

Género, sexismo y variables culturales

Nuria Saavedra

Laura Casal

Universidad de La Coruña

Resumen

Uno de los temas de mayor tradición dentro de la Psicología Social y de la Sociología, ha sido el de los roles de género, y de como estos afectan a las relaciones sociales, y la construcción de la sociedad.

Actualmente toda la población está muy concienciada sobre los temas de género, y sin embargo, no cesan de crecer los casos de violencia, acentuándose de una forma alarmante entre los jóvenes.

Se está criticando a través de diferentes sectores a los medios de comunicación como responsables de la transmisión de los roles de género. Estos medios, crean opinión y transmiten valores a través de la publicidad, los programas de televisión.

A pesar de las leyes de protección de la mujer en los medios de comunicación, se sigue manteniendo una representación cosificada de estas, convirtiéndolas en un simple objeto para la satisfacción masculina.

Los sectores mas vulnerables a las trasmisión de estas ideas son la infancia y la adolescencia, puesto que tienen una visión menos crítica de los contenidos que se transmiten, reproduciendo estos como parte de la realidad.

Palabras Clave

Violencia, Género, Masculinidad-Feminidad, Cultura del Honor, Sexismo.

Género, sexismo y variables culturales

Desde hace unos años el término "violencia de género" se ha hecho muy común, sobretodo por los medios de comunicación. Con este término se hace referencia a los malos tratos de los hombres contra las mujeres, especialmente dentro del ámbito de convivencia o pareja.

El uso de este término trajo consigo mucha controversia, por ejemplo, en el 2004 la Real Academia Española realizó un informe en el que denominaba esta expresión como lingüísticamente incorrecta, ya que no había una tradición de uso del término "género" como sinónimo de "sexo", además de que culturalmente la palabra sexo, no se refiere únicamente al aspecto biológico.

Sin embargo, la decisión de denominarlo así, fue defendida por determinados movimientos feministas, por las connotaciones sociológicas que se adscriben a este término.

Este término surgió en la IV Conferencia Mundial sobre la mujer, celebrada en Pekín en 1995 a instancias de la ONU. Allí se denominó a la violencia de género como el mecanismo social fundamental para el mantenimiento de la posición subordinada de las mujeres frente a los hombres.

Por lo tanto violencia de género no designa solamente el hecho de que un hombre agrede a una mujer, sino que tiene una fuerte base ideológica, ya que presenta esta violencia como un hecho estructural, es decir como algo condicionado por unas estructuras sociales.

Como defiende Llanes(2010) la violencia de género así entendida es un ejemplo de lo que en sociología se conoce como “sociología del conflicto”. El conflicto surge de la confrontación de los intereses incompatibles de las personas que ocupan posiciones distintas en la sociedad. Siguiendo a Marx, la desigualdad radical es la económica, y de ella surge la lucha de clases. Para la ideología de género, la desigualdad radica en la sociedad.

Según la Delegación del Gobierno para la Violencia de Género; Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, el número de víctimas mortales entre el 1 de enero de 2003 y el 30 de abril de 2012 ha sido de 621. A pesar de las mejoras en materia de igualdad, estas siguen siendo unas cifras muy altas, símbolo de que todavía prevalecen unas ideas de dominación masculina, y por lo tanto existen refuerzos sociales importantes a la imposición de los roles de género.

Los medios de comunicación son una fuente importante de socialización, a través de ellos creamos esquemas mentales de la realidad, a pesar de que lo que aparecen en ella sea en su mayoría ficción. Esta influencia es patente desde los primeros años, formando la personalidad y “educando” a las nuevas generaciones según los modelos que en estos se reproducen.

Según la teoría del aprendizaje social de Bandura y Walters los niños y niñas aprenden a comportarse como tales mediante la observación e imitación. A estas ideas Sandra Ben aporta la teoría del esquema de género, según la cual los niños y niñas aprenden una serie de comportamientos diferenciados, y si estos se comportan según su propio esquema de género, estos comportamientos serán reforzados positivamente por la sociedad.

Diferenciar a las personas según sean hombres o mujeres es un proceso casi automático que se produce generalmente mediante la diferenciación de las características físicas. Esta capacidad se presenta desde la infancia. A los dos años ya empezamos a categorizar a las personas según los sexos por estas apariencias, y a los tres, ya nos empezamos a categorizar por esos aspectos.

Sin embargo, sexo y género no son lo mismo. Según la nueva terminología de uso ,

sexo es con lo que uno nace, mientras que género es lo adquirido.

