

La cosificación virtual de las mujeres

Valentina Tolentino Sanjuan



La cosificación virtual de las mujeres



Colección Subversivas

Tolentino Sanjuan, Valentina

La cosificación virtual de las mujeres / Valentina Tolentino

México: Editores y Viceversa, 2016

208 p.; 21cm

ISBN: 978-607-969-76-31

Ensayo sociológico

La cosificación virtual de las mujeres / Valentina Tolentino Sanjuan

Primera edición en Editores y Viceversa: 2016

D.R. © 2016, Valentina Tolentino Sanjuan

D.R. © 2015, Editores y Viceversa, S.A. de C.V.

Colima 67, colonia Miguel Hidalgo, Tlalpan

C.P. 14250, Ciudad de México.

Comentarios y sugerencias: 01 (55) 6838-99-87

ISBN: 978-607-969-76-31

Todos los Derechos Reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, la copia o la grabación sin la previa autorización por escrito de los editores.

Diseño de portada: Karina Lee Lomelí Contreras

Formación y cuidado editorial: Sinhué Bellescusa Mendieta

A Luis Tolentino por todo su apoyo
A Regina Sanjuan y a toda mi familia
A la UNAM



*“Es necesario hacer conciencia, al mundo le urge
una nueva orientación”*



Introducción...

O por qué es importante analizar Internet a la luz del género

El cuerpo humano, a decir de Michel Foucault (1926-1984), es un campo de batallas donde se generan peleas por el poder, esencialmente. En una sociedad como la nuestra, occidental pero con un fuerte arraigo de raíces indígenas, el cuerpo de hombres y mujeres se vuelve un campo de poderes donde se cosifica la materialidad de sus existencias. Pero esto no es nuevo, ni tampoco el pensamiento que lo justifica y que tiene origen en parte en una larga tradición religiosa judeo-cristiana, de donde ha emanado buena dosis de la moral que practicamos y con la que calificamos formas de ser y de actuar.

Sin embargo, lo que ahora observamos es esa histórica subordinación entrelazada con una actividad que cobra fuerza en las sociedades de la información (SI) (Manuel Castells, 1999) –sociedades nacidas en las ciudades, en un contexto globalizado y capitalista– y que se caracteriza por la creciente utilización de Internet y diferentes medios para socializar; esa actividad es el uso de las redes sociales virtuales.

Actualmente, muchas mujeres –sólo por aludir a un grupo–, sobre todo jóvenes, trasladan la violencia de

género que viven en sus vidas cotidianas –algunas veces inconsciente– a las redes (una de ellas es Facebook); sus percepciones son atravesadas por la comunicación virtual, por esa necesidad de confesarse al público usuario (Zygmunt Bauman, 2007) de Facebook o de Twitter.

Pero éste no es un traslado simple o fortuito, sino que el uso de las herramientas de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) se une ahora con una forma de violencia de género, que muchas mujeres han aprendido desde pequeñas y que ya les parece normal: el concepto que tenemos de belleza del cuerpo o apariencia física de la mujer contiene una fuerte carga de violencia psicológica, y esto se ha convertido en una constante que se repite en medios de comunicación masivos, al grado de que las personas ya lo traen en su interior, en sus psiques, y forma parte de sus vidas cotidianas.

Así, poco a poco, idea tras idea que luego se cristaliza en el cuerpo, la violencia psicológica va delineando una representación social de ellas hasta conducir las a una especie de cosificación, objeto, que termina por ser “expropiado sexualmente” (Marcela Lagarde, 1999), es decir, como si su propia sexualidad ya no les perteneciera.

El problema es que, pensar que las ideas que tenemos sobre el cuerpo son naturales ocasiona que éste termine por convertirse en una cosa que pareciera sirve únicamente para dar placer sexual, perdiendo así un gran potencial de pensarse de distintas formas; pero sobre

todo obstaculizando la liberación del cuerpo de las ataduras de poder.

La queja no viene tan sólo por seguir una moda o tendencia que descalifica a los patrones de belleza occidentales, sino porque hemos visto cómo causan verdaderos problemas a las mujeres y hombres que son diferentes: problemas psicológicos, de autoestima y de falta de expectativas para moverse autónomamente en su vida social e individual.

Somos testigos de cómo en las redes sociales se resalta el erotismo –junto con otros muchos aspectos de la vida diaria– en una sobreexposición de la sexualidad por encima de otras cualidades. Esta visión ya tiene raíces en nuestra estructura social, permanece invisible en ella y se reproduce constantemente mediante los actos cotidianos.

Por eso este ensayo analiza la violencia psicológica y simbólica en Facebook, es decir, las maneras en que puede haber discriminación en los contenidos compartidos, comentarios, etc., que parecieran normales e incluso graciosos, pero que violentan pasivamente a las personas, hombres y mujeres, ya sea por su apariencia física o preferencia sexual. De este modo y sin darnos cuenta de ello, se va estableciendo una normalidad que descalifica a las minorías, los discrimina e inferioriza.

Particularmente, esta violencia se encuentra en muchas de las imágenes sobre el cuerpo de las mujeres. Por ello es que, parte del análisis se basa en las fotografías de

aplicaciones de Facebook dedicadas a mostrar a mujeres semidesnudas.

Asimismo, se ha observado cómo ahora muchos jóvenes están familiarizados con las diversas herramientas de las TIC, a través de las cuales acceden a Internet para realizar actividades laborales, académicas, pero también de esparcimiento, lo que trae consigo la socialización virtual.

Hasta 2012, estadísticamente los usuarios de Facebook fueron en su mayoría jóvenes de veinte a veinticuatro años (Pixeldigital, 2012); esta tendencia se ha mantenido a la fecha (2016), aunque por supuesto, la volatilidad de la red no permite hablar de un perfil de usuario permanente o estable, por ello el rango de edad puede variar por país, región, etc.

El uso de las redes no es un fenómeno carente de significados, al contrario, en ellas hay representaciones sociales que comparten determinados núcleos de personas. Incluso hay sucesos propios de las masas, analizados ya en tiempos anteriores por Le Bon (1896) y Elías Canetti (1960), que ahora se ven en la virtualidad; como la ira tumultuaria, el consentimiento, la euforia, todo ello vertido en forma de opiniones y comentarios sobre lo que portales de noticias o los propios usuarios suben a la red y que son juzgados por una turba virtual. Basta con que un tema se ponga de moda o sea *Trendingtopic* para que, incluso sin siquiera saber si es información real o ficticia, millones de usuarios comenten,

compartan y opinen sobre el mismo. La única referencia es que sea tema candente de la red.

Todo tipo de aspectos son subidos y compartidos en Facebook; esta página se ha convertido en un reflejo de lo que siente y piensa la sociedad, de las ideologías vigentes, de las trivialidades y de diversas posturas morales.

La belleza y la percepción de ésta también es algo que se comparte. Dado que la belleza es una representación social, es decir, conocimiento construido, este concepto tiene ya ancladas características con las que se define a hombres y mujeres y su grado de “belleza” o “fealdad”, físicamente hablando, y que van de acuerdo con las ideas de género. Si entendemos que el ideal de belleza que tenemos en la mente posee a su vez violencia de género¹, entonces entenderemos que esa construcción social también tendrá violencia psicológica.

Así como el género existen otros aspectos que se combinan con la belleza, como la moda, que depende en gran medida de los hábitos y consumos culturales de cada sector de la sociedad –no es lo mismo la moda en grupos contraculturales urbanos, como los dark, que en otros estratos donde cuenta más el poder adquisitivo, como sucede con los “fresas” o “niños bien”-. Así, lo bello, lo hermoso, pero también lo horrible y

1 En la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (LGAMVLV), la violencia de género se nombra como violencia contra las mujeres y se refiere a: “Cualquier acción u omisión basada en su género [de las mujeres], que les cause daño o sufrimiento psicológico, físico, patrimonial, económico, sexual, o la muerte tanto en el ámbito privado como en el público”. (Artículo 5, párrafo 1, fracción IV).

lo desagradable, son percepciones que están arraigadas en las psiques de los usuarios pero que son construcciones que nacen de acuerdo con el contexto y la vida personal y social, percepciones que luego se refuerzan, se comparten y hasta se vuelven parámetros con los que vamos por la vida calificando o descalificando.

¿Por qué hablar de género, sociología e Internet?

En estos tiempos de acelerado intercambio informativo debemos de considerar quiénes son las personas que hacen uso de las tecnologías, qué contenidos comparten, qué concepción del mundo o *weltanschauung* tienen y suben a la red. A fin de cuentas, esto que estamos presenciando como cambio epocal nos dirige hacia el futuro de la sociedad, y más allá de eso, de la humanidad. Es un tema que debe de hacer a un lado generalizaciones androcéntricas, pues los actores sociales de esta dinámica son hombres y mujeres que, a la par de hacer nuevas formas de comunicarse, van también generando nuevas identidades, modificando o reafirmando las que ya tienen.

No es posible hablar ya, al estilo de la filosofía clásica, como un ser humano que es *per se* y que debe sus características sólo a la obra de la naturaleza: es cierto que ella es la base de nuestra existencia y en el momento de la filosofía clásica, en parte teóricamente así lo fue, pero también hay que desmitificar aspectos sociales que

se le han atribuido y que han servido para legitimar desigualdades, racismos, sexismos y toda clase de prejuicios. Muchas de nuestras creencias son construcciones sociales, no hay tal origen en la naturaleza –al menos en el terreno del género–, por más que insista la inclinación religiosa o moral.

Una vez entendido lo anterior, lo primordial es estudiar al ser que vamos siendo (Mabel Bellucci, 1992), que se va construyendo conforme el contexto en que vivimos; ya que los seres humanos estamos siempre en constante transformación.

El presente texto, a pesar de las carencias que pueda presentar, busca dar luces, transmitir consciencia sobre lo que vemos en la red y que se corresponde con las identidades de género.

Lo que compartimos en redes es, en parte, lo que tenemos en el pensamiento, mezclado, si se puede expresar así, con otros procesos como la imitación, el descubrimiento y hasta la innovación –el sentido del humor de diversos acontecimientos ha hecho que muchos sepamos lo que es un meme²–, que al término de la jornada terminan conformando una cultura virtual. En este sentido, existen prejuicios y estereotipos expuestos indiscriminadamente. Mientras no exista una reflexión de lo que adoptamos y compartimos en

2 En su sitio web “AprendeInternet”, Luis Castro (2015) define a los memes como: gráficos utilizados en Internet para “referirse a una idea o símbolo que se transmite en forma explosiva” a través de las TIC, que muchas veces es de carácter humorístico. Representa un medio de propagación cultural.

nuestras redes, esos prejuicios y estereotipos seguirán perpetuándose y enclavándose en las mentes, en medio de una creciente sociedad globalizada, quizás hasta formar una sola forma de ser, de pensar y de actuar y, por supuesto, descalificando a todo lo que es diferente.

En el caso de la violencia de género ésta es incluso ya una especie de costumbre para mujeres y hombres, pues es normal que las mujeres adquieran valor a partir de una representación excesivamente erotizada –no quiero usar la palabra compuesta hipererotizada, pues el prefijo “hiper” pareciera ser el recurso teórico social de moda– de su cuerpo, que alude sobremanera a su sexualidad. La idea de que el prestigio y el valor como persona-mujer en la sociedad mexicana radique en la exhibición del cuerpo implica un acto de violencia si se dejan de lado capacidades de índole profesional, intelectual y otras, que en cambio los hombres sí desenvuelven sin que se les catalogue o juzgue en función de su cuerpo. Esta idea tiene sus raíces en el pensamiento de Simone de Beauvoir (1908-1986), quien afirmó que la sociedad piensa o percibe a las mujeres como “seres que lo son a partir de sus cuerpos”, mientras que los hombres trascienden, es decir, se les concibe más allá de sus cuerpos para ser valorados en función de sus mentes.

Esta idea no ha perdido vigencia y, por el contrario, por momentos pareciera que es un problema que se acentúa: las mujeres vivimos con una marcada sujeción a nuestros cuerpos, con base en ello se da importancia o no a nuestras existencias, pero los hombres pueden

perfectamente existir sin que a cada momento se les ate y recuerde su materialidad, pues lo que más se valora en ellos es su pensamiento.

La lucha feminista ya ha alertado sobre lo anterior, y en ese sentido no es extraño que por diversas vías muchas mujeres apelen a su derecho de existir libremente, sin estar -socialmente hablando- vinculadas a su cuerpo para ser valoradas.

Dado el contexto actual -pleno auge de la era de la información- una parte del debate entre las ideas de género y la revolución digital apuesta por las redes sociales virtuales y una interacción en el ciberespacio para derrumbar relaciones de subordinación: podría ser un espacio con potencial para reconfigurarse a favor de las mujeres y con ello desterrar el histórico vínculo negativo respecto de su cuerpo.

En la misma sintonía, Judy Wacjman (2006) afirma que en la “realidad virtual se pueden socavar viejas relaciones sociales y construir un lugar de libertad y liberación de los roles de género convencionales”. Aunque esto en la práctica se ve cada vez más lejano a causa del consentimiento de, en este caso, muchas mujeres jóvenes acerca del trato que reciben sus cuerpos.

Antes de apostar por una liberación en la virtualidad, la liberación se tiene que dar desde las propias conciencias para de ahí partir hacia nuestra materialidad.

La crítica de este texto no radica en que las mujeres suban fotos sobre su vestimenta o imagen corporal y si éstas tienen cierta carga erótica y sexual, sino que

cuestiona que esto se persiga como anhelo, como objetivo único de realización y para saciar las expectativas de la sociedad –respecto de cómo debe de ser toda mujer, de acuerdo con el “deber ser” de su género–, y de ahí que se originen ideas negativas que obstaculicen su desarrollo pleno, causando así frustración, falta de valoración y de aceptación de sí mismas: un género reprimido durante toda su vida.

Hay una forma en que lo anterior se manifiesta y que es observado en la vida cotidiana de muchas mujeres: el ataque entre ellas mismas. En definición de Marcela Lagarde (2005) este fenómeno se conoce como violencia intragenérica; es decir, esa enemistad histórica entre ellas que no es otra cosa más que la bifurcación o ruptura, una partición de sus propios seres y la angustia que pudiera causarles la competencia reflejada en peleas e injurias que pueden tener por algún “rencor” hacia las otras. No es desconocido que en muchos lugares de trabajo –las oficinas por ejemplo–, exista una férrea rivalidad entre mujeres por ostentar el cuerpo “más bueno”, la cara más bonita, o el mayor “pegue” con los hombres.

Incluso, esa violencia intragenérica y rencor o descalificación hacia otras mujeres no deja de estar presente en Facebook y otros medios, donde ahora las usuarias pueden arremeter en contra de sus rivales, o al menos así pensarlo –por ejemplo criticando sus apariencias o bien, compitiendo por subir la foto donde cada una se vea mejor.

Hay que considerar que este contexto es el de mayor auge de los medios de comunicación, los cuales ocupan un lugar muy importante para el desempeño de las actividades cotidianas dentro del trabajo, la escuela, y ahora para esparcimiento y socialización. Hombres y mujeres, sobre todo jóvenes, desarrollan sus actividades con ayuda de las herramientas de las TIC.

No hay que olvidar que las mujeres empezaron a ganar espacios públicos a partir de la segunda mitad del siglo XX –no hace mucho–, y a integrarse masivamente en la educación formal –escuela–, en los terrenos profesional y universitario. Esto en parte ha sido ganancia de la lucha histórica que las mujeres han emprendido por ser parte de cuestiones públicas y dejar de ser vistas como seres de lo privado –cuidado del hogar y de los hijos–. Así, la educación a la que ahora tienen acceso muchas jóvenes ha sido en parte gracias a esa pugna incansable de generaciones pasadas.

Aunque, en relación con el campo laboral, Judy Wacjman (2006) indica que la reciente independencia económica de las mujeres no es más que el “fruto de la feminización de la mano de obra remunerada”, lo cual tampoco es descartable y sí sucede en México, acompañado irónicamente del discurso sobre equidad de género. La autora señala que en las sociedades occidentales está aceptado el compromiso con la igualdad de oportunidades, pero en la práctica las desigualdades continúan reproduciéndose.

Además, en México y en especial en el sector juvenil, no se puede hablar de un avance en términos generales, pues aunque sí se conoce el discurso de la equidad de género, ya en la práctica se mezclan factores históricos de desigualdad –que se concreta en ideas machistas- y trato discriminado hacia las mujeres, y entre lo que se cree que es “políticamente correcto” decir para mostrar que se está de acuerdo con la equidad.

TIC y cultura

El desarrollo de las tecnologías de la información ha sido bastante acelerado en las últimas tres décadas; actualmente se conoce a todos los productos generados en este terreno como tecnologías de la información y comunicación (TIC) y, sobre todo en la vida cotidiana urbana, encuentran un uso constante ya sea para comunicarse, entretenerse, conocer a nuevas personas, etc. Aunque el rápido desarrollo de estas herramientas también muestra un acelerado intercambio de símbolos culturales –y a nivel global–, en donde si bien no se genera un traslado “fiel” de pautas culturales, sí se genera un proceso social de mezcla virtual: una cultura cibernética, virtual, que empieza a ser compartida y reproducida por quienes están “conectados”.

De por sí, en la realidad física y desde épocas muy lejanas se han dado procesos de sincretismos culturales,

pero no han sido tan acelerados como ahora –con la relevancia de Internet.

Las TIC difieren de otras tecnologías en el sentido de que las primeras nacieron en una sociedad que pone en primer lugar a la información: desde ahí ocurre lo que da origen a diversos procesos, la comunicación se vuelve indispensable y los líderes de opinión cobran un papel preponderante en la masa virtual. La llegada a esta época no es precisamente evolutiva o progresista, pues no nos estamos encaminando hacia una sociedad “perfecta”, como se piensa popularmente al tratar de describir los tiempos en que vivimos con respecto a la tecnología: simplemente se trata de una época en que utilizamos herramientas tecnológicas de otro tipo, esencialmente para informarnos y comunicar.

