre la mujer en ese mismo sentido. Aunque no se ha podido determinar una relación directa y causal, se considera que sopesar la relación

---

<sup>15</sup> Gómez (2009) señala que con el término Snuff se hace referencia a la práctica de grabar en vivo casos de violencia y asesinatos reales, sin ayuda de efectos especiales, con fines de su distribución en el mercado negro con fines de entretenimiento. Sin embargo, aclara que es referida como una leyenda urbana puesto que no hay evidencias que confirmen la existencia o veracidad de estos videos.

entre ambas es de gran relevancia social en el marco de la consecución de sociedades donde exista la igualdad de género.

Más allá de los estudios existentes, es claro que vivimos en un mundo donde los contenidos de los medios difunden un número desproporcionado de imágenes y mensajes con algún tipo de contenido sexual, y que las mujeres son sistemáticamente presentadas como objetos sexuales. Desde el campo de la psicología se ha demostrado que las representaciones positivas de violencia contra la mujer conllevan el potencial de aceptar ese tipo de violencia, especialmente la de naturaleza sexual. Carter (citada por Carter y Weaver, 2003) señala que la violencia sexual presentada por los medios impresos británicos operan ideológicamente a través de su construcción discursiva de la violencia sexual como algo “normal”, “inevitable” y “ordinaria” (pág. 10). En el año 2009, el estudio “Mujeres en Peligro” (*Women in Peril*) publicado por el *Parents Television Council* de los Estados Unidos, examinó las representaciones de violencia contra la mujer en contenidos televisivos de horario estelar entre los años 2004 y 2009. Encontramos que el hallazgo más importante de este estudio lo constituye el hecho de que, mientras las representaciones de violencia mediática en general aumentaron en un 2%, el número de representaciones de violencia contra la mujer registraron un aumento de 120%. Así mismo, se encontró que muchas series de televisión trivializan la gravedad de la violencia contra las mujeres, particularmente en series de comedia. El estudio concluye que tales representaciones de violencia, mostradas de manera trivial y hasta humorística, pudieran estar contribuyendo a una atmósfera en la cual la juventud concibe la agresión y la

violencia contra la mujer como algo normativo, y hasta aceptable. Aun cuando el estudio no se atreve a afirmar que la violencia contra la mujer es “la nueva norma en la televisión”, señala que esta nueva tendencia es preocupante y merece atención

*“Un sinnúmero de millones de dólares son invertidos anualmente a nivel local, estatal, nacional e internacional para reducir la violencia contra la mujer y disminuir su impacto en la sociedad; pero la programación de la televisión actual pudiera estar socavando esos esfuerzos, como lo señaló la actriz Nicole Kidman. El 21 de octubre de 2009, Kidman testificó ante un subcomité de asuntos internacionales de la Cámara de Representantes (...) (que) Hollywood probablemente ha contribuido a la violencia contra la mujer al presentarlas como débiles objetos sexuales. La observación de Kidman de que Hollywood es parte del problema es consistente con un vasto cuerpo de investigación académica y médica que apunta a la violencia mediática como un factor de riesgo significativo que lleva a la violencia en el mundo real”* (Parents Television Council , 2009).

La exposición de niños y niñas a la violencia mediática es señalada como un factor de predicción en las conductas agresivas de jóvenes de ambos sexos. Por lo que se estima que sí la violencia contra la mujer es televisada, presentada como algo realista, en un contexto en el cual los y las espectadoras se identifican con los perpetradores, existe evidencia que confirma la influencia que esto puede tener sobre las conductas de niños y niñas. Malamuth (1984), por ejemplo, sostiene que la violencia contra la mujer presentada en los medios lleva consigo el potencial de generar más violencia de este tipo. Aunque su campo principal de estudio ha sido la violencia sexual contra la mujer en los medios, particularmente la pornografía, ha encontrado que los efectos, llamados por él

“antisociales”, resultantes de mirar violencia en los medios ocurren sea la misma de carácter sexual o no. En su opinión, existen razones teóricas para preocuparse acerca de la fusión de sexualidad y agresión en los medios: según su análisis, combinar sexo y violencia en estas representaciones “(...) puede resultar en un proceso de condicionamiento a través del cual los actos de agresión se asocian con la excitación sexual, un estímulo poderoso incondicionado y reforzador.” En su trabajo, publicado hace más de 30 años, “Agresión en contra de las mujeres: causas culturales e individuales” (1984), Malamuth señala que los eventos que vienen más fácilmente a la mente o que se encuentran más accesibles en la memoria, son más factibles de ocurrir. Por ello, señala que en la medida que los medios presentan imágenes de mujeres que supuestamente responden de manera favorable a la agresión masculina, tales imágenes pudieran venir fácilmente a la mente de las personas y afectar sus creencias, actitudes y comportamientos. Esto es consistente con las investigaciones realizadas sobre el papel de los medios de comunicación en “cultivar” las percepciones del mundo real, como por ejemplo las de George Gebner.

Basado en los datos derivados de sus pruebas de laboratorio, Malamuth ha intentado demostrar si factores culturales tales como los medios masivos de comunicación, pueden afectar las respuestas asociadas a la agresión contra las mujeres. También ha intentado indagar si algunos hombres son más propensos que otros a agredir. Es así como ha observado cómo características individuales de los hombres median el impacto de los mensajes difundidos por los medios, concluyendo que los hombres que

tiene inclinaciones relativamente altas a agredir a las mujeres no solo aceptan los mitos de la violación con un relativo grado mayor, sino que pueden ser particularmente susceptibles de ser influenciados por las representaciones mediáticas de tales mitos. Esta conclusión es consistente con hallazgos de otras investigaciones sobre los efectos de la violencia en la televisión sobre los niveles de agresión en niños (American Academy of Pediatrics , 2000). Una de sus más importantes conclusiones para la presente investigación es que los medios de comunicación pueden contribuir a un clima cultural que es más permisivo y tolerante de la agresión contra las mujeres. Según explica, tanto el entorno cultural como las experiencias individuales se consideran como las influencias ambientales “de origen” que afectan las respuestas “mediadas”, tales como patrones de pensamiento, excitación sexual, motivaciones, emociones y características personales. Estas respuestas son mediadas porque intervienen las influencias de origen y los comportamientos antisociales, incluyendo la violencia. Los medios son entonces una de las fuerzas culturales que pueden contribuir al desarrollo de tales respuestas mediadas (1984).

Existen, pues, razones para afirmar que tanto las representaciones de violencia contra la mujer como la violencia mediática ejercen influencia sobre la violencia en la vida real. Al mismo tiempo, existen indicios de que las representaciones de violencia contra la mujer, particularmente de índole sexual, también pueden tener un impacto sobre la problemática real de la violencia contra la mujer. Una conclusión posible en este punto sería entonces que las representaciones o mensajes que de manera directa o indirecta

exploten, discriminen, deshonren, humillen o que atenten contra la dignidad de la mujer con fines económicos, sociales o de dominación, que de acuerdo con la ley son violencia mediática, y las representaciones de violencia contra la mujer hechas por distintos contenidos de los medios, llevan consigo el potencial de generar violencia contra la mujer, con lo cual deben ser examinados y modificados. Por ello, la importancia de contar con la codificación de la violencia mediática como un tipo de violencia contra la mujer en la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia.

El presente análisis parte de la idea de que, ciertamente, la violencia presentada en los medios, tiene algún tipo de influencia o, si se quiere, efecto, sobre las audiencias. Tal idea se ve reforzada al observar prácticas que en algunos países buscan contener o modificar la manera en que las mujeres son presentadas en los medios de comunicación. En Canadá, por ejemplo, desde los años 80 se ha venido trabajado en la consecución de lineamientos y cánones para la representación de las mujeres en los medios de comunicación, y desde el año 1992 cuentan con una política sobre representaciones de género, cuya implementación y seguimiento fue originalmente hecho por la Comisión Canadiense de Radio-Televisión y Comunicaciones (CRTC), y posteriormente pasó a manos de *Advertising Canada*, entidad de autorregulación del sector publicitario. Una de las preocupaciones que tuvo en cuenta la Comisión durante la elaboración de esta política, tiene que ver con las “(...) potenciales consecuencias negativas de las representaciones de las mujeres, tales como actitudes sociales adversas hacia las mujeres, la discriminación en el lugar de trabajo, ausencia de modelos a seguir, y violencia contra

la mujer” (1992). En 2002, un estudio realizado en España por orden del Instituto Oficial de Radio y Televisión (IORT) (que depende de la Corporación Radiotelevisión Española de carácter público) sobre mujer, violencia y medios de comunicación habla de la existencia de un consenso en torno a la naturaleza estructural del problema de la violencia contra las mujeres, señalando que “(...) *su solución requiere modificaciones sustanciales en los comportamientos, actitudes y valores de hombres y mujeres*” (López Díez, 2002, pág. 26). Añade el estudio que además de la familia y la escuela, se considera a los medios de comunicación como instrumentos eficaces a través de los cuales “*las personas se informan, conforman sus creencias y forman su opinión; por eso la necesidad de lograr que los medios transmitan una imagen real de las mujeres y un mensaje positivo de su presencia en nuestra sociedad*” (López Díez, 2002, pág. 26).

La modificación de contenidos mediáticos que incurren en violencia mediática y simbólica contra la mujer es, entonces necesaria y posible. Como diría el catedrático español de la comunicación, Manuel Martín Serrano: la erradicación de la violencia contra la mujer pertenece al “*reino de las utopías realizables*”, pero que al igual que la esclavitud y el trabajo forzado, los cuales tardaron “*600 años en ser abolidos*”, de la misma forma hay que tener claro que “*la construcción de las relaciones entre los géneros basadas en la tolerancia, solidaridad y no explotación de las mujeres, exigirían un largo camino; pero los ritmos los marcaran la familia, la escuela y los medios de comunicación.*” (Martín Serrano, 2000, citado por López Díez, 2002). (Subrayado añadido)

## **Mujeres degradadas: ¿socialmente aceptable?**

Bajo el lema “Usa la Razón: que la música no degrade tu condición”, una campaña a través de la red social Facebook, trata de crear conciencia sobre los contenidos sexistas de temas musicales. Sí bien la campaña no describe sus objetivos o el tipo de música en particular hacia la cual desea llamar la atención, se ha hecho valer de fotografías que presentan actos de violencia contra la mujer, acompañados de frases extraídas de canciones de reggeatón. Las discusiones al pie de cada foto son una muestra interesante de distintos puntos de vista en torno al sexismo en distintos géneros musicales, con particular énfasis en el reggeatón, o a cómo las personas interpretan este género musical como una expresión de lo que en la práctica sucede en la sociedad. Una de las aseveraciones hecha por la campaña (aunque valga decir sin citar la fuente de la cual han extraído la información) es que 8 de cada 10 mujeres que escuchan reggeaton se sienten maltratadas por el mismo. Ante esto, uno de los usuarios identificado como Héctor García comenta

*Según el artículo “8 de cada 10 mujeres que escuchan reggeatón se sienten maltratdas por el mismo” Sin embargo bailan y perrean<sup>16</sup> de lo lindo!*

---

<sup>16</sup> Perrear o el perreo se utiliza coloquialmente para designar un tipo de baile donde los movimientos imitan a los de un acto sexual. Según Wikipedia, “la danza se conoce como perreo, por imitación de los movimientos del coito en la postura del perro.(...) Otra versión es que toma su nombre del movimiento característico de apareamiento de muchos animales. Especialmente de la forma y movimiento en que los canes machos se acoplan encima de la hembra. El baile también es denominado frecuentemente mediante la metáfora «sexo vestido, sexo con ropa o faje».” Consultado el 1° de Julio de 2014. Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Perreo>

Con relación a una foto que muestra a un hombre comiendo las entrañas de una mujer desnuda, amarrada, con el extracto de una canción de Daddy Yankee “A ella le gusta que le den duro y se la coman”, el usuario Romeo Collado comenta

*Es una canción de hace 10 años (...) en Puerto Rico se habla así y no es por ofender a ninguna mujer (...) usa la razón y aprenda el lenguaje de otros países antes de hablar.*

De lo anterior pudiéramos inferir, entonces, que la frase “en Puerto Rico se habla así” quiere decir que es aceptable o natural decirle a una mujer que le van a “dar duro” y se la van “a comer.” Igualmente, en el primer ejemplo, vemos como la justificación es que las mujeres “perrean” y les gusta, dejando entrever el hecho de que ellas aceptan de buena gana las letras de estas canciones.

Varios de los estereotipos femeninos presentados por los medios venezolanos son generalmente aceptados sin hacer una lectura crítica de los mismos. Un caso particular es la llamada cuaima. En nuestro contexto, es socialmente aceptable utilizar este término, y muchas mujeres lo utilizan para denominarse a sí mismas y a otras (tal es el caso de la periodista Erendira Gómez, quien se hace llamar “La Cuaima”). En un popular blog llamado “Erika, tipo web” de la animadora Erika De La Vega, un artículo de Alberto Barradas señala

*“Cuando un venezolano habla de una cuaima generalmente no está hablando de un animal sino de una mujer, (...) se le dice cuaima a una mujer con mal carácter, celosa e hipervigilante. Una cuaima más que un término despectivo, es descriptivo en el argot criollo. La cuaima se reconoce fundamentalmente por sus celos, sus mil formas de intentar descubrir la*

*infidelidad del hombre y por una enorme capacidad de manipulación en busca de la verdad. Toda agencia de seguridad e inteligencia debería tener una cuaima como jefe del departamento. Son perfectamente astutas a la hora de la vigilancia, el observar los gestos, ver detrás de las palabras, notar las ausencias, los silencios, las miradas, incluso son perfectas para captar olores. (...) Cuaima que se respete produce miedo en su pareja, de hecho los hombres temen enormemente toda acción cuaimática y siempre andan vigilantes de no meter la pata con respecto a ella. (...) No hay nada que supere la inteligencia y la astucia de una mujer que vive su vida protegiendo que nadie se lleve a su marido y pensando que toda mujer es un potencial peligro para su estabilidad como pareja. (...) Uno de los métodos predilectos de una cuaima es la de poner trampas. Cuenta cuántos condones tiene el marido o novio, se fija en la fecha de vencimiento por si los cambia, crea cuentas alternas a la suya principal en Twitter para seducir a su marido y ver si éste cae en el juego (...) Una cuaima es el detective perfecto y eficaz. Nada se le escapa, solo su cordura. La realidad es que la vida de una cuaima es profundamente triste. Siempre vigilante, insegura, amargada y celosa. Al final siempre terminan dejándola, o lo que es peor, siéndoles infiel. Una cuaima con su actitud lo único que logra es que el hombre siendo tan vigilado y sometido por ella, se busque otra un poco más dócil y que le dé una mejor calidad de vida. La cuaima es lo que sería el machista en los hombres. Cuaima que se respete, en realidad vive sola. Nadie podrá amarla, quizás temerle, pero amarla no. He allí su propia trampa, su propio destino. (Subrayado añadido)<sup>17</sup>*

La actitud de la cuaima es, entonces, la fuente de sus propias decepciones amorosas y, más importante, de la infidelidad de los hombres con los que entable

---

<sup>17</sup> Alberto Barradas “La Cuaima”. En *Erika, Tipo Web*. Sin fecha de publicación. Consultado el 1 de julio 2014. Disponible en <http://www.erikatipoweb.com/actualidad/la-cuaima/>

relaciones de pareja. Condenada a la soledad porque sólo así se ganará el respeto, todas las responsabilidades recaen sobre sí misma, y es la causa de las trasgresiones de otros. Este argot criollo va, sin duda, cargado de un significado denigrante. Socialmente aceptado su uso, en contextos públicos y privados, escogemos ignorar la violencia implícita en él. No es de sorprendernos que una mujer con al menos una de las características descritas sea, de plano, considerada cuaima, con todos los prejuicios que ello conlleva. Y mucho menos sorprendente sería observar cómo aquellas mujeres consideradas cuaimas son disciplinadas a través de la violencia física, verbal o de otro tipo. No hay quien pueda afirmar que el término cuaima está asociado a las cualidades positivas de las mujeres y, muy por el contrario, desestimar su carga negativa y derogatoria tildándola de un simple venezolanismo demuestra lo arraigada que está la cultura machista en nuestro país. Más serio aún es el hecho de que, en nombre de la cultura local, de lo socialmente aceptado en nuestra sociedad venezolana, recurramos a la relatividad cultural para justificar el uso de epítetos que mantienen a las mujeres subordinadas, que las estigmatizan, y que contribuyen a reforzar estereotipos dañinos.

La cultura erotizada, que ve como normal la cosificación de la mujer en mensajes e imágenes de los medios de comunicación, que la usa en su rol sensual, que recurre de manera indiscriminada a la utilización de la imagen femenina descontextualizada y denigrante, para vender productos que van desde yogurt hasta repuestos de vehículos, pareciera ser culturalmente aceptable en el ámbito venezolano, lo cual explicaría el por qué los medios de comunicación y la publicidad hacen uso de ella. La mujer sin rostro,



partes de mujeres fotografiadas y colocadas como componente principal de piezas publicitarias y la constante presentación de mujeres con muy poca ropa en la contraportada de algunos diarios de circulación nacional, son asumidos como algo natural, inherente a la cultura venezolana. Igual o más ampliamente

aceptado, es el título de “país de la belleza” o “el país de las Misses”, derivado del fenómeno cultural de los certámenes de belleza, principalmente el Miss Venezuela. ¿Acaso no ocultan un tipo de violencia contra la mujer estos certámenes? ¿Qué tipo de mensaje transmiten más allá de recordarnos cuán lejos de los cánones de belleza socialmente esperados estamos la mayoría de las mujeres, pero aun así, caemos en la

trampa de creer que nuestro valor como humanas y la medida de nuestro éxito está ligada a nuestra apariencia física?

Finol (2012) dice que nada permite analizar mejor el cuerpo en cuanto “producto semiótico” que los concursos de belleza, ya que es en ellos – y en los desfiles de moda – donde la ideología ligada al cuerpo globalizado y hecho espectáculo es donde se manifiesta de forma más sorprendente. Agrega que en estos concursos nos encontramos con

*“(...) los imaginarios creados por los medios para constituir el modelo de cuerpo globalizado (...) que se expresa (...) a nivel de cuerpo físico y luego a nivel de cuerpo vuelto público. A nivel físico, los medios han impuesto un modelo de mujer blanca, delgada, alta, de cabello largo, modelo que a su vez es la expresión de un concepto promovido por las grandes compañías creadoras de la ‘tecnología de la belleza.’ Se trata de un cuerpo medible, cuantificable, y es por eso que los organizadores y promotores hacen énfasis sobre el peso, la talla, las diversas medidas, la edad (...) Se sabe que esta ‘experiencia física del cuerpo’ sostiene una visión particular de la sociedad. Y esta visión no es otra que la de la sociedad donde todo se convierte en mercancía y legitima el espectáculo generalizado. Se trata, entonces, de una experiencia física convertida también en representación social.”*

Sin embargo, en Venezuela, hacer una lectura crítica de los certámenes de belleza puede ser interpretado como una trasgresión incomprensible de lo que es culturalmente aceptado y asumido como “parte” de nuestra identidad. Observamos con frecuencia cómo se invoca la cultura local para justificar la sobre-exposición de las mujeres en los

medios de comunicación, los chistes sexistas usados en series de humor o las representaciones mediáticas en las que las mujeres son sólo un adorno o el objeto de deseo de personajes masculinos o la personificación de la cuaima en su expresión más exagerada. La prioridad que belleza y apariencia física tienen en la sociedad venezolana, que van de la mano del consumo de productos y servicios, incluyendo de dudosa reputación poniendo en riesgo la vida misma como en el caso del uso ilegal de biopolímeros para el aumento de los glúteos, son asuntos reivindicados por muchas mujeres como expresiones de su libertad de decidir qué hacer con sus cuerpos, sus identidades y hasta su sexualidad. Sin embargo, queda una inquietud más amplia en relación a las motivaciones y a los valores dentro de nuestra sociedad, donde mujeres de todos los estratos socio-económicos parecieran sentir la necesidad de calar en ciertos cánones estéticos. Desde luego que esto guarda íntima relación con – y debe ser analizado desde - la noción de violencia simbólica, que se ejerce de manera sutil, haciendo parecer natural el orden de las cosas, que en el patriarcado coloca a la mujer en situación de subordinación y la hace buscar encajar con lo que socialmente se espera de ella: en este caso, cierto tipo de belleza física.

La aceptación o tolerancia cultural no significa que el uso de imágenes y mensajes de mujeres de manera estereotipada o degradante sea correcto o justo. Más aún, resulta peligroso utilizar el manto del relativismo cultural toda vez que en su nombre se pueden cometer y justificar grandes atrocidades en contra de los derechos humanos, incluyendo los derechos de las mujeres como en este caso. Como bien lo señala el estudio de las

Naciones Unidas sobre todos los tipos de violencia “(...) es frecuente que las costumbres, las tradiciones y los valores religiosos se utilicen para justificar la violencia contra la mujer” (2006). Agrega el informe que hay distintas formas de violencia contra la mujer cuyas bases culturales no han sido debidamente examinadas, debido en parte a concepciones limitadas de lo que se debe entender por cultura. La cultura está formada por valores, prácticas y relaciones de poder que están entrelazados en la vida cotidiana de las personas y sus comunidades, y es el tamiz por el cual pasan los comportamientos sociales en todas las sociedades. Sin embargo, en distintos momentos, ciertas interpretaciones de lo que constituye cultura pueden ser legitimadas e impuestas sobre una sociedad o comunidad particular. Las interpretaciones dominantes de lo que es la cultura, en lo que en apariencia son entornos socioculturales diversos, suelen ser similares en la medida en la cual presuponen la existencia de un conjunto de valores y normas estáticas y homogéneas que gobiernan las vidas de las personas en sociedad, y reflejan y refuerzan relaciones de poder patriarcales y jerárquicas. Este tipo de discursos va en contra de los estándares universales de derechos humanos en los cuales ninguna costumbre, tradición o consideración religiosa puede ser invocada para justificar la violencia contra la mujer (Consejo de Derechos Humanos de la ONU, 2007). Esta perspectiva de relativismo cultural, proveniente primordialmente del ámbito de la antropología, ha sostenido que lo que pareciera un asalto a la dignidad humana para algún observador externo, pudiera ser de hecho una institución cultural altamente valorada y de larga data en una sociedad. El uso de *burkas* en Afganistán, los matrimonios forzados en algunos países asiáticos y del medio oriente, entre otros, pudieran ser ejemplos de ello. A

pesar de que la antropología ha tornado su atención hacia sociedades complejas caracterizadas por estructuras sociales profundamente desiguales, y de que muchos antropólogos y antropólogas – incluyendo el mismo Pierre Bourdieu (2001) - han mostrado su rechazo a condonar inequidades sociales por el mero hecho de estar imbuidas en las creencias culturales, no importa cuán antiguas, existe aún la tendencia de confundir la violencia estructural con las diferencias culturales.

De manera pues que la costumbre de ver mujeres sin rostro como imagen de una marca particular de cerveza o de mirar programas de televisión o escuchar mensajes de radio en los cuales se exaltan las cualidades del “macho” y se reprochan y denigran las cualidades de las mujeres a través del uso de epítetos como “cuaima”, se ha tornado algo natural y generalmente aceptado por la sociedad venezolana, invisibilizando la violencia que lleva implícita. Pero su aceptación social o cultural no puede de manera alguna ser invocada para ocultar la agresión que conlleva contra las mujeres. Lo que ha venido sucediendo entonces es que las representaciones estereotipadas o degradantes de las mujeres se han naturalizado y, como lo ha dicho la Profesora Evangelina García Prince, la naturalización de la violencia invisibiliza el carácter agresivo de la misma, por lo cual las mujeres admiten la violencia en su contra como parte o componente inevitable, “natural”, de la relación entre los géneros (2009). La aceptación o tolerancia cultural del uso y abuso de la imagen femenina en medios de comunicación y la publicidad es sintomático de lo enraizado que se encuentra el modelo patriarcal en nuestra sociedad, pero en ningún caso debe ser aceptado como justificativo. Más aún, los mensajes e

imágenes que discriminan, ridiculizan y marginalizan a las mujeres contribuyen no solamente a reforzar este estado de cosas, sino que producen daños morales, degradación y escarnio público en ellas. Estos daños morales afectan la reputación, autoestima e imagen de las mujeres y contribuye a reforzar o profundizar los patrones de discriminación, marginalización e invisibilización de la mujer (Comesaña, 2006). La naturalización de la violencia contra la mujer a través de los medios de comunicación contribuye a crear un clima cultural de aceptación de la misma, o en otras palabras tolerancia social. Según señala la Relatora Especial sobre Violencia contra la Mujer en su informe

*“La eliminación de la violencia contra la mujer hace necesario atender los factores que la promueven o la constriñen. La tolerancia de tal violencia crea contextos culturales en los cuales puede continuar sin freno y los Estados no actúan diligentemente. Desde una perspectiva de derechos humanos, se trata de una situación en la cual violaciones de derechos humanos pudieran sucederse sin nada que las detenga. Necesitamos una comprensión más profunda de los modos en los cuales la violencia está estructurada y sostiene las jerarquías de género actuales: mientras las mujeres están más y más dispuestas a nombrar y hacer frente a la violencia en su contra, las percepciones y acciones de los hombres parecieran más resistentes al cambio. Esto requiere un énfasis en la medición de estos asuntos (...)”* (Consejo de Derechos Humanos de la ONU, 2007).