El concepto sexo, no hace referencia solo a la parte biológica, sino también a la identidad sexual, que se constituye como la conciencia de cada persona, a lo largo de su vida sobre el ser hombre o mujer. Dentro de la identidad sexual se puede diferenciar; el sexo biológico, el sexo psicológico y el sexo social.

El sexo biológico solamente hace referencia a la estructura anatómica de la persona en sí, es decir, sus genes, sus hormonas, y el aspecto físico.

El sexo psicológico se refiere a las vivencias psíquicas de cada persona, y como se demuestra como hombre o mujer, frente a la sociedad. Este concepto se fundamenta sobre todo en la conciencia del individuo sobre el sexo al que pertenece.

El sexo sociológico describe la percepción que el entorno tiene sobre el individuo.

El proceso de identificación tiene mucho que ver con el sexo, ya que dependiendo de este en el momento de nacer se utiliza un determinado lenguaje y se tienen unas determinadas expectativas y deseos que se le son transmitidos. Por ejemplo, se ha comprobado que las personas no se dirigen igual a un recién nacido si va vestido de rosa, o de azul. Como afirma Llanes, a la asignación del sexo le corresponden infinidad de pequeños detalles que van a ir encauzando la mente de este hacia un perfecto ajuste de su conducta al sexo.

La identidad personal está íntimamente ligada a la propia experiencia y a la conciencia de cada sujeto sobre sí mismo.. No depende tanto del cuerpo o del cerebro, sino de la configuración del "yo" de cada individuo, sus propias expectativas y la interacción que tenga con el entorno. La identidad personal lleva implícita la identidad sexual y de género.

El concepto de género por otro lado hace referencia a los aspectos psicológicos, sociales y culturales de la masculinidad o feminidad. De este modo, identidad de género se entiende como el sentimiento que los niños o niñas adquieren sobre como deben desenvolver sus acciones dentro de la sociedad.

Teniendo en cuenta diversos estudios de género, la identidad se desenvuelve en tres etapas; la asignación de género en el momento del nacimiento, la identidad de género y el rol de género, que ya empieza a darse desde los dos o tres años. La socialización caracteriza esta tercera etapa, en la que se aprenden los roles de género. Los roles de género son comportamientos aprendidos en una sociedad, comunidad o grupo social, en los que sus miembros están condicionados para percibir como masculinas o femeninas ciertas actividades, tareas y responsabilidades. Estas percepciones están influenciadas por la edad, la clase, la raza, la etnia, la cultura, la religión u otras ideologías, así como por el medio geográfico, económico y político.

Estos roles pueden ser flexibles o rígidos, semejantes o diferentes, y complementarios o conflictivos. La mayoría de las personas describen a las mujeres como sensibles, cálidos

das, dependientes y orientadas a la gente, y por otro lado los hombres son considerados independientes, dominantes, agresivos y orientados hacia el trabajo y la consecución de objetivos.

Los mitos, los hábitos o los rasgos físicos y psíquicos que las culturas determinan como apropiados para cada condición sexual reciben el nombre de estereotipos de género.

Podemos dividir los estereotipos de género en descriptivos y prescriptivos; Los descriptivos determinan como deben ser los hombres y mujeres en relación a las características intelectuales, de personalidad, y su apariencia física. Por otro lado, los estereotipos prescriptivos hacen referencia a los roles o conductas que “deben llevar a cabo” hombres y mujeres.

Los estereotipos descriptivos sobre el cuerpo de mujeres y hombres, no se centran solo en la imagen, sino también en su lenguaje corporal, y en la vivencia de su sexualidad.

Los estereotipos femeninos transmiten la idea de su cuerpo como un objeto, fomentando una fragilidad y una pasividad en ellas. En contraposición los estereotipos masculinos sobre el cuerpo masculino fomentan que estos sean activos y dominantes.

Viendo esto comprobamos que el estereotipo de “belleza femenina” no solo hace pasiva a la mujer, sino que impone un patrón que va en contra de la naturaleza física de la mujer, creando un descontento normativo, y unas formas de vida poco saludables para estas.

Para Vilma Vaquerano, Coordinadora del Área de Comunicaciones de la Organización de Mujeres Salvadoreñas por la Paz (ORMUSA), el uso de la imagen de la mujer en la publicidad sexista forma parte de las manifestaciones de violencia, ya que “reproduce paradigmas discriminatorios contra las mujeres, lo cual debería ser censurada socialmente como lo son los delitos y las agresiones sexuales”.