Por ello, desde una postura crítica a la evolución, Román Gubern (2006) explica cómo ha sido el proceso del desarrollo tecnológico del modo en que hoy se conoce, desde los orígenes de la humanidad hasta la primera mitad de la década del siglo XXI (año 2000), describiendo así el nacimiento de distintas herramientas que han ayudado a la adaptación en cada entorno. Al hacer esta descripción, Gubern (2006) señala cómo en la era actual se ha llegado “a un apego tal de la tecnología informática”, en el que asegura:

También llega la información, que alimenta nuestro relativamente gran cerebro, nuestro procesador supremo en el seno de la sociedad postindustrial, llamada también

‘sociedad del conocimiento’ [...] una sociedad en la que las modernas tecnologías de comunicación e información están modificando nuestras vidas, afectándolas en el plano físico, intelectual y emocional. (P. 12).

La cuestión de la tecnología en el ámbito de la información es un asunto que llama notablemente la atención de teóricos y científicos de las ciencias sociales, ya que ésta impacta en las vidas cotidianas de quienes están conectados. Todos los cambios que con celeridad surgen en las comunicaciones no sólo modifican las formas y modelos tradicionales, sino que están dando origen a un tipo de sociedad específico: la sociedad de la información (SI) (Manuel Castells, 1999).

Castells (1999) sostiene que al final del siglo XX se inició la transformación de una “cultura material” para entrar a un plano abstracto, organizado con base en las TIC, por lo que define a la tecnología, de acuerdo con el concepto de Harvey Brooks y Daniel Bell (Castells, 1999): “se trata de los usos del conocimiento para elucubrar formas definidas de hacer las cosas de una manera reproducible”. De esta manera, el autor equipara a la revolución tecnológica digital como en su momento fue la Revolución Industrial, al inducir «un patrón de discontinuidad³ en la base material de la economía, la

3 En un análisis sobre las consecuencias de la modernidad, Anthony Giddens (1993) define a este proceso como “un complejo de transformación de los modos de vida y de la organización social dados en Europa a partir del siglo XVIII, cuyas consecuencias se identifican en manifestaciones culturales concretas en países de cultura occidental”, y señala por medio de dos conceptos dinámicos -continuidad y discontinuidad- que

sociedad y la cultura» (P. 84); es decir, al producir un cambio relevante en las formas de vida. A diferencia de la Revolución Industrial, que modificó aspectos político, sociales y económicos con base en la tecnología industrial, la tecnología digital se caracteriza por el intercambio de la información y sus herramientas son los celulares, las tabletas, las computadoras personales, los dispositivos *Smartphone* y otros que posibilitan la comunicación virtual.

El proceso a través del cual diversas sociedades se han adentrado al paradigma de la comunicación se debe en parte a las transformaciones que se han hecho sobre los aparatos ya inventados (Castells, 1999). La tecnología no es algo aislado o que viene del exterior y se dirige hacia nosotros: es la innovación, destrucción, inutilización o reconstrucción de las herramientas que sirven o no a la sociedad, o que así lo determinan ciertos sectores. Mediante un proceso de retroalimentación -se crea primero el artefacto o la innovación tecnológica y al ponerse ésta en uso se detectan nuevas necesidades, por lo que el artefacto se vuelve a adaptar, y así sucesivamente.

Aplicado lo anterior a las TIC, estamos hablando de una reconfiguración o reajuste por el que los usuarios han encontrado y generado nuevas aplicaciones, como las redes virtuales para socializar, *Applications* (apps),

ambos crean la formas de vida de las sociedades con elementos de la modernidad, donde hay aspectos que siguen igual, es decir, continúan, y otros que presentan rupturas o cambios respecto del orden tradicional.

juegos y otras herramientas que utilizan en sus actividades. Dicha retroalimentación se produce a niveles muy rápidos dado el nuevo paradigma tecnológico, que es de una velocidad nunca antes vista. Debido a este ritmo, las TIC siguen en constante desarrollo y predomina el control de los usuarios sobre éstas. En el caso de computadoras o celulares, bien sabemos que los que se compran un día en determinado precio y con dadas funciones, al poco tiempo son reemplazados por objetos más terminados, con más aplicaciones e incluso con cambios mínimos, lo que provoca que pronto se consideren obsoletos –aunque hay que recalcar que este tipo de consumo es alentado por el mercado y por el hiperconsumo (Gilles Lipovetsky, 2007) ya elaborado y gestado en las mentes de los usuarios, quienes consideran a los *gadgets* como parte esencial de sus vidas.

El intercambio informativo no es un proceso simple, sino que toda la información compartida y difundida implica la producción y reproducción de cultura; o, según Manuel Castells: «se genera una estrecha relación entre los procesos sociales de creación y manipulación de símbolos culturales, así como la capacidad de producir y distribuir bienes y servicios, en la cual la mente humana se convierte en una fuerza productiva directa» (1999: 93).

Por ello es que las empresas productoras de este tipo de tecnologías están siempre al pendiente de lo que demandan los usuarios, de nuevas aplicaciones que les

hagan la vida más “fácil” y “práctica”, pero que sumergen a quienes los usan en un intercambio cultural global.

Mucho de lo que vemos que se comparte en Facebook tiene un alto contenido simbólico: formas de ver la vida que se manifiestan a través de la música, de las diferentes expresiones, fotografías de las personas en sitios de reuniones; prendas, comidas, viajes... en fin, preferencias de todo tipo, tan diversas como lo es la cultura.

Por un lado esto ha provocado el incremento de la comunicación a niveles increíbles: videollamadas entre personas que se encuentran geográficamente muy lejanas, en cualquier parte del mundo; trabajadores, muchos empleados en el ámbito de la información que se ubican en países distantes de la sede de la empresa contratante; “amistades” que se hacen por medio de las redes sociales entre personas de culturas totalmente divergentes. Todo ello permite hablar de una globalización social, conjugada con la globalización que tuvo su inicio en la economía, pero que ahora también empieza a tornarse en un proceso que permea lo político y lo social.

Así, las TIC se producen al mismo tiempo en que las fuerzas del mercado actúan para generar un todo, un solo mercado y una sola sociedad; es decir, “una matriz de conexiones y desconexiones aleatorias y de un número infinito de permutaciones posibles” (Zygmunt Bauman, 2007: 23).

El flujo de la comunicación que posibilitan las TIC tiene rasgos específicos: la información se vuelve volátil,

efímera, impredecible. Bauman (2007) inscribe esta dinámica como rasgo distintivo de la “modernidad líquida”, en donde uno de los elementos es el individualismo, ya que si bien existe una interacción con otras personas, se dejan de lado elementos como el contacto físico, la gesticulación y expresiones que en parte otorgan sentido a las relaciones de persona a persona; por lo que, en el uso prolongado de Internet, o más en concreto de las redes sociales virtuales, no es extraño decir que se interactúa en masa, pero paradójicamente cada quien con resguardo, en su lugar de confort... desde la individualización.

Bauman (2007) marca la pauta para pensar en una sociedad “abierta”, manifestada en lo “material y lo intelectual”, ese espacio es abierto a través de Internet, canal por el que fluye la información de los usuarios.

Si verificamos los datos, sabremos cómo México es parte de las sociedades de la información: hay una tendencia en aumento del uso de Internet y redes sociales, ya Octavio Islas (Revista Mexicana de Comunicación, 2011) señala con base en la WorldStats (IWS, por sus siglas en inglés) que en 2010 México fue el país con mayor número de usuarios de Facebook en América Latina, seguido de Brasil. Aunque habría que considerar que el número de habitantes de México y del resto de países de América Latina no son los mismos, y quizá a ello se deba que nuestro país ocupa el primer sitio.

Lo contrastante, según Manuel Islas (2011), es que dicha red en México es incipiente pues se pagan las

tarifas más altas entre los países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) para este tipo de servicios.

Aun así, diversas fuentes hacen alusión al auge de Internet y de Facebook. El sitio dedicado a la publicidad en Internet: Wesimplify the Internet, indicó que Facebook es uno de los sitios que ha estado cobrando mayor auge a partir de 2010, pues detalló que tan sólo al mes de enero de 2011, la red contaba ya con 19,744,200 usuarios, lo que colocaba a México como el país latinoamericano con más usuarios y como el segundo en el continente americano, pero además se destacó que utilizan la aplicación la mitad de hombres y la mitad de mujeres, es decir, que hay una mayor equidad de género en cuanto al acceso. Esto último se atribuyó al contenido de la aplicación, caracterizado por el entretenimiento, la diversión y los usos que ofrece a ambos sexos.

Lo anterior considera a los usuarios registrados, pero no se refiere a los demás tipos de accesibilidad pues hay que recordar que la red alcanza a los que ya tienen manera de conectarse a Internet, pero no llega a quienes tienen otras formas de comunicarse. Las brechas de la desigualdad siguen presentes. En este sentido, Gloria Bonder (2002) propone la diferenciación entre tecno-ricos y tecno-pobres, al tratarse de desigualdades que son:

[...] Profundas, de compleja solución y que dependen de un conjunto de factores, como la estructura de oportunidades

que involucra iniciativas públicas y privadas, que a su vez implican la disponibilidad de la educación tecnológica, la inversión en ciencia y tecnología, así como de las actitudes culturales relativas al uso de las computadoras y de la información que alberga la red (p. 16).

A simple vista podría parecer que la paridad de género al tener acceso a Internet termina con el problema, pero no es así pues esa equidad no se da en aspectos de alta importancia que han permitido que las desigualdades genéricas echen raíces en la estructura social, se trata de cuestiones que van más allá del acceso a Internet y que ya tienen cimientos en el pensamiento de los usuarios.

Esto se debe en gran medida a que los esquemas de comunicación propios de las sociedades de la información no han reparado en la cuestión de género y, por el contrario, han mantenido la exclusión de las mujeres en diversas formas.

Así, Cecilia Castaño (2008) señala que coexisten “avances y retrocesos” en una estructura social; en el caso de las TIC porque permiten que se sigan reproduciendo identidades de poder, además de que no se abandona la típica idea de “asociar lo masculino con la tecnología”. Castaño define este problema con ayuda del concepto de *brecha digital*:

La desigualdad basada en cuestiones como la clase, la edad, el género y el nivel socioeconómico, misma que impide la plena participación de ciertos sectores en el

desarrollo y evolución de las SI y sus herramientas (Cecilia Castaño, 2008: 20).

De ahí se desprende la *segunda brecha digital*, definición que sirve para identificar la desigualdad en el uso de las TIC pero ahora por razón exclusiva del género; pues como indica Castaño (2008), si bien las mujeres tienen acceso a Internet, no lo tienen con la creación y diseño de estas tecnologías.

A pesar de que muchas mujeres en México ocupan la computadora para sus diferentes actividades, esto no quiere decir que “en automático” dejen de reproducir representaciones sociales que empatan con las jerarquías de género: no se dejan de lado las conductas designadas socialmente. Como consecuencia encontramos que en la interacción de las redes sociales se reproducen símbolos nocivos que ya existen en la cultura de la vida cotidiana, en el plano físico.

Sin embargo, en el terreno de la tecnología y del tipo de sociedad en el que ahora vivimos y su manera de crear relaciones sociales, en términos generales sí existe un cambio. Gloria Bonder (2002) alude términos como revolución tecnológica, revolución informática, era digital, sociedad de la información, para referirse al cambio de época del que estamos siendo testigos y lo cual representa:

[...] el gran cambio epocal que inaugura una nueva etapa que podría ser caracterizada como una profunda

transformación de lo que se entiende por realidad, en donde los avances tecnológicos son los protagonistas, mismos que producen cambios acelerados en las formas de producción, el mercado de trabajo, hábitos de consumo, la economía, política y relaciones sociales, entre otras. (p. 16).

Como ya se ha mencionado, ahora las computadoras, los *smartphones* y demás dispositivos electrónicos son incluso algunas veces esenciales para las actividades laborales y académicas en niveles superiores, aunque también en los niveles básicos ya se están incorporando (primaria y secundaria).

En esta fase de uso de las TIC también existe la lucha de poderes debido a que éstas han sido creadas dentro de un imaginario en donde hay posiciones, núcleos y conductas de género.

En la práctica, es decir, en la interacción virtual entre hombres y mujeres se ha observado que en los contenidos que comparten, los mensajes que envían, las fotografías que suben de otros y de ellos mismos, no deja de estar presente la violencia y la discriminación, a veces es hasta más férrea y agresiva por tratarse de usuarios que se sienten protegidos desde el otro lado del monitor.

Hay visiones, como la de Dona Haraway (1991) que apuestan por la posibilidad de generar igualdad de oportunidades en el uso de esta relativamente nueva dinámica, pero por lo anterior ese optimismo queda derribado, pues no se ve -ni a lo lejos- el nuevo mundo que se pudiera construir en el espacio virtual y que ya

no mantuviera las cadenas de la desigualdad que prevalecen en el espacio físico. El discurso visual y de texto que se lee en muchas de las conductas ahí reflejadas lo afirma y así lo señala Gloria Bonder (2002):

Nos encontramos con que las nuevas tecnologías nos introducen en un tiempo de vértigo y de nuevas exclusiones, y que además de ser una realidad material, son también una producción discursiva con efectos en las instituciones, las políticas públicas y las personas... (Gloria Bonder, 2002: P. 17).

Parte de las exclusiones se deben a que la estructura social está ordenada en términos de género: o todo es masculino o todo es femenino, es incluso como esa referencia que se nos enseña desde pequeños, en donde el sol es hombre y la luna mujer... todo lo vemos con esa óptica. Entonces, lo masculino pertenece a los hombres y lo femenino a las mujeres, pero ambas figuras encierran una serie de estereotipos, roles, formas de ser, identidades, visiones del mundo que dictan una manera de existir en la sociedad en estricta dependencia con el sexo con que se ha nacido. Por ello, “el género es una construcción social basada en el orden biológico” (Marcela Lagarde, 1997).

Aparte de asignar un lugar en la sociedad, el género atribuye también niveles. Uno de los principales elementos de este orden es el poder: vivimos en un sistema donde históricamente se le atribuye el poder

a los hombres y, más allá de eso, en perjuicio de las mujeres, ya que el poder ha conducido al género masculino a ejercer un dominio sobre la mujer que deriva en diversos tipos de violencia, que a fin de cuentas sirven para cooptar y truncar el desarrollo pleno de aquéllas -y también de los hombres que no están de acuerdo con esa adquisición y posesión de poder por encima de las mujeres.

Hombres y mujeres exhiben roles e identidades desde su nacimiento bajo la etiqueta del género, que a su vez configuran el orden social que define las relaciones de poder de los hombres sobre las mujeres, y de donde nace la violencia psicológica devenida en violencia de género.

El carácter de este tipo de violencia es lo que ayuda a su subsistencia, ya que su estructura es invisible. Es una violencia legitimada por la cultura y que se mueve dentro del pensamiento de las personas: hombres y mujeres que al haber asumido un rol o ciertas conductas observan “normales”, sin percatarse de que participan en hechos que por más mínimos que se pretendan catalogar ocasionan el estancamiento de las mujeres en la búsqueda que muchas emprenden para ser personas activas de la sociedad.

De hecho, últimamente en redes sociales se lee mucho el calificativo de “feminazi”, una combinación de las palabras feminista y nazi que se traduce en una descalificación para aquellas mujeres que se suman a la lucha feminista y desdeñan chistes machistas o agresiones genéricas, el llamarlas “feminazis” las hace pasar por

una especie de dictadoras o intolerantes a ofensas que la gran mayoría considera “normales” e “inofensivas”.

Hay un concepto de Pierre Bordieu (1970) que define la vejación psicológica, es la violencia simbólica y señala que ésta es: “el hecho que se lleva a cabo a través de un acto de cognición y falso reconocimiento que está más allá de, o por debajo de los controles de la conciencia y la voluntad” (Martha Lamas, 2000: 35); es decir, se tiene el consentimiento de la persona a la que se sujeta o controla, se ejerce “sobre un agente social con su complicidad o consentimiento”, y no mediante la fuerza física, sino a través de una visión del mundo (Belén Martín Lucas, 2010).

La violencia simbólica es la garantía que asegura la dominación y además ayuda a aceptar como naturales ciertas condiciones de existencia de acuerdo con la ideología que domina, condiciones disfrazadas en forma de sentido común, pero que más allá de esto implican formas de vida frustradas. Son atavíos que están tejidos generalmente con una doble moral y conveniencia para un género y de desdén para el otro.

Esta violencia es invisible para los dominados y los dominantes, pues ambos grupos están expuestos a los mismos patrones de socialización mediante símbolos arraigados en la estructura en que vivimos. Por ejemplo, la figura de la madre abnegada, resignada, que todo es capaz de tolerar, es una imagen muy difundida durante las pasadas décadas en México, al grado tal que en efecto muchas madres adoptaron y hay quienes lo

siguen haciendo: un papel de progenitora que consiente a sus hijos, incluso sus insultos y malos tratos. Así, este cumplimiento de la representación tradicional de la madre mexicana significa que se asume una conducta de subordinación, se acepta porque así “debe” de ser alguien que da vida, mientras que los hijos violentan, del mismo modo, porque así lo tienen permitido y entendido.

Hay varias películas mexicanas como muestra: *La oveja negra* (Ismael Rodríguez, México, 1949) considerada como una pieza representativa del Cine de oro mexicano, donde la madre hace las veces de víctima y tolera infidelidades, golpes e insultos a su marido, un macho que ejemplifica a la perfección el símbolo de hombría y masculinidad de aquella época.

Si bien es cierto que siempre se debe de considerar el contexto de la producción de este tipo de documentos, en este caso fílmicos, también es cierto que ellos nos sirven para conocer nuestro pasado y los elementos que en nuestro presente se han quedado de él.