Estaríamos, entonces, ante un escenario en el cual “culturalmente aceptado”, o “socialmente tolerado”, se convierten no sólo en etiquetas para disculpar o justificar imágenes y mensajes denigrantes, invisibilizadores o humillantes de las mujeres, sino que

dan pie a la inacción de los Estados en regular o castigar, por cuanto se observa como algo natural, inherente a la idiosincrasia de un país. La relatora especial propone una idea que valdría la pena explorar: la creación de un indicador de tolerancia social que permita medir actitudes sociales a través de preguntas que den una idea de los niveles de comprensión, conciencia y tolerancia relacionados con actos de violencia contra la mujer.

El papel del Estado en definir la violencia es, entonces, crucial. CEDAW aborda los vínculos entre cultura y discriminación de género, exigiendo a los Estados que tomen no solamente todas las medidas apropiadas, incluida la legislación, sino también que modifiquen o deroguen leyes, reglamentos, costumbres y prácticas que constituyan discriminación contra la mujer. Más aun, la Convención establece que los Estados deberán tomar todas las medidas apropiadas para modificar los patrones sociales y culturales de conducta de mujeres y hombres que estén ligadas a la desigualdad entre los sexos y a estereotipos de género (Consejo de Derechos Humanos de la ONU, 2007).  
(Subrayado añadido)

### **Violencia simbólica**

*“De todas las formas de ‘persuasión oculta,’ la más implacable es aquella ejercida, simplemente,  
por el orden de las cosas.”*

*Pierre Bourdieu y Loïc Wacquant*

*“La violencia simbólica no mata cuerpos, pero esclaviza mentes, lo cual en cierta manera es un modo de morir en vida.”*

*Virginia Guarinos e Inmaculada Gordillo*

Al hablar de patrones culturales, de relativismo cultural o de tolerancia social, hablamos de lo “normal”, lo “aceptable”, de normas, acuerdos, o códigos, socialmente sancionados – de manera explícita o implícita -, sobre la base de creencias de lo que es o lo que debe ser. Ese “orden de las cosas” que señalan Pierre Bourdieu y Loïc Wacquant (2004) que asigna lugares a personas, conductas, pensamientos y actitudes. Que aceptamos como natural y que, como tal, ayudamos a reproducir y perpetuar. Pero que conlleva, de manera intrínseca, arbitrariedades e injusticias. Que acepta la subordinación de seres humanos por su condición, raza o sexo, y que cuenta con instituciones creadas sobre la base de esas normas y códigos generalmente aceptados, las cuales – consciente o inconscientemente – contribuyen a mantener el estado de cosas, ese orden “natural” que ha sido referente de nuestro proceso de socialización. Las arbitrariedades e injusticias contenidas en ese orden de cosas, son manifestaciones de lo que Pierre Bourdieu ha llamado violencia simbólica. Y la dominación masculina, base fundamental de la cultura patriarcal, es para Bourdieu, no sólo un efecto, sino la forma paradigmática de violencia simbólica (2004).

Las ideas de Bourdieu han sido altamente influyentes para las feministas. Su libro “La Dominación Masculina” (1998) elabora sobre una serie de puntos de gran relevancia para el activismo y la academia, y su definición de violencia simbólica ha sido referente

de los esfuerzos por mostrar cuán naturalizada está la cultura patriarcal en nuestras sociedades occidentales. La preocupación central de este escrito es cómo hasta las más intolerables condiciones de existencia pueden ser fácilmente percibidas como aceptables y hasta naturales, a fuerza de un orden establecido, ampliamente respetado y no discutido. Bourdieu llama a desmontar los procesos responsables por la transformación de historia en naturaleza, de arbitrariedad cultural en algo “natural”, no a través de la toma de conciencia, la cual no descarta, sino a través de la formulación de estrategias dirigidas a la transformación del estado actual de las relaciones de poder material y simbólico entre los sexos. Hace un llamado a la movilización política, que abra la posibilidad de acciones colectivas de resistencia, orientadas a la consecución de reformas legales y políticas. Pero advierte Bourdieu sobre el riesgo de suscribir las formas y normas ordinarias de lucha política, so pena de quedar anexadas a movimientos ajenos a sus preocupaciones e intereses. Ante ello, insta a “(...) inventar e imponer formas de organización y acción colectivas, y armas efectivas, especialmente simbólicas, capaces de subvertir las instituciones políticas y legales que toman parte en la perpetuación de su subordinación” (2001, págs. viii-ix). Bourdieu define la violencia simbólica como una violencia gentil, imperceptible, invisible aún a sus víctimas, la cual es ejercida, principalmente, a través de los canales simbólicos de comunicación. Es instituida a través de la adherencia que el o la dominada no puede dejar de conceder al dominante (y por tanto a la dominación) cuando, para formar su pensamiento sobre el hombre y su visión sobre su relación con él, la mujer sólo cuenta con los instrumentos cognitivos que comparte con aquél, los cuales, siendo no más que la personificación de la relación de dominación, hace que la relación

aparezca como natural. En otras palabras, cuando los esquemas o instrumentos de análisis que la mujer usa a fin de percibirse y apreciarse a sí misma, o para percibir y apreciar al dominador, son el producto de la personificación de las clasificaciones de las cuales ella como ser social es producto también. Ello explicaría cómo muchas mujeres validamos y reforzamos – muchas lo hemos hecho en el pasado y aún en el presente - patrones inherentes a la sociedad patriarcal basada en la relación de subordinación entre hombres y mujeres, porque lo encuentran como algo “normal”. Llevar, sin discusiones, la carga del trabajo doméstico, es sólo un ejemplo.

Para ilustrar cómo funciona la violencia simbólica en la práctica, o más aún, cómo está instalada en nuestro subconsciente colectivo, Bourdieu cita como ejemplo el caso de las mujeres francesas, quienes, según señala, prefieren un esposo mayor y más alto que ellas, mientras que dos tercios de ellas se rehúsan a tener un esposo de menor estatura física. Ante la interrogante sobre el significado de esta negativa a aceptar la desaparición de los signos ordinarios de la jerarquía sexual, cita a Michel Bozon al señalar que “(...) aceptar la inversión en apariencias, es sugerir que es la mujer quien domina, lo cual, paradójicamente, la disminuye socialmente. Se siente disminuida con un hombre disminuido.” Concluye entonces,

*“(...) en su representación de su relación con el hombre al cual su identidad social está (o estará) vinculada, asumen la representación de hombre y mujer como un todo, aplicando a él los esquemas de percepción y apreciación universalmente compartidos. Dado que estos principios comunes tácita e indiscutidamente demandan que, al menos en apariencias, el hombre debe*

*ocupar la posición dominante dentro de la pareja, es para él, por el bien de la dignidad que ellas reconocen a priori en él, pero también por ellas mismas, que ellas sólo pueden desear y amar un hombre cuya dignidad esté claramente afirmada y comprobada por el hecho de que él esta visiblemente 'por encima' de ella” (pág. 36).*

Este ejemplo se repite en infinidad de detalles, costumbres, expresiones y hábitos que parecieran irrelevantes en la cotidianidad de las relaciones humanas, pero que ocultan una violencia – la violencia simbólica – que actúa como fuerza invisible que mantiene las cosas en un orden que pareciera irrefutable y natural – lo que la antropóloga argentina Rita Segato llama “la argamasa” que sustenta el sistema desigual y jerárquico en el que vivimos (2003). El “de” utilizado en el idioma español para denotar que una mujer es casada, es “de” un hombre apellido tal o cual, es decir, es “de” él, le pertenece, como parte de su patrimonio, simbólico en este caso, oculta lo violento de reducirnos a las mujeres a un objeto que puedes ser “de” ellos o no. Vemos entonces que, como lo explica Bourdieu, el orden masculino está tan incrustado que no necesita justificación: se impone a sí mismo como universal, evidente – el hombre es este ser particular que se experimenta a sí mismo como universal, y tiene el monopolio sobre la humanidad. Lo damos por sentado gracias al acuerdo inmediato y cuasi-perfecto que obtiene, por un lado, de las estructuras sociales tales como aquellas expresadas en las organizaciones sociales de espacio y tiempo y en la división sexual del trabajo, y por el otro, en las estructuras cognitivas inscritas en los cuerpos y mentes (2001). En efecto, las mujeres aplicamos a cada objeto del mundo (natural y social) y en particular a la relación de dominación en la

cual estamos imbuidas, así como a las personas a través de las cuales esta relación se hace realidad, esquemas de pensamiento no conscientes que son el producto de la personificación de esta relación de poder en la forma de parejas (alto/bajo, largo/corto, etc) y que por lo tanto le llevan a construir esta relación desde un punto de vista del dominador, es decir, como natural.

Agrega Bourdieu que para comprender esta forma particular de dominación hay que salir de la escogencia forzosa entre las restricciones y la aceptación, entre la coerción mecánica y la sumisión voluntaria, libre, deliberada, y hasta calculada (como en el caso citado por él en el cual observa que la escogencia de una pareja es vista por muchas mujeres como un medio de movilidad social). Tenemos entonces que los efectos de la dominación simbólica (sea esta étnica, de género, cultural o lingüística, entre otras) son ejercidos a través de los esquemas de percepción, apreciación y acción que constituye el “habitus”, los cuales, por debajo del nivel de decisión conscientes y el control de la voluntad, constituyen una relación cognitiva que es profundamente oscura aún para una misma. Así, la paradójica lógica de la dominación masculina y la sumisión femenina, que puede ser descrita tanto espontánea como ejercida, no puede ser entendida hasta tanto se tome en cuenta los efectos durables que el orden social ejerce sobre mujeres (y hombres), es decir, las disposiciones espontáneas alineadas a ese orden que se impone sobre ellos y ellas mismas.

Para Bourdieu, la paradoja de la doxa (opinión o creencia popular) – o el orden del mundo como lo percibimos - es ampliamente respetado y aceptado. Ese orden

establecido – con sus relaciones de dominación, derechos, prerrogativas, injusticias y privilegios, se perpetúa fácilmente, haciendo que situaciones arbitrarias e injustas sean percibidas como aceptables o naturales, el ejemplo más claro siendo, desde luego, la dominación masculina. En su insistencia por revertir la tendencia perniciosa de transformar la historia en naturaleza, y la arbitrariedad cultural en algo “natural”, adoptó el punto de vista antropológico, y se propuso demostrar que el principio de división que encuentra diferencias entre masculino y femenino es simultáneamente arbitrario, y, como él mismo dice, “socio-lógicamente” necesario. Para ello Bourdieu decidió estudiar la tradición Kabyle del norte de África, como una base sobre la cual plantar su análisis en torno a una sociedad primitiva organizada alrededor de principios androcéntricos, pero despojado de lo que él llama “la familiaridad engañosa que nos ciega ante nuestras propias tradiciones”. Sin embargo, llama la atención sobre el riesgo de este tipo de análisis: contextualizar en la historia y desnaturalizar lo que parece más natural en el orden social – la división entre los sexos – ¿podría traer a la luz constantes e invariables que pudieran ratificar y eternalizar la representación conservadora de la relación entre los sexos, la misma que está condensada en el mito del eterno femenino? Ante esto, Bourdieu sugiere que el problema no son las constantes, sino que habría que analizar los “mecanismos históricos y las instituciones que, en el curso de la historia, han continuamente abstraído esas invariables de la historia”. A partir de allí, sugiere entonces, habría que plantearse que el principio de perpetuación de esta relación de dominación no reside principalmente en el ámbito doméstico, a lo cual muchas feministas han dedicado gran atención, sino en agentes sociales tales como la escuela, la iglesia, los deportes, el

periodismo o el Estado, lugares en los cuales los principios de dominación continúan siendo ejercidos e impuestos.

Otro de los conceptos trabajados por Bourdieu en el contexto de la violencia simbólica es la fuerza simbólica, la cual describe como otro mecanismo de perpetuación de las desigualdades entre hombres y mujeres. Se trata de una forma de poder ejercido sobre los cuerpos, directamente, y, como señala el mismo Bourdieu, como por “arte de magia”, sin ningún tipo de restricción física. Pero esta magia trabaja sólo sobre la base de las disposiciones que son depositadas, como resortes, en los niveles más profundos del cuerpo. Saltan a la menor aplicación de energía, porque disparan las disposiciones que el trabajo de inculcación y personificación ha depositado en aquellos que fueron preparados para ello. En otras palabras, encuentra sus condiciones de posibilidad en el inmenso trabajo preliminar que es necesario para hacer posible la transformación durable de los cuerpos, y para producir disposiciones permanentes que dispara y despierta. Pensemos, por ejemplo, en la apariencia física de las mujeres, con sus expectativas, no las obvias que hablamos a menudo hoy en día como peso y tamaño del busto, por ejemplo, sino las más sutiles, las que no se discuten: afeitarse las axilas, las piernas, el bikini – y su expresión más extrema, la eliminación de todo vello púbico. El estar maquilladas, el uso de zarcillos, o acá en Venezuela, la práctica de perforar las orejas de las niñas al nacer. Los actos prácticos de reconocimiento de esa frontera mágica entre el dominante y el dominado que son disparados por la fuerza simbólica, toman la forma de emociones corporales – vergüenza, humillación, timidez, ansiedad, culpa – o pasiones y sentimientos

– amor, respeto, admiración. Estas emociones, como señala Bourdieu, son aún más poderosas cuando se ven traicionadas por manifestaciones visibles como ruborizarse, tartamudeo, torpeza, temblores, rabia o ira por impotencia, muchas maneras de someterse, aún a pesar de sí mismas y contra corriente, al juicio dominador, algunas veces a conflictos internos y divisiones de sí mismas, a experimentar complicidad insidiosa que un cuerpo deslizándose del control de la conciencia y la voluntad mantiene con las censuras inherentes en las estructuras sociales. Bourdieu denuncia y aclara que no ofrece apoyo a la manera viciosa en la cual se ratifica la dominación haciendo responsable a las mujeres por su propia dominación sugiriendo, como muchas personas hacen, que ellas “escogen” adoptar prácticas sumisas, (‘las mujeres son sus propios peores enemigos’) o inclusive que ellas aman ser dominadas, disfrutan el tratamiento infligido sobre ellas, en una manera masoquista inherente en su naturaleza. Explica entonces que tiene que reconocerse, por un lado, que las disposiciones sumisas que son usadas algunas veces para culpar a la víctima, son el producto de estructuras objetivas, y también que tales estructuras sólo derivan su eficacia de las disposiciones que las mismas disparan y que ayudan a reproducirle. El poder simbólico no puede ser ejercido sin la contribución de quienes lo padecen, y que sólo lo padecen porque lo construyeron como tal. Pero Bourdieu explica también se deben tomar en cuenta, y explicar, la construcción social de las estructuras cognitivas que organizan actos de construcción. De esa manera, queda claro que, lejos de tratarse de un acto consiente, libre y deliberado de un sujeto aislado, esta construcción práctica es en sí misma el efecto de un poder, imbuido de manera duradera en los cuerpos de los dominados en la forma de esquemas de percepción

y disposiciones (admirar, respetar, amar, etc.) los cuales les sensibilizan a ciertas manifestaciones simbólicas de poder. Agrega Bourdieu, que estas distinciones son críticas pero no gratuitas: implican que la revolución simbólica convocada por las feministas no puede ser reducida a una simple toma de conciencia. Dado que la base de la violencia simbólica está, no en la conciencia mistificada que necesita ser iluminada, sino en las disposiciones sintonizadas a la estructura de dominación de la cual son producto, la relación de complicidad que las víctimas de dominación simbólica confieren al dominador pueden sólo ser rotas a través de la transformación radical de las condiciones sociales de producción de disposiciones que llevan a las dominadas a tomar el punto de vista del dominador con respecto a éste y a ellas mismas (posible, como señalaremos más adelante, a través de la reestructuración de instituciones que reproducen la ideología patriarcal como el Estado, el sistema educativo, el sistema judicial, los medios de comunicación y la publicidad, entre otros). La violencia simbólica es ejercida sólo a través de un acto de conocimiento y reconocimiento práctico que tiene lugar por debajo del nivel de la conciencia y la voluntad, y el cual otorga a todas sus manifestaciones: sugerencias, seducción, amenazas, reproches, órdenes, o llamados de atención – su “poder hipnótico”. Pero una relación de dominación que funciona solo a través de la complicidad de las disposiciones, depende profundamente, para su perpetuación o transformación, en la perpetuación o transformación de las estructuras de las cuales tales disposiciones derivan (y en particular sobre la estructura de un mercado de bienes simbólicos cuya ley fundamental es que las mujeres son tratadas allí como objetos que circulan hacia arriba. Pensemos aquí en lo que los anglófonos llaman las “Trophy Wives”

o esposas trofeo, y cómo verse acompañado de cierto tipo de mujer se convierte en un bien que pasa a formar parte del capital simbólico del hombre).

Sobre la superación de la violencia simbólica y de la dominación masculina, Bourdieu señala que es ilusorio pensar que pueda ser superada con las armas de la conciencia y voluntad solamente. Ello debido a que los efectos y condiciones de su eficacia están imbuidos de manera durable y profunda en el cuerpo en la forma de disposiciones. Propone entonces que sea hecha a través de la acción política, una que

*“(...) realmente tome en cuenta todos los efectos de la dominación que son ejercidos a través de la complicidad objetiva entre las estructuras personificadas tanto en hombres como en mujeres y las estructuras de las instituciones más importantes, a través de las cuales no sólo el orden masculino sino todo el orden social es representado y reproducido (empezando por el Estado, estructurado en torno a la oposición entre su ‘mano derecha’ masculina y su ‘mano izquierda’ femenina, y el sistema educativo, responsable de la efectiva reproducción de todos los principios de visión y división, y organizado él mismo alrededor de oposiciones análogas) (...)”* (2001, pág. 117).

El concepto de violencia simbólica de Bourdieu guarda analogía con la noción de hegemonía de Antonio Gramsci, quien sostenía que los grupos sociales dominantes podían permanecer de manera efectiva en sus posiciones de poder si convencían a los grupos dominados que esta posición está justificada, y así ganar su apoyo en el sostenimiento de un sistema económico y sociocultural que funciona para mantener las estructuras de poder. La manera más efectiva de ganar su consentimiento es construyendo

la posición de elites como natural, normal, y sentido común. Algunos autores han señalado el papel del lenguaje, la cultura y las instituciones sociales en este proceso de naturalización. En el caso del género, esta naturalización toma la forma de dos categorías de género claramente separadas y desiguales, y donde las escuelas, los sistemas de justicia, la familia, la iglesia, las artes, las universidades, los sistemas de salud, las instituciones económicas, y los medios de comunicación, entre muchas otras, contribuyen a esta construcción (Darling-Wolf, 2009).

La violencia simbólica permea todos los quehaceres de la sociedad y sus estructuras, o dicho de otra manera, es hegemónica, al tiempo que es un mecanismo de perpetuación de las desigualdades de todo tipo, como la de género en el caso que nos ocupa. Es sumamente sutil pero es insidiosa en tanto se ocupa de mantener el orden de cosas existente en el mundo. La violencia simbólica la encontramos en la forma de expectativas de género y en estereotipos, cuando la sociedad espera que las mujeres se circunscriban a determinadas actividades, ámbitos, comportamientos, maneras de expresarse etc., que las colocan en posición de subordinación con respecto a los hombres. Para Segato (2003), la violencia simbólica (o llamada por ella “violencia moral”) actúa como un eficaz mecanismo de control social y de reproducción de las desigualdades. Haciendo una separación teórica entre la violencia moral y la violencia física, explica que la primera no es una extensión de la segunda y que es a través de aquélla por donde se disemina e imprime un carácter jerárquico a los menores e imperceptibles gestos de las rutinas domésticas

*“(...) la mayor parte de las veces lo hace sin necesitar de acciones rudas o agresiones delictivas, y es entonces cuando muestra su mayor eficiencia. Los aspectos casi legítimos, casi morales y casi legales de la violencia [moral] son los que me parecen revestir el mayor interés, pues son ellos los que prestan la argamasa para la sustentación jerárquica del sistema. (...) Si la violencia física tiene una incidencia incierta del 10, 20, 50 o 60%, la violencia moral se infiltra y cubre con su sombra las relaciones de las familias más normales, construyendo el sistema de status como organización natural de la vida social.” (2003, pág. 7)*

Agrega que la efectividad de este tipo de violencia en la reproducción – y añadiríamos perpetuación – de las desigualdades de género viene determinada por tres aspectos que la caracterizan: en primer lugar, su masiva diseminación en la sociedad, que garantiza su “naturalización” como parte de las conductas y actitudes consideradas normales y banales; segundo, su arraigo en valores morales y familiares que permiten su justificación; y tercero, la falta de nombres u otras formas de designar y/o identificar la conducta, lo cual resulta en la casi imposibilidad de señalarla, nombrarla y denunciarla, impidiendo así que las víctimas puedan defenderse y buscar ayuda. Agrega Segato

*“La violencia moral, por su invisibilidad y capilaridad, es la forma corriente y eficaz de subordinación y opresión femenina, socialmente aceptada y validada. De difícil percepción y representación por manifestarse casi siempre solapadamente confundida en el contexto de relaciones aparentemente afectuosas, se reproduce al margen de todos los intentos de librar a la mujer de su situación de opresión histórica. (...) es todo aquello que envuelve agresión emocional, aunque no sea consciente ni deliberada. Entran aquí la ridiculización, la coacción moral, la sospecha, la intimidación, la condenación de la sexualidad, la desvalorización*

*cotidiana de la mujer como persona, de su personalidad y trazos psicológicos, de su cuerpo, de sus capacidades intelectuales, de su trabajo, de su valor moral. Y es importante enfatizar que este tipo de violencia puede muchas veces ocurrir sin cualquier agresión verbal, manifestándose exclusivamente con gestos, actitudes, miradas. La conducta opresiva es perpetrada en general por maridos, padres, hermanos, médicos, profesores, jefes o colegas de trabajo” (2003, pág. 8).*

Mientras para Bourdieu violencia simbólica, de naturaleza hegemónica y estructural, requiere mucho más que la toma de conciencia para su superación, Segato hace un planteamiento mucho más concreto y relevante, pertinente por demás para el presente análisis: “¿cómo sería posible encuadrar en la ilegalidad un conjunto de comportamientos que son el pan de cada día, la argamasa que sustenta la estructura jerárquica del mundo?” Esta interrogante, sin duda alguna, presenta un reto formidable y nos remite, indefectiblemente, hacia lo que Segato llama la cuestión de la legitimidad de la costumbre. Por ejemplo, se pregunta cuán eficaces podrían llegar a ser aquellas leyes que criminalicen actitudes fuertemente sustentadas por la moral dominante. Pensemos, por un momento, en los piropos en cualquier calle de Venezuela o el uso de epítetos como “cuaima”. ¿Qué nos dice la moral dominante sobre ellos? ¿Cómo establecer el límite entre lo aceptable y lo inaceptable? Más aún, ¿de qué manera se podría perseguir o procesar legalmente formas de violencia que van de la mano con lo que Segato llama el “sexismo estructural”<sup>18</sup> reproducidos por un mecanismo entrelazado en la economía

---

<sup>18</sup> Segato (2003) define el sexismo estructural como reacciones que “(...) no dependen de la intervención de la conciencia discursiva de sus actores y responden a la reproducción maquinal de la costumbre, amparada en una moral que ya no se revisa. [Forma] parte de una tragedia que opera como un texto de larguísima

patriarcal y capitalista del sistema? Propone entonces trabajar en la transformación de la sensibilidad ética como condición única para desarticular la moralidad patriarcal y violenta en vigor, principalmente a través del Derecho. Esa sensibilidad ética sería definida en este contexto como “sensibilidad al ‘otro’, a lo ajeno, y transformada en pivote del movimiento transformador.” Apela al mismo tiempo a la idea de “feminismo ético” propuesta por Drucilla Cornell

*“Demandamos que los daños que eran tradicionalmente entendidos como parte del comportamiento inevitable que hacía que ‘los muchachos tienen que ser muchachos’, tales como la violación en una cita amorosa o el acoso sexual, sean reconocidos como serios actos lesivos contra la mujer. [Para ello] las feministas luchan para que ‘veamos’ el mundo de forma diferente. El debate sobre qué tipo de comportamiento constituye acoso sexual se vuelve sobre cómo el sistema legal ‘ve’ a las mujeres y a los hombres. Debido a que el feminismo convoca a que re-imaginemos nuestra forma de vida de manera que podamos ‘ver’ de otra forma, él necesariamente involucra apelar a la ética, incluyendo el llamado para que modifiquemos nuestra sensibilidad moral”* (Cornell 1995, página79, citada por Segato 2003, página14).