Los estereotipos prescriptivos, hacen referencia sobretudo al espacio en el que “deben” desarrollar sus actividades hombres y mujeres. En este sentido, socialmente a las mujeres se les ha asignado las tareas referentes al espacio privado, es decir, las tareas domésticas como cuidado de la familia y el hogar, mientras que a los hombres se les asigna el espacio público, viéndolos como responsables de mantener la familia.

Podríamos decir que estos estereotipos crean una idea sobre lo que es el hombre y la mujer que deja por debajo a la mujer, limitando sus derechos.

El sexismo no es más que un tipo de prejuicio y discriminación basado en el sexo, que se produce cuando una persona está en desventaja en una determinada situación por pertenecer a un determinado sexo.

En los medios de comunicación como en los periódicos, en la televisión o las revis-

tas , los modelos que se presentan de hombres y mujeres, muestran una imagen parcial. Cuando aparece un hombre, muestran especialmente su rostro, mientras que cuando aparece una mujer se centran en su cuerpo. Esta diferencia refleja la manera en que esta sociedad enfatiza la vida mental de los hombres y la apariencia física de las mujeres.

Este sexismo implícito tiene consecuencias sobre las oportunidades sociales a las que puede acceder cada sexo, así como sobre las diferentes expectativas o las atribuciones de sus éxitos y fracasos.

Las investigaciones más actuales designan una nueva forma de sexismo caracterizado por su ambivalencia (Glick y Fiske, 1996, 2001). El nuevo sexismo se entiende como una formación de dos componentes diferentes, aunque íntimamente relacionados , una combinación del viejo y tradicional sexismo hostil con el nuevo y “más respetuoso” sexismo de corte benévolo, encubierto y sutil.

El sexismo hostil o tradicional se entiende como una actitud de prejuicio o conducta discriminatoria basada en la supuesta inferioridad o diferencia de las mujeres como grupo (Cameron, 1977).

Este mismo se basa en tres componentes; el paternalismo dominador, la diferenciación de género competitiva y la hostilidad heterosexual (Glick y Fiske, 1996).

El sexismo benévolo es definido como un conjunto de actitudes hacia las mujeres, que son sexistas en cuanto las considera de forma estereotipada y limitada a ciertos roles, pero que tiene un tono afectivo positivo .Este sexismo sigue siendo sexismo porque a pesar de los sentimientos positivos, descansa en la dominación tradicional del varón sobre la mujer.

Este sexismo benévolo, más dulcificado puede ser más perjudicial en ocasiones que el hostil por articularse conforme a un sistema de refuerzos y castigos destinado a que el grupo subordinado sepa comportarse. La hostilidad sola crearía resentimiento y rebelión por parte de las mujeres y el sexismo benévolo debilita la resistencia de las mujeres frente al patriarcado, ofreciéndole las recompensas de protección, idealización, y afecto para aquellas mujeres que aceptan sus roles tradicionales y satisfagan las necesidades de los hombres.

Gran parte del control de la mujer ha respondido al control de su sexualidad (Foucault, 1976). En la lucha por la liberación de la mujer, se han conseguido grandes cambios muy en las relaciones sexuales, como una mayor tolerancia de las relaciones sexuales fuera del matrimonio, mayor expresividad de diversas formas de sexualidad, menor pudor a manifestar en público comportamientos sexuales, pérdida de valor de cuestiones como la virginidad y la pureza sexual, etc. En definitiva, apertura hacia la sexualidad de la mujer como placer y no sólo como reproducción.

Pese a todo, esta liberación de la mujer puede todavía verse confrontada a la cultura del honor.

De acuerdo con el antropólogo Pitt-Rivers (1977), la cultura del honor hace referencia al funcionamiento de una presión normativa en la que se articulan expectativas de una sociedad y el comportamiento del individuo. Este ajuste entre lo que se espera del individuo en un contexto dado y el comportamiento que manifieste, suele aportar a ese individuo reputación y reconocimiento social.

El honor es tanto el valor que una persona tiene para sí misma como lo que vale para los que constituyen su sociedad.

A pesar de haberse incrementado la liberación de la mujer y de que se tolera una mayor diversidad de relaciones sexuales, se plantea la posible vigencia de esta cultura del honor. Una mujer que tenga relaciones sexuales fuera del contexto de la pareja estable sigue siendo más desaprobada que un varón, y esto incluso entre adolescentes (Navarro-Pertusa, 2002).