La violencia de género, desafortunadamente, es un fenómeno que cobra diferentes aspectos de acuerdo con su contexto, y que debido a ello sigue presente en nuestro tiempo. Referirse a esta vejación bajo el concepto de violencia de género es importante para identificar lo que está invisible en la estructura y que ahora se está trasladando a una nueva modalidad de relaciones sociales mediadas por Internet, que se cristaliza en muchas de las imágenes sobre el cuerpo de mujeres que se comparten en aquel espacio.

Por ello esta obra recurre al análisis de imágenes del cuerpo de las mujeres, que a diferencia de la violencia manifestada en golpes o maltrato físico (violencia física), se inclina hacia la violencia sutil que se ejerce a través de la erotización exacerbada, que se oculta a la conciencia (violencia psicológica), pero que no por ello deja de repercutir negativamente en la relación entre mujeres y sociedad.

La cuestión relevante de que la violencia de género se reproduzca en la cultura es la consecuencia que trae: construir el cuerpo femenino de manera determinada, uniforme: “como realidad sexuada y como depositario de principios y división sexuanes, interrelacionando aspectos como la raza, el sexo, la lengua o la religión” (Belén Martín Lucas B., 2010: 18).

Debido a la interiorización de ideas y costumbres que vienen de la cultura y que ayudan a construir la representación del cuerpo femenino es probable que las mujeres piensen que su cuerpo debe empatar con la meta erótica y sexual que la sociedad se ha afanado en atribuirle, lo cual sin duda está presente al momento de relacionarse con los demás, incluyendo ahora a la virtualidad. En este sentido, Belén Martín Lucas (2010) resalta: “la fuerza social es una forma de poder que se ejerce sobre los cuerpos y que invisiblemente se ejerce de manera suave e insidiosa en lo más profundo de ellos” (P. 23). De modo que, la falta de conciencia y el cumplimiento de ese condicionamiento o exigencia social, vistos desde

esta óptica, siempre se transformarán en consecuencias negativas para ellas.

De acuerdo con Gisela Quiterio B. (1994), la sociedad endilga al cuerpo de las mujeres una fuerte carga de violencia, se manifiesta en la erotización del cuerpo y llega hasta el punto en que se le concibe como objeto que debe de cumplir con características específicas y rigurosas de belleza, objeto que al mismo tiempo es promocionado por los medios de comunicación. Los medios de comunicación tienen mucha responsabilidad en la difusión del estereotipo erótico y sexual de las mujeres, incluso más que los núcleos primarios de socialización como la familia.

Olga Bustos (2011) trabajó diversos problemas acerca de estereotipos y falsas imágenes que se promocionan en los medios. En sus análisis se refiere a medios impresos y electrónicos y los reconoce como la “ventana al mundo” para difundir información de todo tipo, pero: “también son grandes reproductores de estereotipos sexistas, discriminación, violencia de género y homofobia, que continúan vigentes a pesar de los avances en prevención y erradicación de estereotipos sexistas y de la violencia que México ha tenido” (Olga Bustos, 2011: 7).

Existen esfuerzos para reivindicar la cuestión, por ejemplo la firma del apartado J referido a la situación de las mujeres en los medios de comunicación, del Acuerdo de la Conferencia Mundial de la ONU sobre el Decenio de las Mujeres, realizado en Beijing, China, en 1995, cuyos objetivos fueron principalmente los de

elevant la participación y acceso de las mujeres a la libre expresión y toma de decisiones a través de los medios y tecnologías de la información; además de “promover un equilibrio y un retrato no estereotipado de las mujeres”. Sin embargo, en México se siguen observando etiquetas negativas y descalificaciones como las señaladas por Olga Bustos (2011): “la típica ama de casa, estereotipo con el que se le asigna características de ternura, sumisión, delicadeza, miedo y dependencia, entre otros; la mujer moderna e independiente, que se caracteriza por su éxito en la medida de un mayor consumo”. (P. 10). Por ejemplo, los artículos de limpieza del hogar, de venta de comida y demás, siguen siendo publicitados con campañas donde aparecen casi siempre mujeres, como si ellas fueran las responsables de ejecutar esas tareas y nunca los hombres, lo cual no es real.

Por su parte, el tipo de la mujer erótica, está fuertemente ligado a la sexualidad al transmitir características de “seductoras, bellas, provocativas y delgadas”, que generalmente aparecen con poca ropa (Olga Bustos, 2011) y ha llegado a tal grado de interiorización que muchas se afanan por conseguir esa imagen de mujer “deseada”.

Incluso, ante tal recurrencia de los medios por basar sus promociones en esos modelos sexistas, hay organizaciones que ya se han manifestado en contra. Por ejemplo, un grupo de mujeres llamado Las Publívoras, que utiliza su página de Facebook para exponer diferentes contenidos de comerciales o campañas publicitarias que

remiten a las mujeres a papeles altamente denigrantes o estereotipados. Ellas celebran un premio anual para el comercial más machista... y han sido muchas marcas las que han desfilado por esa alfombra roja.

Todas las ideas expuestas en la publicidad requieren de una materialidad para ser exhibidas, y es el cuerpo la condición de esa representación erótica pero no libre de sujeción. Sostiene Olga Bustos (2011): «los medios de comunicación imponen cánones como “la tiranía de la belleza” o la “dictadura del cuerpo”, que implica la hiperdelgadez y sensualidad necesarias para que las mujeres sean valoradas y deseadas» (P. 23).

Además del erotismo, el cuerpo femenino atraviesa por la sobreexplotación de sus “cualidades” o atributos, lo cual genera una muy buena fuente de ganancias económicas de los medios que lo utilizan.

A pesar de que todo lo dicho anteriormente no es nuevo, esta obra pretende hacer un llamado a las mismas mujeres, pues ante tal bombardeo no se puede evitar la asimilación e interiorización de las supuestas obligaciones que hay que acatar para ser deseadas y luego valoradas. Este aspecto psicológico representa un impedimento para que ellas se conciban de una manera equitativa al lado de los hombres, ya que para hablar de equidad, debe existir ante todo la convicción. Además, es necesario considerar que el aspecto psicológico tiene implicaciones en lo social, pues esta interiorización es un eje, una dirección con la que las personas se relacionan y ven el mundo.

Judy Wacjman (2006) dentro de su propuesta tecnofeminista destaca que las relaciones de Internet no están tan libres de la corporeidad, pues es cierto que dichas relaciones alteran la naturaleza de la interacción al eliminar los gestos corporales, pero las alusiones al cuerpo son altamente recurrentes. En el caso de Facebook, muchas de éstas se encuentran con énfasis en lo erótico.

Tales representaciones se encuentran entre las principales causas por las que siguen vigentes ciertos modelos que se legitiman para construir roles e imágenes violentos, en donde se minimiza el significado de la discriminación.

En diversas cuentas de Facebook, por ejemplo en *Te extraño* (sic), la dinámica de tratar el cuerpo de la mujer como objeto erotizado se reproduce a través de imágenes; incluso son mujeres quienes en muchas ocasiones suben sus fotografías; esto sugiere que hombres y mujeres interactúan bajo formas que condicionan a aquéllas: a través de la difusión de la idea de que ser mujer equivale en gran medida a ser sexual.

En la red se observa la aceptación del erotismo como rasgo de identidad femenina, impuesto desde el exterior. Aceptar esta exigencia es igual a aceptar la expropiación del cuerpo, de la sexualidad, y finalmente a ser un objeto de placer, es este aspecto el que expone la inferiorización mientras que los roles hacen a la violencia algo imperceptible.

Analizar lo que ocurre en Facebook es observar lo que pasa como parte de la socialización actual, de ese sector que construye relaciones sociales en espacios generados dentro de Internet, en donde se dosifica parte de lo que ocurre en la vida cotidiana y que al final genera una creación-reproducción de una cultura virtual.

Gloria Bonder, (2002) se sirve de la definición de David Silver sobre el impacto que está teniendo en nuestra cultura el uso prolongado de Internet, por lo que se gesta una cybercultura definida como una especie de colección de muchas culturas, pues es una interacción local y a la vez mundial. Por su parte, Heidi J. Figueroa (Gloria Bonder, 2002) describe a la cybercultura como:

Los modos de vida, las formas de construcción del self y del otro, así como las formas en las que fluyen transversalmente las dimensiones política y económica (también social) en la espiral de dominación/resistencia dentro de este nuevo y escurridizo escenario también llamado ciberespacio. (P. 64)

Es así como a través de la tecnología se puede alcanzar una realidad tecno-virtual que se entreteteje con la vida cotidiana hasta “dar un orden distinto de lo real” (Gloria Bonder, 2002). Se trata de una realidad alterada, en donde se empieza a difuminar el ser humano entre su entorno físico y su entorno virtual. Sin duda es un nuevo orden social donde la máquina empieza a ser extensión inherente de los individuos.

No parecen lejanos los panoramas de películas de ficción tipo *Inteligencia Artificial* (Steven Spielberg, 2001) con humanoides capaces de emular sentimientos y emociones; o quizás en un futuro no lejano sea al revés y quienes intenten esta emulación no sean las máquinas sino las personas que, entre más contacto con las TIC tienen, pareciera que cada vez más pierden el contacto con lo humano. La película *Blade Runner* (Ridley Scott, 1982) muestra una distopía en donde las máquinas o androides intentan simular al ser humano, usurparlo, al grado tal que son expulsados a otro planeta y se persigue a quienes se infiltran en éste, dado su anhelo de “humanizarse” y perpetuar su existencia.

La concepción de la realidad está cambiando para quienes tienen un acceso constante a Internet y usan con frecuencia las redes sociales virtuales, pero más allá de las generalizaciones, es necesario dar puntos de partida concretos para entender hacia qué tipo de sociedad nos estamos adentrando... y qué tipo de prejuicios hay que atacar.



Capítulo I

Un sector de usuarios: estudiantes universitarios

1.1 Las mujeres universitarias

Como se mencionó anteriormente, una parte de los usuarios de Facebook son jóvenes, estudiantes y urbanitas.

Un segmento que se utilizó para aterrizar este texto fue un estudio que se hizo a mujeres estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de México, que oscilan de entre los veinte a los veinticuatro años de edad, son jóvenes que viven en el Distrito Federal –ahora Ciudad de México–, y que a diferencia de los estudiantes de otras zonas del país, como las rurales, poseen una serie de características que las definen como un grupo cuya identidad, además del género, es urbana y estudiantil.

La identidad de estas personas no sólo se reduce a si son mujeres u hombres, sino que además se comportan conforme a otra de las facetas de sus vidas cotidianas: la de ser estudiantes universitarias.

Primero es preciso saber quiénes son los estudiantes universitarios mexicanos. Alma Rosa Sánchez (2011) define a los estudiantes universitarios de la siguiente manera:

[...] Son sujetos de la educación con características heterogéneas: jóvenes o adultos, con compromisos y responsabilidades diferentes; en condiciones sociales, económicas y familiares desiguales; entre ellos existen objetivos y metas distantes... (p.80).

Sin embargo, el hecho de ser estudiantes los hace compartir una forma de ser que orienta sus acciones y actitudes pero manteniendo su individualidad sin dejar de sujetarse a modas, tendencias y lenguajes (Alma Rosa Sánchez, 2011).

Se podría decir que las generaciones de jóvenes universitarios que cursaron el nivel medio superior, a partir del año 2000 a la fecha, han atravesado por cambios que vinieron de su entorno sociocultural y que impactaron en sus formas ser, lo cual también ha incidido como motor de cambio en su relación con el género. Por ello la escuela es una institución que ha sido determinante en la conformación de lo que los estudiantes quieren para sus vidas.

En las últimas décadas se han modificado los valores que generaciones anteriores tenían y que eran alimentados principalmente por la moral familiar, de corte

tradicionalista, sobre todo en la forma en que las mujeres debían de ser, es decir, de acuerdo con su género.

Mario Guillermo González Rubí y Sandy Magali Olvera Sánchez (2011) destacan que ante la “modernización de valores” que ha generado la socialización en la escuela, ha derivado la preferencia por parte de mujeres y hombres de no casarse, tener pocos hijos o incluso no tenerlos, aunque aún esa delimitación no está lo suficientemente marcada y se prefiera categorizar a las últimas generaciones de egresados como “Millenials”, definidos como jóvenes consumidores de entre veinte a treinta y cinco años que hacen su vida cotidiana en relación estrecha con las TIC, individualistas y con gran apego a las *Apps* (Antonio Gutiérrez, 2011).

Esto hace pensar en una sociedad por un lado con hitos de modernidad pero por otro con un fuerte arraigo de tradicionalismo, en parte con una moral prejuiciosa que se mezcla en las formas de pensar y de actuar de los jóvenes (Mario Guillermo González y Sandy Magali Olvera, 2011). Dentro de la vida universitaria y los referentes de modernidad que en ella se encuentran está el uso de las computadoras y el Internet, que hace que los estudiantes formen parte de la sociedad de la información (Enrique E. Mancera Cardós, 2011).

Raquel Güereca (2013) define a la sociedad de la información y del conocimiento (SIC) como un entramado histórico que implica la relación entre el “desarrollo tecnológico, la desigualdad social y la relevancia que tiene la información en las relaciones sociales”. Bajo

este entendido, los jóvenes que utilizan los medios para compartir información lo hacen en estrecha relación con su identidad juvenil y como personas que tienen una cultura aprehendida en la familia y núcleo social en que se desenvuelvan, combinando, a parte de los roles sociales y de género (hombres, mujeres, hijas, hermanas, empleados –en los casos de quienes trabajan-, etc.) una identidad que desarrollan como universitarios.

A pesar de que quienes tienen acceso a la educación universitaria son en su mayoría personas de clase media, que tienen los recursos económicos y culturales suficientes para acceder a tal educación, en la UNAM (universidad de carácter público) convergen personas de distintos estratos sociales y formas de vida, lo que hace de esta institución un espacio plural.

Sin embargo, ante esa divergencia encontramos que hay un aspecto común de la identidad estudiantil: la sexualidad. Así, en la investigación titulada “Identidades estudiantiles, sexualidad y salud sexual reproductiva” realizada en la Facultad de Estudios Superiores Acatlán (2011) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), se determinó que la sexualidad es un aspecto que los estudiantes aprenden con base en su género, en donde la mayoría afirmó que su sexualidad está dictada principalmente por la cuestión biológica y que además es heterosexual. Hubo otros aspectos sobre los que se indagó, como lo que piensan respecto de la virginidad; la respuesta fue evidentemente distinta entre hombres y mujeres: a pesar de que prevaleció el discurso

de la aceptación -que abandona ideas tradicionalistas sobre el mal visto hecho de que las mujeres la “pierdan”-; pero aunque existiera mayor permisividad el prejuicio estuvo en las respuestas y con ello sabemos que la carga negativa hacia las mujeres que practican su sexualidad aún no ha desaparecido por completo (María de Jesús Solís Solís, 2011).

No es extraño ni desconocido para muchas sociedades el hecho de que la sexualidad de las mujeres siempre haya estado reprimida y manipulada por ideas como la pérdida de la virginidad: una metáfora hacia una virgen, pura y casta que no ha sido profanada por el pene. En consecuencia, ser virgen es sinónimo de desconocer todo lo relativo al acto sexual y esa ignorancia se traduce en un valor para el hombre, porque éste poseerá a una mujer que no es pecadora y que, por el contrario, es santa como una “virgen”. Aunque también es cierto que esa idea se ha estado abandonando poco a poco.

La literatura mexicana en múltiples ocasiones ha hecho referencia a la “inocencia virginal” y al papel dominante de los hombres: Ángeles Mastretta en su novela *Arráncame la vida* (Cal y arena, 1990), narra los abusos del general Andrés Ascencio hacia su esposa Catalina, una adolescente muchos años menor que él, quien vive y empieza a conocer su sexualidad al lado de su experimentado marido. Se hace evidente la falta de conocimiento de ella sobre su propio cuerpo y sensaciones, hasta que comienza a preguntarse al respecto. En la sociedad de los tiempos en que se sitúa el relato, en

los años veinte del siglo pasado, no era raro que hombres y mujeres compartieran la idea de que el placer no está hecho para ellas y sí para ellos. El punto era ejercer la sexualidad para fines reproductivos y dentro del marco institucional del matrimonio; las que lo hicieran fuera de estas normas eran mal vistas.

Estas ideas, si bien ya no se piensan tal cual en la sociedad actual sí han dejado su reminiscencia, pues dentro de esa identidad estudiantil se puede observar cómo a muchas jóvenes les queda una impresión o sentir de culpa.

De modo que, a pesar de que el espacio universitario es “potenciador del cambio y motiva la igualdad” (María de Jesús Solís Solís, 2011), las mujeres aún no han abandonado la idea de una limitación sexual, en el sentido de dejar de lado las culpas o prejuicios en el momento en que comienzan a ejercerla.

De hecho, continúa María de Jesús Solís Solís (2011), en el espacio universitario todavía es más fuerte la cultura de las jerarquías y esto se muestra al generar inseguridad a las mujeres respecto de este tema, mientras que a los hombres que empiezan a tener relaciones sexuales se les tiende a celebrar.

Aunque ahora la sexualidad no se practica solamente en el noviazgo, sino que hay nuevas formas de relacionarse que se dirigen hacia una mayor libertad de ambas partes. Por ejemplo las relaciones *free*, en donde, para los involucrados “ya no existe la idea del cuerpo como propiedad y sí hay reconocimiento de los derechos del

otro” (María de Jesús Solís Solís, 2011); aunque en algunos casos esa posesión sí existe pero es implícita.

En consecuencia, si el erotismo y la sexualidad son aspectos de la identidad de los estudiantes entonces ellos los manifiestan en imágenes y texto dentro de los medios que utilizan para comunicarse virtualmente, dada la familiaridad que tienen con las computadoras: de la Encuesta Nacional de Juventud 2010 resultó que poco más de veintidós por ciento de hombres de entre los doce a los veintinueve años de edad utilizan Internet para buscar y recibir información, mientras que el porcentaje de mujeres fue de veinticuatro punto seis por ciento.