Sin embargo, sigue abierta la interrogante sobre cuál es el papel específico de la ley en la regulación de la violencia moral y su capacidad de impactar el arraigo de la misma en la costumbre. Ante esto, Segato destaca el potencial que tienen las leyes en impulsar, informar y sensibilizar el sentimiento ético y transformar la moral que sustenta las costumbres y el esquema jerárquico de la sociedad. Rescata la contribución hecha por

---

vigencia en la cultura (...) la vigencia temporal tiene la misma profundidad y se confunde con la historia de la especie.” (pag 9)

Mauricio García Villegas a través de su obra “La Eficacia Simbólica del Derecho”, en la cual concluye

*“(...) como todo discurso, la ley tiene el poder simbólico de dar forma a la realidad social, un poder que reside en su legitimidad para dar nombres: eficacia simbólica en sentido general (...) es propia de toda norma jurídica en cuanto discurso institucional depositario del poder de nominación (...)”* (García Villegas, 1995, citado por Segato, 2003, página 91).

Desde esta perspectiva, y en oposición a la “eficacia instrumental” del Derecho, realiza planteamientos importantes en relación a su “eficacia simbólica”. De modo pues que la eficacia de la ley estaría contenida en su poder de representar a la sociedad y en su carácter persuasivo de las representaciones que ella emite. Se transforma en instrumento de agitación dado el poder y la legitimidad inherentes al sistema de nombres que ella insta para hacer públicas las posibilidades de aspirar a derechos, garantías y protecciones. Las denuncias y aspiraciones que el discurso legal publica, posibilitan a la ciudadanía identificar sus problemas y aspiraciones; pueden reconocerse y, reconociéndose, acceder a la comprensión precisa de sus insatisfacciones y querellas (Segato, 2003). La fuerza social del Derecho no estaría entonces limitada a la imposición de un comportamiento o a la creación instrumental de un cierto estado de cosas, sino que se encontraría en su carácter de “discurso legal y discurso legítimo” capaz de crear representaciones de las cuales se derive un respaldo político, y de movilizar a la ciudadanía en torno a una idea o una imagen.

La incorporación de la violencia simbólica como un tipo de violencia contra la mujer en el texto de la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia constituyó un hecho inédito y, a nuestro modo de ver, histórico. Nunca antes en el mundo de habla hispana una ley había reconocido la existencia de este tipo de violencia. Esta incorporación marca el paso fundamental del ámbito puramente filosófico-académico al ámbito práctico – expresado en la legislación – del concepto de violencia simbólica, significando una contribución importante en el camino hacia el cambio de las estructuras de dominación que aún siguen dificultando la plena incorporación de la mujer a todos los quehaceres de la sociedad y la hacen el blanco de la violencia machista.

Así como Bourdieu nos habla de cómo las mujeres utilizamos herramientas cognitivas para percibir al mundo y a los hombres, producidas por la cultura patriarcal predominante, de la misma manera podemos asumir que los medios de comunicación pasan por un proceso similar. No escapan del patriarcado. Sino que se convierten en vehículos de difusión y perpetuación de sus ideas. Se encuentran permeados por la sutileza de la violencia simbólica que dispone un lugar subordinado a las mujeres, a veces de manera casi imperceptible. La violencia simbólica naturaliza los actos de violencia contra la mujer, entre los cuales está la violencia mediática. Los hace naturales, se aceptan, ocultan su carácter agresivo. La violencia mediática forma parte del entorno cultural discriminatorio contra la mujer que es propiciado por la violencia simbólica.

## CAPÍTULO III

### **Violencia simbólica y violencia mediática versus libertad de expresión**

#### **Derechos protegidos en el contexto de un orden democrático: la libertad de expresión**

La subordinación de las mujeres en la cultura patriarcal constituye un acto de discriminación en su contra. La exclusión y la violencia de la que son objeto, vulnera sus derechos fundamentales de ser consideradas de manera igualitaria en relación a los hombres. La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, adoptada en el año 1999, garantiza la igualdad ante la ley de todas las personas, y en particular el derecho a la no discriminación por razón de sexo (Artículo 21). El derecho a la no discriminación, y más específicamente a la no discriminación por razones de sexo, son derechos protegidos tanto a nivel nacional como internacionalmente. Si partimos de la posición de la CEDAW en relación a que la violencia constituye una forma de discriminación contra las mujeres, pudiéramos afirmar entonces que tanto la violencia mediática como la violencia simbólica – y desde luego todos los otros tipos de violencia previstos en la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia – son también actos de discriminación contra la mujer.

Pero cuando examinamos estas dos modalidades de violencia, encontramos que tienen una relación sumamente estrecha con otro derecho protegido por la legislación nacional y los convenios y tratados internacionales de derechos humanos: la libertad de expresión. Así, no sería descabellado pensar que algún medio impreso o inclusive alguna figura pública pudieran invocar su derecho a expresarse libremente cuando están difundiendo mensajes o imágenes que son, o pudieran ser, claramente discriminatorios hacia las mujeres – o en otras palabras, que constituyan violencia mediática o simbólica contra ellas, de conformidad con la ley venezolana. Llegamos así a un punto altamente debatido, delicado y de gran complejidad: la relación – y tensión – entre dos derechos fundamentales como son la libertad de expresión y el derecho a la no-discriminación. Los párrafos que siguen a continuación contienen una aproximación al análisis sobre dicha relación.

### **La libertad de expresión**

La libertad de expresión es uno de los pilares fundamentales de los sistemas democráticos. En tanto complemento indispensable de la libertad de pensamiento, se le considera como una de las formas más elaboradas de dicha libertad, la cual a su vez prolonga la libertad de conciencia (Faúndez, *Los Límites de la Libertad de Expresión*, 2004). Al mismo tiempo, desempeña un papel decisivo en el marco global de libertades que deben ser garantizadas por el Estado, y permite preservar y consolidar otras libertades (Badeni, 1996). Sin libertad de expresión, la participación y la decisión en democracia se ven severamente limitadas. Sin embargo, a pesar de su estatus como uno

de los derechos individuales más caros a las sociedades occidentales, la libertad de expresión no ha cesado de generar controversias cuya intensidad ha provocado divisiones profundas en la sociedad.

El Profesor Héctor Faúndez afirma que uno de los problemas que presenta el derecho a expresarse libremente es que, con mucha frecuencia, se abusa grotescamente de él, con lo cual se corre el riesgo de comprometer otros derechos o intereses, haciendo necesario ponderar la legitimidad de unos y otros para determinar cuál es el que debe prevalecer. Agrega al respecto

*“[El] cúmulo de problemas que plantea la libertad de expresión la han convertido en un complejo laberinto, cuya salida obviamente no es sencilla, y que, como lógica consecuencia, conduce necesariamente a tratar de determinar hasta dónde alcanza su manto protector”* (2004, pág. 3).

La determinación de los límites de la libertad de expresión es, en sí mismo, un reto que ha enfrentado a distintas corrientes de pensamiento, y aún hoy en día existen distintas interpretaciones en torno a los alcances de este derecho. Sobre esto, Faúndez advierte

*“Sin duda, regular cualquier forma de expresión entraña un peligro inherente para la plena vigencia de esta libertad, por lo que toda reglamentación o restricción de la misma debe confinarse a un ámbito muy limitado, en el que la intervención del Estado esté justificada como resultado de un interés legítimo prevaleciente”* (2004, pág. 328)

Históricamente, en todos los países del mundo, el derecho a expresarse libremente ha sido objeto de censura, a veces de manera brutal, otras de manera más sofisticada. Ha sido temido y combatido por quienes ejercen el poder: en tiempos remotos desde instancias religiosas, luego por instancias políticas, para posteriormente verse amenazada por instancias sociales (Faúndez, 2004). La libertad de comunicar se ha visto con desconfianza y temor y se ha intentado restringirla bajo los pretextos más extraños y peregrinos, “(...) y es natural que haya sido así, pues el ejercicio del gobierno, al igual que el control de la población, siempre es más fácil cuando no hay oposición ni control, y cuando no hay que responder a las críticas que se puedan formular a la acción de los gobernantes” (Faúndez, 2004, pág. 8). Tanto la libertad de expresión misma, como sus límites, son interpretados de distintas maneras. Desde el siglo XVIII, el liberalismo clásico y sus principales exponentes defendieron la noción de que la libertad de expresión era un derecho absoluto que no admitía restricciones de ningún tipo. Esta perspectiva sostiene que somos libres en la medida que podemos expresarnos sin limitaciones, sin que el poder político lo impida, pero también siempre que nadie nos obligue a decir algo que no deseamos manifestar (Salazar Ugarte & Gutiérrez Rivas, 2008). Vista de esta manera, la libertad individual dependerá de la amplitud de los comportamientos permitidos por las normas colectivas. Las libertades negativas – entendidas como aquellas que buscan remover los impedimentos y restricciones a la acción individual – se oponen entonces al gobierno absoluto, discrecional o arbitrario, así como al Estado omnipoderoso y omnipresente. Tenemos entonces que la característica fundamental del pensamiento liberal es abogar por una reducción de los poderes y funciones de la

autoridad del Estado a fin de garantizar y aumentar el espacio de las libertades. Así pues, los poderes públicos son fuente central de las preocupaciones y resquemores – no sin razón desde luego - del liberalismo. Esta visión es, sin embargo, limitada, por cuanto no toma en cuenta las restricciones y cortapisas que poderes distintos al poder público (llamados “privados” por Gutierrez Rivas y Salazar Ugarte) pueden llegar a imponer al derecho a expresarse libremente. Lo que se persigue entonces es limitar el poder en general, entendido de manera amplia como la capacidad de provocar que alguien haga lo que no deseaba hacer o deje de hacer lo que sí quería hacer (Salazar Ugarte & Gutiérrez Rivas, 2008). Y es que no sólo el Estado tiene la capacidad de violar las libertades fundamentales, sino que actores no estatales pudieran llegar a transgredirlas. Como bien señalan Salazar Ugalde y Gutiérrez Rivas (2008), tales actores pueden ir desde una banda delictiva – capaz de privarnos de libertad – hasta un conglomerado de medios de comunicación – con posibilidades de coartar nuestra libertad de información y de expresión a través de monopolios o duopolios. Las libertades individuales deben, entonces, ser protegidas no sólo de las intervenciones estatales, sino también de las de actores privados o no estatales. Esto nos lleva a una paradoja aparente

*“(…) sí bien [el Estado] debe estar limitado en sus poderes (para evitar que viole los derechos en mérito), al mismo tiempo, debe ser capaz de proteger los derechos de libertad de [las personas] ante el poder del agente privado (individual o colectivo) (...) y, para lograrlo, debe ser capaz de usar sus legítimos poderes para limitar o neutralizar a los poderes privados” (2008, pág. 7)*

Tenemos entonces que, en lo concerniente a la libertad de expresión, el Estado debe: 1) respetar (no intervenir); 2) proteger (impedir que particulares violen el derecho de otras personas a expresarse libremente); y 3) actuar para hacer efectivo el derecho, facilitando, promoviendo y garantizando su aplicación y observancia. Agregaríamos de nuestra parte que, en lo que tiene que ver con actuar, se debe incluir también la obligación del Estado a ser garante de que en el ejercicio de la libertad de expresión, no se violen otros derechos, o que por lo menos se logre un equilibrio entre ellos, como en el caso que nos ocupa, concerniente al derecho a la no-discriminación.

### **¿Hasta dónde llega la libertad de expresión?**

Ahora bien, sobre la naturaleza de los límites y posibles restricciones a la libertad de expresión existen también puntos de vista divergentes. Faúndez (2004) identifica dos tesis diferentes. La primera la describe como una postura “maximalista” que plantea que cualquier limitación o restricción a la libertad de expresión debe interpretarse restrictivamente, y que, en caso de conflicto entre la libertad de expresión y otros derechos o intereses, en principio, debe prevalecer la primera. Cita como ejemplo la posición expresada por la Corte Suprema de los Estados Unidos según la cual el hecho de que una determinada forma de expresión pueda tener efectos negativos no justifica, por sí sola, una restricción del derecho a la libre expresión, pues aceptar lo contrario sería el final mismo de ese derecho. La segunda tesis sería la “minimalista” que opta por una noción más limitada del derecho a expresarse que, en caso de conflicto, la sitúa en una posición proclive a sacrificar la libertad de expresión e interpretar dichas limitaciones y

restricciones de modo más amplio que en el caso de la tesis maximalista. Concluye Faúndez que de lo que se trata es de determinar cuánto apreciamos la libertad de expresión y saber cuál es el precio que estamos dispuestos a pagar por su vigencia: para algunos es un bien demasiado importante, que amerita el sacrificio de otros intereses o bienes jurídicos, mientras que para otros, en cambio, es un bien que, no obstante su importancia, no justifica pagar un precio tan alto y debe dar paso a otros derechos e intereses.

Sí se toma en cuenta que ciertas imágenes, mensajes, palabras o símbolos pueden ofender o causar daños a terceros, o incluso a la sociedad en su conjunto o a grupos sociales (mujeres, como en el caso que nos ocupa), sería irresponsable pensar que la libertad de expresión es un derecho absoluto, cuyo ejercicio no tiene límites. Como bien señala Faúndez, se trata de una “libertad regulada”, un derecho sujeto a limitaciones y restricciones que contribuyen a delimitar sus contornos y permiten conocer el punto hasta el cuál se encuentra garantizado. De tal manera, en la práctica, se observan limitaciones y restricciones que identifican los aspectos que no quedan protegidos de manera permanente (limitaciones), o las circunstancias excepcionales en las que la restricción de la libertad de expresión puede ser ejercida de manera temporal (restricciones). Es de hacer notar que en el caso de las restricciones, concordamos con el criterio del profesor Faúndez, quien sostiene que se trata de excepciones a la regla, siendo la regla siempre el goce pleno del derecho a expresarse libremente (2004, pág. 265).

En la práctica existen disposiciones que establecen límites a la libertad de expresión. Por ejemplo, los sistemas internacional e interamericano de derechos humanos imponen restricciones específicas al ejercicio del derecho a expresarse libremente: tanto el Pacto de Derechos Civiles y Políticos como la Convención Americana sobre Derechos Humanos prohíben la propaganda a favor de la guerra y la apología del odio nacional, racial o religioso que constituya incitación a la violencia y discriminación. De la misma manera, las constituciones de numerosos países contienen límites específicos a la libertad de expresión, los cuales comúnmente tienen que ver con la prohibición de discursos de odio. En Venezuela el artículo 57 de la Constitución de la República Bolivariana dispone algunos límites a la libertad de expresión: están prohibidos el anonimato, la propaganda de guerra, los mensajes discriminatorios y los que promuevan la intolerancia religiosa (subrayado añadido). Mientas, su artículo 60 prevé que toda persona tiene derecho a la protección de su honor, vida privada, intimidad, propia imagen, confidencialidad y reputación (subrayado añadido). Este último artículo es de gran relevancia para las mujeres en el contexto de la violencia mediática y la violencia simbólica contra la mujer pues, como hemos visto, estos tipos de violencia contribuyen a crear una imagen colectiva desvalorizada de las mujeres.

Con respecto a las restricciones, estas vienen dadas a través de disposiciones específicas dentro del marco legal de cada país, o a través de decisiones de sus tribunales. Las disposiciones de la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia sobre violencia mediática y violencia simbólica constituyen restricciones a

la libertad de expresión adoptadas en aras de ofrecer protección y favorecer (como medida de acción positiva como comentaremos más adelante) a las mujeres. Sin embargo, Faúndez (2004) señala que algunos países consideran peligroso adoptar leyes específicas que regulen la libertad de expresión pues estiman que debería ser suficiente la aplicación de disposiciones generales del derecho común. En este contexto, cita la posición sostenida por el filósofo Ronald Dworkin, quien critica y considera peligrosas aquellas leyes que, supuestamente, imponen censura en interés de los más vulnerables

*“(...) según Dworkin, al negar la libertad de expresión para emitir las opiniones que detestamos, se está debilitando la legitimidad de todo nuestro sistema político, y particularmente la legitimidad de esas mismas leyes que aprobamos para proteger a las víctimas del estereotipo y el prejuicio. Ciertamente, es muy fácil defender el derecho a expresarse respecto de quienes sostienen ideas socialmente aceptables, y que, por lo tanto, no requieren de ninguna defensa; pero es en el caso de las ideas que detestamos cuando la libertad de expresión adquiere todo su sentido, y es precisamente cuando se trata de esas ideas que debemos reivindicar la libertad de expresión de manera más vigorosa.”*

Aunque suene paradójico, el reto presentado aquí es que lo que se busca restringir no es el discurso que detestamos, sino el discurso socialmente aceptado: aquél en el cual las mujeres son objetos sexuales, tontas, incapaces, débiles, compradoras irracionales y compulsivas, pésimas administradoras, etc., representadas a través de expresiones discriminatorias y estereotipadas. Expresiones naturalizadas del sistema patriarcal imperante que reiteran la posición subordinada de las mujeres en la sociedad. Como

muchas y muchos activistas de los derechos de la mujer podemos certificar, el discurso “detestable”, que no siempre quiere ser escuchado y que en muchas ocasiones se trata de silenciar, es aquel que reivindica a las mujeres como seres integrales, capaces, y no subordinadas ni dependientes de otras personas. Es el discurso que no queremos oír aquél que dice que las mujeres no estamos “naturalmente inclinadas” ni “biológicamente hechas” para ser amas de casa, cuidadoras, compradoras compulsivas, cuaimas, etc. ¿Cómo conciliamos entonces el planteamiento de Dworkin con esta realidad? ¿Mantenemos el volumen alto a los mensajes e imágenes que muestran a las mujeres de manera discriminatoria, o tratamos de bajarle el volumen mientras incorporamos y aumentamos el volumen de otras representaciones que muestran a mujeres en una medida realista: como personas igualmente capaces en todos los terrenos de la vida? Valga decir que el mismo Dworkin, hace más de 20 años, reconoció que las formas más populares de la cultura de masas – las representaciones de las mujeres en novelas y comerciales, por ejemplo – son obstáculos para la igualdad de género, mucho mayores inclusive que las películas pornográficas.<sup>19</sup>

Vemos entonces que el reto para los Estados, de gran dificultad por demás, es garantizar que el derecho a la libertad de expresión permanezca y, como dice Faúndez, como regla general, prevalezca, mientras deben descartar y excluir aquellas expresiones que discriminen, dañen el honor, la intimidad y la dignidad de algunas personas o que

---

<sup>19</sup> Dworkin, R. *Women and Pornography*. En *The New York Review of Books*. 21 de octubre de 1993. Disponible en <http://www.nybooks.com/articles/archives/1993/oct/21/women-and-pornography/> Consultado el 13 de diciembre de 2014.

atenten contra el sistema democrático en su conjunto. Pero ello no puede ser hecho *a priori* ya que – como hemos visto claramente en el caso venezolano con la clausura de medios de comunicación (RCTV el más notable de ellos) y la desaparición de numerosos espacios de opinión a causa de la auto-censura – ello desembocaría en censura previa o en actitudes amenazantes ante el derecho a expresarse libremente. La vía sugerida sería entonces la valoración, partiendo de reglas claras previamente establecidas, de las particularidades de cada caso (Faúndez, *Los Límites de la Libertad de Expresión*, 2004; Salazar Ugarte & Gutiérrez Rivas, 2008). Como se señala en la jurisprudencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos

*“La libertad de expresión no es un derecho absoluto y, por ello, cuando entra en contradicción con otros posibles derechos o valores, es necesario proceder a una ponderación para ver cuál tiene un mayor peso, dadas las circunstancias; la libertad de expresión goza, en principio, de cierta prioridad, pero puede resultar derrotada (digamos excepcionalmente)”* (Salazar Ugarte & Gutiérrez Rivas, 2008, pág. 18).

No obstante, hay que tomar en cuenta lo que Salazar Ugarte & Gutiérrez Rivas (2008) atinadamente advierten: no es fácil determinar cuándo una expresión en particular debe ser considerada como manifestación de odio o como ofensa seria al honor de una persona o grupo de personas. Y agregan una cita de Hart Ely que señala “(...) lo que es ofensivo a una persona no lo es para otra, y ciertamente... expresiones valiosas que han abierto los ojos al público a ultrajes que anteriormente habían aceptado, era

probablemente del tipo que muchas personas habrían considerado ofensivo” (2008, pág. 17).

Aún sin estadísticas en la mano, nos atrevemos afirmar que un número importante de mujeres en Venezuela no presenta reparos en que se utilicen modelos en bikinis o el cuerpo femenino en general para anunciar cerveza, o que a través de los medios se utilice la palabra “cuaima” para referirse a esposas y novias. Desde luego que aquí Bourdieu ofrecería como explicación que las mujeres utilizamos herramientas cognitivas derivadas de la relación de dominación, es decir, nos vemos a nosotras mismas desde la perspectiva masculina que ha dictaminado lo que es, lo que debe ser y lo que no es con relación a las mujeres. Y quizás desde esta perspectiva – aun cuando la encontramos algo condescendiente – pudiera explicarse la actitud de las mujeres ante el uso sistemático y cosificador del cuerpo femenino en los medios y la publicidad. Aun cuando las mismas mujeres lo encuentren bien, diría la línea argumental en este caso, ellas no cuentan con la claridad cognitiva que les permita discernir que algo va en contra de su posición dentro de la sociedad y que las discrimina. Aunque suene chocante, particularmente viniendo de un hombre, lo que nos dice Bourdieu pudiera ser perfectamente aplicado en reversa a lo afirmado por Ely: lo que en un momento nos parece aceptable, en otro nos puede parecer ofensivo. El caso que quizás pudiera mejor ilustrar esto es el del acoso sexual, y su expresión urbana: los piropos. Sí bien en Venezuela es aun socialmente aceptado el piropo, en muchos países es visto como una modalidad de acoso y, en consecuencia, se han tomado medidas para brindar protección a las mujeres en caso de transgresiones.

Un ejemplo frecuentemente citado al hablar de los límites de la libertad de expresión es la prohibición que existe en algunos países de negar el Holocausto, para lo cual se han impuesto sanciones penales a quienes incurran en tal negación.<sup>20</sup> La misma Organización de las Naciones Unidas, mediante resoluciones adoptadas por la Asamblea General, ha condenado este acto y ha exhortado a los Estados miembros a rechazar su negación como evento histórico (Salazar Ugarte & Gutiérrez Rivas, 2008). Sin embargo, existen decisiones como la adoptada en España por el Tribunal Constitucional en 2007, que no admiten tal criterio: la prohibición de negar los delitos de genocidio, entre ellos el Holocausto fue declarada inconstitucional aludiendo que “(...) la mera difusión de conclusiones en torno a la existencia o no de determinados hechos, sin emitir juicios de valor sobre los mismos o su antijuridicidad, afecta al ámbito de la libertad científica reconocida en la letra b) del art. 20.1 CE”, es decir, la libertad de expresión (Ruíz de la Serna, 2014).

Como bien señalan Salazar Ugarte y Gutiérrez Rivas (2008), sí esto sucede con un tema tan supremamente delicado y sensible como el Holocausto, cuya atroz naturaleza hace parecer imposible su puesta en duda y que, en consecuencia, quien lo haga deberá ser penalizado con el fin de evitar convalidar o propiciar que eventos similares puedan repetirse, es fácil entonces imaginar la complejidad de retos que se desprenden de otros temas sensibles relacionados con grupos o colectivos específicos para los que no es fácil

---

<sup>20</sup> Quizás el caso más extremo fue el encarcelamiento del historiador británico David Irving en Austria, por un discurso pronunciado en 1989 en el cual negó la existencia de las cámaras de gas en Auschwitz. Fue encontrado culpable en 2006, y estuvo en prisión durante 13 meses.

determinar sí debe aplicar una regla similar. Salazar Ugarte y Gutiérrez Rivas se preguntan “¿deberían castigarse las expresiones que niegan el exterminio en los GULAG del estalinismo?, ¿deben permitirse las expresiones que justifican o restan importancia al drama de la esclavitud?” Y agregamos ¿debemos castigar y/o impedir las expresiones que presentan a las mujeres de manera discriminatoria o que justifican la violencia contra la mujer (a través de expresiones como “crimen pasional”, “ataque de celos”, entre muchos otros)? Estas son dificultades que los tribunales deben enfrentar ante problemas concretos en los que el ejercicio de la libertad de expresión de uno o algunos entra en conflicto con el derecho o derechos de otra persona o de varias. Y en esa labor, en el caso particular de Venezuela, los tribunales estarán orientados por las definiciones ofrecidas por la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, en sus artículos relativos a la violencia mediática y la violencia simbólica. No podemos, sin embargo, dejar de acotar en este contexto la importancia de un sistema judicial capaz de enfrentar estos retos, que goce de autonomía e imparcialidad en su labor de administrar justicia, y para lo cual debe contar con los recursos humanos y materiales necesarios que deben serle proporcionados por el Estado.