El supuesto de que el varón debe ser el protector, dominar a la mujer, esas desviaciones sexuales de la mujer representan el varón que ha fracasado en el cumplimiento de su deber, ha traicionado los valores de la familia, traído el deshonor a todos los grupos sociales implicados a través de él (su familia, su comunidad).

Como afirma Zafra, el concepto de cultura del honor está estrechamente relacionado con la violencia de género, ya que esta justifica la pertenencia de la mujer hacia el hombre.

Los medios de comunicación discriminan positivamente lo masculino, al mismo tiempo que cuidan comportamientos misóginos, incluso los que son punibles: "todo parece indicar que se trata de un crimen pasional" recoge la noticia. Los asesinos no son los culpables de la violencia contra las mujeres, sino la "violencia doméstica".

Pilar López Díez critica que en los medios de comunicación, las mujeres "mueren", no son "asesinadas"; quien comete un delito es un delincuente, pero nunca encontraremos este vocablo en una información sobre violencia masculina. Se evita la palabra "asesino" para utilizar abundantemente "hombre". Y en contra de la ética periodística, se identifica en muchísimas más ocasiones a la víctima que al asesino. Al mismo tiempo, los medios mantiene intactas las formas fundamentales de discriminación negativa de las mujeres, estrechando la representación de los múltiples roles que están llevando a cabo en la sociedad. Que en los medios aparezcan más mujeres en papeles tradicionales, secundarios y desvalorizados, en la mayor parte de las ocasiones no sólo no ayuda a combatir la violencia de género sino que fomenta y fortalece determinados comportamientos masculinos basados en la ideología de la supremacía de los hombres.

Estas ideas de los medios de comunicación influyen sobre todo a los adolescentes. El cotilleo, el gusto por los contenidos más banales y frívolos y la práctica ausencia de contenidos profesionales, culturales o de interés social son las principales características de las revistas españolas dirigidas a las adolescentes. El análisis realizado por la asociación de usuarios de la información pone de relieve aspectos como los siguientes:

-Los cotilleos sobre los ídolos adolescentes ocupan el mayor espacio en este tipo de revistas, seguidos a distancia por los temas esotéricos: horóscopos, filtros para conseguir el chico de tus sueños o aprobar, etc.

-Dedican escasa atención a aquellos contenidos destinados a potenciar las actividades de ocio: reseñas y críticas de cine, de libros o de discos; juegos informáticos, etc.
-Estos temas suelen aparecer como fondo para las informaciones sobre la vida íntima de los famosos.

-El sexo alcanza también una presencia significativa en estas revistas, aunque tratado de una forma testimonial y singularizada y rara vez desde el punto de vista formativo. Así, mientras que un tema como "la primera vez" aparece de forma recurrente, se tratan mucho menos aspectos como el sida y otras enfermedades de transmisión sexual, la prevención del embarazo, etc.

-Los sentimientos amorosos, las relaciones de amistad, la belleza y los problemas de vida cotidiana aglutinan el conjunto de "informaciones prácticas" en estas publicaciones. Los temas de carácter intelectual, educativos o profesionales aparecen en mucha menor medida o no aparecen.

-La publicidad incluida en estas revistas contribuye a ofrecer una imagen de la mujer la que solo le interesa potenciar su belleza a través de la cosmética y la moda para ser lo más atractiva posible al hombre, o bien ser la perfecta ama de casa, madre y esposa.

Estos contenidos refuerzan los roles de género dando lugar a un incremento de las conductas sexistas entre los adolescentes. Esto podemos constatarlo en estudios como el de "Igualdad y prevención de violencia de género en la adolescencia" realizado por el Ministerio de Igualdad en el que podemos destacar datos como que el 4,9% de las adolescentes ya ha sido víctima de algún tipo de violencia física o psicológica por parte del sexo opuesto, y un 18,9% podría ser maltratada en el futuro "porque justifica el sexismo, y la agresión como forma de enfrentarse a conflictos" .

Como afirma Isabel Llanes, la influencia de la televisión en la transmisión de ideologías, y por tanto, de las ideas y modos de comportamiento, esta fuera de toda duda. Se dice que la televisión es una ventana abierta a todo el mundo, pero en realidad, lo que en ella se muestra no pasa de ser solamente representaciones estereotipadas o una desfiguración de la auténtica realidad en búsqueda de una mayor audiencia.