Por otra parte, existe un prejuicio que guarda una fuerte relación con otra de las creencias acerca de que las mujeres y las máquinas son como el “agua y el aceite”, pues según esto nunca hacen buena combinación dado que ellas no las saben operar; comúnmente se cree que ellas nacen con esa especie de “discapacidad”. Las máquinas, siguiendo esta idea, serían por y para los hombres.

En un proceso muy lento hay quienes se han dado cuenta de que esta creencia es un prejuicio, y la muestra es el aumento de la presencia de las mujeres en varias áreas de conocimiento (Mario Guillermo González Rubí, Sandy Magali Olvera Sánchez, 2011). Según ambos autores:

La paulatina inserción de las mujeres en el ámbito académico en México se debe por un lado a la modernización de los valores familiares que han derivado en el desarrollo individual de las mismas, en donde el papel de las escuelas fue fundamental al fungir como el puente entre el ámbito privado y el público, en detrimento del estereotipo de mujer adulta que se inclinaba principalmente al cuidado del hogar y de los hijos (P. 61).

Pero este fenómeno no es igual entre todas las mujeres de nuestro país, pues actualmente muchas tienen que dividir su tiempo entre su vida académica y profesional y el cuidado del hogar y de los hijos, trabajando así dobles jornadas, en donde la labor doméstica es tomada en cuenta muchas veces como la principal, y sus vidas profesionales y labores como una actividad secundaria o a la que “no están obligadas”. No es extraño escuchar quejas de mujeres sobre de que sus maridos no les “ayudan” con las actividades de la casa, como dando por hecho que se trata de una obligación casi natural para ellas.

A pesar de la promoción y el uso de herramientas de las TIC aún no se puede hablar de equidad, ni en el pensamiento colectivo ni en la relación de las mujeres con la tecnología.

El acceso desigual a la tecnología tiene que ver directamente con la educación de las mujeres desde su infancia, principalmente desde la familia y su núcleo

inmediato social. Así, nos hemos encontrado con que en diversas sociedades, incluyendo la mexicana, la educación de las mujeres desde pequeñas ya está cargada de discriminación.

La enseñanza de juegos de la que somos testigos desde pequeños es la prueba de que se nos socializa en función de las actividades que se supone son las adecuadas para cada género, pues mientras existe toda una industria de videojuegos diseñados para los niños –que incluyen dinámicas de guerra, peleas, alcance del honor, etc.–, la industria también prepara muñecas, accesorios de belleza y de cocina, que según esto constituye el entretenimiento de las niñas (esto a su vez va forjando las bases de su identidad de género, de su subjetividad y el modo en que ellas se percibirán en su vida adolescente y adulta). Desde aquí se empieza a fomentar un distanciamiento y desinterés de las mujeres hacia las máquinas o hacia lo que tenga que ver con “tareas y juegos de hombres” (Ana Alario y Rocío Anguita, 2001).

Ello explica la distorsionada justificación acerca de las carreras que pretenden ser exclusivas para uno u otro género, y donde se deja en lugar secundario a las mujeres en el ámbito científico y tecnológico.

Sin embargo, la lucha desde el feminismo sigue abriendo espacios y reivindicando estas cuestiones mediante acciones prácticas y teóricas, al tiempo que pugna por lugares en las carreras en donde “las mujeres no son socialmente bien vistas” (Norma Blázquez, 2005).

El combate paulatino del estigma, a su vez, abre paso a preguntarnos sobre si las mujeres que ya tienen presencia en las aulas utilizan las herramientas de las TIC en la escuela pero también en su casa, involucrándolas para otras actividades de su vida cotidiana.

El estudio usado para esta reflexión –aplicado a los estudiantes de Administración de quinto semestre– señaló que todos los estudiantes de este grupo tienen al menos una computadora en su casa y la mayoría tiene acceso a Internet, por lo que se conectan a diario para hacer diferentes actividades. Esto deja clara la familiarización que tiene este sector de estudiantes universitarios con Internet y la cultura virtual, además de la relevancia de ésta en sus vidas.

Aunque, ciertamente, respecto de los contenidos y la información que consultan sí hubo una diferencia marcada entre hombres y mujeres, o al menos eso manifestaron al asegurar que, por parte de ellas, consultan páginas de consejos de moda y de belleza, mientras que los hombres aseguraron consultar información profesional, de salud y familia, y algunos pocos sobre moda y belleza.

Saber que las chicas son quienes más buscan información sobre moda y belleza y en segundo lugar sobre salud y dietas se presta para pensar que están más pendiente de su imagen física, y más allá de eso, de la información que consideran –conscientemente o no– que por ser mujeres “debieran” de saber. Hay quienes en efecto revisan páginas para cuestiones de salud, pero



hay quienes lo hacen de acuerdo con la idea de femi-
nidad atribuida a su género.

De este modo, Internet se vuelve también un canal
de búsqueda de información en relación directa con sus
conductas, creencias y de la forma en que desenvuelven
su ser conforme al género.



Capítulo II

Las redes sociales virtuales

2.1 La llegada de Internet a México

Blanca Gayosso (2003) informa que Internet fue concebido como una red de comunicaciones para uso militar que nació en Estados Unidos en los años sesenta del siglo pasado, y en sus primeras dos décadas de existencia fue utilizado únicamente en ese país ya que era subsidiado por los impuestos de los ciudadanos, lo cual en cierto modo impedía su exportación.

En México este servicio llegó hasta 1980 y las universidades fueron las primeras en adquirirlo (UNAM, ITESM, las universidades de Guadalajara, Iberoamericana, de las Américas, de Guanajuato, Veracruzana, y los institutos de Ecología, Tecnológico de Mexicali, así como el Laboratorio Nacional de Informática Avanzada, en Veracruz, y el Centro de Investigación en Química Aplicada) (Blanca Gayosso, 2003).

Sería catorce años después, en 1994, cuando Internet saliera de las universidades para ser usado por las empresas (Blanca Gayosso, 2003). Respecto de la

velocidad de redes, fue Telmex (antes Teléfonos de México), la primera empresa que logró una considerable velocidad de red (enlaces de 64 Kbps) ya que también fue pionera en el uso de fibra óptica en la ciudad.

Posteriormente y con la creciente demanda de Internet por parte de la sociedad mayoritariamente urbana otras empresas se dedicaron a ofrecer el servicio, muchas de ellas en conjunto con telefonía local y televisión de paga, satelital o de cable, por ejemplo Sky, Cablevisión, Yoo y otras más recientes.

Incluso Telmex ofreció paquetes relativamente accesibles a partir de la década de 2010, que integraban el servicio telefónico local, el de un determinado número de llamadas de larga distancia al interior de México, e Internet inalámbrico; de modo que ya no sería necesario conectar el cable de Internet al teléfono y ahora se podrían usar ambos servicios simultáneamente.

El Módulo sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares (Modutih 2015) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), que se dedica a recabar información sobre el aprovechamiento de las TIC (Internet, dispositivos móviles, computadoras) en nuestro país, señaló que de 2001 a 2014 las tecnologías que tuvieron mayor presencia en los hogares fueron la televisión abierta, telefonía, computadoras, televisión de paga e Internet. Ese mismo estudio reflejó que hasta dicho año, doce millones de los hogares en México contaba con una computadora, mientras que 10.8 millones de hogares

con una conexión a Internet. En cuanto al uso por edades, se reportó que quienes más se conectan son personas de doce a diecisiete años (79.9 por ciento), y 74.2 por ciento es menor de treinta y cinco años. Esto refuerza que son los jóvenes quienes están usando con mayor constancia la red y quienes están inmersos en la navegación del ciberespacio.

El uso de Internet aumenta día a día, pues tan sólo en México en 2011 había 36.7 millones de usuarios, mientras que el año siguiente la cifra fue de 40.9 millones, y para 2014 la cifra aumentó a 47.4 millones de personas.

Pero este fenómeno tiene su lado negativo: se detectó que del total de personas que acceden a Internet, 16 por ciento lo hace fuera de su casa, ya sea porque no tiene computadora o conexión propia, o los dispositivos necesarios para ello.

Por eso ya anteriormente se decía que las mujeres a las que se les aplicó el estudio utilizado en esta investigación son jóvenes que están en una relativa situación de ventaja en relación con el resto de mujeres, pues tienen computadora, acceso a Internet y educación universitaria.

A pesar de que estas mujeres se encuentran en una situación favorecedora, hay cuestiones en las que no tienen los mismos privilegios, ya que muchas de ellas no alcanzan un pleno desarrollo personal y profesional y esto se debe al hecho de que son mujeres: si existe la mínima cota de violencia en cualquiera de sus modalidades y más aún, si las mismas mujeres participamos

en ella y no somos conscientes de que algunas de nuestras prácticas nos inducen a seguir participando en la milenaria esfera de dominación, entonces el sistema que cimienta la desigualdad y la discriminación por causa de género nunca será derribado.

Es preciso hacer conciencia y sobre todo poner atención a lo que nos parece normal, porque en el fondo algunas de esas prácticas esconden violencia simbólica, la misma de la que nos habla Pierre Bourdieu: dejarse violentar aprobando el hecho, aunque no seamos conscientes.

Poner atención a nuestros actos, hasta al más cotidiano sobre la manera en que nos relacionamos con los demás implica también poner atención a lo que compartimos en nuestras redes sociales y en lo que nos están diciendo los demás con los contenidos que suben, ya que éstos no son neutros o carentes de significado: muestran las formas en que perciben a la sociedad y a sí mismos, y eso a veces incluye prejuicios.

2.2 El auge de las redes sociales virtuales

La historia de las redes sociales virtuales tiene su origen en la masificación de Internet. Se calcula que la primera red virtual nació alrededor de 1995, cuando Randy Conrads creó el sitio web Classmates, buscando acercar mediante la comunicación a personas ubicadas en distintos lugares geográficos con algún tipo de relación afectiva, laboral o profesional en la realidad no virtual.

Es decir, esta red serviría para mantener en contacto a la gente con las personas de su preferencia, lo cual se logró gracias a la web 2.0, plataforma de interacción orientada a lo social (Historia de las redes sociales, 2012).

De este modo, a partir del año 2000 las redes sociales virtuales tuvieron una pronta difusión y uso por parte de los cibernautas, ya que para 2003 se elucubraban diversos espacios que pronto se volverían por demás populares como MySpace, Xing y más tarde Hi5, todos ellos con posibilidad de intercambiar imágenes, texto y audio de manera directa con las personas que accedieran a esos sitios. Paralelamente y a partir de 1997, AOL Instant Messenger era utilizado como canal de comunicación instantáneo, mismo que sería reemplazado en popularidad por MSN Messenger, que nació en 1999, pero que sería discontinuado en 2007 para dar origen a Windows Live Messenger. En la actualidad, este mensajero en línea –al ser fusionado con Skype–, se convirtió en un sistema de comunicación que permite hacer llamadas virtuales con personas que posean una cuenta en Skype, ubicadas en cualquier parte del mundo (Historia de las redes sociales, 2012).

Aunque cada red de las mencionadas y algunas otras que figuraron en Internet pero que perecieron por no ser tan demandadas, aun con propuestas novedosas para los usuarios –como el caso de Second Life, que emulaba una vida virtual a través de un avatar–, una de las que más ha cooptado usuarios a nivel mundial y se ha mantenido como una de las favoritas es Facebook.

México es uno de los países que se ha insertado en la dinámica de comunicación característica de las sociedades de la información (SI), lo cual convierte a nuestra población en parte de las estadísticas de usuarios de redes sociales y de Internet a nivel mundial, a reserva de las desigualdades que existen por cuestión de acceso y de género -uno de los principales obstáculos de los habitantes para tener Internet es la falta de dinero para adquirirlo.

En términos generales, se puede constatar que el creciente fenómeno de socialización a través de las TIC se da sobre todo en ciudades, en donde la economía y las labores académicas y profesionales requieren el uso de la computadora.

Asimismo, también es en las ciudades en donde existe un alto impacto de Facebook.

Por otro lado, a pesar de que las cifras no muestran desigualdad respecto al acceso por género, ya citamos la desventaja de las mujeres en relación con la segunda brecha digital.

Sobre la violencia con que vivimos cotidianamente y sin darnos cuenta, y que es proyectada en Facebook, es preciso indagar acerca de la representación social del cuerpo de las mujeres; pero antes es necesario conocer ciertos detalles sobre esta aplicación que se mantiene como la red social preferida a nivel mundial en medio de la proliferación de muchas más.

2.3 Nace Facebook

Facebook es un multimedia creado en la web como una red social, autoría del estadounidense Mark Zuckerberg cuando éste tenía veinte años de edad y era estudiante de la Universidad de Harvard. En sus inicios se concibió como una red interna para uso del alumnado, en donde todos podían acceder a información privada y profesional de sus compañeros (Juan Faerman, 2011).

Con el tiempo esta red se abrió al público en general, encontrando usuarios en todo el mundo y un rotundo éxito que incluso hizo que a partir de mayo de 2012 Facebook comenzara a cotizar en la bolsa Nasdaq Wall Street New York.

Existe una razón por la que se considera que Facebook ha encontrado auge en el mundo entero, y es que todas sus funciones están diseñadas con la premisa de que hay personas alrededor de los usuarios con las que éstos pretenden interactuar y estar en contacto (Juan Faerman, 2011).

Aunque previamente ya había redes de socialización virtual es Facebook la página que ha logrado permanecer en el gusto de los usuarios de todo el mundo... y sigue en expansión.

Volviendo a sus inicios, Mark Zuckerberg en un intento por vengarse de la última chica que conformaba su lista de decepciones amorosas, creó una red universitaria interna con la finalidad de exponer a sus compañeras para ser calificadas según su belleza física. Una de

las fotografías correspondía a la joven que lo rechazó, por lo que Mark no dudó en hacer públicos los insultos hacia ella. De este modo, la red interna de Harvard comenzó a captar la atención de todos los alumnos en pocas horas, el motivo: calificar la “belleza” o el “infortunio” físico de las estudiantes (The Social Network, David Fincher, 2010).

Aparte del escarnio público que provocó el éxito inicial de Facebook, hay otro factor que hay que destacar y que contribuyó a que esta red fuera la favorita de millones: se trata de un medio en el que se puede compartir todo tipo de material (visual, audio, escrito) con las personas que se conoce y se tiene cerca, sobre un sinnúmero de situaciones que ocurren en la vida cotidiana. Es decir, vemos en el “face” información con la que estamos relacionados de una u otra forma y de manera más o menos directa.

Además, también circulan materiales que “suben” los periódicos, canales de televisión, *podcast* de emisoras de radio por Internet: medios de comunicación que se han unido a Facebook por el enorme flujo de información que se genera en esta aplicación y los beneficios económicos que obtienen.

A diferencia de los *mass media* -medios de comunicación masiva-, que no tienen un canal interactivo y el papel del espectador es meramente pasivo (Manuel Castells, 1999), Facebook no se considera medio masivo ya que la relación que establece con sus usuarios es activa.

Sin embargo, debido a que algunos medios que en su momento fueron los principales influyentes de masas se han percatado del alcance de Facebook, ahora lo utilizan como una extensión de la difusión de su información y aunque dicha página no sea un medio tradicional sí comparte a sus usuarios noticias y contenidos de actualidad, incluso con mucha mayor rapidez de la que se acostumbraba.

Un aspecto en donde encuentran convergencia los medios de comunicación masiva y Facebook es que producen y reproducen un tipo de conocimiento, el cual paulatinamente contribuye a delinear las referencias, representaciones y significados con los cuales los individuos piensan su realidad. Belén Martín Lucas (2010) indica que el conocimiento social, político y cultural que poseen las personas en sociedad es adquirido en gran medida por la información que reciben y comparten diariamente; señala que los medios (pero ahora también Facebook) no presentan sólo los modelos a seguir, sino que “incitan al deseo de seguirlos”.

Hay que destacar que esta red tiene un origen sexista pues la idea que concibió Marck Zuckerberg fue ante todo exponer la imagen de sus compañeras, esencialmente para calificar sus cuerpos y caras.

Por ello, se intuye que la idea de crear esta red más allá de estar en contacto con las personas de nuestro alrededor, es también criticar y catalogar lo que vemos y lo que suben los demás; incluso se deja ver una especie de competencia o juego en el que se pretende ser más

guapo o guapa, quien tiene más dinero, más parejas, más viajes, etc.; en esta red la premisa es la acumulación virtual que se transforma en “likes”, la famosa manita que indica “me gusta” sobre lo que suben nuestros “amigos” virtuales.

El voyerismo “legítimo” que ahora permiten las redes sociales origina que se enaltezcan y “viralicen” o se compartan miles de veces ciertas imágenes con alto contenido sexista y machista, sin que ello represente un problema para la mayoría de los usuarios.

Aunque para algunos sí hay motivo de alerta por casos específicos: la antropóloga y bloguera Gabriela Montiel (2013) denunció mediante un artículo en línea la práctica que atenta directamente contra mujeres adolescentes, actividad realizada en un grupo de Facebook llamado “Jovencitas muy jovencitas”, cuenta con dos mil trescientos veintiún seguidores y allí se exhiben fotografías de niñas de máximo doce años de edad, las cuales los hombres comentan con frases sexistas, machistas, denigrantes y misóginas: “Que rica pendeja te chuparía toda”; “hermoso triángulo”; “Nada mejor que una zorra joven para coger”... y comentarios en ese mismo tono son los que dejan los usuarios de esa comunidad.

La autora del artículo denuncia que a pesar de que ha pedido el cierre de este grupo que fomenta la violencia de género y hasta la pederastia (muchas de las imágenes son subidas sin el consentimiento de las niñas), ha recibido negativas por parte de la administración de Facebook, la cual paradójicamente tiene como política la

censura de cuerpos desnudos. Basta con recordar el caso del Museo Nacional de Arte, que en 2014, al promocionar en su portal de Facebook una exposición de pintura con cuerpos desnudos, recibió denuncias y tuvo que cerrar temporalmente su página. La doble moral se hizo presente entre algunos usuarios y el mismo Facebook, cuyos administradores sin embargo aprueban imágenes y comentarios violentos hacia las mujeres.