### **Daños y ofensas**

En líneas generales, y de manera particular en el mundo anglosajón, las restricciones impuestas a la libertad de expresión están guiadas por los principios de daño y ofensa, como por ejemplo en la pornografía o el discurso de odio. En el caso del daño, John Stuart Mill sostuvo que debería existir la mayor libertad posible para profesar y

discutir, como una cuestión de convicción ética, cualquier doctrina, sin importar cuán inmoral la misma pudiera ser considerada (Van Mill, 2012). Sostenía que la libertad de expresión más amplia es requerida a fin de poder desarrollar los argumentos a sus límites más lógicos. No obstante, observó que se debía imponer una limitación a esta posibilidad cuando alguien de la comunidad pudiera ser dañado. En su libro *Sobre la Libertad*, señaló que el único propósito por el que el poder puede ser legítimamente ejercido sobre cualquier miembro de la comunidad civilizada, en contra aún de su voluntad, es para prevenir el daño a otros (Mill, 1909). Por su parte, y más recientemente, Joel Feinberg planteó que la protección ofrecida por el principio del daño de John Stuart Mill era insuficiente ante conductas maliciosas de otras personas. De manera que propuso el principio de la ofensa, según el cual, se debe tomar en cuenta una serie de factores para decidir si alguna expresión puede ser limitada: entre ellos, la extensión, duración y valor social del discurso, la facilidad con la cual el mismo pudiera ser evitado, los motivos de quien pronuncie el discurso, el número de personas ofendidas, la intensidad de la ofensa, y el interés general de la comunidad en su conjunto (Van Mill, 2012).

### **Derechos protegidos en el contexto de un orden democrático: derecho a la no-discriminación**

Por discriminación puede entenderse la acción de diferenciar o separar unas cosas de otras en base a sus diferencias. Esta noción no entraña juicio alguno, sino que es neutral. Sin embargo, como explican Salazar Ugarte y Gutiérrez Rivas (2008), desde el punto de vista sociológico, la discriminación puede ser entendida como una de modalidad

de violencia ejercida por grupos humanos en posición de dominio, quienes, de manera consciente o inconsciente, establecen y extienden preconceptos negativos contra grupos sociales determinados, resultando ello en su exclusión y marginalización. Tales preconceptos están basados en características físicas (color de piel, sexo, discapacidad, edad) o de identidad (étnica, sexual, religiosa) que pasan a ser convertidos en estigmas de inferioridad. Se trata de un fenómeno que se concreta y define cuando un prejuicio se instala sobre un grupo de manera perdurable y los integrantes de dicha colectividad son constantemente marginados por el simple hecho de pertenecer a ella. La discriminación tiene un carácter sistémico, que implica la reproducción social de relaciones de desigualdad que excluyen a amplios sectores de una comunidad, lo cual supone repercusiones graves sobre las estructuras sociales, económicas y políticas. El problema central con la discriminación, más allá de las consecuencias individuales que las mismas acarrear, manifestadas en humillación, vergüenza, baja autoestima, entre muchas otras, es que la misma se convierte en componente estructural de algunos sistemas sociales que mantiene en situación de opresión a millones de personas. Esto se traduce en mayores dificultades de acceso a determinados bienes, intereses o libertades que son indispensables para alcanzar una vida digna y participar de manera plena y en pie de igualdad con otras personas en las sociedades a las cuales pertenecen (Salazar Ugarte & Gutiérrez Rivas, 2008).

El derecho a la no-discriminación está contenido en la Declaración Universal de Derechos Humanos proclamada por las Naciones Unidas en 1948 la cual afirma que todas

las personas tienen los mismos derechos y libertades sin distinción de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición (Asamblea General de las Naciones Unidas, 1948). Este principio ha sido recogido por los instrumentos internacionales que forman parte del derecho internacional de los derechos humanos, y ha sido desarrollado a través del tiempo, hasta llegar a nociones contemporáneas más sofisticadas que las de hace casi 70 años. Salazar Ugarte & Gutiérrez Rivas (2008) señalan que los tres elementos relacionados entre sí de lo que constituye un acto discriminatorio, tal y como se define en los distintos instrumentos internacionales, son a) una distinción injustificada; b) basada en un rasgo; y c) que anula derechos. Explican que discriminar no significa diferenciar a alguien en el trato, sino más bien colocarla en una situación jurídica de inferioridad utilizando como base para su descalificación un rasgo o característica que es innata o inmodificable (indígena, negro, mujer, anciana, etc.). No se trata, entonces, de una diferencia de trato “entre” iguales, sino que se trata de una diferencia injusta “contra” quienes encontramos diferentes a causa de un prejuicio negativo sobre sus características físicas, sociales – agregaríamos políticas - que anula o restringe el ejercicio de derechos. El derecho a no ser discriminada/o supone, entonces, la prohibición por parte del Estado de realizar actos que traten de manera diferenciada o excluyente a las personas en base a su origen étnico, color de piel, sexo, credo, condición social, orientación sexual, etc., lo cual resulta en una restricción o anulación de sus derechos (2008). De conformidad con compromisos internacionales como la CEDAW, los Estados no sólo deben prohibir la discriminación contra las mujeres, sino tomar todas

las medidas necesarias para evitar que ello ocurra tanto en la esfera pública como en la privada.

### **La noción de igualdad**

El derecho a la no-discriminación parte de la noción fundamental de que todos y todas somos iguales. Pero, ¿qué significa la igualdad? ¿Igual trato dentro de una sociedad? ¿Igualdad de oportunidades? ¿Igualdad ante la ley? De manera que no podemos hablar del derecho a la no-discriminación sin repasar, aun brevemente, lo que implica la noción de igualdad. Las luchas por la igualdad, cuyo origen conocido se remonta al siglo XVIII, han tenido como objetivo fundamental la eliminación de privilegios económicos, políticos o culturales construidos en torno a grupos históricamente dominantes (Salazar Ugarte & Gutiérrez Rivas, 2008). Hoy en día, la noción de igualdad constituye un valor fundamental de las democracias occidentales, y un principio rector esencial de los textos constitucionales en tanto herramienta de contrapoder. No obstante, el principio de igualdad es indeterminado y ha evolucionado conforme a los contextos históricos en los que se ha aplicado. Aún hoy, se siguen produciendo intensos debates teóricos y jurisprudenciales que buscan apropiarse del sentido de este concepto. Pero, haciendo uso de la explicación que sobre esto ofrecen Salazar Ugarte & Gutiérrez Rivas (2008), examinaremos cómo hoy en día el principio de igualdad es concebido en el derecho: la igualdad como equiparación (igualdad formal) y la igualdad como compensación (igualdad material). La primera se entiende como el principio de trato igualitario que deben otorgar los poderes públicos a todas las personas

ante la ley. Esta igualdad formal exige que las normas sean lo suficientemente generales como para abarcar la conducta de un sinnúmero de personas sin distinción de género, raza, condición social, entre otros. Implica, entonces, igualdad de trato e igualdad en el diseño de la norma (Casal, Roche, Richter, & Chacón Hanson, 2005). De esta idea derivan dos nociones o postulados del derecho constitucional actual: 1) la igualdad ante la ley, es decir, cuando las situaciones en que se encuentran los sujetos son sustancialmente iguales o equivalentes; y 2) el derecho a la no-discriminación, referido a aquellos casos en los que las condiciones son diferentes para lo cual la igualdad exige la equiparación (Casal, Roche, Richter, & Chacón Hanson, 2005; Salazar Ugarte & Gutiérrez Rivas, 2008).

Pero resulta que no todas las personas son idénticas, y existen diferencias que son, en definitiva, lo que enriquece la construcción de una sociedad dinámica y diversa. De manera que la aplicación del principio de igualdad formal o por equiparación resulta insuficiente y puede devenir en desigualdades reales tras su aplicación. Para ello, el Derecho reconoce y aplica la perspectiva de la igualdad material o por compensación, que permite tomar en cuenta la diversidad social, cultural y económica de las personas, y se basa en el reconocimiento jurídico de las diferencias para dar paso al establecimiento de tratos diferenciados en el Derecho cuando se estime necesario. Por ejemplo, en México, la Constitución otorga un trato diferenciado a las poblaciones indígenas, cuya condición socio-económica es desventajosa en relación al resto de la sociedad tras años de opresión y explotación. Salazar Ugarte & Gutiérrez Rivas (2008) equiparan la noción de igualdad por compensación al surgimiento de los llamados “derechos sociales”,

surgidos para “compensar” las desigualdades producidas por el capitalismo liberal que han impedido el acceso a bienes y necesidades básicas a gran número de personas.

La noción de igualdad por compensación es el origen de las medidas de acción positiva, las cuales constituyen una herramienta del Derecho para lograr que grupos históricamente marginados puedan incorporarse de manera plena, en pie de igualdad, en la sociedad.

Ambas nociones se encuentran presentes hoy en día en numerosas constituciones del mundo, integradas de manera tal que no sólo se reconozca que las personas son iguales ante la ley, sino que existan posibilidades reales de llegar a serlo en los casos donde existan obstáculos. La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela incorpora las dos nociones, reconociendo la igualdad de todos y todas ante la ley, y exigiendo, al mismo tiempo, la adopción de medidas de acción positiva cuando sea necesario (Casal, Roche, Richter, & Chacón Hanson, 2005). El artículo 21 de nuestra carta magna reza

*“Todas las personas son iguales ante la ley, y en consecuencia: No se permitirán discriminaciones fundadas en la raza, **el sexo**, el credo, la condición social o aquellas que, en general, tengan por objeto o por resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio en condiciones de igualdad, de los derechos y libertades de toda persona.*

*La ley garantizará las condiciones jurídicas y administrativas para que la igualdad ante la ley sea real y efectiva; **adoptará medidas positivas a favor de personas o grupos que pueden ser discriminados, marginados o vulnerables**; protegerá especialmente a aquellas personas que por*

*alguna de las condiciones antes especificadas, se encuentran en circunstancias de debilidad manifiesta y sancionará los abusos o maltratos que contra ellas se cometan.”* (Negritas añadidas)

Este mandato constitucional que permite la adopción de medidas de acción positiva a favor de grupos discriminados, es de gran relevancia para el análisis de las disposiciones relativas a violencia mediática y violencia simbólica en cuanto herramientas para el logro de representaciones equilibradas de género en los medios de comunicación.

### **Derecho a la no-discriminación por razones de sexo**

La naturaleza histórica y sistemática de la discriminación hacia las mujeres hace que el desarrollo del derecho a la no-discriminación con base al sexo tenga en mayor medida que ver con la evolución del movimiento de mujeres y su acceso a distintas áreas de la vida otrora prohibidas para ellas. Fernando Rey Martínez (2005) sostiene que la discriminación sufrida por las mujeres es

*“(...) la más antigua y persistente en el tiempo, la más extendida en el espacio, la que más formas ha revestido (desde la simple y brutal violencia hasta los más sutiles comportamientos falsamente protectores), la que afecta al mayor número de personas y la más primaria, porque se añade a las demás formas de discriminación.”*

En la mayoría de las sociedades, las mujeres han sido vistas como débiles, con lo cual se hacía necesaria su protección del mundo más allá del hogar, del ámbito privado. Este argumento sustentó el impedimento a las mujeres de ejercer derechos fundamentales

como el sufragio, la participación en la vida política o el trabajo fuera del hogar. Las mujeres eran consideradas parte del patrimonio de los hombres – bien sea como hijas o como esposas – y no eran visibles para la ley. Por ejemplo, hasta mediados del siglo XIX, en los Estados Unidos la identidad de la esposa era fusionada con la del marido, quien recibía toda la propiedad personal de ella para su custodia y administración. En los años 30, cuando las mujeres españolas obtuvieron el derecho al sufragio, los debates de la época registran opiniones en contra del otorgamiento de ese derecho que hablaban de la “duplicación del voto de los maridos, padres y hermanos”, de la disrupción de la armonía del hogar o de la “venta del voto” en caso de mujeres de “vida licenciosa” (Rey Martínez, 2005). Las mujeres han sido discriminadas de muchas maneras y en muchos ámbitos. Partiendo de las religiones organizadas como la católica, donde en tiempos del Imperio Romano las mujeres no podían ejercer ningún tipo de autoridad eclesiástica ya que el código civil les impedía ejercer funciones públicas o cargos de autoridad, las mujeres han sido excluidas de posiciones de liderazgo en las esferas religiosas, económicas, políticas y sociales, y se han creado dudas con respecto a sus capacidades físicas e intelectuales, alimentando una cultura de inferioridad de la mujer cuyos vestigios vemos aún hoy en día. Las mujeres han sido marginadas en el acceso al trabajo, a la educación, a decidir sobre cuestiones de matrimonio, procreación y crianza de hijos/as, les ha sido negado el acceso a recursos económicos y financieros, a la nacionalidad, y a numerosos otros derechos. Como dice Rey Martínez, el estereotipo fundamental es sobradamente conocido: hombres y mujeres son “naturalmente” diferentes, lo cual se proyecta en distintas “funciones sociales” (2005, pág. 18).

El reconocimiento del derecho a la no-discriminación en base al sexo estuvo en el origen del reconocimiento general del derecho a no ser discriminado, que se remonta a los primeros documentos fundacionales de las Naciones Unidas, como ya se ha comentado, otorgándose atención especial a la situación específica de las mujeres. Desde el comienzo mismo de la Organización de las Naciones Unidas, se creó la Comisión sobre la Condición Jurídica y Social de la Mujer (CSW por sus siglas en inglés), con el fin de servir de foro de concertación política en torno a los temas que afectaban la participación de las mujeres en la sociedad alrededor del mundo. Inicialmente, su trabajo se centró en establecer normas y convenciones específicas para el combate de la discriminación de las mujeres. Así, se adoptaron la Convención sobre los Derechos Políticos de la Mujer (1953), la Convención sobre la Nacionalidad de la Mujer Casada (1957), la Convención sobre el consentimiento para el matrimonio, la edad mínima para contraer matrimonio y el registro de los matrimonios (1962), y el Convenio relativo a la igualdad de remuneración entre la mano de obra masculina y la mano de obra femenina por un trabajo de igual valor (adoptada por la OIT en 1951, con la colaboración de la CSW). Sin embargo, la CSW notó que estos esfuerzos individuales merecían ser consagrados y consolidados en un solo texto. Así se llegó a la aprobación de la Declaración sobre la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer en 1963. Pero la misma naturaleza meramente declaratoria de este documento despertó en la CSW y en numerosos movimientos organizados de activistas de los derechos de las mujeres alrededor del mundo, la visión de que se necesitaba contar con un instrumento jurídico vinculante, que impusiera sobre los Estados la obligación de actuar para contrarrestar la

discriminación de la mujer. Así se dio paso a la histórica adopción, en el año 1979, de la Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW). A la fecha, 188 países, incluida Venezuela, son parte de la Convención, la cual ha sido una herramienta fundamental en la consecución de la igualdad de mujeres y hombres.

La CEDAW define la discriminación como toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto, o por resultado, menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, sin distinción de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural y civil, o en cualquier otra esfera (Artículo 1). El texto completo abarca distintas situaciones en las que las mujeres son objeto de discriminación tales como el plano laboral, el matrimonio, la familia, la vida política y pública, la nacionalidad, la salud, la educación y las prestaciones sociales, por nombrar solo algunas, al tiempo que exige a los Estados la adopción de medidas apropiadas, incluyendo de carácter legislativo, en todos los ámbitos para lograr el adelanto de la mujer y garantizar el goce efectivo de sus derechos humanos en pie de igualdad con los hombres.

A fin de garantizar y supervisar su cabal implementación, la Convención creó un órgano de seguimiento conocido como el Comité para la Eliminación de la Discriminación de la Mujer, el cual revisa los informes de los Estados parte y emite opiniones e interpretaciones sobre asuntos particulares contenidos en el texto de la

CEDAW. Esto es interesante resaltarlo, puesto que el Comité adoptó una recomendación que ha sido de fundamental importancia: reconoció a la violencia contra la mujer como una forma de discriminación que impide gravemente el goce de derechos y libertades de las mujeres en pie de igualdad con el hombre. Ello fue un gran avance puesto que se lleva al tema de la violencia contra la mujer al ámbito de protección ofrecido por la Convención, tal y como se ha discutido anteriormente en este trabajo. Por otra parte, en su artículo 4, la Convención admite la adopción de medidas especiales - que deberán ser de carácter temporal - encaminadas a acelerar la igualdad de facto entre hombres y mujeres, las cuales no deberán ser consideradas discriminación.

Rey Martínez (2005) afirma que mientras existan grupos sociales en desventaja fáctica, se requerirán medidas de diferenciación jurídica de trato que equilibren la situación, como ocurre en el caso que nos ocupa: la desigualdad de hecho entre hombres y mujeres. Presenta entonces un modelo de tres escalones para comprender el contenido del derecho fundamental a no ser discriminado/a por razón de sexo, a saber: a) la prohibición de discriminaciones directas; b) la prohibición de discriminaciones indirectas; y c) la licitud y exigencia de medidas de acción positiva para lograr la igualdad de oportunidades de mujeres y hombres. Las dos primeras integran la noción de “igualdad de trato” que ya examinamos, mientras que el mandato de acciones positivas abarca la noción de “igualdad de oportunidades”. La prohibición de discriminaciones directas tiene que ver con normas que otorguen un trato diferenciado y perjudicial en función de pertenecer a uno u otro sexo (por ejemplo, discriminaciones por razón de embarazo,

patria potestad, transmisión de nacionalidad a hijo/as y cónyuge, y cláusulas de celibato). Cita un caso interesante: la sentencia del Tribunal Constitucional español que declaró inconstitucional la prohibición de que las mujeres trabajaran en el interior de las minas. Originalmente considerada una medida que protegía a las mujeres (adoptada por decreto en 1957), evitando su sobreexplotación, la prohibición es lo contrario a lo que sería una medida de acción positiva o de apoyo para conseguir la igualdad real de oportunidades ya que restringe las oportunidades de trabajo de las mujeres. Señala la sentencia

*“(...) ha de tenerse en cuenta que la evolución social que desde el momento en que aquellas normas se gestaron ha tenido la política antidiscriminatoria, ha llevado a examinar con particular reserva un tipo de medidas protectoras que parten de prejuicios infundados, que responden a una división sexista del trabajo o que por la evolución social y productiva y la mejora de las condiciones de salubridad y seguridad del trabajo son las minas, han dejado de tener razón de ser”* (Tribunal Constitucional Español, 1993).

La sentencia también señala como prejuicio sexista la asunción de menor fortaleza física de la mujer con respecto al hombre, a todas luces un estereotipo – valga decir, amplificado por los medios – que más que reforzar la diferencia “real, natural o biológica” limita o perjudica a la mujer en el mercado laboral (Rey Martínez, 2005).

La prohibición de discriminaciones indirectas tiene que ver con aquellos tratamientos jurídicos que formalmente y en apariencia son neutros respecto de los sexos, pero de los cuales se derivan, dada la desigual situación de hecho entre hombres y mujeres, consecuencias desiguales perjudiciales por el impacto diferenciado y

desfavorable que tienen sobre los miembros de uno u otro sexo, en razón de la desigualdad de hecho entre hombres y mujeres. El Tribunal Constitucional español define las discriminaciones indirectas como “tratamientos formalmente no discriminatorios de los que derivan, por las diferencias fácticas que tienen lugar entre trabajadores de diverso sexo, consecuencias desiguales perjudiciales por el impacto diferenciador y desfavorable que tratamientos formalmente iguales o razonablemente desiguales tienen sobre los trabajadores de uno y otro sexo a causa de la diferencia sexual” (Rey Martínez, 2005). Para ilustrar cómo funcionan las discriminaciones indirectas, Rey Martínez hace uso de una sentencia del Tribunal Supremo de España adoptada en el año 2000 en la cual aceptó una demanda del sindicato de una empresa cuya política de contratación estaba dirigida, casi exclusivamente, a favor de los hombres. El Tribunal estimó que la empresa habría incurrido en una conducta discriminatoria indirecta ya que no pudo aportar elementos que explicaran el por qué exigía el título de formación profesional de segundo grado para realizar funciones que no requieren tal formación, siendo “desproporcionado y perjudicial para el colectivo femenino, que por razones socioeconómicas no suele poseer tal título.” A menudo se escucha el argumento de que no hay más mujeres en puestos directivos porque no hay un suficiente número de mujeres preparadas para asumir esos roles. Pero ¿por qué se da esta situación? Cuando examinamos la situación socio-económica de millones de mujeres en todo el mundo podemos constatar que un número importante no cuenta con las mismas oportunidades para educarse bien sea porque tienen que hacerse cargo del hogar, incluyendo el cuidado de padres o madres u otros miembros de la familia enfermos o mayores, porque existe algún impedimento cultural a su educación, porque

deben trabajar aún a temprana edad para contribuir con el sustento familiar, porque fueron objeto de violencia sexual y quedaron embarazadas, entre muchas otras razones. En contextos donde los procesos de socialización enseñan a las niñas que su lugar es en el hogar, pasando por el tipo de juguetes que se ofrecen a ellas o los contenidos televisivos, la “programación” que se hace de ellas generalmente les hace creer e internalizar la división sexual de los oficios. De manera que no deberíamos sorprendernos cuando vemos que los números de mujeres dedicadas a las tecnologías de la información, la ciencia o campos técnicos son menores que los de sus pares hombres. Es aquí, entonces, donde las modificaciones de los contextos culturales cobran su mayor sentido, porque guardan una relación directa con la discriminación indirecta.

Con el fin de equilibrar esta situación, surgen las medidas de acción positiva.

Señala Rey Martínez

*“La prohibición de discriminaciones directas e indirectas tiende a exigir la identidad de trato entre hombres y mujeres similarmente situados, aunque de ello no cabe inferir (...) que toda diferenciación jurídica de trato deba ser de interpretación estricta. En otras palabras, el mandato de las acciones positivas, la igualdad de oportunidades, no es una excepción de la igualdad de trato, sino su necesario complemento”* (2005, pág. 49).

Las medidas de acción positiva persiguen la igualdad entre hombres y mujeres, sin que existan privilegios ni poder para un sexo, ni incapacidad para el otro. El mismo Rey Martínez sostiene que la experiencia histórica ha demostrado que la identidad jurídica de trato no sólo actúa en desventaja de las mujeres, sino que ha sido un instrumento de

conservación del status quo. Explica que ello es así porque cuando el derecho neutral se enfrenta a un estado de desequilibrio social entre los sexos (la discriminación cotidiana de las mujeres en todos los ámbitos), y paralelamente, a una situación de superior importancia de los hombres en el ámbito de las elites políticas y sociales, entonces no puede desempeñar una función de igualdad, llegando, por el contrario, a una toma de partido unilateral a favor del colectivo masculino y en detrimento del colectivo femenino (echando mano de los conceptos de Bourdieu diríamos que se trata de estructuras creadas por los hombres, impregnadas de violencia simbólica que coloca a las mujeres en situación de desventaja frente a ellos).<sup>21</sup> Esta descripción es, a nuestro modo de ver, la explicación central de cómo la discriminación contra las mujeres está institucionalizada, presente en todas las estructuras, instalada a través de uno de los componentes estructurales más importantes de las sociedades modernas como es el derecho mismo. Pero el derecho también nos abre posibilidades de cambio, como ya hemos examinado anteriormente en base a los conceptos de Rita Segato (2003).

Las acciones positivas, que, como ya hemos comentado antes, en nuestro país son un mandato por conducto del artículo 21 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, están encaminadas a lograr la igualdad de todos y todas, con lo que no

---

<sup>21</sup> Señala Bourdieu “Por cuanto me parece que la unidad doméstica es uno de los predios donde la dominación masculina se manifiesta más indisputable y visiblemente (y no sólo a través del recurso a la violencia física), el principio de perpetuación de las relaciones de poder material y simbólico ejercido allí está situado mayormente fuera de esa unidad, en agencias tales como la iglesia, el sistema educativo o el Estado, y en sus acciones estrictamente políticas, sean abiertas o encubiertas, oficiales o no oficiales (...) [El movimiento feminista] no debe ser dejado a excluir (...) luchas sobre agencias que, a través de sus acciones negativas (...) y ampliamente invisibles, hacen una contribución significativa a la perpetuación de las relaciones sociales de dominación entre los sexos.” *La dominación masculina*. Página 116. Traducción propia.

deben estar condicionadas a la diatriba política. Como dice Rey Martínez para el caso de España, pero perfectamente aplicable a nuestra realidad: “Se trata de un derecho fundamental, de una decisión del constituyente sustraída de la mayoría política cambiante.” Más interesante y pertinente aún es su explicación de por qué es esto así

*“(...) el criterio de diferenciación sexual (...) históricamente ha sido asociado a estereotipos de hondo arraigo que consideraban a las mujeres como ciudadanas de inferior valor social que los hombres; se trata de un criterio, además, que no depende de la trayectoria individual de las personas, sino que les viene dado por lotería genética; un criterio inmutable y transparente. La peculiar injusticia de la discriminación sexual deriva del hecho de que un ser humano es tratado como un inferior en ciertos ámbitos de la vida por el mero hecho de su pertenencia (que no es voluntaria ni disponible para él) a un colectivo social. Se trata, por añadidura, de un colectivo que merece una especial promoción porque es, entre los grupos sociales en desventaja, el más numeroso y, sobre todo, porque la discriminación de las mujeres es la más básica y primaria, esto es, siempre se añade a las demás discriminaciones, de modo que, por ejemplo, entre los discriminados por razones económicas o raciales, las mujeres de esos grupos tienen menos oportunidades aún que los varones. Todo esto explica por qué la discriminación por sexo es especialmente odiosa y por qué, de modo coherente, son particularmente lícitas, exigibles y preferentes las acciones positivas a favor de la igualdad de oportunidades de las mujeres frente a otros grupos sociales en desventaja” (pág. 57).*

Si bien muchos piensan que las medidas de acción positiva benefician de manera exclusiva a las mujeres, ello no es así. Los beneficios de su aplicación repercuten en la sociedad en su conjunto ya que permite que un número mayor de talentos y capacidades

participen plenamente en el plano laboral, educativo, y social, e igualmente promueve mayor participación (de hombres y mujeres) en las esferas doméstica y familiar.