Los medios de comunicación refuerzan o actúan como agentes que refuerzan o di-

vulgan determinadas creencias o valores, o bien presentan unos modelos nuevos que intentan cambiar la sociedad en su conjunto.

De esta manera se les ofrece a los televidentes actitudes, estilos de vida y pautas de comportamiento que pueden ser minoritarias, pero que al ser reflejadas en la televisión pasan a ser parte de la sociedad, siendo imitadas por una buena parte del público. Esto ocurre especialmente cuando el espíritu crítico del espectador es menos severo y su personalidad menos madura como ocurre en la etapa de la infancia y la adolescencia. Incluso, es posible que debido a la reiteración de los mensajes, se acabe considerando como algo normal, pese a que en principio sea visto como negativa moralmente.

Si observamos la programación televisiva, vemos que se representa a los individuos como seres que se mueven por el poder, inclinándose por lo fácil, cómodo y placentero, mientras que los valores morales se dejan de lado. En este sentido, la mujer es tremendamente trivializada, convirtiéndola en un simple objeto que sirve para el placer de los hombres.

Por otro lado, todos los medios de comunicación se expresan continuamente contra la violencia de género, pero sin embargo, de estos mismos surgen los famosos programas “amarillos” o rosas” en los que se trivializa la violencia y la sexualidad.

Estamos acostumbrados además a ver en las películas malos tratos a las mujeres, y un sinfín de muertes y violencia que apenas nos conmueve, y donde al hombre siempre se le muestra ayudando a la mujer, lo cual viene a representar un rol de debilidad y sumisión de la mujer, unido a una normalización de la violencia del hombre.

Teóricamente existe un marco regulador de ámbito estatal que impide que las cadenas actúen de esta manera, explotando la violencia sobre una mujer como elemento de ganancia de audiencia. Sin embargo parece que el único objetivo de estos, sea la manipulación de los individuos a fin de conseguir mayores rentabilidades.

Como conclusión podríamos destacar que, la infancia y la adolescencia son etapas extremadamente vulnerables a la influencia social que se pueda desenvolver a través de los medios de comunicación, la familia o la escuela ya que la etapa de la infancia es un periodo crucial que determina la identidad del individuo, y durante la adolescencia se encuentran en un periodo en el que los individuos fomentan los roles con el objetivo de reclamar su pertenencia a un determinado grupo social.

Por lo tanto los estudios sobre la influencia de los roles en estas etapas determinarán el grado en el que la sociedad los está transmitiendo estos ideales a las nuevas generaciones.

Se ha debatido mucho sobre como los medios deben transmitir los contenidos sobre la violencia de género, y las agresiones, ya que aunque muestren los casos de violencia, la forma puede condicionar que esto sea un aspecto positivo o negativo.

Sin embargo un factor a tener muy en cuenta, es que si nos encontramos con unos individuos , que saben analizar de una forma crítica los contenidos que se presentan en los medios de comunicación, sin dejarse manipular por ellos, la trasmisión de los estereotipos de género a través de estos medios dejará de ser efectiva.

Bibliografía

CLEMENTE,M .(2012), “Casandra versus Patricia: la violencia sobre la mujer y los medios de comunicación” en IGLESIAS CANLE,I.C, LAMEIRAS FERNANDEZ,M (Coord) .*Comunicación y justicia en Violencia de Género*. Valencia, Tiranto lo blanch.

GARRIDO,E. , MASIP,J. , HERRERO,M.C. (2009), *Psicología Jurídica*. Universidad de Salamanca. Varona, S.A.

LLANES,M.I. (2010), *Del sexo al género. La nueva revolución social*. Navarra. Eun-sa.

PEREZ,J.A., PÁEZ,D. Y NAVARRO,E(2001), “Conflicto de mentalidades; cultura del honor frente a la liberación de la mujer” en *Revista electrónica de motivación y emoción*, 4 (8-9) 1-23.

PONCET,M (2004), *El proceso cambiante de definición de las identidades y roles de género femenino y masculino. Servicio de publicación e intercambios campus Sur*. Universidad Santiago de Compostela.

RODRÍGUEZ CASTRO,Y., et.al (2012), “Estereotipos de Género y la imagen de la mujer en los Mass Media” en Iglesias Canle,I.C, Lameiras Fernandez,M (Coord) .*Comunicación y justicia en Violencia de Género*. Valencia, Tiranto lo blanch.