Esto cobra importancia si consideramos que muchas de las fotografías ni siquiera sugieren un tono sexual, sino que son los integrantes del grupo quienes ya asocian determinadas imágenes con este aspecto.



*Fotografías tomadas del artículo: Cuerpos que se comentan, cuerpos que se postean (Gabriela Came, 2013)

Son cada vez más los internautas que abren una cuenta en Facebook: según el sitio trecebits.com al cierre de 2015 esta red cerró con mil cuatrocientos millones de usuarios activos, es decir, que del total de internautas en el mundo 75 por ciento usa Facebook frecuentemente. Con esto comprobamos que la interacción social ya no es necesariamente física, sino que la virtualidad cumple, aparentemente, con la necesidad de las personas de socializar.

Ahora ya se puede ver en cada perfil mucho de los intereses de su poseedor, desde amistades hasta lugares que frecuentan, relaciones amorosas, rupturas, etc., gracias a lo cual se ha trasladado parte de la vida de los “facebookeros” a la red. Hay también grupos virtuales que se forman en torno a un tema, sobre cualquier aspecto cultural, profesional, laboral, etc.

Incluso hay quienes aseguran que Facebook es una especie de “gran hermano”, en alusión al relato de George Orwell, *1984*, en donde hay una entidad que todo lo ve, ninguno de los ciudadanos escapan a la mirada de la autoridad. Sin embargo, la paradoja entre Facebook y *1984* consiste en que no hay un “gran hermano” que todo lo observe, sino que son los mismos usuarios los que, en esta moda del ansia por exhibirse, por mostrar sus vidas hasta en el más mínimo detalle, suben las fotos de todo lo que son... y pretenden ser. Todo ello fundido en una conducta donde tienen lugar el narcisismo, el exhibicionismo y, finalmente, el anhelo de reconocimiento social.

En términos generales, pareciera que Facebook ha sido el detonante y parteaguas para que coexistan la realidad física y la virtual.

Es cierto que en tal grado Facebook ha servido para agilizar procesos en las relaciones laborales, encontrar material de interés y fomentar causas de una consciencia cívica, derechos humanos, laborales, acortar distancias y estrechar relaciones con personas conocidas, etc., pero también se puede ver en él un aspecto casi enajenador que hace que los usuarios se conecten de forma asidua y hasta muchas veces adictiva. Basta caminar por las calles o pasar por restaurantes para ver una buena cantidad de gente con los ojos clavados en la pantalla de su dispositivo, subiendo e informando a sus contactos sobre lo que en ese momento están “haciendo” (estar en el restaurante, leyendo, etc.).

Toda esta dinámica y fervor por los dispositivos y el acceso a cuanta red social salga para conectarse con los demás originan también un acontecimiento social: a través de la promoción de ideologías, posturas, valores, formas de pensamiento en general que se conocen por medio de la opinión de los usuarios o a través de sus mismos sitios de interés, se conoce también el rumbo que están tomando las sociedades urbanas. La ciudad como espacio de interacción social y en cierta medida como difusor cultural se está centrando nuevamente como punta de lanza de la dinámica comunicativa.

Vivir en el contexto de las sociedades de la información (en estrecho desarrollo con las tecnologías de la información y comunicación) puede ser un tanto riesgoso en cuanto a que no se cuestiona la información que se “consume”, y lo más peligroso es que las representaciones sociales que se comparten pasen desapercibidas... siendo que muchas de ellas tienen prejuicios e ideas negativas para ciertos sectores. Es como estar forjando por medio de la información a un ser humano que piense igual, que vea todo del mismo modo, que tenga las mismas ideas y el mismo recelo o repudio hacia formas de ser que esas representaciones o modelos rechazan.

Así se esgrime que el hecho de representar el cuerpo de las mujeres con características definidas en la virtualidad sea compartido por hombres y mujeres de distintas poblaciones y edades. En el caso de las estudiantes mexicanas -no sólo ellas sino de muchas jóvenes más-, los parámetros que se persiguen son los que marcan prevalentemente los mercados occidentales de la industria de la belleza, conjugado también con el estereotipo que últimamente se pone de moda, es decir, las mujeres latinas, “candentes”, morenas y voluptuosas.

Por ejemplo, un fenómeno dado también en Facebook y digno de analizarse es el caso de las “putipobres”, llamadas así de forma discriminatoria por usuarios de clases socioeconómicas más altas (Javier García, 2015). Se trata de jóvenes de escasos recursos que suben sus fotografías a la red intentando ser sensuales y eróticos

–también hay de hombres–, pero en escenarios que retratan sus lugares cotidianos y que generalmente son lugares hacinados, pobres, en obra negra, etc., es decir, con varios indicios de que son personas de escasos recursos económicos.



Fuente: Artículo #putipobres: excitarse con chicas de barrio pobre. <http://www.vice.com/es/read/putipobres-excitarse-con-chicas-de-barrio-pobre-069>

Dado el avance de las sociedades de la información, los acontecimientos y formaciones sociales pueden apreciarse también en la red en la medida en que cada vez más personas se suman a esta dinámica. Hay un sinfín de aspectos que suceden dentro de ella, lo que vuelve más compleja esta forma de comunicación. Por ello, es preciso descifrar ideas y significados de lo que sucede en la virtualidad, para saber medianamente el rumbo hacia el que estamos caminando.



Capítulo III

Representaciones sociales

3.1 La diversidad de Facebook

El espacio de Internet dentro del que interactúan millones de usuarios no es tangible y dada su naturaleza de “conectar” a personas con todo tipo de características e identidades se vuelve difícil de generalizar, si es que se pretendiera hacer un estudio para “aprehender” lo que ocurre en el ciberespacio, toda vez que existe un registro de miles de millones de usuarios en todo el mundo, además de que cualquier persona que posea una computadora con Internet puede acceder o cerrar su cuenta de Facebook.

Sin embargo, pretender abordar fenómenos que suceden en las redes sociales tampoco es una tarea imposible. El estudio en el que se basa este texto hizo una categorización a partir de las mujeres, pero no de ellas en general, sino de jóvenes estudiantes mexicanas que están inmersas en el uso de las redes sociales, pues no las utilizan de la misma forma que, por ejemplo, mujeres de cuarenta a cincuenta años. Así, la edad, la

nacionalidad y la ocupación son categorías a tomar en cuenta para este análisis.

Sobre las representaciones sociales que comparte este sector de estudiantes mexicanas se encontró la necesidad de indagar dentro de los significados de lo que observan y comparten, ya que ello arrojaría más información acerca de su identidad y de su modo de ser en la virtualidad.

Un ejercicio bastante interesante y dinámico que permite lograr cierta interpretación es el análisis semántico basado en imágenes (ASBI), método utilizado en diversos estudios científico-sociales que analiza las reacciones inmediatas de los participantes en torno a cierto tema. El ASBI tiene bases científicas, mismas que a continuación se describen de manera breve.

3.2 El Análisis Semántico Basado en Imágenes (ASBI)

El análisis semántico icónico es una herramienta que combina cuatro diferentes enfoques (Galindo, 1998): la etnometodología⁴, la teoría del medio (Marshall McLuhan, 2002), el análisis semántico y el análisis crítico.

De tal forma que el ASBI está arraigado en la etnometodología: se trata de una herramienta que únicamente presupone un fenómeno, ciertas cosas, pero no

⁴ La etnometodología se construye a partir de la interacción social de la vida cotidiana.

las da por hecho sino que primero aborda el punto de vista de las personas, su propia voz, de acuerdo con lo que viven día a día. Es decir, desde la sociología, la etnometodología estudia el hacer cotidiano.

Por ello, las imágenes que se muestran en Facebook sirven para conocer a un nivel más amplio lo que la gente piensa y que da por conocimiento verdadero.

Si analizamos la forma en que se representa el cuerpo de las mujeres en las redes sociales observamos que muchas veces ésta es entendida como verdadera, como si así tuvieran que ser todos los cuerpos femeninos, se origina entonces una sola percepción e imagen, aunque no sea la intención de quien sube algo relativo a su cuerpo la de encajar con esa representación. De este modo se enlaza un puente entre la idea del cuerpo y las violencias simbólica y psicológica, y se muestra en las redes una tendencia de fuerte aspiración a tener el cuerpo cuyo modelo ha terminado por convertirse en algo que “así debe de ser”. Incluso se dice que en Facebook se ha detonado la competencia entre mujeres y sus cuerpos, generando un problema grave de autoestima y daño a la salud de jóvenes que constantemente se comparan físicamente con sus congéneres virtuales, casos que algunas veces terminan en trastornos alimenticios severos e incluso en el suicidio (Amanda Enayati, 2012). Se trata de una violencia que ahora se genera entre los mismos usuarios, a diferencia de la difusión y presión que antes ejercían los medios tradicionales de

comunicación en programas de T.V., revistas, anuncios, con la exhibición de un cierto tipo de mujer o modelo.

Por ello la prueba del ASBI y las investigaciones etnometodológicas permiten saber en qué medida las personas, teniendo en mente una representación violenta se desenvuelven en su hacer diario y además repiten y esculpen la idea del cuerpo. A decir de Galindo (1998) estas herramientas son útiles para explorar la relación entre la organización simbólica y las formas de organización social.

Por su parte, la Teoría del Medio⁵ se puede explicar con la famosa premisa “el medio es el mensaje” que postuló Marshall McLuhan refiriéndose a la incidencia que tienen los medios de comunicación en los cambios de la sociedad y viceversa. Es decir, aparte de crear tecnología, las sociedades se transforman a partir de los aparatos o medios que elaboran para transmitir sus mensajes o códigos (escritos, orales, etc.), por lo que se considera a dichos medios como factores potenciadores del cambio. Por ejemplo, la computadora, si bien ha cambiado la forma de comunicarse en los últimos años, también en parte ha construido un modo particular de sociedad (la sociedad de la información). De modo que

5 La teoría del Medio es una de las principales aportaciones de Marshall MacLuhan en el ámbito del estudio de las tecnologías de la información. En este caso, sostiene esencialmente que “el medio es el mensaje”; es decir, define al medio como la prolongación de nuestro propio ser debido a cada nueva técnica, mientras que indica que el mensaje es todo cambio que el medio provoca en las sociedades o culturas, por lo que no es viable apreciarse únicamente como contenido. El medio tiene entonces el poder de modificar el curso y el funcionamiento de las relaciones y actividades humanas.

el medio no es sólo el mensaje (McLuhan, 2002), sino el factor principal que genera ciertas formas de desarrollo social.

De acuerdo con lo anterior, es posible utilizar a los medios de comunicación como herramientas de análisis social e interpretativo, en lugar de apreciarlos como elementos aislados, fuera de lo que ocurre en el marco de las vidas cotidianas.

Por ejemplo, para poder analizar lo que ocurre en Internet a través de los contenidos (mensajes), es necesario partir del contexto social –dado que existe un gran número de usuarios que utilizan una computadora (el medio) para comunicarse– como base. De prescindir de este contexto –o del uso de los medios–, un análisis acerca de los contenidos de Internet no tendría sentido.

A su vez y como ya antes se ha dicho, tales contenidos pueden analizarse a la luz de conceptos como las representaciones sociales, cuyo origen proviene de la teoría acuñada por Sergei Moscovici (1973) y que inscribe al estudio de la vida cotidiana como fuente principal de conocimiento: se trata de una teoría que no abandona el enfoque sociológico, pero tampoco el de la acción individual. Si recordamos, las representaciones sociales son producciones que nacen de las acciones cotidianas.

A partir de lo anterior y de la importancia de los actos cotidianos, el ASBI cobra relevancia al combinarse con la teoría de la representación social (TRS), toda vez que ésta se sostiene en los resultados del análisis de la realidad pero con base en las construcciones sociales, es

decir: todas aquellas ideas que expresan los individuos y que emanan a su vez de la sociedad (Moscovici, 1973). Aunque el proceso no es tan sencillo, pues hay una relación entre la producción de conocimiento a partir de la sociedad y de la experiencia individual y la asimilación de ésta.

Para enlazar la TRS con el análisis de género, Ángela Arruda (2012) destaca que se trata de un puente con el que se logran hacer visibles aspectos subjetivos, afectivos y culturales para generar conocimientos con base en las acciones de las personas.

Denise Jodelet (2002) por su parte, define a las representaciones sociales como “una forma de conocimiento socialmente elaborado y compartido, con un objeto práctico que contribuye a la construcción de una realidad común a un conjunto social” (P. 329). Entendemos entonces que de lo que se trata es de abordar las ideas que se han formado socialmente con respecto a ciertos temas o sucesos. En este caso, ese objeto práctico en el que existe ya un conocimiento elaborado y compartido es el cuerpo de las mujeres, y sobre esa construcción es que las personas elaboran una realidad.

Parte del significado de esta construcción de ideas deriva en otro fenómeno: la violencia de género, que se encuentra como articulador de esta representación. Además hay otros factores relacionados como el lenguaje, presente en esta dinámica de comunicación virtual.

De modo que el significado tiene que ser descubierto por medio del estudio de todo lo que contiene la representación social cuya base es el lenguaje, los discursos e imágenes; así se podrán entender los valores, creencias y significaciones de dicho espacio: las fotografías muestran características atribuidas socialmente al cuerpo, como la sexualidad, el erotismo y la belleza principalmente, asumidas e interiorizadas en el comportamiento de las mujeres.

Selección de imágenes para aplicación ASBI

Las imágenes que se utilizaron en el estudio referido y para exponerse a los estudiantes se extrajeron principalmente de las páginas de Facebook “Del monte la Ley”, “Mujeres sabrosas” (en cuanto a mujeres desnudas o semidesnudas), y otras relativas a la cultura urbana de la Ciudad de México, muchas de ellas con una connotación de humor, pero también de mujeres autofotografiadas (*selfies*) y con alusión a su sexualidad. También se eligieron imágenes de la página “Chicas calientes”, que cuenta con 117, 467 seguidores.

Entre aquellas imágenes se intercalaron otras, también de mujeres, pero con una característica muy distinta: mujeres golpeadas (violencia física), algunas de Medio Oriente y otras de nuestra cultura. Esto con la finalidad de conocer lo que los estudiantes pensaron en el primer instante de ver imágenes tan contrastantes unas de otras. Para que no razonaran tanto su respuesta

se les dio un tiempo de diez segundos para escribirla, con lo que se buscó que no tuvieran la posibilidad de dar respuestas políticamente correctas.

Fotografías proyectadas





Nota: Del estudio original se tomaron sólo algunas imágenes como referencia.

Debe entenderse que las repuestas obtenidas en este estudio son el señuelo para analizar también los estereotipos con los que convivimos diariamente, pues hombres y mujeres comparten aquellas ideas para reproducirlas en su cotidianidad.



Capítulo IV

Protagonistas de la tecnología: la exclusión y violencia histórica de un género

4.1 Sociedad de la información y Tecnologías de la información

La sociedad de la información y del conocimiento (SIC) según Manuel Castells (1999) se caracteriza por un enorme flujo de información, y en ella ocurren importantes fenómenos sociales. Ahora, en este 2016, esta fase tecnológica es compartida por casi la mayor parte del globo.

Armand Mattelart (2007) señala que en 1948, Norbert Wiener ya vaticinaba el camino hacia una sociedad de la información como la que conocemos, pero tomando en cuenta su principal amenaza: la entropía, que básicamente consiste en “la tendencia de la naturaleza a destruir lo ordenado y a precipitar la degradación biológica” (Armand Mattelart, 2007: 43). Esto quiere decir que la sociedad de la información tarde o temprano encontrará su propia destrucción... aunque

por el momento no se vislumbra la llegada y, al contrario, seamos testigos de cómo nos está transformando.

La comunicación juega un papel importantísimo en la sociedad de la información, de hecho le es inherente. Por lo mismo, vista la comunicación no como modelo aislado o ajeno a las nuevas formas de socializar, sino como parte esencial de ellas, los teóricos de la escuela de Palo Alto (Gregory Bateson, Goffman, Paul Watzlawick) sostienen que la comunicación es un proceso de interacción social, donde cada mensaje que transmite el emisor está cargado de una serie de significados en conjunto con su persona y contexto. Es decir que en cada dinámica de comunicación se observará una relación social que puede interpretarse. De este modo, estos teóricos retomaron la propuesta de Wiener y replantearon la comunicación para ponerla en estrecha correspondencia con las humanidades, en donde el emisor y el receptor son altamente relevantes. No se aísla el mensaje de la circunstancia, del contexto, sino que se toma a la comunicación como fenómeno humano –y por tanto con características altamente subjetivas– por más mediado que esté.

De este modo, uno de los principios básicos de la comunicación es que: “todo comportamiento humano tiene un valor comunicativo”, es decir, en las relaciones sociales todo forma un sistema de comunicación y a su vez es apreciado como proceso social (Michelle y Armand Mattelart, 2007).

Otro aspecto que resalta del análisis de Armand Mattelart (2007) es que las sociedades occidentales dentro su insistente idea de progreso y civilización han transformado también el proceso de la comunicación. El resultado, nos explica Raquel Güereca, son las sociedades de la información y el conocimiento (SIC), pues éstas “forman parte del proyecto de modernidad y se desarrollan plenamente dentro del capitalismo” (Raquel Güereca, 2013).

Así, diversos fenómenos como la modernidad vista como ideología dentro del contexto capitalista ha transformado la cultura y en consecuencia la comunicación. Según Castells (1999) la modernidad ha ocasionado el tránsito de una cultura material o tangible a una más abstracta –la de la Sociedad de la Información.

Este paradigma de progreso inició con la Revolución Industrial y de ahí, las herramientas creadas, el lenguaje, etc., forjaron el concepto de tecnología hasta llegar a dar forma a las herramientas que ahora procesan la información y manejo de los medios por los que ésta circula. Se trata de un proceso sociotécnico, es decir, que se retroalimenta de forma directa con los cambios y necesidades sociales (Manuel Castells, 1999).