En el caso que nos ocupa, debemos decir que las disposiciones contenidas en los párrafos 15 (15) y 15 (17) de la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia relativos a la violencia mediática y la violencia simbólica, constituyen medidas de acción positiva encaminadas a lograr la igualdad de mujeres y hombres en las representaciones hechas por los medios de comunicación, que sin duda tendrá repercusiones en el combate de estereotipos y la discriminación de la mujer en el mundo real. Pero no es sólo eso lo que se busca, sin duda. La intención es que se produzca un cambio cultural profundo en el cual los medios y la sociedad en su conjunto dejen de ver a las mujeres en sus roles tradicionales de madres, esposas, cuidadoras, amas de casa u objetos sexuales. Asumimos estas medidas con carácter temporal, porque tan pronto existan expresiones no-sexistas ni estereotipadas de las mujeres en los medios – o por lo menos no de la manera sistemática y hegemónica en la que las encontramos hoy en día – medidas como las relativas a la violencia mediática y la violencia simbólica no serán necesarias.

### **El derecho a la libertad de expresión versus el derecho a la no-discriminación por razones de sexo**

Hasta ahora tenemos, por un lado, que la libertad de expresión no es un derecho absoluto, que admite limitaciones y restricciones en algunos casos, en el entendido de que

las mismas son excepciones a la regla, dada la importancia que este derecho tiene en la preservación de sociedades democráticas. Y, por el otro, tenemos que el derecho a la no-discriminación es otra de las piezas fundamentales de la democracia, a través del cual se hace efectiva la igualdad entre todas y todos los ciudadanos. Es evidente, en todo caso, que la tensión entre la libertad de expresión y la igualdad es, como lo señala Patricia Britos (2006), una lucha política en sí misma, porque obliga a priorizar entre dos principios fundamentales para la consecución de sociedades más justas. Es una tarea que presenta un reto formidable a legisladores y jueces. En Canadá, por ejemplo, los tribunales nacionales han buscado balancear estos dos derechos fundamentales cuando se han encontrado en pugna, de manera que ninguno sea interpretado de manera absoluta en perjuicio de otro derecho. En ese sentido, la jurisprudencia canadiense reconoce que se deben imponer límites a la libertad de expresión cuando la misma vaya en contra del derecho a la igualdad (Mahoney, 1992).

En este contexto, la pregunta que debemos hacernos, tomando en cuenta las disposiciones relativas a la violencia mediática y la violencia simbólica sería ¿están las expresiones e imágenes que discriminan en base al sexo, amparadas por el derecho a expresarse libremente? En nuestro criterio y en base a lo que hasta ahora hemos examinado, la respuesta es no. Y esta respuesta la encontramos en los instrumentos internacionales relativos a los derechos de las mujeres y en la misma Constitución. El Profesor Héctor Faúndez (2004) sostiene que, en virtud de las disposiciones contenidas en la CEDAW (artículos 2 y 5) los anuncios de prensa, en materia de empleo o de otro

tipo, que discriminan en función del sexo, no estarían dentro del ámbito de expresión protegida. El artículo 2 prevé que los Estados partes deberán adoptar medidas adecuadas, legislativas y de otro carácter, con las sanciones correspondientes, que prohíban toda discriminación contra la mujer. Siendo que la violencia contra la mujer, en general, incluida la violencia mediática y la violencia simbólica previstas en la legislación venezolana, es considerada una forma de discriminación, el Estado está entonces habilitado a restringirlas.

El artículo 5 de la Convención, por su parte, debe ser interpretado de manera mucho más amplia que la ofrecida por el Profesor Faúndez, ya que alude a la existencia de patrones socioculturales de conducta que deben ser modificados con el fin de lograr la plena igualdad de mujeres y hombres:

*“Los Estados Partes tomarán todas las medidas apropiadas para:*

*a) Modificar los patrones socioculturales de conducta de hombres y mujeres, con miras a alcanzar la eliminación de los prejuicios y las prácticas consuetudinarias y de cualquier otra índole que estén basados en la idea de la inferioridad o superioridad de cualquiera de los sexos o en funciones estereotipadas de hombres y mujeres;”*

La Convención es clara y precisa en lo que observa como perjudicial y discriminatorio y que, por ende, considera debe ser modificado para lograr la igualdad, con lo cual los mensajes e imágenes que presentan a las mujeres de manera cosificada y

subordinada y que las discriminan en razón de su sexo, las cuales, como hemos visto no son otra cosa que expresiones de patrones socioculturales predominantes, quedan fuera del ámbito de protección que brinda el derecho a la libertad de expresión. Valga señalar que el Profesor Faúndez comparte plenamente esta interpretación amplia del artículo 5 y agrega, además, que la relación entre el derecho a la libertad de expresión y el derecho a no ser discriminadas por razones de sexo en los medios de comunicación, debe ser abordada desde el punto de vista de las normas, por lo que la aplicación de la CEDAW debe prevalecer. Más aún, en criterio del Profesor Faúndez, los artículos 2 y 5 abren la posibilidad a los Estados de imponer restricciones a la libertad de expresión con el fin de contribuir con la eliminación de prejuicios y estereotipos que colocan a las mujeres en situación de subordinación, es decir, que las discriminan, dentro de la sociedad (Faúndez, Entrevista personal, 2014).

La región de América Latina y el Caribe cuenta, además, con un instrumento jurídico específico que aborda la violencia contra la mujer como es la Convención de Belém do Pará, y de la cual Venezuela también es signataria. En su artículo 8, apartado g, la Convención compromete a los Estados a “(...) alentar a los medios de comunicación a elaborar directrices adecuadas de difusión que contribuyan a erradicar la violencia contra la mujer en todas sus formas y a realzar el respeto y dignidad de la mujer.” Por su parte, el artículo 6 añade que las mujeres tienen derecho a ser valoradas y a ser educadas en un entorno libre de patrones estereotipados de comportamiento y prácticas sociales y culturales basadas en conceptos de inferioridad o subordinación.

Ya hemos visto cómo, en el caso de la no-discriminación por razones de sexo, instrumentos internacionales y textos constitucionales como el de Venezuela y España admiten la adopción de medidas de acción positiva con el fin de acelerar el logro de la igualdad entre hombres y mujeres. En virtud de ello, y de los mandatos derivados tanto de la CEDAW como de la Convención de Belém do Pará, tenemos entonces que la tipificación de la violencia mediática y la violencia simbólica en la ley venezolana se corresponde con las responsabilidades asumidas por Venezuela en los convenios internacionales de los cuales es parte, e imponen restricciones legítimas a la libertad de expresión en línea con el espíritu de los instrumentos internacionales de protección de los derechos humanos de las mujeres. Esta restricción, puesto que se trata de medidas de acción positiva, es limitada en el tiempo, en línea también con compromisos internacionales y el mandato constituyente, que persiguen la igualdad entre mujeres y hombres. Mientras el artículo de violencia mediática es una herramienta encaminada a buscar un equilibrio en las representaciones hechas de las mujeres en los medios de comunicación, como medida puntual, el artículo sobre violencia simbólica aborda el problema estructural: el patriarcado mismo que requiere ser desmontado progresivamente para el logro de la plena igualdad entre todas y todos los miembros de la sociedad.

Valga citar a Salazar Ugarte y Gutiérrez Rivas en este punto

*“En sociedades como las actuales, donde las diferencias reales entre las personas son tan acentuadas en ciertas ocasiones, existen razones de peso para que quienes diseñan las leyes y quienes las aplican introduzcan diferencias normativas de trato. Para que el derecho pueda tener*

*una incidencia en el mundo de las desigualdades reales y opresivas, lo que los operadores del derecho deben hacer es tratar diferente a quien necesita la diferencia para poder ser iguales. De esta reformulación contemporánea del principio de igualdad es de donde se desprende todo el debate actual sobre las medidas de igualación positiva, acciones afirmativas, acciones compensatorias, cuotas o también conocidas como medidas de discriminación inversa” (2008).*

Pero tratemos de mirar la cuestión desde una óptica distinta a la de las normas por un momento. Volvamos a las nociones de daño y ofensa que suelen ser utilizadas en el derecho anglosajón en el contexto de las restricciones a la libertad de expresión, las cuales merecen ser re-examinadas en este punto. Sí consideramos que la repetición sistemática de mensajes e imágenes que presentan visiones sesgadas de lo que constituye ser mujer infligen un daño sobre la manera en la cual las mujeres son vistas y tratadas social e individualmente, y contribuyen a la construcción (o reafirmación) de una opinión colectiva desvalorizada, estereotipada y subordinada de las mujeres, pudiéramos decir que es meritoria la imposición de una restricción a la libertad de expresión en este caso en particular, como se ha hecho con los artículos sobre violencia mediática y violencia simbólica en la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia. En el caso de la ofensa, observamos que se aplican los criterios presentados por Feinberg para determinar la existencia de la misma y hacer procedente la restricción. Así, sí contamos el número de personas ofendidas, el interés general de la comunidad en su conjunto y el valor social, por tomar sólo tres de las variables señaladas por Feinberg, vemos que 1) el número de personas ofendidas sería la mitad de la población o más (porque hay muchos hombres que reconocen y encuentran ofensivas las expresiones que

discriminan a las mujeres) aunque desde luego existe siempre el argumento de quiénes se sienten ofendidas y quiénes no por ciertas representaciones y mensajes; 2) el interés general de la comunidad en su conjunto pudiera ser interpretado en el sentido de cómo el fomento de una visión sesgada de las mujeres contribuye a perpetuar los patrones de subordinación existentes que, a su vez, colocan a la mujer en situación de vulnerabilidad ante la violencia o la excluyen de ciertos ámbitos de la vida (científicos, técnico, entre otros), lo cual, en definitiva, disminuye las oportunidades de crear sociedades con mayor igualdad y bienestar; y 3) habría que preguntarse, por ejemplo, cuál es el valor social de presentar a una mujer semi-desnuda en la contraportada de un diario deportivo (caso Líder o Meridiano) o, más aún, semi-desnuda, con la cabeza fuera de la foto (es decir, cortada), siendo imagen de una cerveza. ¿Cuál es el valor social de que mujeres en bikini sean imagen de productos que van desde yogurt hasta baterías de carros? ¿Cuál es el valor social de las muy comentadas y socialmente valoradas chicas Polar? ¿Cuál es el valor social de la telenovela que recurre a la fórmula de la mujer desvalida, condición que es sólo posible superar de la mano del galán de la historia? Sin embargo, hay que resaltar que uno de los criterios – que pareciera ser central para Feinberg a la hora de decidir sobre restringir o no – es la facilidad con la que el discurso puede ser evitado. Un libro, una revista, o algún programa de radio o televisión que presente algún contenido que encontramos ofensivo, es fácilmente evitable mediante el apagado o decidiendo cerrar o no adquirir la publicación de que se trate. Feinberg se opone, por ejemplo, a la prohibición de películas consideradas ofensivas, porque se pueden evitar fácilmente, no asistiendo a su proyección. Pero señala que la publicidad sobre un film que pudiera

contener material considerado ofensivo, debe evitar mostrarlo ya que las vallas expuestas en lugares públicos no pueden ser evitadas tan fácilmente (¿Cómo pudiéramos evitar una valla de mujeres semi-desnudas promocionando cerveza en una autopista de Caracas?) Feinberg aplica este principio preferencialmente en el caso de la pornografía porque sostiene que puede ser fácilmente evitada (Van Mill, 2012). Sobre este último punto en particular, compartimos el criterio de Feinberg plenamente porque encontramos que la pornografía es una expresión que, aunque ofensiva y odiosa, es permisible en tanto su difusión no sea amplia, masiva y fácilmente disponible a niños, niñas y adolescentes. Recordando lo ya dicho por Dworkin, y lo dicho en este texto con relación a la pornografía, encontramos mucho más dañinas y perjudiciales las representaciones hechas por los medios y la publicidad para la causa del avance de la mujer, que la pornografía misma.

Salazar Ugalde y Gutiérrez Rivas (2008) hacen un análisis en relación a la prohibición de la apología o discurso de odio contenida en el artículo 20 del Pacto de Derechos Civiles y Políticos que encontramos análogo a lo que sucede con la violencia mediática y la violencia simbólica. El referido artículo reza

*“Toda propaganda a favor de la guerra estará prohibida por la ley. Toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituya incitación a la discriminación, la hostilidad o la violencia estará prohibida por la ley.”*

En criterio de estos autores, lo que este artículo entraña es que la apología del odio, entendida como una manifestación de ciertas ideas, constituye una incitación a la

discriminación, con lo cual debe ser prohibida por la ley. Estiman que el artículo 20 coloca a la discriminación a la par de la hostilidad y la violencia, creen que su interpretación no debe quedar limitada a la discriminación en base a la nacionalidad, la raza o la religión solamente sino que es válido para cualquier tipo de discriminación: la xenofobia, el racismo, la misoginia, la homofobia, el clasismo, pueden ser todas consideradas formas de discriminación basadas, respectivamente, en el origen étnico, el color de la piel, el género, las preferencias sexuales o la condición social. Todas ellas constituyen formas de violencia y hostilidad hacia los demás. La apología del odio constituye una amenaza a los principios y valores que sustentan la democracia, o lo que es lo mismo, a la igualdad de derechos fundamentales de todos y todas sin discriminación alguna, y para la convivencia pacífica, por lo que debe ser prohibida o restringida. Agregan los autores

*“No hay que perder de vista que lo que está en juego es, por un lado, la dignidad de aquellas personas que son estigmatizadas con un prejuicio no justificado que las minusvalora, produciendo un daño individual grave, vinculado con la autoestima y, por otro lado, la posibilidad de construir una sociedad de iguales en la que todos pueden alcanzar una vida digna. De ahí que al prohibirse la apología del odio que incita a la discriminación se esté protegiendo la igual dignidad de todas las personas y, al mismo tiempo, las condiciones que hacen posible la construcción de una sociedad democrática” (2008, pág. 12).*

Aclaran, sin embargo, que la prohibición “no implica que la discriminación provenga directamente de la manifestación de ideas que constituyen una apología al odio” si no que

*“Dichas ideas, en sí mismas, quizá pueden no constituir un acto discriminatorio, pero lo que importa – y lo que justifica su prohibición – es que inducen, conducen, incitan y, por lo mismo, eventualmente provocan actos discriminatorios. Es dicha inducción, conducción o incitación lo que justifica que se impongan límites en forma de prohibiciones a la manifestación de las ideas en cuestión (...)”* (2008, pág. 67).

En base a lo anterior, la tipificación de la violencia mediática y la violencia simbólica tiene sentido y está ampliamente justificada. No obstante es de gran importancia aclarar en este punto que la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia no prevé sanciones – de ningún tipo – a quienes incurran de manera específica en violencia mediática y violencia simbólica. La única sanción prevista dentro de la ley en el contexto de los medios de comunicación tiene que ver con la ofensa pública por razones de género (Artículo 53)

*“Él o la profesional de la comunicación o que sin serlo ejerza cualquier oficio relacionado con esa disciplina, y en el ejercicio de ese oficio u ocupación ofenda, injurie, denigre de una mujer por razones de género a través de un medio de comunicación, deberá indemnizar a la mujer víctima de violencia con el pago de una suma no menor a doscientas unidades tributarias (200 UT) ni mayor de quinientas unidades tributarias (500 UT) y hacer públicas sus disculpas por el mismo medio utilizado para hacer la ofensa y con la misma extensión de tiempo y espacio.”*

A pesar de lo hasta aquí discutido, la relación entre la libertad de expresión y el derecho a la no-discriminación por razones de sexo, particularmente en el caso de mujeres, no ha sido suficientemente discutido y estudiado, como se deriva de la revisión bibliográfica realizada para la presente investigación. Aún en Venezuela, a 7 años de la aprobación de la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, es muy poco lo que se ha registrado en esta área. Igual situación se registra en América Latina y el Caribe. Esto ha sido corroborado por una entrevista publicada por el diario argentino Página 12 en agosto de 2014, en la cual el nuevo Relator para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, Edison Lanza, dejó entrever, no sólo que los desarrollos en esta área son incipientes, sino que existe una necesidad de abrir un debate amplio sobre la relación entre libertad de expresión y la no-discriminación de las mujeres en los medios de comunicación:

“P: Cuando algunos medios publican contenidos sexistas y son criticados por esto, se amparan en el derecho a la libertad de expresión para justificarse. ¿Cómo cree que se debería trabajar desde los distintos actores intervinientes –sociedad civil, Estado, periodistas, empresas– para desarticular estos argumentos y lograr cambios?”

R: Es cierto que los medios de comunicación en la región tienen, en muchos casos, una historia de mala práctica en relación con la discriminación contra las mujeres y otros grupos. ¿Cómo provocar cambios en esta práctica sin interferir en la libertad de expresión? Esta es una pregunta que todos nos hacemos y creo que hay muchas experiencias que nos pueden ayudar a resolver este dilema. En primer lugar hay que destacar el trabajo de las organizaciones de mujeres que decidieron utilizar el camino de la capacitación y la promoción de y hacia los comunicadores

como forma de incidir, y han logrado paulatinos progresos; luego los observatorios y los informes críticos con el modo de hacer periodismo y publicidad creo que juegan un papel, al igual que las universidades, que deben trabajar profundamente en los aspectos éticos de la comunicación; finalmente la propia televisión desde la ficción puede promover la igualdad. La mejor forma de combatir el discurso discriminador es con argumentos y evidencia de peso. También estoy siguiendo con mucho interés algunas experiencias institucionales, como la Defensoría del Público argentina, cuya práctica de promoción, recepción de denuncias, audiencias públicas y mediación es una herramienta clave y parece estar comenzando a rendir frutos, sin acudir necesariamente a la punición de los medios. Sé que el movimiento feminista se pregunta sobre la *pertinencia de penalizar las expresiones discriminatorias*, y allí la *Relatoría debe abrir un debate sobre cuál es el límite de los discursos protegidos por la libertad de expresión y cuáles constituyen discursos de odio*, que ingresan dentro de la prohibición del 13.5 (incitación a la violencia contra grupos de personas por motivos de discriminación).” (Énfasis añadido)

Así pues, la temática de la no-discriminación por razones de sexo en los medios de comunicación y su relación con el derecho a expresarse libremente es una materia pendiente. Muy seguramente nos encontramos en los albores de un debate y trabajo necesarios. Hay algunos indicios alentadores de que el debate se está dando, aunque no sea de manera intencional. En Costa Rica, tras una demanda presentada por una empresa de publicidad contra el Estado en el año 2006, en razón de que el Instituto sobre Alcoholismo y Farmacodependencia (IAFA) rechazó el uso de fotografías de mujeres – rubias, esbeltas y con poca vestimenta – en un calendario promocional para una marca de cerveza (La Nación, 2011), la Corte Suprema de Justicia reconoció la potestad de ese

organismo para restringir el uso de la imagen de la mujer en materiales publicitarios de ese tipo de bebidas alcohólicas. Valga añadir que el IAFA tiene la atribución legal de dar aprobación previa de toda propaganda de bebidas de ese tipo que se realice en medios publicitarios. El reconocimiento de que el IAFA estaba habilitado para prohibir las fotos de mujeres, se basó en su competencia de impedir el uso de materiales que relacionen a las bebidas alcohólicas con cualidades físicas, anatómicas o intelectuales de las personas, o con sus habilidades o virtudes. La sentencia de la Corte Suprema de Justicia explicó

*“(...) si el Estado costarricense posee el compromiso y la obligación de evitar aquellas prácticas que atenten contra la imagen de la mujer, y siendo que lo presentado ante el IAFA fueron unas fotografías donde se representa a la mujer como instrumento u objeto, pues el perfil femenino utilizado explota las características físicas, anatómicas de las modelos, el Instituto está en la obligación de prohibir el material. Ciertamente, puede pensarse que el respeto a la imagen de la mujer es un tema metajurídico, empero aún con esa posición, lo cierto es que ello impregna el derecho, pues representa los valores de una sociedad en un momento determinado y como tal han de ser respetados por la colectividad. Atendiendo a lo expuesto, la mayoría de esta Sala considera que la propaganda citada atenta contra la imagen de la mujer, por ende, el IAFA actuó correctamente al denegarla (...)”* (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2011, pág. 111).

Cabe destacar que la ley de Costa Rica en materia de violencia contra la mujer no contempla las nociones de violencia mediática y violencia simbólica incluidas en las nuevas leyes de segunda generación como las de Venezuela, Argentina, y Bolivia.

## **Desafíos planteados por la tensión entre la libertad de expresión y el derecho a la no-discriminación por razones de género**

Uno de los problemas planteados es cómo los artículos referentes a la violencia mediática y la violencia simbólica pueden ser interpretados – o efectivamente utilizados como se verá más adelante – como cortapisas al legítimo derecho a la libertad de expresión. A continuación, haremos referencia a dos casos particulares que ilustran amplia y claramente cómo estos artículos pueden llegar a ser vistos como un atentado a la libertad de expresión, o convertirse en mecanismos de intimidación política. De manera tal que, nuevamente, se trata de buscar el delicado balance entre dos derechos fundamentales en beneficio de la condición social y jurídica de las mujeres.

### **Nicaragua**

En el año 2011, la presidenta de la Corte Suprema de Justicia de Nicaragua, Alba Luz Ramos, presentó un proyecto de “Ley Integral Contra la Violencia hacia la Mujer”, el cual desató una fuerte polémica en la opinión pública nicaragüense puesto que contenía un artículo en el que se definía y penalizaba la violencia mediática. Explicó la magistrada que se trataba de una iniciativa que buscaba llevar las penas por violencia contra la mujer del ámbito tradicionalmente privado al público (Radio La Primerísima, 2011). El proyecto formaba parte de las leyes de segunda generación cuya adopción se inició en Venezuela, las cuales amplían el número de situaciones y ámbitos en los cuales la violencia tiene lugar. El texto propuesto establecía que el dueño de medio de

comunicación o periodista que, en el ejercicio de su profesión u oficio ofenda, injurie, satirice o denigre a una mujer por el hecho de serlo, a través de un medio de comunicación, sería sancionado con una pena de 200 a 300 días. Incluía también la imposición de las disculpas públicas en términos similares a los de la ley venezolana. La reacción del gremio periodístico y dueños de medios fue de gran suspicacia, toda vez que interpretaron que se trataba de un intento por censurar y reprimir la libertad de prensa. En un editorial publicado por el diario La Prensa, se calificó de “despropósito” acusar a los medios de cometer oficiosamente el delito de violencia contra la mujer siendo que el gremio “está poblado mayoritariamente por mujeres.” La pregunta central de este editorial, que más o menos recogió el sentir de quienes recibieron con resquemores la propuesta fue

*“¿Cómo creer que detrás de esa propuesta de ley hay una sana intención de condenar y castigar la violencia contra la mujer, y no el propósito malévolo de utilizar el concepto de ‘violencia mediática’ contra la mujer como un mecanismo de censura de prensa y de represión contra los periodistas y medios de comunicación independientes?”* (Diario La Prensa, 2011).

La Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) intervino también en la polémica, criticando la iniciativa como generadora de “censura absurda, autocensura y grave represión a la labor de periodistas y (...) medios de comunicación” (Medel, 2011). En cuestión de pocos días, la fuerte polémica causada por el artículo propuesto dio como resultado su retiro del resto del texto. La magistrada Ramos explicó que se decidió retirarlo a fin de no poner en riesgo la aprobación del resto de la iniciativa. Agregó “(...)

más adelante, cuando nuestras sociedades evolucionen y los medios no consideren que cualquier cosa que se refiera a ellos es una agresión, vamos a poder tener una disposición de esta naturaleza que ya existe en otros países” (Medel, 2011).

En la Venezuela actual, no podemos menos que comprender argumentos como los esgrimidos tanto por el diario La Prensa como por la SIP en la controversia nicaragüense, particularmente a la luz del ejemplo que veremos más adelante relativo a la prohibición de una campaña publicitaria de la organización no-gubernamental CEDICE en 2009.