En este proceso se observa hoy más que en otros tiempos cómo las relaciones sociales y sus características y las representaciones que en ellas viajan se reflejan en la tecnología y su constante renovación. Lo que las personas desean, buscan y demandan en relación con las herramientas de las TIC que utilizan se les brinda

por medio de *Apps* bastante especializadas y que cubren necesidades concretas. Sin duda se trata de una rami-ficación más de la cultura donde ésta se traslada a lo virtual mediante las redes sociales.

No es extraño ver ahora el modo en que los ciber-nautas interactúan en la red haciendo alusiones a muchas cosas que ocurren a su alrededor, incluyendo referencias a celebridades, políticos, personajes que en cuestión de minutos se vuelven *Trendingtopic* (frase más replicada en Twitter), formando con ello -sin ser cons-cientes- una cultura globalizada, donde ciertas cosas las saben lo mismo un chino que un mexicano, por ejemplo. Aunque no por ello se dejan de replicar cuestiones locales. Lo que sí ha sucedido últimamente es que las noticias locales alcanzan eco en el ámbito internacional.



Ejemplo de un meme hecho en referencia al Presidente de México Enrique Peña Nieto.

A simple vista se trata de un fenómeno comunica-tivo, pero esta interacción tiene la misma organización de la sociedad no virtual aunque con otros aspectos en adición como la “viralización” o pronta difusión de noticias en cuanto a la información, y con un orden de género respecto de las jerarquías de poder.

La organización de la sociedad ha excluido de los procesos de creación tecnológica a las mujeres desde tiempos remotos, indica Laura Tremosa, desde la Revolución Industrial. Ahora, siglos después, viviendo en la era de la información, esa exclusión sigue vigente, invisible en muchos casos y por lo mismo difícil de atacar.

Las TIC y la reproducción de la violencia contra las mujeres

En los siglos XX y principios del XXI las mujeres empezaron a destacar en campos como la educación, salud, trabajo, en conjunto con el avance de diversas posturas teóricas feministas (Judy Wacjman, 2006), algunas de las cuales pelearon -y lo siguen haciendo- para reconocer a las mujeres como parte del cambio tecnológico.

Este reconocimiento aún no llega abiertamente a México e insisto, se refleja en la ausencia de mujeres en la innovación tecnológica y en la toma de decisiones sociales relevantes, lo cual es principalmente definido en los estudios de América Latina como “la segunda brecha digital”.

Aunque se ha hablado de un aumento en la conexión (según la revista electrónica *Animal Político* en varios países incluyendo a México, aumentó el acceso a las computadoras, principalmente en las ciudades), hay que recordar que en la mayoría de entidades de la República continúa esta problemática, ya que a febrero de 2012 se registraba un sesenta por ciento de la población

sin Internet debido a la falta de recursos económicos, y cuarenta por ciento debido al analfabetismo tecnológico –sumado a la evidente incapacidad de las empresas dedicadas a este ramo de cubrir con la demanda y cobertura de servicios-. Es decir, si no se ha abatido primero el problema del acceso a la tecnología, mucho menos se puede pensar en una superación de la Segunda Brecha Digital.

En el caso de las TIC y de Internet específicamente, refiriéndonos solamente al uso, encontramos que las mujeres jóvenes son las que más se conectan: de quienes sí tienen acceso y familiaridad con las TIC destacaron los jóvenes, ya que los usuarios de computadoras, Internet y celulares son predominantemente personas de doce a veinticuatro años de edad y conforman casi cincuenta por ciento del total de los usuarios. En contraste con la población mayor de cuarenta años, ya que sólo una de cada diez personas ocupa este tipo de tecnología (Modutih, 2015); esto quiere decir que son las nuevas generaciones las que ocupan constantemente las TIC, y son las que mayormente forman parte de la sociedad de la información. De hecho el número de usuarios de Internet en México aumenta cada año: en 2014 se registró un 44.4 % del total de habitantes que utiliza este servicio.

Dentro de la inmersión de jóvenes en el ciberespacio no todo es homogéneo o equitativo, pues hay ciertas problemáticas como el analfabetismo tecnológico e informático, es decir, la falta de información o

de formación en determinados campos de conocimiento que se traduce en un uso limitado de las tecnologías; el desarrollo de contenidos reproductores de ideología sexista, y la difusión de la creencia de que las mujeres repudian la tecnología, entre otros fenómenos (Raquel Güereca, 2013).

De modo que, por un lado, como indica Beatriz Fainholc (2004), las TIC están reconfigurando la cultura al tiempo que reproducen o alteran valores y representaciones sociales, pero también se afirman, y “su estructuración y funcionamiento son del tipo socio-emocional-cognitivo” (p. 110), como son las ideas sexistas que se vuelven incorregibles.

Quienes utilizan *smartphones*, *lap top* o cualquier otro dispositivo de fácil acceso a Internet no están exentos (y de hecho al contrario) de percibir, reproducir y reafirmar conductas y valores circulantes, no importando que sean perjudiciales y excluyentes para otros grupos o personas. Se exceptúa aquí el caso de las redes usadas por mujeres que luchan a favor de una construcción igualitaria de este espacio, que intenta derrumbar las fuertes edificaciones de un pensamiento hegemónico y que se difunde en forma de frases, chistes, imágenes, en detrimento de su género.

Para tratar de combatir este problema, teóricas de la talla de Judy Wacjman (2006) se esfuerzan por reivindicar la presencia de las mujeres en el ciberespacio, en los ámbitos teórico y práctico.

Entre las propuestas más importantes, Donna Haraway (1991) señala que existe una similitud entre el espacio virtual y la percepción de las mujeres, ya que ésta y la red pueden viajar hacia múltiples direcciones al mismo tiempo. Haraway sostiene que a pesar de que la tecnología de las sociedades de la información nació en el seno de una sociedad de organización patriarcal, la red ha rebasado su propio origen y potencia la participación de las mujeres al tener éstas un pensamiento circular que empata con el funcionamiento de la red, orientado hacia varios puntos y con varias posibilidades.

Aunque lo anterior se ve un tanto difícil de lograr actualmente, sobre todo por la enorme circulación de contenidos competitivos, medidos con parámetros de un poder despótico y que menosprecia a todo aquel que no concuerda con sus objetivos o metas culturales —es un poder con el que se ha educado a las sociedades occidentales—. Es un espacio virtual en que, señala Beatriz Fainlhoc (2012), no se consideran los lugares cotidianos de las mujeres y mucho menos sus múltiples actividades y, en lugar de eso, se les ve con el lente de los estereotipos que ese mismo orden impone (esposa, prostituta, ama de casa, o bien, erótica en extremo y en deber para “ser mujer”), siempre en un “esquema de sumisión” (Olga Bustos, 2001).

De hecho Wacjman (2006), desde su postura tecnofeminista, un poco menos utópica que la de Donna Haraway, indica que antes de lanzarse a afirmar que Internet representa un espacio que liberará a las mujeres

de la opresión, debe tomarse en cuenta las diferencias que hay entre ellas mismas (nacionalidad, clase, raza, etnia, sexualidad y edad), lo cual brinda una gama de matices a la relación de ciertos grupos con la tecnología.

Tomar en cuenta esas diferencias se traduce en un mejor entendimiento de cómo cambian las sociedades – qué elementos permanecen estáticos y cuáles sí se modifican-, ya que, señala Wacjman (2006), las revoluciones tecnológicas no crean sociedades nuevas, sino que “cambian los términos en que se producen las relaciones sociales, políticas y económicas”. En cuanto a lo que se queda, podemos destacar que la tendencia del desarrollo tecnológico occidental consolida jerarquías de género y deshecha oportunidades de cambio.

A lo anterior debemos que en México la desigualdad económica implique la desigualdad entre quienes tienen acceso a la tecnología y quienes no. Por ello Raquel Güereca (2013) nos advierte que no hay que perder de vista que la sociedad de la información ha sido creada en el seno de un sistema capitalista (TIC=progreso), que deriva en la nueva clasificación entre “conectados” y “desconectados”. Si a ello sumamos la división socialmente generada por ser hombre o mujer, seremos conscientes de la segunda brecha digital y de la urgencia por reivindicar ciertos aspectos.

Para darnos cuenta de lo que sucede detrás de nuestras actividades cotidianas es necesario tener a la mano reflexiones que nos ayuden a ir más allá de la

superficialidad, con ese fin el siguiente apartado explica brevemente la teoría de género.

4.2 Teoría de género

Para explicar la teoría de género es necesario primero exponer en qué consiste el feminismo, un término que últimamente se ha trivializado y criticado en redes sociales por ser malinterpretado. El feminismo ha sido la lucha de las mujeres que ha permitido forjar una teoría, misma que ahora incide en la realidad y permite producir ciencia social para combatir aspectos dañinos y tratar de eliminar la desigualdad de género.

Historia del feminismo

El feminismo es el movimiento de las mujeres en diferentes momentos y países –de sociedades modernas– cuya característica principal ha sido la protesta ante la opresión vivida, en conjunto con demandas e inconformidades concretas (Virginia Maquieira, 2001). Por ello el movimiento feminista ha pasado por diversas etapas, las cuales se pueden describir de manera sucinta de la siguiente forma:

El feminismo sufragista o de la primera ola:

Se dio en la etapa de la Ilustración en Europa, principalmente en Francia e Inglaterra y después se extendió

a colonias inglesas de Estados Unidos. La manifestación de la inconformidad de las mujeres se generó en este contexto en que se enaltecía a la razón y a la educación para integrar la República y reforzar el nacionalismo, alcanzados por medio de la libertad, según su máximo exponente, Jean-Jacques Rosseau (1712-1778).

Muchas sociedades y la historia oficial misma han ignorado que estos conceptos sólo eran dirigidos a los hombres, ya que a las mujeres Rosseau las remitía a lo doméstico y, según él, la obligación de aquéllas era dar respaldo moral a la familia, cuidar a los hijos y ser el soporte de sus maridos. Por esto no podían ser consideradas ciudadanas legítimas, es decir, no tenían derechos o participación en lo político (Virginia Maquieira, 2001).

Pero hubo mujeres que protestaron por esa exclusión y reclamaron su derecho al voto. La inglesa Mary Wollstonecraft –madre de Mary Shelley, ésta autora de la novela *Frankenstein*– plasmó sus protestas en la *Vindicación de los Derechos de la Mujer* (1792), además de que, en conjunto con pensadores como Condorcet, condujeron lo que se conoció como la Ilustración consecuente, que tenía como objetivo principal extender los ideales de igualdad a todo ser humano (Virginia Maquieira, 2001).

En aquellos años y a la par de la Ilustración, hubo un brote importante de mujeres que pelearon por sus derechos y por tener reconocimiento político, pero también desde entonces se dio la censura y la violencia hacia quienes lucharon.

En su libro *Feminismos, debates teóricos contemporáneos* (2001), Maquieira nos cuenta sobre el caso de la activista francesa Olympe de Gouges, quien escribió la Declaración de los Derechos de la Mujer y la Ciudadanía, también en 1791, que tenía por objeto establecer la afirmación política de las mujeres, además de la extensión a éstas de los derechos de los que gozaría la ciudadanía francesa. Aunque luego Olympe fuera perseguida y degollada por mandato de Robespierre.

Los ilustrados Montesquieu, Diderot, D'Alambert, y el más reacio, Condorcet, apoyaron desde sus trincheras la defensa de los derechos de las mujeres y su igualdad frente al género opuesto.

Pero hay otro aspecto por el que los teóricos llaman a ésta la primera ola y se conforma por la lucha sufragista en Estados Unidos durante el siglo XIX, con raíces en la lucha por el reconocimiento de los derechos y abolición de la esclavitud de los negros. Por ello es que la cuestión de la igualdad sería también buscada por el feminismo sufragista en Estados Unidos, además de la justicia.

También las mujeres obreras en Estados Unidos lucharon, entre otras cosas, por la igualdad salarial, en discrepancia con las sufragistas, y como ejemplo el lema de la estadounidense Susan Anthony: “La mujer quiere el pan, no el voto”. Esto porque las mujeres obreras pusieron de relieve la cuestión de la consciencia de clase con base en el marxismo, a diferencia de las sufragistas quienes por lo general eran mujeres de clase media y

blancas, y por ende no denunciaban la cuestión de la igualdad salarial (Maquieira, 2001). Mucho tiempo después y gracias a ello se gestó en Estados Unidos el feminismo socialista, ya que en Europa la lucha de las mujeres siempre estuvo acompañada del socialismo y por tanto, de la clase trabajadora.

El feminismo ruso fue uno de los movimientos que también pugró por la igualdad salarial, con principios ya más alejados del marxismo clásico, Alexandra Kollontai fue una de sus principales activistas (Virginia Maquieira, 2001).

Así, la lucha de las mujeres por buscar tanto igualdad como mejores oportunidades y sobre todo por terminar con la situación histórica de exclusión y subordinación, ha dado forma al movimiento feminista desde la Ilustración hasta nuestros días.

Segunda ola feminista:

Se categoriza al feminismo que se dio a partir de los años sesenta del siglo pasado como el Feminismo de la segunda ola, pues la lucha de las mujeres cobró además de mayor visibilidad, un lugar dentro de la academia y por tanto ya como generadora de postulados científicos, con lo que nacerían a partir de este momento los Estudios de la mujer (Mabel Bellucci, 1992).

La lucha feminista en este momento se dio a la par de otros movimientos, como el *hippie* y el de los negros en contra de la discriminación, y tuvo su auge en Estados

Unidos. Por lo que se cuestionaba la opresión y las figuras de autoridad, que en el caso del movimiento feminista se dirigía contra la familia y el Estado, pues ellos eran “los principales entes encargados de asegurar la dominación y subordinación hacia las mujeres” (Mabel Burin, Irene Meler, 1998). Hay que destacar la lucha de los derechos civiles encabezada por Martin Luther King (1929-1968) y las protestas iniciadas por Rosa Parks (1950) a tono con la defensa y lucha por la igualdad de la población afroamericana frente a los estadounidenses blancos.

Esta época representó una coyuntura en la sexualidad de las mujeres, pues la invención de la pastilla anticonceptiva sentó la bifurcación entre la maternidad y la sexualidad de aquéllas por primera vez. Sin duda se trató de un avance importante respecto de la pugna de las mujeres por desvincular la sexualidad y su cuerpo con el concepto de “naturaleza” y de reproducción, que la sociedad se encargó de atribuirles a lo largo de la historia (Mabel Burin, Irene Meler, 1998).

Aunque no sólo la sexualidad ha sido motivo de debate en la lucha feminista, pues otros como la educación y la inclusión política han tenido gran relevancia. Además, la postura desde la que se han trabajado estos temas no es una misma, ya que si bien todas portan la bandera del feminismo, coexisten diversas corrientes ideológicas dentro de él.

De esta manera, dentro de la segunda ola se encuentran: el feminismo de la diferencia (que propone un mundo separado de las mujeres y que enaltece valores

que las conciben diferentes de los hombres, como la sensibilidad, el abandono de la extrema competencia y agresividad y la no integración al ámbito masculino); y el feminismo radical (grupos de anarquistas y populistas que se refieren a la falta de sentido de las sociedades desarrolladas y pugnan por una sociedad sin estratos, sin jerarquías), pero también el feminismo de la igualdad que busca equidad en derechos políticos, civiles y laborales respecto de los que ostentan los hombres, dentro de este feminismo se encuentran también el liberal y el socialista (Mabel Bellucci, 1992).

En este contexto nacen los *Women's Studies* o estudios de la mujer, que se valen en parte de la presencia de las mujeres en diversas áreas de estudio (Mabel Bellucci, 1992) y se encaminan hacia la producción del saber científico acerca de los significados culturales que implica haber nacido hombre o mujer, lo cual ayuda a la configuración psíquica y social de las personas, construyen, asignan roles y conductas a cada género (Mabel Burin e Irene Meler, 1998), formas de ser y de ver la vida.

Por tanto, el género se define como: “la red de creencias, rasgos de personalidad, actitudes, valores, conductas y actividades que diferencian a hombres y mujeres. Diferencias que producen desigualdades y jerarquías y que incluye siempre una relación permeada por el poder” (Mabel Burin e Irene Meler, 1998. P.20)

No hace falta aclarar entonces que el feminismo no es cosa nueva o un invento de moda, como se trata de

hacer creer en redes sociales para banalizar la expansión de este pensamiento.

La relación histórica ha vejado la integridad de las mujeres y las ha colocado en un lugar inferior en la sociedad, remitiéndolas a lo doméstico, a la reproducción y cuidado de los hijos, además de alejarla de la autodeterminación y autonomía de su sexualidad y de su cuerpo (Marcela Lagarde, 1998).

Desde aquel entonces y hasta la década 1980, los estudios de género se fueron ampliando de forma tal que acogieron nuevos conocimientos de las relaciones entre hombres y mujeres, incluyendo la perspectiva de los hombres que cuestionaron la imposición opresiva de la forma de pensar y de ser dictadas por la organización patriarcal. Con esto se dio origen al concepto de nuevas masculinidades, y con la extensión de estos nuevos conocimientos se formaron los estudios de género realizados a la fecha (Mabel Burin e Irene Meler, 1998).

Cinco aspectos que han estado presentes a lo largo de la historia del movimiento feminista y que conforman la esencia de la lucha de las mujeres en contra de la opresión son: la igualdad, la educación, la incorporación como sujetos políticos en la sociedad, la sexualidad libre, la cuestión del matrimonio y la familia.

Además, la lucha feminista ha forjado los cimientos para las reflexiones posteriores, en concreto, para los Estudios de la mujer y luego los de género, estos últimos, señala Sonia Montecino, abarcan la construcción social

de las diferencias sexuales y su relación con la construcción de la identidad, pero además considera otros aspectos como la raza, la clase, la edad, la etnia, entre otras (Yuliuva Hernández, 2006).

En el caso particular de México, el feminismo se vivió a la par de lo que sucedía en Estados Unidos, aunque de un modo menos efervescente y más disperso. Antes de ello, el primer brote de lucha feminista se dio en Yucatán en la década de 1930, con la lucha por el acceso al voto. Una de las principales activistas fue Elvia Carrillo Puerto.

Ya para 1970, de forma aislada, en México diversos sectores se unían a la lucha de las mujeres iniciada en Estados Unidos, dentro del marco de la segunda ola feminista.

Aunque no se puede hablar de un movimiento feminista uniforme como tal, sí hubo un acercamiento e incluso participación en esta pugna que ha ido creciendo a través de las décadas que siguieron hasta cristalizar los esfuerzos en la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, creada en 2007 e impulsada por feministas mexicanas, con Marcela Lagarde al frente.

Todo lo anterior nos da cuenta de los principales objetos de estudio de la teoría de género, misma que se puede catalogar como teoría al cumplir con criterios como un amplio campo de aplicación; el tratamiento de cuestiones sociales importantes y la superación de la prueba del tiempo, criterios considerados por Ritzer

(2005) para la conformación y evolución de las teorías sociológicas.

4.2.1 Por qué utilizar la teoría de género

De acuerdo con lo anterior quedó adoptado ya el concepto de género dentro de la academia y la producción de conocimientos, refiriéndose sobre todo a las conductas, formas de ser, pensar y actuar que se asigna a hombres y mujeres desde que nacen. Quedó claro que esa construcción social se basa en argumentos naturalistas, lo que hace que fácilmente se dicte el destino de las personas y en el caso de las mujeres, uno que no es de relevancia social.

La obra de Simone de Beauvoir, *El segundo sexo* (1949) es una contribución que explica cómo los procesos de socialización son determinantes en la interiorización y la formación de la idea de género en la sociedad y, en el caso de las mujeres, se las prepara para vivir en función de los demás y no de sí mismas.

[...] Así, el término género dio cabida en los campos científicos y académicos para explicar la opresión dada desde las relaciones entre hombres y mujeres en el ámbito social. Fue en las postrimerías de 1960 cuando la psicología y las ciencias sociales dieron su aceptación acerca de que el sexo constituye la referencia sobre la que se cimenta la desigualdad social entre ambos géneros.

Dadas las aportaciones intelectuales y políticas, además de las experiencias recogidas de los movimientos feministas, se desarrolló la teoría de género, en la que han quedado comprendidos enfoques y perspectivas que posibilitan la transformación de los fundamentos de las relaciones intra e intergenéricas (Daniel Cazés, 2000: 20).

Entonces, el género es la existencia de una serie de normas en la conducta de las mujeres que “descansan sobre un sistema social que impone una jerarquización” (Rosa Cobo, 2005: 10). Además, este concepto ha sido el idóneo para describir, problematizar y concientizar aquello que revela una dinámica social cuyo eje principal es el poder, lo cual ha sido también reforzado con argumentos esencialistas y legitimadores venidos desde la religión, la filosofía, la política y la historia (Rosa Cobo, 2005), pero más allá de ello, de la naturaleza y de la biología.

Es decir, el hecho que ha dado lugar predominantemente a esa desigualdad y subordinación de las mujeres es en mayor medida haber nacido con el sexo que encaja dentro de una construcción social de pensamiento lo que se entiende por ser mujer. Construcción que, en términos de Cristine Delphy (Rosa Cobo, 2005) da origen al sexo social; es decir, un parámetro de división social que sirve para reconocer a “las dominadas de los dominantes”. Ante la cuestión biológica en la que se basa el hecho de dividir culturalmente a los sexos, Delphy señala que incluso lo social ha rebasado por mucho la

justificación biológica, al tratarse de una construcción que ya está arraigada en nuestras ideas y sentido común –con bases supuestamente naturales– que da un sentido y orden al sexo.

Lo anterior implica para muchas mujeres estar expuestas a prejuicios e ideas con las que son formadas desde pequeñas acerca de cómo deben de ser o comportarse, y que justifican por la existencia de un “orden natural” pero que no son más que ideas elaboradas en un contexto patriarcal en estrecha relación con lo que conviene a unos (los hombres) obtener de las otras (las mujeres). Este sistema de pensamiento se comparte por hombres y mujeres hasta ocasionar que seamos las mismas mujeres quienes educamos a los nuestros a obedecer los esquemas de dominación. Teóricamente, el concepto de género abre la explicación de la milenaria relación de dominación sobre las mujeres, que pervive en sociedades contemporáneas y de las que es parte la mexicana.

La progresiva conformación y riqueza de la teoría de género que hoy se puede constatar ha utilizado también como objeto de crítica y análisis al androcentrismo⁶ que sigue vigente en los discursos teóricos dominantes,

6 Según Marcela Lagarde (1995) el androcentrismo es la mentalidad característica de una sociedad patriarcal, que atribuye un alto valor y superioridad a lo masculino; es decir, se “superpone a lo femenino y se le considera mejor, más apto, más adecuado y útil”. Esta condición deriva en la legitimidad del poder y de la violencia sobre las mujeres; también genera el machismo (magnificación de ciertas características de los hombres).

además de los estereotipos para los cuales se han hecho múltiples esfuerzos analíticos para combatirlos.

En este punto convergen la teoría de género y la sociología, al ser la primera una perspectiva desde donde se puede hacer ciencia social, con la inclusión de las mujeres como colectivo y, por tanto, como meritorio de un análisis sociológico en la práctica, debido a que el género “comprende todo en cuanto a relaciones sociales basadas en la diferencia sexual y en el poder masculino” (Daniel Caséz, 2000).

Se debe recalcar que la cuestión del manejo de poder y de la subordinación es un sistema que reproducen y comparten ambos géneros, que aprenden a desarrollar desde pequeños los individuos en sociedad; no se trata de satanizar a unos ni de victimizar a otras, se trata de hacer consciencia de que es un sistema que se comparte y que es susceptible de modificar para buscar mayor equidad.

El conocimiento con el que orientamos nuestras acciones, estando en el terreno público hasta los actos más cotidianos, lo brinda la cultura, por eso Joan W. Scott (2005) afirma que: “[...]El conocimiento o el saber no sólo se refiere a ideas, sino también a instituciones y estructuras, prácticas cotidianas, ritos especializados, es decir, a las relaciones sociales en general. El saber es una forma de ordenar el mundo: no es anterior a la organización social pero es inseparable de ésta...” (Luz Gabriela Arango, 2005:179).

Así es que aludir a la producción del saber y del conocimiento social implica a toda una estructura que constantemente está produciendo y reproduciendo patrones, y en el caso específico de las relaciones entre hombres y mujeres, se trata de un conocimiento social aceptado, invisibilizado y legitimado.

En síntesis, la teoría de género estudia por medio de enfoques y categorías científicas la dominación y jerarquización que han vejado históricamente a las mujeres y producido valores que ambos géneros aceptan y cumplen, a excepción de ciertas disidencias. Esta teoría busca no sólo ir a los orígenes de la dominación, sino que a través de la concientización que se realiza visibilizando hechos cotidianos surgen propuestas que pueden conducir a un cambio social cuya premisa sea la igualdad de oportunidades en las esferas pública y privada. Tales propuestas se transforman en diferentes corrientes teóricas feministas, pero a fin de cuentas todas se encaminan hacia la mejora en la calidad de vida, intelectual y emocional de las mujeres, además de contribuir al engrosamiento de la teoría de género.

4.2.2 La organización patriarcal del mundo

La organización patriarcal del mundo obedece al orden de género establecido en los ámbitos privado y público de la vida de las personas en la sociedad. Su característica principal es el poder que ejercen los hombres sobre cuestiones decisivas en la vida del resto, y “se trata de un

sistema que en parte ha tenido gran auge por la expansión dada por los procesos globales, aplastando a las sociedades no patriarcales” (Marcela Lagarde, 1997).

México tiene una sociedad que no deja de reproducir prácticas discriminatorias y violentas hacia otros grupos minoritarios o vulnerables y hacia las mujeres, que aún con el paso del tiempo se siguen observando bajo diferentes formas que se van adaptando a su contexto. A decir de Marcela Lagarde: “lo que cambian son las especificidades en relación con procesos históricos locales, pero en esencia los principios de dominación son los mismos” (1997, P. 10).

De una manera a veces invisible y otras explícita, la organización patriarcal de la sociedad dicta formas de ser, asigna roles y se allega de una moral que da más beneficios a este género. Las conductas en las instituciones y en la vida familiar están previamente marcadas para sólo esperar a los que serán los nuevos ciudadanos: ya hay un molde preestablecido para que cada individuo se adapte a ciertos requerimientos; aunque, al tratarse de un proceso social, no siempre resulta de la misma forma, pues el patriarcado tiene la capacidad de entretenerse con otras particularidades, como la religión, la raza, la posición social, la tecnología; es decir, un sinnúmero de elementos que se combinan y que delinear procesos de género peculiares.

En diversos momentos históricos ha habido movimientos que protestan por las manifestaciones opresoras, aunque en ocasiones, incluso quienes se inconforman

por ciertos aspectos reproducen otros del mismo sistema de pensamiento, no deliberadamente sino porque justamente el pensamiento patriarcal tiene la capacidad de invisibilizar algunas de sus características, y un efecto resultante es que aquél dirige los comportamientos y les da atribuciones que justifica como naturales. Estas combinaciones forman un “sincretismo de género” (Marcela Lagarde, 1997) y hacen que el pensamiento patriarcal perviva de acuerdo con su contexto a lo largo del tiempo.

Por ello no es extraño que los usuarios de las redes sociales virtuales compartan en ellas contenidos que entrañan significados de orden patriarcal.

El patriarcado se ha arraigado en diversas sociedades del mundo, no es exclusivo de una sola. El proceso social que en los últimos tiempos ha posibilitado su continua expansión es el que deviene de la globalización (proceso principalmente de índole económico) por medio de la cual se intercambian no sólo elementos del mercado, como fue su primicia, sino también ahora se ha derramado sobre cuestiones culturales.

En la aldea patriarcal que menciona Marcela Lagarde (1997) –de la que México es parte– se intercambian cuestiones culturales occidentales que descalifican la diversidad de la población, lo que implica que se intercambie y se propague el sexismo, el racismo y el clasismo, los cuales finalmente parecieran ya cuestiones normales de nuestra sociedad.



Los estereotipos de belleza son establecidos por la industria de consumo dedicada a este sector, una industria organizada con el pensamiento patriarcal y que al mismo tiempo se beneficia por las cuantiosas cantidades de productos puestos en el mercado, a la vez que violenta a hombres y mujeres por no parecerse físicamente a lo generalmente considerado bello y que es sinónimo de éxito, con lo que se forja una sociedad que en su andamiaje va tachando y devaluando a las personas que no tienen los rasgos socialmente aceptados, y que además se transforman en motivo de discriminación.



Remontarnos tanto a los orígenes de la población prehispánica como al posterior mestizaje implicaría hacer mucho más que un apartado dentro de esta obra, pero no por ello debemos de olvidar que nuestra población actual se compone en gran medida de nuestros ancestros indígenas y también de españoles, por lo que hoy en todo el territorio encontramos diferentes fisonomías: indígena, mestiza y europeizada. Sin embargo, ya es sabido también que en México, desde aquellos tiempos coloniales en que los peninsulares hicieron toda una tipología basada en el racismo y la discriminación de la población oriunda de este territorio (concretado en la división y sistema de castas), las ideas de rechazo hacia lo indígena tuvieron y siguen teniendo vigencia. Se trata de un lastimoso lastre que sigue reflejándose en el desprecio a las diferentes lenguas indígenas, hacia la fisonomía y en general, hacia esta parte que aún, a pesar de los avances de la antropología y la sociología, parte



de la sociedad mexicana se sigue empecinando en negar y despreciar.

Destaco lo anterior porque, ese desprecio por lo indígena se hilvana también con la violencia de género: hay una fuerte y visible tendencia en que las mujeres mexicanas, muchas de ellas con rasgos evidentemente indígenas, busquen empatar con rasgos europeos, antes que respetar y defender la autonomía y la diferencia de su fisonomía, lo cual supondría también la defensa de las raíces de nuestra población y finalmente el respeto por una cultura ancestral.

El cuerpo de las mujeres, las características que según la organización patriarcal es ideal que tengan, así como su sexualidad, han sido el puente para servir a otros, para obedecer y satisfacer gustos y necesidades del exterior antes que las propias, cuestión en la que ellas participan según el concepto de violencia simbólica que, recordemos, es la violencia que padecemos por causa de nuestro propio consentimiento, según Pierre Bordieu.

La sexualidad es un aspecto culturalmente construido dentro de la organización patriarcal ya que ésta dicta el deber ser de hombres y mujeres con respecto a cómo la ejercen. No se trata de un mero acto reproductivo, sino de un acto que si bien es propio de la naturaleza de las personas también está impregnado de convenciones sociales, muchas de las cuales se enmarcan dentro del erotismo, que es ese goce sexual que se otorga a los sentidos –a la vista y al tacto principalmente– y que hace diferente la sexualidad humana de la animal, pero

que quizás por lo mismo allí esté también presente la desigualdad.

La sociedad delinea comportamientos en torno a la sexualidad que derivan en el control de ésta en muchos sentidos, uno de esos comportamientos o elementos con que “debe de” contar una mujer según este tipo de control, es ser quizás excesivamente erótica. Aunque exista aquí una ambivalencia, pues según Marcela Lagarde, el erotismo es “el espacio vital reservado a un grupo de mujeres ubicado en el lado negativo del cosmos, en el mal, y son consideradas por su definición esencial erótica como malas mujeres, se trata de las putas...” (Marcela Lagarde, 2005: 202).

Así, aunque según la sociedad las mujeres posean como rasgo de identidad el erotismo, también por ello las menosprecia. Es decir, por un lado se le exige –esto es visto en la representación social del cuerpo de las mujeres en los medios de comunicación- pero por otro se les ataca por ser “putas”: el erotismo para las mujeres que no lo son, sólo se permite a la par del acto reproductivo, sólo bajo esa condición el resto de las mujeres puede ser erótico. Las demás son “malas”, “pecaminosas”.

Hay otro aspecto de fondo en esa apreciación: las mujeres “pecaminosas” son las que dan placer a los hombres, las que se convierten en un objeto de deseo mucho más atractivo para ellos y las que potencialmente les pueden dar el placer sexual que los satisfará y que no encuentran en su casa.

En este punto, indica Marcela Lagarde, las mujeres encuentran su poderío: “En la opresión [la mujer] tiene las armas de su cuerpo, de su sexualidad para intercambiar y negociar con los hombres y con las otras mujeres en la sociedad. Con ese poder logra, aun en condiciones de sujeción desfavorables, la sobrevivencia, un lugar en el Estado y en la cultura, y una muy particular concepción del mundo y de sí misma...”. (Marcela Lagarde, 2005: 201).

Por eso no es extraño que las mismas mujeres exploten el erotismo a través del cual obtendrán poder y valoración, reconocimiento social, realización a través de su cuerpo vivido. No falta quien incluso dice que las mujeres manipulan por medio de su sexualidad, pero también eso es una reacción de ellas hacia una impotencia de no poder hacerse valer de otra forma. Es como si tuvieran que buscar los recursos para poder ser vistas o escuchadas, ya que abiertamente no lo pueden hacer porque no vivimos en una sociedad equitativa.

Pero a la vez, resulta que asumir esa forma de hacerse valer se traduce en ser expropiada, en otorgar discretamente el derecho a los otros de decidir cómo es que se debe ser, pensar, sentir; y estas ideas y forma de pensar terminan por esculpir el cuerpo femenino. Se vive y se piensa para los demás y la existencia se padece en lugar de vivirse.

El cuerpo entonces es el aspecto material, biológico, sobre el que se anclan las cadenas invisibles y se condiciona a las mujeres para ser valoradas como tales. Esas

cadena en todo su conjunto forman la representación social del cuerpo.

Esa representación es excesivamente explotada por los medios de comunicación: saben que entre más comercialicen usándola más ganancias económicas obtendrán.

Mediante ese refuerzo por los medios de comunicación e Internet, por la sociedad y los actos manifestados en la vida cotidiana de las mujeres, probablemente ellas supongan que alienarse a esa representación les dará una mejor posición. Esa alienación ya es vista en las redes sociales –Instagram y Facebook, sobre todo– mediante *selfies*.

Si la sexualidad está condicionada mayormente por un género, encontramos de dónde vienen las pautas para que aquella tenga determinada representación, la forma en que el cuerpo debiera ataviarse, y encontramos también que el concepto de lo bello es la promesa por medio de la cual esa representación social logra su arraigo y preservación.

Por supuesto tienen que ver la concepción de la sexualidad en lo abstracto y del cuerpo en lo concreto, la forma en que las personas se perciban a sí mismas y en que desarrollan su sexualidad.

Respecto de la necesidad de analizar el comportamiento y la producción del conocimiento social en contextos y grupos específicos, han surgido teorías como la de la representación social (TRS), que acuña el estudio de fenómenos concretos y su desenvolvimiento en la percepción de las personas.

4.3 Teoría de las Representaciones Sociales y violencia de género

Para explicar el fenómeno de la violencia con que se piensa o percibe el cuerpo de las mujeres es preciso servirse de la teoría de las representaciones sociales, gracias a la cual esa percepción puede desentramarse para entender que los significados de ese cuerpo no son ni normales ni naturales.

La teoría de las representaciones sociales (TRS) acuñada por Sergei Moscovici (1963) y luego profundizada por Denise Jodelet (2012) es considerada una teoría que recoge la importancia del sentido común en la construcción del conocimiento de las personas. Esta teoría tiene sus bases en la reacción dada hacia la psicología y sociología tradicionales hasta antes de 1960 aproximadamente, pues hasta entonces se suponía una producción de conocimiento apartada de la sociedad; es decir, como si el conocimiento científico se generara percibiendo a las personas como meros objetos dentro de un laboratorio.