Si bien lo expresado por quienes se opusieron a la tipificación de la violencia mediática en Nicaragua responde a resquemores legítimos sobre las posibilidades, reales por demás, de imponer censuras o cortapisas a la libertad de expresión, no fueron consideradas las razones verdaderas que justifican la adopción de un artículo como el propuesto en el contexto de la legislación sobre violencia contra la mujer. La reacción en contra estuvo sustentada por una visión del derecho a la libertad de expresión como derecho absoluto, sin entrar a considerar el verdadero tema de las representaciones discriminatorias de las mujeres en los medios de comunicación y los efectos dañinos en su condición jurídica y social. En contraste con el caso nicaragüense, tanto en Venezuela como en Argentina – donde artículos sobre violencia mediática fueron aprobados en el contexto de leyes integrales de violencia de género – la inclusión de esta noción pasó prácticamente inadvertida. En ambos casos la atención estaba centrada en la discusión de otros asuntos igualmente relevantes para el gremio periodístico y de comunicación tales como la discusión de la Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (o Ley de

Medios) en Argentina, y el cierre de RCTV y las elecciones presidenciales de diciembre 2006, en Venezuela (Kislinger, 2014; Chaheer, 2014). En el caso particular venezolano, llama mucho la atención la ausencia de pronunciamientos aun cuando la redacción originalmente propuesta en el texto de la ley sobre violencia contra la mujer era mucho más amplia e incluía sanciones que contemplaban medidas más radicales como la suspensión. La definición de violencia mediática disponía que “(...) también se entenderá por violencia mediática el uso y abuso por parte de los medios de difusión del cuerpo de las mujeres, de las adolescentes o niñas”. Así mismo, se incluía el siguiente texto adicional

*“Los servicios de radio y televisión de difusión sin suscripción que en cualquiera de los horarios previstos en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, transmitan comerciales, mensajes, programas y/o novelas discriminatorias hacia la mujer o que atenten contra su dignidad, serán sancionados con la suspensión inmediata del mismo(a) y con la cesión de espacio en horario que no será inferior a un (1) minuto, durante cuatro (4) veces a la semana durante un (1) mes, para transmitir mensajes con contenidos que sustituyan la violencia que se ejerce hacia la mujer por 10 imágenes y sonidos que estimulen el respeto, la igualdad de género, el diálogo y las obligaciones domésticas compartidas”* (Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela, 2006).

### **Caso CEDICE/ASOESFUERZO**

Los argumentos esgrimidos en la controversia suscitada por el artículo relativo a la violencia mediática en la ley nicaragüense no dejaban de guardar alguna relación con

la realidad. Y es que las tentaciones de utilizar una disposición como la referida con fines distintos a los que originalmente persigue pudieran ser muy grandes, particularmente cuando se trata de una herramienta que pudiera dar silencio a la disidencia y a la crítica. El uso malintencionado de las disposiciones sobre violencia mediática y violencia simbólica pudiera dar pie a su aplicación como cortapisas reales a la libertad de expresión. Es esto lo que en nuestro criterio sucedió con el caso de la prohibición de la campaña publicitaria de la organización no-gubernamental CEDICE y que vale la pena



detenernos a examinar brevemente, por cuanto es demostrativo de las desviaciones que pueden surgir en la aplicación de estos dos artículos, lo cual, en definitiva, va en detrimento de todas las mujeres.

En el año 2009, las organizaciones no-gubernamentales Centro de Divulgación del Conocimiento Económico para la Libertad CEDICE y Asociación Civil para el Fomento y Promoción del Esfuerzo (ASOESFUERZO) elaboraron piezas publicitarias cuyo propósito era hacer campaña en contra de la ley de propiedad social discutido por la Asamblea Nacional. Las piezas se trataban de imágenes en blanco y negro, que contenían fotos de mujeres desnudas, una embarazada y la otra en posición de indefensión, ambas cubriendo sus partes, acompañadas del mensaje “la ley de propiedad social te quita lo tuyo; no a la ley cubana”.

La campaña fue difundida en algunos medios televisivos e impresos nacionales y regionales. A raíz de su difusión, se constituyó una comisión mixta en la Asamblea Nacional integrada por diputadas y diputados del oficialista Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV), la cual, tras sesión plenaria del órgano legislativo, solicitó al Ministerio Público su intervención urgente ante la publicación de la campaña, la cual describieron como contentiva de “imágenes y textos atentatorios en contra de la paz y la armonía de la familia venezolana, y que utiliza de manera infame la imagen de la mujer con el fin de generar en la población terror, angustia, miedo y zozobra” (Tribunal Supremo de Justicia, 2009). La denuncia introducida ante la Fiscalía solicitaba a la Directora Nacional de Protección a la Familia que aligerara “las acciones legales a las que hubiere lugar para garantizar los derechos consagrados en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela” y detener “contundentemente, estos actos de terrorismo mediático de las (...) que es víctima nuestro pueblo a través de este tipo de publicaciones. Los responsables de semejantes delitos deben ser sancionados y garantizar la paz de la Nación” (Tribunal Supremo de Justicia, 2009). En el escrito entregado a la Fiscalía, se señaló que la campaña de CEDICE violaba varios artículos de la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, y se incurría en violencia mediática de conformidad con el artículo 15 (15). Por su parte, la Fiscal General, Luisa Ortega Díaz, criticó la campaña de CEDICE en un programa de radio transmitido por la Radio Nacional de Venezuela, en el cual señaló que estaban llevando a cabo algunas investigaciones en relación a cómo “a través de los medios de comunicación se [estaban] desarrollando conductas que es probable que no estén tipificadas como

delitos, sino que la responsabilidad generalmente es administrativa.” Dijo “estoy hablando de esto y no tengo claridad acerca de este asunto pero el punto es que si no lo hay yo voy a pedir que se sancione una ley sobre delitos mediáticos, porque no puede ser” (Tribunal Supremo de Justicia, 2009).

En primera instancia, la jueza Rosa Margiotta rechazó la petición del Ministerio Público de suspender los avisos de CEDICE, por cuanto consideró que las figuras femeninas incluidas en dichos avisos eran “indeterminadas” y que para proceder al enjuiciamiento de alguna persona, se requería la “procedibilidad de la acción como lo sería la denuncia de la mujer agredida” en atención a las sanciones impuestas en virtud del artículo 53 de la ley relativo a la ofensa pública por razones de género. Esta decisión fue criticada públicamente por Yolanda Jaimes, vicepresidenta de la Sala Político Administrativa del TSJ, y encargada de la materia de violencia de género, aduciendo que la publicidad hecha por CEDICE presenta a la mujer “en una situación de indignidad horrible” (El Universal, 2009). Posteriormente, tras la apelación del Ministerio Público de la decisión de la jueza Margiotta, el TSJ decidió prohibir la difusión de la campaña de CEDICE y ASOESFUERZO por cualquier medio de comunicación a nivel nacional.

El texto de la sentencia establece una serie de interpretaciones que aclaran y contribuyen en la comprensión de la noción de violencia mediática desde una perspectiva jurídica. Sin embargo, en ningún momento el ejercicio de ponderación reflejado en la sentencia incluye el derecho a la libertad de expresión como elemento a ser considerado, fundamentándose más bien en aspectos técnicos de aplicación de las penas relativas a la

violencia mediática – particularmente sí la misma acarrea o no sanciones penales. La jueza Renne Moros Tróccoli salvó su voto por disentir con la interpretación dada a la violencia mediática en el sentido de que sí acarrea sanciones penales, pero también en base a una serie de errores a lo largo del proceso que fueron admitidos sin reparos por el TSJ, con lo cual sostuvo que la sentencia no está apegada a derecho. En la explicación de su voto salvado, la jueza expresa su enérgico desacuerdo con la decisión, aludiendo lo siguiente

*“(…) ordenar prohibir la publicidad en mención por un hecho que no reviste carácter penal [violencia mediática], atenta contra la competencia de esta Sala en materia de delitos de violencia contra la mujer, además de desnaturalizar la finalidad de la Ley Orgánica Sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, cuando se observa claramente que la publicidad que se ordena prohibir, en nada ofende, injuria o denigra a la mujer por razones de género, sino establece que lo que se observa es que se usa su imagen, para manifestar una opinión y con ello realizar una crítica a la Ley de Propiedad Social, considerada por la Organización No Gubernamental C.E.D.I.C.E., como una Ley cuyos efectos supondrían la pérdida de los bienes materiales más elementales” (Tribunal Supremo de Justicia, 2009).*

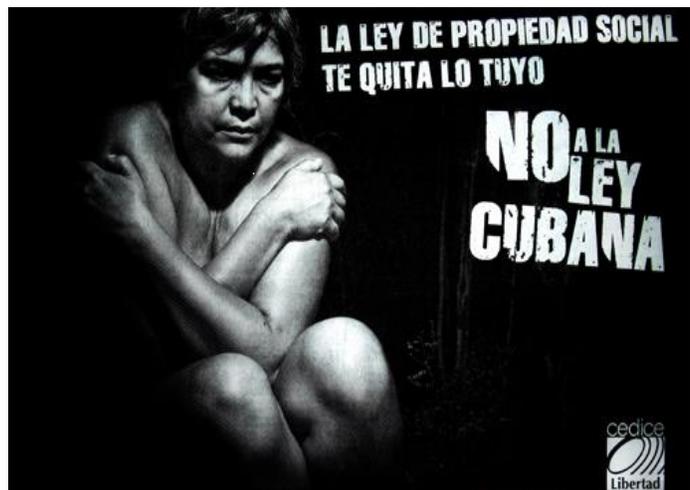
Sí bien encontramos acertada la interpretación de la Sala sobre el espíritu de la ley contenida en la sentencia, y ajustada a las aspiraciones de eliminar la discriminación de las mujeres en los medios de comunicación, discrepamos, como la jueza Moros, de la interpretación que asume la violencia mediática como un delito punible de índole penal, lo cual pareciera tener un tinte político. Ello por el hecho de encontrar que los artículos

15 (15) y 53 persiguen dos cosas distintas, y los mismos fiscales que originalmente presentaron el amparo que fue negado en primera instancia así lo había reconocido. En palabras de la jueza Moros

*“La mayoría de la Sala establece consideraciones a manera de pedagogía y señalan que a raíz de la decisión recurrida es menester dejar claro que las formas de violencia contenidas en el artículo 15 de la Ley Orgánica Sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia son tipos penales, y resaltan argumentaciones de carácter doctrinario sobre la clasificación de los tipos penales, pero esta Jueza estima que no puede haber tipo penal sin sanción penal, y el artículo 15, numeral 15 de la Ley Orgánica Sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia que establece la violencia mediática, describe una conducta reprochable, referida a la exposición, a través de cualquier medio de difusión, de la mujer, niña o adolescente, que de manera directa o indirecta, explote, discrimine, deshonre, humille o que atente contra su dignidad con fines económicos, sociales o de dominación, no obstante, el legislador no la criminaliza con una pena, ni de prisión ni de multa, es decir, se describe un supuesto de hecho pero no una consecuencia de carácter penal, de tal forma que aceptar que esta forma de violencia es la expresión del supuesto de hecho de la violencia mediática y la sanción penal se establece en el artículo 53 de la Ley especial que tipifica la Ofensa pública por razones de género, es atentar contra el principio de legalidad y de legalidad de las penas, toda vez que son dos normas completamente distintas, pero además, como se dijo, la norma del artículo 53, no establece una sanción penal, por ende no estamos hablando de un delito en ninguno de los dos casos”* (Tribunal Supremo de Justicia, 2009).

Huelga decir que la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia no prevé, en ninguno de sus artículos, la pena de prohibición o

censura de algún mensaje, imagen o contenido que pudiera ser considerado sexista, como tampoco lo hace la Ley de Responsabilidad Social de Radio y Televisión adoptada en el año 2004 (Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela, 2005). El artículo referente a la violencia mediática fue aplicado a una publicidad cuyo tratamiento peyorativo y/o humillante de la mujer es discutible. Más aún, el contexto político pareciera haber tenido influencia en la decisión del poder judicial. Las actuaciones de la Asamblea Nacional (constituyendo una comisión mixta, celebrando una sesión plenaria, y presentando la demanda una diputada), los errores cometidos a lo largo del proceso – evidenciados por la jueza Moros en la explicación de su voto salvado -, las opiniones emitidas por la Fiscal General, y finalmente la revocación de la



medida en contra del amparo tomada por la Dra. Rosa Margiotta, son todos hechos que, a nuestro juicio, dejan en claro el sesgo político que imperó a la hora de censurar la campaña de CEDICE. Mientras la campaña de CEDICE y ASOESFUERZO quedaba fuera de circulación, decenas de imágenes y mensajes en los medios de comunicación venezolanos, públicos y privados, hacen uso de las mujeres de manera cosificada, discriminándolas y perpetuando los estereotipos que afectan su plena participación en la

sociedad. Ello sin provocar la acción de los entes competentes.<sup>22</sup> Más que un evidente doble rasero, en el caso de CEDICE y ASOESFUERZO, pareciera que el artículo sobre violencia mediática de la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia se usó como mecanismo de intimidación política en detrimento de su verdadero propósito, el cual es lograr que los medios de comunicación presenten a las mujeres de manera equilibrada, no estereotipada y no cosificada.

Adicionalmente, impresiona cómo las juezas involucradas en las decisiones relativas a la campaña publicitaria no invocaron – y por ende, no tomaron en cuenta en el proceso de administrar justicia - las obligaciones del Estado venezolano de proteger el derecho a la libertad de expresión consagrado en la Constitución y las leyes, aun cuando, desde el momento de hacerse pública la denuncia en contra de CEDICE, la misma exigía la prohibición de las piezas publicitarias (Tribunal Supremo de Justicia, 2009).

### **¿Hacia dónde vamos?**

La pregunta que nos hacemos entonces es ¿qué queremos? ¿Queremos prohibir? ¿Lograremos el tan anhelado objetivo de la igualdad y la participación plena de las mujeres en la sociedad a través de la prohibición y la censura? Las dificultades que presenta el ejercicio de ponderación entre la libertad de expresión y el derecho a la no-

---

<sup>22</sup> Recién en julio de 2014, se creó el Observatorio de Medios Carmen Clemente Travieso para hacer seguimiento a los contenidos que incurrieran en violencia mediática y violencia simbólica. Una iniciativa del Ministerio de la Mujer que, sin duda, es bien recibida, pero que es la primera acción de importancia en esta materia a 7 años de aprobada la Ley Orgánica sobre el Derecho de la Mujer a una Vida Libre de Violencia.

discriminación radican también en un asunto primario: la naturaleza misma de los medios de comunicación. ¿Son negocios? ¿Son actores sociales? ¿Cuál es su función social?

Teodoro Petkoff en su libro *Dos Izquierdas* ofrece una radiografía cruda de los medios de comunicación en la actualidad, con particular énfasis en los venezolanos. Señala que el poder mediático y los intereses que están detrás de él alcanzan una influencia y capacidad de intervención pública nunca antes vista, lo cual nos coloca ante retos novedosos para los cuales no hay soluciones fáciles “(...) pero que no pueden eludirse con el pretexto de la defensa de la libertad de expresión, cuando es visible que en no pocos casos ésta es apenas la coartada para la protección de intereses no siempre generales” (2005, pág. 103). Agrega

*“Un medio tan invasivo como la televisión, tan omnipresente como este, cuyo target es la conciencia individual y colectiva, podría ser una poderosa herramienta para el desarrollo humano, a condición de que el negocio que es pudiera escapar de la tiranía del rating y la avidez incontrolada, que impone una dinámica perversa y singular al mercado. La televisión privada es el único negocio donde la competencia no incluye (...) la mejoría de la calidad del producto sino, por el contrario, se basa en la extraña paradoja de que mientras peor es el producto mayor es su venta y por tanto mayor es la ganancia. (...) Los canales (...) suelen competir entre sí para ver cuál llena la pantalla con más vulgaridad, chabacanería, violencia y pornografía (...)”* (pág. 103).

Petkoff nos habla de la televisión, pero no es distinta la realidad de los medios impresos y la radio. Alude entonces el derecho que como sociedad tenemos de

protegermos de los efectos de este tipo de contenidos, pero admite que no es nada fácil porque la discusión se traslada al “siempre vidrioso terreno” de la libertad de expresión. Recuerda cómo hasta ahora en Venezuela han fracasado tentativas, incluso de las mismas televisoras, de promulgar códigos de ética, esfera en la cual el Estado tampoco ha tratado de hacer algo. Y, en ese contexto, pasa a citar a Fernando Rodríguez, estudioso de la televisión venezolana, quien afirma “(...) hasta ese santón del pensamiento liberal que es Popper, ha reconocido que sin una debida regulación de la televisión el funcionamiento de la democracia es mórbido” (pág. 104).

Con la aprobación de medidas como las relativas a la violencia mediática y la violencia simbólica se hace propicio el momento para impulsar iniciativas de autorregulación que tomen en cuenta la “nueva” (con 7 años de edad) realidad normativa y su compromiso legal y social hacia ella. De hecho, ante el desarrollo y expansión de los medios de comunicación la experiencia en otros países ha sido iniciativas de regulación tendientes a encontrar un equilibrio entre la libertad de expresión y el derecho a la no-discriminación. Nuevamente aquí, como es de esperar, las posiciones también son diversas, dividiéndose entre quienes rechazan la regulación; quienes consideran que la misma debe provenir del Estado; y quienes admiten la regulación pero estiman que la misma no debe ser estatal sino provenir de la sociedad civil. Se encuentran también alternativas mixtas, que combinan el control estatal con la autorregulación de los propios medios (Chaher, 2013).

Una experiencia interesante son los Lineamientos para las Representaciones de Género (*Gender Portrayal Guidelines*) en vigor en Canadá, a los cuales ya se ha hecho referencia antes en este escrito. Estos lineamientos son utilizados para guiar las representaciones de género tanto en la publicidad canadiense como en todos los contenidos mediáticos. En ellos se incluyen recomendaciones sobre cómo interpretar piezas publicitarias, colocando el énfasis en que la impresión general de una cuña no debe violar el espíritu de la igualdad de género, aun cuando elementos individuales en ella incluidos no violen ningún lineamiento en particular. Otro de los lineamientos establece que sí bien el humor, piezas de arte o situaciones históricas son todos elementos positivos de la publicidad, los mismos no deben servir como excusa para estereotipar a mujeres (u hombres) o para presentar conductas que hoy en día no son aceptables (Advertising Canada). Otros ejemplos: en 2010, el diario *Público* de España, elaboró un Decálogo para informar sobre violencia de género, a partir de cuya adopción comenzaron a modificar la manera de cubrir los casos de ese tipo de violencia. En Argentina, la Red PAR – Periodistas de Argentina en Red por una comunicación no sexista – han elaborado dos decálogos: uno sobre violencia de género en 2009, y otro sobre trata de personas en 2012 (Chaher, 2013).

En Venezuela, hasta ahora, ni el gremio periodístico ni el sector de la publicidad han tomado iniciativas conducentes a modificar las representaciones sexistas de las mujeres en los medios de comunicación. Ninguno de los documentos normativos, incluido el código de ética y autorregulación de la Federación Venezolana de Agencias de

Publicidad (FEVAP) y la Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA), contienen disposiciones relativas a la publicidad sexista y a contenidos discriminatorios de las mujeres (Asociación Nacional de Anunciantes/Federación Venezolana de Agencias Publicitarias, 2008).

### **Algunos desafíos en la implementación de los artículos sobre violencia mediática y violencia simbólica de la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia**

El desafío más grande que encontramos en este terreno tiene que ver con las dificultades de plantear temáticas que presenten restricciones legítimas a la libertad de expresión como lo son la violencia mediática y la violencia simbólica contra la mujer. La situación general de los medios de comunicación en Venezuela, caracterizada por cierres de medios de comunicación, compra de medios por parte de propietarios de identidad desconocida, censura y autocensura, presiones a periodistas y medios, incluyendo multas y procesos judiciales, agresiones y persecuciones a periodistas, dueños y directivos de medios, ha creado un ambiente de gran resistencia a considerar cualquier medida restrictiva a la comunicación. Como lo ha dicho Teodoro Petkoff, y como hemos visto en el caso de Nicaragua, cualquier debate que busque incorporar a todos los actores involucrados en el quehacer comunicacional en torno a la violencia mediática y la violencia simbólica, enfrenta la posibilidad, cierta por demás, de caer en el terreno de la libertad de expresión, y, en las circunstancias actuales, muy seguramente será recibido con resistencia en el mejor caso, sino con suspicacia y rechazo.

A lo anterior se suma el desconocimiento más o menos generalizado de la temática del avance de la mujer (asociado al estigma que rodea al feminismo en nuestro país) que también encuentra rechazo, o simplemente es ignorado, en el ámbito de la comunicación y los medios. Venezuela es un país en el cual aún, desde el punto de vista socio-cultural, la temática de igualdad entre hombres y mujeres se encuentra en una etapa muy temprana de apropiación. Existe el espejismo de que somos iguales, aun cuando las cifras y situaciones puntuales demuestran lo contrario. Como ya hemos examinado, expresiones sexistas son ampliamente aceptadas como parte de la cultura venezolana, sin que se haga ninguna lectura crítica de ellas. Numerosos medios, piezas publicitarias y profesionales incurren en violencia mediática y violencia simbólica a menudo, sin que se haya producido una conversación pública sobre estos temas. Mientras tanto, el ambiente de polarización política que caracteriza la realidad venezolana actual implica que, en la práctica, iniciativas de un lado u otro sean recibidas con desconfianza sin detenerse antes a considerar sus méritos. Pero la superación de los estereotipos de género y los contenidos discriminatorios de las mujeres requiere del concurso de todos y todas quienes tienen que ver con la comunicación, incluyendo sector público, privado y la sociedad civil, con lo cual deben superarse las barreras político-ideológicas a fin de propiciar iniciativas y trabajo conjunto de distintos sectores a favor de todas las mujeres.

Otro desafío importante es contar con voluntad política necesaria y los recursos humanos y financieros que garanticen acciones encaminadas a eliminar la violencia mediática y la violencia simbólica. Luego de su aprobación en el año 2007, fueron pocas

las acciones concretas que se llevaron a cabo para divulgar e implementar los artículos 15 (15) y 15 (17) de la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia. El Ministerio del Poder Popular para la Mujer y la Defensoría del Pueblo han incluido la temática de mujeres y medios de comunicación en algunos talleres y otros esfuerzos divulgativos, pero no existen a la fecha políticas, recomendaciones o lineamientos vinculados a la temática de género dirigidas a los medios de comunicación. Prueba de ello es el comunicado, de enero de 2014, en el que 32 colectivos feministas identificadas con el oficialismo instaron al Ministerio de Comunicaciones e Información y a CONATEL, a tomar medidas en contra de la publicidad sexista, imponer sanciones a medios que difundan contenidos sexistas y que mercantilicen y cosifiquen el cuerpo femenino<sup>23</sup> (Prensa Minmujer, 2014). Igualmente, en los informes periódicos séptimo y octavo (combinados) presentados por Venezuela ante el Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer (CEDAW), se evidencia la ausencia de medidas concretas que contribuyan a la eliminación de estereotipos y discriminación en los medios de comunicación (CEDAW, 2013).

Un hecho alentador, aunque no materializado aún, fue el anuncio, en noviembre de 2014, de la aprobación de un “Plan de Acción contra la Violencia Mediática hacia las Mujeres,” cuyo texto no ha sido divulgado. Según reseña la prensa oficial, dicho plan contiene medidas que estarían encaminadas a promover la difusión de imágenes y mensajes no discriminatorios hacia la mujer entre las cuales se encuentra la creación de

---

<sup>23</sup> Vale destacar que en el comunicado se hace alusión solo a la Ley de Responsabilidad Social de Radio y Televisión, dejando de lado los artículos relevantes de la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia.

comités de usuarias y usuarios con perspectiva de género, en cumplimiento de la Ley Resorte, la realización de un encuentro de medios públicos y privados para la transversalización de la perspectiva de género, la elaboración de un plan de formación por un periodismo no-sexista, y la creación de una comisión nacional por la eliminación de la violencia mediática contra las mujeres, con carácter sancionatorio. Igualmente alentador ha sido la creación, en el mes de julio 2014, del Observatorio de Medios Carmen Clemente Travieso, el cual depende del Ministerio del Poder Popular para la Mujer, con el propósito de hacer seguimiento a contenidos discriminatorios, en cumplimiento de los artículos sobre violencia mediática y violencia simbólica de la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia. A la fecha, el Observatorio ha producido 10 informes producto del análisis de contenido de distintos medios, tanto públicos como privados, así como medios electrónicos. Los hallazgos han sido interesantes y dan cuenta de cómo la mujer sigue siendo representada con base a un sesgo sexista y estereotipado. La creación de este Observatorio es, sin duda, una medida importante, aun cuando pudiera haber lugar a dudas en cuanto a su independencia de criterio, siendo que responde a un ente gubernamental, a su imparcialidad, y a la continuidad y consistencia de su labor. Un punto que preocupa en particular tiene que ver con el enfoque punitivo de estas acciones, que parecieran más encaminadas a censurar, prohibir y cerrar que a trabajar con distintos actores a fin de atender las raíces de los contenidos discriminatorios y evitar su repetición. Entre los meses de noviembre y diciembre de 2014, a iniciativa del Observatorio, se logró una medida de amparo en contra del diario *El Herald* por cuanto el mismo, a pesar de ser un diario deportivo,

difundía imágenes de “alto contenido sexual” (Tribunal Supremo de Justicia, 2014). La solicitud de amparo pedía el “cierre definitivo del Semanario Deportivo ‘El Herald’”, mientras que el amparo concedido se limitó a “(...) la prohibición a la sociedad mercantil ‘EL HERALDO’ de publicar cualquier ejemplar del mencionado semanario que contenga imágenes que sugieran o incitan a la excitación sexual (...) hasta tanto se dicte la sentencia definitiva (...)” (Tribunal Supremo de Justicia, 2014).

Otro punto que llama la atención, y es motivo de preocupación, es cómo las últimas sentencias relevantes en materia de contenidos discriminatorios contra las mujeres no han hecho mención de los artículos 15 (15) y 15 (17) de la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia. La solicitud de amparo solicitada por el Observatorio en relación a El Herald, no menciona ésta ley, y se limita a considerar solamente los daños morales a niños, niñas y adolescentes. La misma situación se repite en la importante sentencia del Tribunal Supremo de Justicia que prohíbe la publicación de anuncios publicitarios que promueven servicios comercialmente ligados a la explotación del sexo, sin la debida advertencia del público al cual van dirigidos (en este caso, mayores de 18 años), la cual está fundamentada en la protección de niños, niñas y adolescentes, sin mención alguna a los artículos de violencia mediática y violencia simbólica (Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 2014). En este contexto vale la pena señalar que un reto importante en la modificación de contenidos discriminatorios de las mujeres está relacionado con la capacitación y preparación de los distintos entes encargados de procesar y dar respuesta a

denuncias relativas a violencia mediática y violencia simbólica. Es necesario que jueces y juezas, así como quienes estén involucrado/as en el proceso de administrar justicia, estén en capacidad de comprender, más allá de los aspectos técnicos-jurídicos, los alcances y consecuencias de estas dos modalidades de violencia, y cómo afectan la vida de mujeres y niñas.

Finalmente, un desafío formidable a los esfuerzos por modificar las representaciones discriminatorias y sexistas de las mujeres tiene que ver con contenidos foráneos que nos llegan a través de la televisión por cable, revistas, películas, páginas Web, videojuegos, entre otros, los cuales dependen de conglomerados transnacionales de la información y comunicación que dificultan las labores de incidencia. El reto es ¿cómo, desde nuestros hogares o desde el activismo en Venezuela, podemos reclamar o expresar nuestra opinión o rechazo, ante un contenido que transmite algún canal como Sony Entertainment Television, MTV, o Telemundo? Desde luego que las redes sociales como Facebook y Twitter se presentan como herramientas de gran importancia para expresar opiniones sobre contenidos específicos. Pero ello no será suficiente. En este sentido, y desde la perspectiva de la sociedad civil, cobra gran importancia la inserción en iniciativas globales que buscan crear presión sobre estos conglomerados.

## CONCLUSIONES

Ante la pregunta ¿se justifica la tipificación de estos dos tipos de violencia?, la respuesta, derivada del análisis e investigación aquí contenido es sí. Sí se justifica. Los debates sobre los efectos de los medios y los efectos de la violencia mediática sobre las audiencias nos proporcionan de sustento para reflexionar y concluir que la violencia mediática y la violencia simbólica contra la mujer ejercen una influencia importante en cómo colectivamente percibimos e interactuamos con las mujeres. Los medios contribuyen a reforzar nuestra manera de percibir el mundo, reproducen los patrones socio-culturales en los que nos desenvolvemos, y cultivan en nosotros opiniones sobre distintos aspectos de la vida. Son formidables amplificadores de las reglas y convenciones sociales. De manera que mucho de lo que vemos en el mundo virtual de la radio, la televisión y los medios impresos y electrónicos, es un factor de gran influencia en el tratamiento que es conferido a las mujeres en el mundo real. Los medios también contribuyen en la labor de fomentar la división sexual del trabajo, desde la infancia a través de comerciales de juguetes diferenciadores entre niño y niña, y en la adultez, cuando se muestra a la mujer de manera sistemática en labores del hogar, como madre, como trabajadoras domésticas o como fuente de fantasía y de placer para los hombres. Al mismo tiempo invisibilizan o estigmatizan a ciertas poblaciones, como por ejemplo las mujeres mayores o mujeres de tallas grandes, lo cual constituye una de las más duras

manifestaciones de violencia simbólica contra las mujeres, denunciada, como hemos visto, ya hace varias décadas por Gaye Tuchman como aniquilación simbólica (1978).

El problema fundamental es, a nuestro juicio, la naturaleza sistemática del uso de estereotipos y el sexismo implícito en las representaciones de las mujeres, respondiendo a un patrón que se refuerza una y otra vez, y que reproduce y amplifica las desigualdades estructurales de la sociedad, derivadas del patriarcado. Ello sin contar el poder de la repetición tan ampliamente conocido y manejado por agencias y ejecutivos de publicidad. Las representaciones de las mujeres como seres inferiores, o como objeto sexual contribuyen a construir una opinión colectiva desvalorizada de la mujer en la sociedad, produciendo así daños morales o, lo que es lo mismo, lesionando los sentimientos, creencias, fe, honor y reputación de las mujeres – tanto individual como colectivamente – y afectando la percepción y estima de sí mismas en la sociedad.

Otro problema central es su carácter sigiloso, casi invisible, que da por normal lo que son expresiones discriminatorias, presentadas tras una fachada de naturalidad, ocultando y haciendo aceptable – parafraseando a la Prof. García Prince - la agresividad que llevan implícita (2009). El hombre de los medios de comunicación representa la visión hegemónica de superioridad masculina y de ascendencia sobre las mujeres. Mientras, la cuña de banco que presenta a una pareja conversando sobre planes para sus vacaciones, donde la mujer pide al marido que pague tal o cual resort para disfrutar en familia (dependencia económica/sumisión); el comercial de televisión que presenta a la mujer fregando, asistida por un hombre imaginario que, además, le instruye cuál producto

usar y cómo (mujer asociada a lo doméstico/sumisión), y las chicas en bikini que son presentadas en las contraportadas de numerosos diarios venezolanos y, más recientemente, en latas de cerveza (objeto sexual), circulan libremente en nuestros carros, hogares, y trabajos sin levantar sospechas. Violencia mediática y violencia simbólica se cuelan en nuestras vidas sin tan siquiera darnos cuenta. Son parte de nuestra cotidianidad. Su presencia en la programación y contenidos regulares de los medios, día tras día, en bandas de horario o material catalogado apto todo público, es la más perniciosa al ser de carácter insidioso y difícil de identificar. Mientras en la pornografía y en la sátira sabemos que podemos encontrar expresiones como estas, lo cual nos permite escoger o no, de acuerdo a nuestras preferencias y creencias, consumir este tipo de materiales, contenidos que son consumidos por todo tipo de audiencias reproducen de manera sigilosa y solapada estereotipos de género y expresiones sexistas.

Nombrar la violencia mediática y la violencia simbólica como fenómenos, incluyéndolas en la ley, es un primer gran paso hacia la conquista de un nuevo espacio – el de la comunicación - en el que se promueva y garantice el derecho a la igualdad social y jurídica de las mujeres. Ciertamente, las leyes pueden llegar a constituirse en simples manifiestos de intención, inefectivos por demás, si no son difundidas, promovidas y aplicadas. La misma Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia es ejemplo de ello, ya que mientras numerosos otros artículos de la ley se daban a conocer y se adelantaron esfuerzos para su implementación, los artículos sobre violencia mediática y violencia simbólica recibieron poca o ninguna atención a fin de ser

implementados durante sus primeros 7 años de vida. Pero contar con disposiciones como éstas, tienen un gran valor porque permiten llamar la atención y direccionar la acción hacia esas áreas, sin contar los beneficios derivados de una efectiva aplicación.

Desde el punto de vista práctico, quisiéramos hacer una salvedad. A pesar de que la Ley venezolana distingue ambos tipos de violencia como modalidades distintas, nuestra opinión es que la violencia mediática es una manifestación de la violencia simbólica, muy en línea con la visión que de esto se plasmó en la legislación argentina sobre violencia contra la mujer. La violencia simbólica, por su naturaleza estructural, antecede a la violencia mediática, y, desde luego, va mucho más allá del ámbito puramente comunicacional o del sistema patriarcal solamente. Cuando, socialmente, se ve como aceptable hacer una pieza publicitaria con una mujer sin cabeza, o utilizar su cuerpo como objeto, o utilizar la palabra *cuaima*, estamos desde ese mismo minuto ejerciendo violencia simbólica, porque – como diría Bourdieu – damos por sentado el orden natural que todo ello ocupa en nuestros esquemas de valores, en nuestra visión del mundo, sin considerar que esas acciones son o pudieran ser denigrantes, humillantes o discriminatorias.

Uno de los grandes legados del feminismo ha sido enseñarnos a mirar las cosas de manera diferente. En algunos círculos, se habla de ponerse los lentes de género para mirar el mundo desde la perspectiva de las mujeres y entender así las desigualdades estructurales que tienen origen en el patriarcado. Analizar la realidad que nos rodea desde la óptica feminista no es tarea fácil, porque implica desaprender lo ya aprendido; implica

mirar lo que nos es natural, normal, y cotidiano, desde una posición crítica y reflexiva. Mirar a los medios de comunicación desde la perspectiva feminista implica entender, necesariamente, que se trata de una de las instituciones que, creadas sobre la estructura patriarcal, reproducen y contribuyen a perpetuar las normas y convenciones de éste. Como ya hemos dicho, los medios reproducen el orden simbólico en el cual operan, y ese orden simbólico no es otro que el patriarcado, con sus relaciones jerárquicas en las que las mujeres están subordinadas al hombre. De manera que, cuando nos planteamos un cambio de paradigma en la manera en la cual las mujeres son representadas, la tarea va mucho más allá de simplemente lograr la modificación de los contenidos de los medios de comunicación. Implica también que los cambios se den a lo interno, en las estructuras de los medios, para dar cabida y efectiva participación a las mujeres. Implica, así mismo, cambios en la sociedad; que el patriarcado comience a ser desmontado, para que el universo simbólico de referencia de los medios de comunicación sean relaciones de igualdad entre mujeres y hombres. Pero mientras llegamos a ese punto, creemos que los cambios pueden empezar a darse desde la base hacia arriba. De manera que el trabajo con los medios de comunicación, incluyendo periodistas, editores/as, guionistas, productore/as, ejecutivos/as, dueños/as, personal técnico y administrativo, creativo/as y ejecutivos/as de agencias de publicidad, anunciantes, por citar algunos, en la modificación de contenidos, o en la aprobación de lineamientos y guías para la autorregulación, en reconocimiento del enorme potencial que tienen en la diseminación de ideas y patrones, se presentan como una labor esencial en la deconstrucción del patriarcado, y la presentación de imágenes equilibradas y no discriminatorias de las

mujeres. Los ingentes recursos financieros y humanos invertidos en las áreas de la publicidad, el mercadeo, la comunicación y las relaciones públicas nos deben servir de indicativo del formidable poder de persuasión de los medios. Y muy difícilmente alguien pondrá en duda la efectividad de innumerables campañas de concientización que han contribuido a producir cambios en temas o áreas específicas. Los medios pueden contribuir a revertir problemáticas sociales, sí deciden convertirse en actores socialmente responsables. Ciertamente existe el argumento según el cual, el uso de sexo y chabacanería es lo que vende, y a los medios les interesa vender. Y, en esto, debemos reconocer que la naturaleza comercial de los medios es incuestionable, salvo los medios públicos desde luego. Pero también ha quedado demostrado hoy en día que lo comercial y lo socialmente responsable no son necesariamente contradictorios y mutuamente excluyentes. Se puede producir contenidos atractivos y rentables, acogiendo reglas y/o perspectivas de respeto a la diversidad y a la no-discriminación. En este contexto, la autorregulación y la participación activa en iniciativas y debates sobre estos temas juegan un papel preponderante.

De momento, el panorama venezolano en el área de mujer y comunicación se muestra desierto. Uno de los primeros hallazgos derivados de la presente investigación fue que, desde la temática de mujeres y medios de comunicación, incluyendo lo relativo a violencia mediática y violencia simbólica contra la mujer, son pocos los artículos e investigaciones llevadas a cabo. El campo se encuentra huérfano, sin que ninguna universidad privada o pública, o alguna institución gubernamental o no-gubernamental

posean una línea de investigación o acción al respecto. Y, más importante aún, no existen políticas públicas ni programas dirigidos a abordar la temática. De manera pues que el trabajo en la esfera de mujeres y medios de comunicación se encuentra en una etapa incipiente.

La tipificación de la violencia mediática y la violencia simbólica contra la mujer inaugura, sin embargo, una nueva etapa, al proporcionar un marco referencial dentro del cual esperamos se produzcan investigaciones, intervenciones y propuestas para la incidencia en políticas públicas. Con estas tipificaciones no solamente se logra esclarecer y atender el tipo de situaciones que ambas abarcan, sino que se crean dos categorías definidas para la investigación, creación de conocimiento y el activismo. Servirán – como ya lo han hecho en los casos de Argentina, Nicaragua y Bolivia – como antecedentes y modelos en la aprobación de disposiciones similares a las de la legislación venezolana. Esta nueva etapa se verá beneficiada de la interacción con las distintas corrientes que a nivel regional e internacional vienen cobrando cada vez mayor vigencia en la temática de mujeres y comunicación. Un ejemplo que merece ser destacado es la Alianza Global sobre Medios y Género (GAMAG por sus siglas en inglés), una coalición impulsada desde la UNESCO, que aglutina a actores de la sociedad civil de todo el mundo, así como organismos internacionales como ONUMUJER. Actualmente, el centro del debate a nivel global sobre esta temática, en el cual GAMAG ha sido instrumental, se encuentra en los esfuerzos por lograr incorporar objetivos relacionados con la participación efectiva de las mujeres en las estructuras de medios de comunicación, y la modificación de estereotipos

de género en contenidos mediáticos en las discusiones de la agenda de desarrollo posterior al 2015, que reemplazará a los actuales Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas. Por otro lado, existen numerosas organizaciones no-gubernamentales, asociaciones, investigadore/as y activistas trabajando la temática de las representaciones y participación de las mujeres en la comunicación. Merecen ser destacadas en este contexto, dos publicaciones influyentes que analizan el lugar de las mujeres tanto en los contenidos como dentro de las estructuras de los medios de comunicación. Una de ellas es el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP) que se viene realizando desde 1995, cada cinco años, y es liderado por la organización canadiense Asociación Mundial de Comunicación Cristiana (WACC por sus siglas en inglés). Este proyecto constituye la investigación de género y comunicación de mayor alcance a nivel mundial. En ella participan más de 130 países (Venezuela participa en la edición correspondiente al presente año 2015) y se miden aspectos tanto cualitativos como cuantitativos de la participación de las mujeres en distintos medios de comunicación. Por su parte, la organización Fundación Internacional de Mujeres y Medios (IWMF por sus siglas en inglés) basada en Washington, D.C., que realiza labores de apoyo e investigación sobre la participación de las mujeres en las estructuras de medios de comunicación y las amenazas y situación general de seguridad de mujeres periodistas en todo el mundo, elaboró en el 2011 el primer informe sobre la situación de las mujeres en medios noticiosos, en el cual se evaluaron más de 500 compañías de noticias en 59 países (incluyendo Venezuela).

7 años han pasado desde la aprobación de la ley, y la aplicación de los artículos sobre violencia mediática y violencia simbólica ha sido sumamente lenta. No obstante, los últimos esfuerzos hechos por el Estado, aunque limitados, parecieran indicar la voluntad de comenzar a ejercer acciones en esta esfera. Dicho esto, estimamos necesario que tales acciones – y todas las acciones futuras - estén regidas por el principio de la co-responsabilidad, donde Estado, dueños y ejecutivos de medios de comunicación, periodistas, publicistas, usuarios y usuarias, y organizaciones no-gubernamentales, y todas aquellas entidades que tengan que ver con el quehacer comunicacional, sean partícipes y garantes de que los contenidos mediáticos promuevan una cultura de respeto e igualdad de las mujeres. La penalización, el cierre y la censura no pueden ser utilizadas como estrategias en el logro de ese fin. Ello es contrario no sólo a la libertad de expresión, sino al espíritu que inspira las luchas de las mujeres por su igualdad y libertad. Más aún, gracias a la libertad de expresión, que todavía millones de mujeres no pueden ejercer, millones de otras en todo el mundo han podido expresarse para exigir igualdad de trato y respeto, y para denunciar la opresión, discriminación y violencia que han sufrido. El trabajo por hacer, dentro del camino trazado por la ley, es de concientizar, educar, e incorporar a quienes incurrir a diario en violencia mediática y violencia simbólica contra la mujer. Las medidas coercitivas y el cierre – a menos de que se trate de casos extremos, y que deberán ser debidamente sopesados por los tribunales competentes – son caminos inapropiados para hacer frente a estos tipos de violencia. Entre otras cosas, porque ello puede ser contraproducente al crear resistencia y rechazo a la legítima aspiración de ser representadas de manera equilibrada por los medios de comunicación.

Los artículos sobre violencia mediática y violencia simbólica contra la mujer son restricciones legítimas al derecho a la libertad de expresión, que a su vez constituyen medidas de acción positiva en favor de las mujeres. Pero así como la libertad de expresión no puede ser entendida o equiparada con libertinaje, los artículos de violencia mediática y violencia simbólica no pueden tampoco ser vistos – ni utilizados - como herramientas de censura, sino como herramientas en la consecución de un cambio de paradigma en la manera en la cual las mujeres son representadas en los medios de comunicación. Sí bien los retos son muchos y, en algunos casos, complejos, el trabajo dirigido a modificar y equilibrar las representaciones mediáticas de las mujeres está en marcha. En Venezuela, nos encontramos en una etapa muy temprana aún y debemos encaminar la labor empezando desde lo que consideramos básico: hacia lo que ha sido el lema de muchas teóricas de la Teoría Fílmica Feminista, “hacer visible lo invisible”. Debemos empezar por señalar la injusticia y la discriminación imbuida en numerosos mensajes e imágenes, prácticas y modismos, enmarcados en un paradigma de desigualdad de hecho entre hombres y mujeres. Pero antes aún debemos empezar por desmontar lo que la Prof. García Prince ha llamado “el espejismo de la igualdad”: la idea errónea de que la presencia física que en muchas instancias existe es a menudo equiparada con igualdad, como es evidente en el caso de las periodistas que cubren la fuente deportiva comentado en la presente investigación (2006). Es lugar común señalar esa presencia, y la presencia de mujeres en muchos ámbitos de la sociedad, como evidencia de superación de las desigualdades, cuando la realidad es que las mujeres seguimos enfrentando obstáculos de distinta índole. De hecho, las pantallas de televisión y las páginas de los

periódicos y portales Web se encuentran llenos de mujeres. La pregunta es cómo son representadas, cómo es su participación, y si son tomadas en cuenta o no.

## Fuentes

**Advertising Canada.** (s.f.). Gender Portrayal Guidelines. Recuperado el 22 de Enero de 2015, de Ad Standards:

<http://www.adstandards.com/en/standards/genderPortrayalGuidelines.aspx>

**Aguilera, A., & García, G.** (1992). Algunos hallazgos sobre estereotipos sexuales en la programación televisiva de Venezuela. (C. Gumilla, Ed.) *Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación*, 67-79.

**Alcalá, M.** (1975). Contenido valorativo de la publicidad comercial en las revistas femeninas. (C. Gumilla, Ed.) *Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación*, 54-63.

**Álvarez, O.** (2006). Enfoque de género y la violencia contra las mujeres: aproximación al análisis de los conceptos. (Centro de Estudios de la Mujer, Ed.) *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*, 11(26), 45-54.

**Álvarez, O.** (2008). *Violencias contra las mujeres en Venezuela: antecedentes, análisis, conclusiones y proposiciones para enfrentarlas*. Caracas: Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (ILDIS).

**American Academy of Pediatrics** (2000). [www.aap.org](http://www.aap.org). Recuperado el 20 de mayo de 2008, de <http://www2.aap.org/advocacy/releases/jstmtevc.htm>

**American Academy of Pediatrics** (2001). AAP Policy Statement. *Pediatrics*, 108(5), 1222-1226.

**Asamblea General de las Naciones Unidas** (1948). Declaración Universal de los Derechos Humanos. Recuperado el 28 de Abril de 2015, de UNESCO Doc: <http://unesdoc.unesco.org/images/0017/001790/179018m.pdf>

**Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela** (2005). *Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión*. Caracas: Asamblea Nacional.

**Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela** (2006). *Exposición de Motivos del Anteproyecto de Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia*. Caracas, Venezuela.

**Asamblea Nacional** (2007). Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia. Gaceta Oficial N° 38.647. Caracas: Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela.

**Asamblea Nacional** (2013). Ley de Presupuesto para el Ejercicio Fiscal 2014. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, N° 6114 Extraordinario. Caracas, Venezuela.

**Asociación Nacional de Anunciantes/Federación Venezolana de Agencias Publicitarias** (2008). Código de Ética y Autorregulación de las Comunicaciones Comerciales en Venezuela. Recuperado el 1 de Mayo de 2015, de SlideShare: <http://www.slideshare.net/paundpro/codigo-de-etica-y-autorregulacion-de-las-comunicaciones-comerciales-en-venezuela-fevap-anda-2008>

**Aubrey, J.** (2006). Exposure to sexually objectifying media and body self-perceptions among college women: an examination of the selective exposure hypothesis and the roles of moderating variables. *Sex Roles: A Journal of Research*, 55 (3-4), 159-172.

**AVESA/CEM-UCV/Fundamujer** (2003-2004). Boletín en Cifras: Violencia contra las Mujeres. Caracas, Venezuela.

**AVESA/CEM-UCV/Fundamujer** (25 de Noviembre de 2006). Boletín en Cifras: Violencia contra las Mujeres 2005. 3(3). Caracas, Venezuela.

**Badeni, G.** (1996). Libertad de Prensa. Buenos Aires: Alberto-Perrot.

**Bellorín, M., & García, V.** (2011). Abran Cancha: Análisis del Papel de las Periodistas Deportivas en Venezuela en la búsqueda para disminuir la Inequidad en la Cobertura de la Fuente. Trabajo de Grado. Caracas: Facultad de Humanidades y Educación. Escuela de Comunicación Social.

**Bisbal, M.** (2007). Los Medios en Venezuela ¿Dónde Estamos? *Espacio Abierto*, 16(4).

**Blanco, J.** (2009). Rostros visibles de la violencia invisible. Violencia simbólica que sostiene el patriarcado. (Centro de Estudios de la Mujer, Ed.) *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*, 14(32), 65-70.

**Bonilla Campos, A., & Martínez Benlloch, I.** (2000). Sistema Sexo/Género, Identidades y Construcción de la Subjetividad. Valencia: Publicaciones de la Universidad de Valencia.

- Bott, S., Morrison, A., & Ellsberg, M.** (Enero de 2005). Cómo abordar la violencia de género en América Latina y el Caribe: revisión crítica de las intervenciones. En *Breve*(60). Washington, D.C.
- Bourdieu, P.** (2001). *Masculine Domination*. Standford, California: Standford University Press.
- Bourdieu, P., & Wacquant, L.** (2004). Symbolic Violence. En N. Scheper-Hughes, & P. Bourgois, *Violence in War and Peace* (págs. 272-274). Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- Boyle, K.** (2003). The Pornography Debates. Beyond Cause and Effect. En G. Dines, & J. Humez, *Gender, Race and Class in Media* (Segunda Edición, págs. 406-416). Thousand Oaks, California: Sage Publicacions.
- Briere, J., & Malamuth, N.** (1986). Sexual Violence in the Media: Indirect Effects on Aggression Against Women. *Journal of Social Issues*, 42(3), 75-92.
- Britos, P.** (2006). Ronald Dworkin: Libertad de Expresión y Pornografía. Recuperado el 14 de Diciembre de 2014, de A Parte Rei. *Revista de Filosofía*: <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/britos48.pdf>
- Bryant, J., & Miron, D.** (2003). The Appeal and Impact of Media Sex and Violence. En A. Valdivia, *A Companion to Media Studies* (págs. 437-460). Londres: Blackwell Publishing Ltd.
- Bryant, J., & Zillman, D.** (1986). *Perspectives on Media Effects*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Burgess, A., & Crowell, N.** (1996). *Understanding Violence Against Women. Panel on Research on Violence Against Women*. Washington, D.C.: The National Academies Press.
- Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission (CRTC)** (1992). <http://www.crtc.gc.ca/>. Recuperado el 2 de febrero de 2015, de <http://www.crtc.gc.ca/eng/archive/1992/PB92-58.HTM>
- Caputi, J.** (2003). Everyday Pornography. En G. Dines, & J. Humez, *Gender, Race, and Class in Media* (Segunda Edición, págs. 434-450). Thousand Oaks, California: Sage Publicacions.

**Carter, C.** (2012). Oxford Bibliographies Online. Recuperado el 8 de mayo de 2014, de Gender and the Media: <http://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199756841/obo-9780199756841-0002.xml>

**Carter, C., & Weaver, C.** (2003). Violence and the Media. Filadelfia: Open University Press.

**Casal, J., Roche, C., Richter, J., & Chacón Hanson, A.** (2005). Derechos Humanos, Equidad y Acceso a la Justicia. Caracas: Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (ILDIS).

**CEDAW** (2013). Informes periódicos séptimo y octavo combinados de los Estados partes. República Bolivariana de Venezuela. CEDAW/C/VEN/7-8. Nueva York: ONU.

**Centro de Estudios de la Mujer, UCV** (2004). Mujer y Género en la Sociedad de la Información desde América Latina y el Caribe. Revista Venezolana de Estudios de la Mujer, 9(22), 5-10.

**Centro de Estudios de la Mujer, UCV** (2006). Presentación. Violencia y Género. Revista Venezolana de Estudios de la Mujer, 11(26), 11-12.

**Chaher, S.** (2013). El debate entre la libertad de expresión y la no discriminación a partir de la nueva normativa sobre comunicación y género vigente en Argentina. Recuperado el 23 de Mayo de 2014, de Genderit.org: <http://www.genderit.org/sites/default/upload/libexnodisc2013.pdf>

**Chaher, S.** (2014). Implementación en Argentina de un marco normativo auspicioso sobre comunicación y género. En S. Chaher, Políticas Públicas de Comunicación y Género en América Latina: Un Camino por Recorrer (págs. 20-29). Buenos Aires: Eudeba.

**Comesaña, G.** (2006). La violencia contra las mujeres como mal radical. (U. Centro de Estudios de la Mujer, Ed.) Revista Venezolana de Estudios de la Mujer, 11(26), 17-43.

**Comisión Interamericana de Derechos Humanos** (2011). Estándares Jurídicos vinculados a la Igualdad de Género y a los Derechos de las Mujeres en el Sistema Interamericano de Derechos Humanos: Desarrollo y Aplicación. Washington: OEA.

**Comité para la Eliminación de la Discriminación de la Mujer** (1989). Recomendación General N° 12. Octavo Período de Sesiones. Nueva York: ONU.

**Comité para la Eliminación de la Violencia contra la Mujer** (1992). Recomendación General N°19. 11° Período de Sesiones. Nueva York: ONU.

**Comité para la Eliminación de la Violencia contra la Mujer** (1997). Recomendación General N° 23. Nueva York: ONU.

**Consejo de Derechos Humanos de la ONU** (2007). Intersecciones entre Cultura y Violencia contra la Mujer. Informe de la Relatora Especial sobre Violencia contra la Mujer, sus causas y sus consecuencias, Yakin Ertürk. Nueva York: Organización de las Naciones Unidas.

**Consejo Nacional de Mujeres** (2009). Ley N° 26.485. Ley de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales. Buenos Aires, Argentina.

**Cooper, S., Hudson Banks, K., & Trotman Reid, P.** (2008). Girls to Women: Developmental Theory, Research, and Issues. En F. Denmark, & M. Paludi, *Psychology of Women: A Handbook of Issues and Theories* (Segunda Edición, págs. 237-270). Westport, Connecticut: Praeger Publishers.

**Corte Suprema de Alabama** (1871). Facultad de Derecho de la Universidad de Miami. Recuperado el 23 de Mayo de 2014, de <http://faculty.law.miami.edu/zfenton/documents/Fulghamv.State.pdf>

**Cramer, E., Gilson, S., & DePoy, E.** (2003). Oficina de Salud de la Mujer. Departamento de Salud y Servicios Humanos de los Estados Unidos de América. Recuperado el 19 de Febrero de 2009, de <http://www.ccids.umaine.edu/resources/dvp/index.htm>

**Darling-Wolf, F.** (2009). Gender and Media. En S. Littlejohn, & K. Foss, *Encyclopedia of Communication Theory* (págs. 428-431). Thousand Oaks, California: Sage Publications.

**Davies, V.** (2006). Los Videojuegos Desensibilizan ante la Violencia de la Vida Real. El Nacional. Recuperado el 19 de abril de 2012, de <http://www.lasdrogas.info/noticias/25174/venezuela-los-videojuegos-desensibilizan-ante-la-violencia-de-la-vida-real.html>

**De Moragas, M.** (1985). *Sociología de la Comunicación de Masas*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.

**DeKeseredy, W., & Schwartz, M.** (2001). Definitional issues. En C. Renzetti, J. Edleson, & R. Kennedy Bergen, Sourcebook on Violence Against Women (págs. 23-34). Thousand Oaks, California: Sage Publications.

**DeKeseredy, W., & Schwartz, M.** (2011). Theoretical and methodological issues. En C. Renzetti, J. Edleson, & R. Kennedy Bergen, Sourcebook on Violence Against Women (Segunda Edición ed., págs. 3-22). Thousand Oaks, California: Sage Publications.

**Diario La Prensa** (10 de Febrero de 2011). Editorial. Recuperado el 23 de Mayo de 2012, de Diario La Prensa, Nicaragua: <http://www.laprensa.com.ni/2011/02/10/opinion/51678-violencia-mediatica-y-censura-de-prensa>

**Dines, G., & Humez, J.** (2003). Gender, Race, and Class in Media (Segunda Edición). Thousand Oaks, California: Sage Publications.

**Dow, B.** (2009). Feminist Approaches to Communications. En W. Eadie, 21st Century Communications (págs. 82-89). Thousand Oaks, California: Sage Publications.

**El Mundo** (25 de Noviembre de 2006). Aprobada reforma de ley contra la violencia hacia la mujer. El Mundo, pág. 12.

**El Universal** (14 de Julio de 2009). Magistrada respeta fallo sobre CEDICE pero no lo comparte. Recuperado el 23 de Enero de 2015, de El Universal Digital: [http://www.eluniversal.com/2009/07/14/pol\\_art\\_magistrada-respeta-f\\_1471754](http://www.eluniversal.com/2009/07/14/pol_art_magistrada-respeta-f_1471754)

**Espina, G.** (2004). Violencia Simbólica por Razones de Sexo. Recuperado el 17 de Octubre de 2009, de Debate Cultural: <http://www.debatecultural.org/Observatorio/GiocondaEspina.htm>

**Fainholc, B.** (1993). La Mujer y los Medios de Comunicación Social. Buenos Aires: Editorial Humanitas.

**Faúndez, H.** (16 de Diciembre de 2014). Entrevista personal. (L. Kislinger, Entrevistador)

**Faúndez, H.** (2004). Los Límites de la Libertad de Expresión. Ciudad de México: Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM.

**Finol, J.** (2012). Globalización y Cultura: Del Cuerpo Privado al "Cuerpo Espectáculo". Recuperado el 1 de Julio de 2014, de Laboratorio de Investigaciones Semióticas y

Antropológicas. Universidad del Zulia:

<http://www.joseenriquefinol.com/v4/index.php/articulos/articulos-en-espanol/18-globalizacion-y-cultura-del-cuerpo-privado-al-cuerpo-espectaculo>

**Franco, L., & Ramírez, D.** (1987). Participación de la Mujer en los Medios. (C. Gumilla, Ed.) *Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación*, 62-74.

**Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela** (2014). N° 40.421. Caracas.

**Gallaher, M.** (2001). *Gender Setting: New Agendas for Media Monitoring and Advocacy*. Londres: Zed Books Ltd.

**García Galera, M.** (2000). *Televisión, Violencia e Infancia. El Impacto de los Medios*. Barcelona: Gedisa.

**García Galera, M., Marín, A., & Ruíz San Román, J.** (1999). *Sociología de la Comunicación*. Madrid: Editorial Trotta.

**García Prince, E.** (2006). El Espejismo de la Igualdad: el peso de las mujeres y de lo femenino en las iniciativas de cambio institucional. *Otras Miradas*, 6(1), 24-30.

**García Prince, E.** (2009). *Igualdad de género y desarrollo humano sostenible. Principales aspectos conceptuales, metodológicos y técnicos para la promoción de cambios a favor de la igualdad de género. Aportes para la Discusión*. Caracas: Revisión Inédita obtenida directamente de la autora.

**Gaunlett, D.** (2002). *Media, Gender and Identity*. New York: Routledge.

**Gebner, G.** (2003). *Television Violence: At a Time of Turmoil and Terror*. En G. Dines, & J. Humez, *Gender, Race, and Class in Media* (Segunda Edición, págs. 339-348). Thousand Oaks, California: Sage Publications.

**Gebner, G., & Gross, L.** (Abril de 1976). *Living with Television: The Violence Profile*. *Journal of Communication*, 26(2), 172.

**Gillum, T.** (Enero de 2002). *Images and Intimate Partner Violence in the African American Community*. *Violence Against Women*, 8(1), 64-86.

**Giménez, L., & Hernández, A.** (1984). Los Amos de la Prensa en Venezuela. (C. Gumilla, Ed.) *Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación*, 10-44.

- Gómez, L.** (2009). *Nosotras en las Noticias: Una Mirada al Tratamiento de la Violencia Contra las Mujeres en los Medios Impresos y Digitales en Venezuela*. Caracas: Centro de Estudios de la Mujer, UCV.
- González, J.** (2008). Discursos de Encuentro y Tensión en torno a la Imagen de la Mujer Venezolana y la Pornografía. (Centro de Estudios de la Mujer, Ed.) *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*, 13(30), 119-132.
- Gordillo, I. & Guarinos, V.** (2008). *El espectáculo de la violencia simbólica en series ficcionales de televisión*. Valencia, España.
- Groebel, J.** (1999). *La Violencia en los Medios. Estudio Global de la UNESCO. Boletín 49. Proyecto Principal de Educación en América Latina y el Caribe.*, 5-19. Recuperado el 30 de noviembre de 2014 en [http://portal.unesco.org/ci/en/files/28397/12435929903gender\\_booklet\\_en.pdf/gender\\_booklet\\_en.pdf](http://portal.unesco.org/ci/en/files/28397/12435929903gender_booklet_en.pdf/gender_booklet_en.pdf)
- Guerra, L.** (2009). *Sumisa y Obediente o Puta y Mal Viviente: La Heteronorma de los Estereotipos de Género y la Resistencia de las Mujeres*. Recuperado el 27 de Abril de 2012, de SEDICI. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de La Plata: <http://hdl.handle.net/10915/17218>
- Hall, S.** (2003). *The Whites of their Eyes: Racist Ideologies and the Media*. En G. Dines, & J. Humez, *Gender, Race, and Class in Media* (Segunda Edición, págs. 89-93). Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Harris, R.** (2009). *A Cognitive Psychology of Mass Communication* (Quinta Edición). Nueva York: Routledge.
- International Federation of Journalists** (2009). *Getting the Balance Right: Gender Equality in Journalism*. Bruselas: International Press Center.
- International Society for Research on Aggression** (2011). *Informe de la Comisión en Violencia Mediática*. Recuperado el 3 de Febrero de 2012, de [www.israsociety.com](http://www.israsociety.com): <http://www.israsociety.com/news.html#MVReport>
- IWMF** (2011). *Global Report on the Status of Women in the News Media*. Washington, D.C.: IWMF.

**Jasinski, J.** (2001). Theoretical Explanations for Violence Against Women. En C. Renzetti, J. Edleson, & R. Kennedy Bergen, Sourcebook on Violence Against Women (págs. 5-22). Thousand Oaks, California: Sage Publications.

**Jefatura de Estado** (2004). Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género. Boletín Oficial del Estado (313). España.

**Julio, F., & López, J.** (2011). Rol de la Mujer en el Periodismo Deportivo Venezolano. Caracas: Universidad Central de Venezuela.

**Katz, J.** (2003). Advertising and the Construction of Violent White Masculinity: From Eminem to Clinique for Men. En G. Dines, & J. Humez, Gender, Race, and Class in Media (Segunda Edición, págs. 349-358). Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.

**Katz, J.** (2006). Tough Guise – Violence, Media and the Crisis of Masculinity. Recuperado el 15 de Abril de 2015, de Youtube:  
<https://www.youtube.com/watch?v=3exzMPT4nGI>

**Kellner, D.** (2003). Cultural Studies, Multiculturalism and Media Culture. En G. Dines, & J. Humez, Gender, Race, and Class in Media (Segunda Edición, págs. 9-20). Thousand Oaks, California: Sage Publications.

**Kislinger, L.** (2005). Violencia Doméstica contra las Mujeres. Nueva York: Grupo Parlamentario Interamericano (GPI).

**Kislinger, L.** (2014). Aproximación al marco regulatorio venezolano en relación a las mujeres y su situación en los medios de comunicación. En S. Chaher, Políticas Públicas de Comunicación y Género en América Latina: Un Camino por Recorrer (págs. 71-83). Buenos Aires: Eudeba.

**Kruttschnitt, C., McLaughlin, B., & Petrie, C.** (2004). Advancing the Federal Research Agenda on Violence Against Women. Washington, D.C.: National Academy Press.

**La Nación** (29 de Septiembre de 2011). IAFA Decide Publicidad de Bebidas Alcohólicas. Recuperado el 23 de Enero de 2015, de La Nación (Costa Rica):  
[http://www.nacion.com/archivo/IAFA-decide-publicidad-bebidas-alcoholicas\\_0\\_1222877715.html](http://www.nacion.com/archivo/IAFA-decide-publicidad-bebidas-alcoholicas_0_1222877715.html)

**Lameiras Fernández, M.** (2003-2005). Trastornos de la Conducta Alimentaria y la Exposición a los Medios de Comunicación en Chicas Adolescentes. Universidad de Vigo. Secretaría General de Políticas de Igualdad. Instituto de la Mujer.

**López Diez, P.** (2002). *Mujer, Violencia y Medios de Comunicación*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión (IORT).

**López Diez, P.** (2005). *Representación del Género en los Informativos de Radio y Televisión (Segundo Informe)*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión (IORT).

**Mahoney, K.** (1992). The Canadian Constitutional approach to Freedom of Expression in Hate Propaganda and Pornography. Recuperado el 10 de Diciembre de 2014, de Duke Law School:

<http://scholarship.law.duke.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4123&context=lcp>

**Malamuth, N.** (1984). Aggression Against Women: Cultural and Individual Causes. En N. Malamuth, & E. Donnerstein, *Pornography and Sexual Aggression* (págs. 19-52). Nueva York: Academic Press.

**Malamuth, N.** (1996). The Confluence Model of Sexual Aggression: Feminist and Evolutionary Perspectives. En D. Buss, & N. Malamuth, *Sex, Power, and Conflict: Evolutionary and Feminist Perspectives* (págs. 269-295). Nueva York: Oxford University Press.

**McPhail, B., Busch, N., Kulkarni, S., & Rice, G.** (2007). An Integrative Feminist Model: The Evolving Feminist Perspective on Intimate Partner Violence. *Violence Against Women*, 13(8), 817-841.

**Medel, M.** (15 de Febrero de 2011). Corte Suprema retira polémico proyecto de ley que creaba figura de 'violencia mediática' en Nicaragua. Recuperado el 22 de Enero de 2015, de Blog Periodismo en Las Américas: <https://knightcenter.utexas.edu/es/blog/corte-suprema-retira-polemico-proyecto-de-ley-que-creaba-figura-de-%E2%80%9Cviolencia-mediatica%E2%80%9D-en-nic>

**Mill, J.** (1909). *On Liberty*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2014, de Ebooks Adelaide: [http://ebooks.adelaide.edu.au/m/mill/john\\_stuart/m645o/index.html](http://ebooks.adelaide.edu.au/m/mill/john_stuart/m645o/index.html)

**Ministry of Children and Youth Services** (2008). *The Roots of Youth Violence*. Recuperado el 1 de Diciembre de 2012, de Gobierno de Ontario, Canadá: [www.rootsofyouthviolence.on.ca](http://www.rootsofyouthviolence.on.ca)

**Mujeres Hoy** (2006). Venezuela: una Ley con Nombre Propio. Recuperado el 3 de Enero de 2008, de [http://www.mujereshoy.com/secc\\_n/3597.shtml](http://www.mujereshoy.com/secc_n/3597.shtml)

**Nussbaum, M.** (1995). Objectification. (R. L. Core, Ed.) *Philosophy and Public Affairs*, 24(4), 249-291.

**Observatorio Venezolano de los DDHH de las Mujeres** (2007). Módulo: Ciudadanía y Derechos Políticos. Caracas.

**Organización de Estados Americanos** (1994). Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer. Washington, D.C.: OEA.

**Organización de las Naciones Unidas** (1993). Declaración sobre la Eliminación de la Violencia contra la Mujer. Nueva York: ONU.

**Organización de las Naciones Unidas** (1995). Declaración y Plataforma de Acción de Beijing. Beijing, China.

**Organización de las Naciones Unidas** (2000). Nuevas Medidas e Iniciativas para la Aplicación de la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing adoptada por el Vigésimo Tercer Período Extraordinario de Sesiones de la Asamblea General de la ONU. Nueva York: ONU.

**Organización de las Naciones Unidas** (2006). Poner fin a la violencia contra la mujer. De las palabras a los hechos. Estudio del Secretario General de las Naciones Unidas. Nueva York: ONU.

**Organización Mundial de la Salud** (2013). Global and regional estimates of violence against women: prevalence and health effects of intimate partner violence and non-intimate violence partner sexual violence. Ginebra: WHO Press.

**Ortiz-Barreda, G., & Vives-Cases, C.** (2013). Legislation on violence against women: overview of key components. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 33(1), 61-75.

**Osborne, R.** (1988). Debates Actuales en torno a la Pornografía y la Prostitución. *Papers: Revista de Sociología* (30), 97-107.

**O'Sullivan, J.** (1996). Los Efectos Sociales y Culturales de la Publicidad. *Temas de Comunicación* (8), 39-46.

**Papadaki, L.** (2010). What is Objectification? *Journal of Moral Philosophy*, 16-36.

- Parents Television Council** (2009). *Women in Peril*. Estados Unidos: Parents Television Council. Recuperado el 13 de octubre de 2014 en <http://www.parentstv.org/PTC/publications/reports/WomeninPeril/study.pdf>
- Pasquali, A.** (2005). *18 Ensayos sobre Comunicaciones*. Caracas: Random House Mondadore, S.A.
- Petkoff, T.** (2005). *Dos Izquierdas*. Caracas: Alfadil Ediciones.
- Portugal, A.** (2007). *La Imagen del Sexismo: Cuerpos Secuestrados*. Recuperado el 27 de Abril de 2015, de Artemisa Noticias: <http://www.artemisanoticias.com.ar/site/notas.asp?id=51&idnota=4163>
- Quesada Jiménez, J., & López López, A.** (2010). *Estereotipos de Género y usos de la Lengua: Un Estudio de Educación Secundaria*. Recuperado el 26 de Junio de 2011, de Ensayos. Revista de la Facultad de Educación de Albacete, N° 25: <http://www.uclm.es/ab/educacion/ensayos>
- Radio La Primerísima** (2011). *Violencia mediática contra las mujeres debe castigarse, dice presidenta CSJ*. Recuperado el 22 de Enero de 2015, de Radio La Primerísima (Managua): <http://www.radiolaprimerisima.com/noticias/general/93130/violencia-mediatica-contra-las-mujeres-debe-castigarse-dice-presidenta-csj>
- República Bolivariana de Venezuela** (1999). *Constitución de la República Bolivariana de Venezuela*. Caracas, Venezuela: Presidencia de la República.
- Rey Martínez, F.** (2005). *El Derecho Fundamental a no ser Discriminado por Razón de Sexo*. Ciudad de México: Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación.
- Robinson, J.** (2009). *Media Portrayals and Representations*. En *21st Century Communication. A Reference Handbook* (Vol. 2, páginas. 497-505). Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- Rodríguez Polo, X.** (2011). *Los Efectos de la Comunicación de Masas de Joseph T. Klapper*. Recuperado el 2014 de Abril de 2014, de [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx): [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico\\_75/30\\_Rodriguez\\_M75.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/30_Rodriguez_M75.pdf)
- Roselló Nadal, E.** (2008). *La Imagen Estereotipada de la Mujer Víctima de Violencia de Género en la Prensa Escrita: Violencia Simbólica y Estructural*. Valencia, España: Conselleria de Benestar Social, Generalitat Valenciana.

- Rosillo Ricardo, L.** (2008). Belleza y Publicidad: El Cuerpo en Primer Plano. Parte I: Historia del Uso del Cuerpo en la Publicidad. Recuperado el 29 de Abril de 2013, de [http://www.inpsicon.com/elconsumidor/archivos/belleza\\_y\\_publicidad.pdf](http://www.inpsicon.com/elconsumidor/archivos/belleza_y_publicidad.pdf)
- Rubio, M.** (Diciembre de 2006). CIMAC Noticias. Recuperado el 3 de Enero de 2008, de <http://www.cimacnoticias.com/site/06120401-Nueva-Ley-en-Venezu.15775.0.html>
- Ruíz de la Serna, R.** (21 de Febrero de 2014). Castigar el Negacionismo. Recuperado el 2014 de Diciembre de 8, de El País: [http://elpais.com/elpais/2014/02/03/opinion/1391429440\\_767685.html](http://elpais.com/elpais/2014/02/03/opinion/1391429440_767685.html)
- Salazar Ugarte, P. & Gutiérrez Rivas, R.** (2008). El Derecho a la Libertad de Expresión frente al Derecho a la No-Discriminación. Ciudad de México: Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM.
- Santoro, S.** (25 de Agosto de 2014). Entrevista al nuevo Relator para la Libertad de Expresión de la CIDH, Edison Lanza. Recuperado el 10 de Diciembre de 2014, de Página 12: <http://www.pagina12.com.ar/diario/dialogos/21-253733-2014-08-25.html>
- Secretaría de Gobernación.** (1 de Febrero de 2007). Decreto por el que se expide la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia. Diario Oficial de la Federación. México. Recuperado el 13 de diciembre de 2008 en [http://www.senado.gob.mx/comisiones/asuntos\\_migratorios/docs/legislacion/LG29.pdf](http://www.senado.gob.mx/comisiones/asuntos_migratorios/docs/legislacion/LG29.pdf)
- Segato, R.** (2003). La Argamasa Jerárquica: Violencia Moral, Reproducción del Mundo y la eficacia simbólica del Derecho. En *Las Estructuras Elementales de la Violencia*. Buenos Aires: Prometeo-UNQ.
- Signorelli, N.** (2009). Cultivation and Media Exposure. En W. Eadie, *21st Century Communication. A Reference Handbook* (Vol. II, págs. 525-533). Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- Simons, L., Simons, R., Lei, M., & Sutton, T.** (2012). Exposure to Harsh Parenting and Pornography as Explanations for Male's Sexual Coercion and Females' Sexual Victimization. *Violence and Victims*, 27(3), 378-395.
- Steven, P.** (2003). *The No-Nonsense Guide to Global Media*. Londres: New Internationalist Publications, Ltd.

**Tribunal Constitucional Español** (1993). Sentencia 229/1992. Recuperado el 28 de Abril de 2015, de Boletín Oficial Español:

<http://www.boe.es/boe/dias/1993/01/19/pdfs/T00058-00063.pdf>

**Tribunal Supremo de Justicia** (2009). Sentencia de la Sala Accidental Segunda de Reenvío en lo Penal N° 135-09. Recuperado el 16 agosto de 2011 en <http://lara.tsj.gob.ve/DECISIONES/2009/AGOSTO/2296-14-CA-803-09-VCM-135-09.HTML>

**Tribunal Supremo de Justicia** (2012). Sentencia del Juzgado Segundo de Primera Instancia de Violencia contra la Mujer N° 2° J-109-11. Recuperada el 14 de noviembre de 2014 en <http://cfr.tsj.gob.ve/DECISIONES/2012/MARZO/2343-19-AK02-S-2009-000001-109-11.HTML>

**Tribunal Supremo de Justicia** (2014). Sentencia de la Sala Constitucional N° 14-1196. Recuperada el 23 de enero de 2015 en

<http://historico.tsj.gob.ve/sr/Default3.aspx?url=../decisiones/scon/diciembre/173114-1789-171214-2014-14-1196.html&palabras=Heraldo>

**Tuchman, G.** (1978). The Symbolic Annihilation of Women by the Mass Media. Introducción. En G. Tuchman, A. Kaplan Daniels, & J. Benet, Heart and Home. Images of Women in the Mass Media (págs. 3-37). Nueva York: Oxford University Press.

**United Nations Development Fund for Women (UNIFEM).** (2003). Not a Minute More. Ending Violence Against Women. Nueva York: United Nations.

**Van Mill, D.** (2012). Freedom of Speech. Recuperado el 8 de Diciembre de 2014, de The Standford Encyclopedia of Philosophy:

<http://plato.stanford.edu/archives/win2012/entries/freedom-speech>

**Velázquez, I.** (2004). Tratamiento de la Imagen Femenina en los Anuncios Televisivos Venezolanos. Revista Venezolana de Estudios de la Mujer, 9(22), 57-80.

**Villaplana Ruíz, V.** (2008). Nuevas Violencias de Género, Arte y Cultura Visual. Tesis Doctoral. Murcia: Departamento de Bellas Artes. Universidad de Murcia. Recuperada el 17 de abril de 2010:

<https://digitum.um.es/jspui/bitstream/10201/3125/1/VillaplanaOrtiz.pdf>

**Wamsley, K., & Whitson, D.** (1998). Celebrating Violent Masculinities: The Boxing Death of Luther McCarty. Journal of Sport History, 25(3), 419-431.

**Wood, J.** (2009). Gender. En W. Eadie, 21st Century Communication: A Reference Handbook (Vol. I, págs. 371-379). Thousand Oaks, California: Sage Publications.