La teoría de las representaciones sociales surge como la contraparte de la producción de conocimiento unilateral y se inclina por aquel que se genera desde las prácticas cotidianas. Metodológicamente opera con elementos del imaginario colectivo –llamados representaciones sociales– para poder descubrir qué los orienta y dirige en sus acciones, por más mínimas que sean. Por ello esta teoría considera los modos en que los grupos,

personas, instituciones construyen su conocimiento a partir de lo que hacen diariamente, pero también considera “cómo la sociedad se da a conocer y construye ese conocimiento con los individuos” (Ángela Arruda 2012: 318).

Así se puede construir conocimiento lejos de generalizar situaciones, como acostumbraba la ciencia tradicional, pues con categorías científicas la teoría de las representaciones sociales elabora el conocimiento con base en la experiencia diaria, lo que la hace además de vigente, inclusiva de diversos sectores no abordados por la ciencia tradicional.

En una dinámica de teorías emergentes, el feminismo se ha servido también de la TRS para elaborar científicamente problemas que atañen a la construcción social del género; justamente porque la TRS estudia aspectos contrapuestos como: “naturaleza a cultura; razón a emoción; objetivo a subjetivo; pensamiento a acción; ciencia a sentido común” (Ángela Arruda, 2012: 323). Y es que la primacía del raciocinio que la ciencia occidental ha tomado como estandarte, ha sido duramente cuestionada por la TRS y su convergencia con el feminismo pues el enaltecimiento de la razón es un factor más que ha legitimado la organización patriarcal y que ha dejado fuera a la intuición.

La TRS permite reflexionar qué elementos hacen que las mujeres tengan cierta orientación de pensamiento y qué es lo que hace que participen en un sistema organizado que las deja en un lugar secundario, reproduciendo

prácticas que las violentan y contribuyendo a la exhibición hipererótica de sus cuerpos.

En este sentido, la TRS permite saber cómo se construye el conocimiento porque expone la dinámica de las relaciones sociales y el tipo de comunicación que éstas involucran. De modo tal que entendemos que la realidad social no está dada, sino que está construida e intervenida y, ahora, en esta sociedad de la información, entendemos que los procesos de comunicación tienen una fuerte incidencia en la construcción de la realidad.

La comunicación es un elemento importante de esta teoría puesto que analiza las representaciones, ideas y formas de ver el mundo enmarcadas dentro de un proceso complejo y no sólo de simple reproducción, sino de retroalimentación. En este caso, Internet es la herramienta de comunicación que, a través de Facebook, difunde contenidos de los significados del cuerpo contenidos en una representación social –es uno de ellos la exhibición del erotismo de una forma insistente y exagerada.

Las representaciones sociales se van formando de acuerdo con los significados que se le atribuyen a determinado fenómeno o cosa, o lo que se sepa y se entienda de él o ella (es un conocimiento adquirido socialmente y reafirmado con procesos comunicativos en la vida cotidiana).

La cuestión de cómo se perciban las mujeres –y a sus cuerpos- implica que hay un conocimiento que previamente se ha formado: lo que entienden por ser mujer, las

referencias culturales aportadas desde la convivencia en sus núcleos inmediatos como la familia, escuela, trabajo e instituciones con las que interactúan, y a su vez por los medios de comunicación.

En este sentido, indica Denise Jodelet que la representación social es “una forma de conocimiento típica de sociedades vertiginosas de la información” (Ángela Arruda, 2012) en la que no se pueden generalizar los hechos debido a la celeridad de cambios que suceden en la comunicación observados en conjunto con las TIC. Esto es lo que reflejan las fotografías de Facebook: los usuarios y los contenidos que ahí se publican se hacen en un tiempo fugaz y altamente dinámico, que hace imposible plantear generalizaciones respecto de quiénes y qué comparten; aunque con la TRS sí se pueden identificar algunas representaciones por medio de imágenes.

Violencia de género

Hay un significado encontrado en la representación social del cuerpo femenino compartido en las redes sociales: la violencia de género. Por ello ya diversos organismos han tratado de hacer conciencia sobre el tema y han intervenido y colaborado para generar instrumentos en el ámbito internacional, que luchen en contra del fenómeno. Por ejemplo, los acuerdos emanados de la convención realizada en Belém Do Pará, Brasil, el 9 de junio de 1994, y que exhortaron a las autoridades a tomar medidas para erradicar la violencia, en este caso

en los medios de comunicación; además de incentivar debates en torno a la violencia de género para reeducar a la sociedad.

Pero para conseguir lo anterior se presentó la necesidad de definir a este tipo de violencia. La Declaración de la IV Conferencia Mundial sobre las Mujeres, en Beijing (1995), lo hizo de la siguiente manera:

La manifestación de las relaciones de poder históricamente desiguales entre mujeres y hombres, que han conducido a la dominación de la mujer por el hombre, la discriminación contra la mujer y a la interposición de obstáculos contra su pleno desarrollo. La violencia contra la mujer a lo largo de su ciclo vital dimana esencialmente de pautas culturales, en particular de los efectos perjudiciales de algunas prácticas tradicionales o consuetudinarias y de todos los actos de extremismo relacionados con la raza, el sexo, el idioma o la religión que perpetúan la condición inferior que se asigna a la mujer en la familia, el lugar de trabajo, la comunidad y la sociedad. La violencia contra la mujer se ve agravada por presiones sociales, como la vergüenza de denunciar ciertos actos; la falta de acceso de la mujer a la información, asistencia letrada o protección jurídica [...] las imágenes de violencia contra la mujer que aparecen en los medios de difusión, en particular las representaciones de la violación o la esclavitud sexual, así como la utilización de mujeres y niñas como objetos sexuales, y la pornografía, son factores que contribuyen a que se perpetúe esa violencia, que perjudica a la comunidad en

general, y en particular a los niños y jóvenes (Apartado D, cláusula 118).

De modo que la violencia de género se traduce en una manifestación de poder que no sólo es física, sino que es más compleja y que se comparte culturalmente y en donde además operan ciertas herramientas para arraigarla, indica Marta Plaza Velasco (2007), como el lenguaje que hay dentro del cine, la televisión, la publicidad y el Internet.

La violencia psicológica, que a diferencia de la violencia física es más sutil, también provoca daños severos a la integridad de las mujeres, pues atenta contra su autoestima y desarrollo. La violencia psicológica adherida a la representación social sobre el cuerpo encuentra su auge en las expresiones que implican poder y subordinación (chistes, agresiones verbales, frases obscenas hacia las mujeres).

Por otro lado, la forma en la que se percibe el cuerpo de las mujeres guarda esa violencia psicológica: las ideas sobre cómo debe de ser (que por un lado presume la hiperdelgadez, la tez blanca, rasgos afinados como nariz respingada, pómulos delineados y estatura alta, mientras que también se observa la preferencia por volúmenes prominentes de nalgas y bustos, pero en una figura delgada) involucra una construcción social que, erróneamente, se entiende culturalmente como natural, incluso en ocasiones pareciera imperativo para las mujeres o

como condición de aceptación y valoración positiva en la sociedad.

Pero este tipo de agresión pasiva se refiere más que a la violencia física, a la psicológica, que se define en la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia como: “Cualquier acto u omisión que dañe la estabilidad psicológica, que puede consistir en: negligencia, abandono, descuido reiterado, celotipia, insultos, humillaciones, devaluación, marginación, desamor, indiferencia, infidelidad, comparaciones destructivas, rechazo, restricción a la autodeterminación y amenazas, las cuales conllevan a la víctima a la depresión, al aislamiento, a la devaluación de su autoestima, e incluso al suicidio.” (Artículo 6, fracción I).

Los aspectos que integran la definición de la violencia psicológica se imbrican en muchas relaciones en que viven las mujeres cotidianamente. Los medios de comunicación contribuyen a reforzar muchas de esas relaciones. Un ejemplo claro son los anuncios de la cerveza Tecate que en tono cómico estereotipan a las mujeres y las hacen parecer tontas, dependientes, sumisas... son ridiculizadas. Este tipo de publicidad encuentra su éxito en la medida en que la sociedad se ve reflejada en él y a ello se debe que tenga un numeroso público, sobre todo masculino, que cataloga esos comerciales como acertados.

Las características de la violencia psicológica según la definición ya citada de la Ley pueden ser factores que, debido a su reafirmación, a la “normalidad” y

“naturalidad” con que la sociedad los percibe se vuelvan parte de nuestra vida cotidiana. De hecho no es extraño saber de los casos en que existe uno o más de estos rasgos en las relaciones de pareja y sin embargo no se hace nada para combatirlo. Pareciera que la violencia y el poder que el hombre detenta sobre la mujer están ya convenidos implícitamente en la sociedad.

Ello explicaría por qué la sociedad minimiza la violencia psicológica y la encasilla en un ámbito privado, doméstico, haciendo parecer que no tiene mayor relevancia.

Violencia psicológica en los medios de comunicación

La participación de los medios de comunicación en la violencia psicológica está presente en la televisión –en contenidos y comerciales–, Internet y la publicidad de anuncios espectaculares, revistas, periódicos, entre otros, los cuales: “hipervisibilizan los cuerpos de las mujeres, cayendo incluso en una violencia de la representación de los cuerpos” (Belén Martín Lucas, 2010: 70).

[...] Los medios influyen en la conformación identitaria y social en mayor dimensión que otros agentes socializadores como la familia, la escuela o los grupos de iguales. Ahora bien, en esta construcción nunca se actúa con neutralidad. A lo largo de todo el proceso informativo, influido por la estructura empresarial, la cultura profesional periodística,

el contexto sociocultural y la idiosincrasia individual, los medios no son neutros en su representación y construcción de la realidad. Al contrario, todo este proceso responde a una determinada visión del mundo [incluyendo al género], esto es, a una ideología definida como conjunto de valores y creencias que conforman las interpretaciones del mundo de cada individuo. Con todo, si esta ideología coincide con los valores dominantes se vuelve omnipresente y por esa razón irreconocible, favoreciendo así que opere a través de una dinámica inconsciente e incluso no intencionada [...]. (Belén Martín Lucas B. 2010: P. 75)

Por ello los *mass media* y los multimedios tienen un gran impacto en nuestra cultura. Además, en parte son los responsables de promover de manera sutil la violencia que fomenta la interiorización de modelos de género sexistas; afecta la autoestima de las mujeres y afianza los patrones de dominación y violencia por parte de hombres y de las propias mujeres al aceptar y (en el caso de Facebook) reproducir las imágenes de su cuerpo, que muestran la interiorización de un patrón y en ocasiones su anhelo por alcanzarlo. Sobre esto, Belén Martín Lucas sostiene:

La verdad mediática invisibiliza a las mujeres [...], el análisis discursivo revela una transmisión de estereotipos sobre mujeres y hombres que refuerzan los roles de género tradicionales, infravalorando u ocultando la capacidad de acción de las mujeres; erotizando, sexualizando y

frivolizando su tratamiento hasta convertirlas en objetos sexuales; desvalorizando sus cualidades profesionales: infantilizándolas, subordinándolas y victimizándolas. La verdad mediática recurre a una representación fuertemente estereotipada, explotando el papel de estos estereotipos como prescripciones ideológicas para el comportamiento de género que contribuyen a mantener el orden social, desempeñando por ello un papel vital en la lucha por la hegemonía... (Belén Martín Lucas, 2010: 84).

La imagen que promueven la mayoría de los medios de comunicación en México, y sobre todo los de televisión abierta, se han encargado de reforzar la imagen la mujer que generalmente es sumisa, débil, como ama de casa, esposa u objeto sexual, y no considera nuevos roles, diferencias raciales o de ocupación. De hecho en Facebook podemos observar cómo se han interiorizado estas ideas al grado que son los usuarios quienes las refuerzan, pues no olvidemos que esta aplicación es interactiva y no pasiva: los usuarios pueden subir lo que tengan en mente, sea con texto o con imágenes.

Más que sólo una incidencia los *mass media* y los mutimedios, y específicamente ahora las redes sociales, contribuyen a la creación de la realidad; a ello se le suma que en México se dé una fuerte tendencia a imitar -para tratar de empatar- los cánones de belleza anglosajones por parte de mujeres mestizas e indígenas, quienes conforman parte de la población mexicana.

El concepto mismo de belleza tiene una alta implicación en la construcción de la identidad de las personas, y dentro de esta identidad se encuentra la subjetividad, misma que se compone social y psicológicamente: el cómo ser hombre o mujer es parte de la configuración, y esos cómo se forman dentro de roles y estereotipos.

Uno de los estereotipos que históricamente se ha asociado con la identidad de las mujeres es el de ser o existir para el amor, tener ese objetivo de vida: el de realizarse como esposa y madre. De lo contrario, las mujeres que no se dedican a este ámbito son muchas veces tildadas de “quedadas”, cuyas existencias se comparan a un ser mutilado, es decir: socialmente son tratadas como personas con alguna disfunción.

A pesar de que en últimos tiempos, sobre todo en ciudades, hay mujeres que comienzan a elegir no tener hijos o no depender de una pareja y no por ello se sienten menos o incompletas, su elección aún pasa por un sinfín de prejuicios e ideas que atentan contra sus elecciones.

La idea de que la mujer debe de ser esposa o madre para sentirse realizada está todavía ligada a su identidad, mientras que uno de los satélites que orbita en la búsqueda de ese ser para el amor es justamente la sexualidad.

Por su parte, el erotismo es el atavío de esa sexualidad, el envoltorio bajo el que ésta se presentará de manera intermitente a los otros y que tal vez permita alcanzar la realización del cometido amoroso. El erotismo entonces

está relacionado con la identidad de género de las mujeres.

4.3.1 Identidad de género: las mujeres educadas como seres para el erotismo y el amor

La identidad de género se ubica en el ámbito de la subjetividad y se define como “un producto de la conformación de las personas como diversidad y síntesis biopsicosociocultural” (Marcela Lagarde, 1998). Esto quiere decir que las personas son formadas por procesos sociales, muchos de los cuales se han construido con base en argumentos biológicos, como dando por hecho que cierta peculiaridad de la naturaleza en los seres humanos es determinante y entonces por medio de ella se justifican muchas creencias.

Del mismo modo, la psique y su estructura se conforman por la afectividad y por el uso de lo que conocemos como raciocinio, es decir, la intelectualidad:

[...] Es la mezcla de afectos experimentados y la inteligencia, memoria, olvido e imaginación: la subjetividad se expresa en los sentires, en las preocupaciones y en los pensamientos, en la imaginación, en los sueños, en las fantasías, en el humor y en todos los lenguajes del sujeto, simbólico, gestual, verbal, imaginario, estético, concretados dentro y fuera de sí en sus deseos, sus formas de ser, de estar y de actuar en el mundo. (Marcela Lagarde, 1998 P. 10).

Siguiendo esta línea, digamos entonces que el hecho biológico de nacer con pene o con vagina hará que la sociedad vuelque todas aquellas convenciones que en su terreno ya se han cosechado para sus futuros miembros, lo que a su vez determinará a los nuevos seres en sus sentires, pensamientos, elecciones y afectos respecto del otro género y del mundo: el género dirigirá las formas de ser y de actuar en términos de masculinidad o de feminidad.

Lejos de ejercer una sexualidad con fines únicamente reproductivos, la sociedad ha creado un complejo artifice alrededor de este hecho, en donde hombres y mujeres ocupan lugares que les son asignados para poder ejercerla. Asimismo, dentro de este ejercicio los hombres encuentran mayores ventajas y menos presiones; caso contrario al de las mujeres, ya que la organización patriarcal ha provocado que ellas no sean dueñas de sus cuerpos y por tanto tampoco de su sexualidad y mucho menos de su placer. Al respecto, Foucault (1980) sostiene que la sexualidad se lleva a cabo en el cuerpo, y que éste se encuentra inmerso en un campo político. Un terreno en donde existe un dominado y un subsumido: el cuerpo de las mujeres es expropiado, su sexualidad es lo que los hombres necesitan para detentar el poder (Marcela Lagarde, 2005).

Es por ello que el erotismo ostentado por la mujer es en mayor medida el que ha sido construido por la organización patriarcal, es decir, con las características que ésta dicta, no por cómo las mujeres se sientan. Así, ese

erotismo encuentra cabida en la identidad femenina y es mediante el cuerpo y sus atavíos como se ejerce.

Dicho erotismo tiene una de sus anclas en lo visual, ya que por medio de la mirada se aprecia qué tanto se es erótica para los demás: el erotismo de las mujeres es para el otro (Marcela Lagarde, 2005), es decir, no es un acto fuera de sujeción, es para la complacencia de las miradas en el terreno sexual. En la cultura occidental es muy característico que los hombres atribuyan mucho peso a la cuestión, claro, porque tiene que ver también con su nivel de poder.

Hay que poner atención a este fenómeno de lo visual, ya que, si lo erótico se basa en cierta medida en ello, la sociedad a sabiendas de esto ha explotado hasta el límite tal relación y la ha usado en el terreno del *marketing*.

En otras palabras, lo que impacte a la mirada vende (contribuye a incrementar ganancias económicas), y una forma de impactarla es ofrecerle contenidos eróticos debido a la fuerte relación de este aspecto con el deseo y el placer sexual.

Conforme a esto, dado el contexto de las sociedades de la información y la prevalencia de una casi adoración hacia lo visual (Castells, 1999) el erotismo no se ha exentado de la expansión -por medio de imágenes- en lo que pareciera la satisfacción y el goce de las masas, sino que ha atravesado el umbral de la comunicación para convertirse en un elemento fuertemente visibilizado en las redes sociales.

Dado que el erotismo es parte importante de la sexualidad, Daniel Cazés (2000) explica que el cuerpo es el que presume ese erotismo a partir de una gama de significados sexuales que está atravesado por una serie de normas, es decir, de la forma en que cada género asume su erotismo (no hay que olvidar que también por medio de éstas se construyen la masculinidad y la feminidad).

Mientras que el sexo (nacer con pene o vagina) es el requisito para saber qué género se asignará a cada persona, la sexualidad será el ejercicio de esa asignación. Quien se salga de ello estará fuera de la norma y será cuestionado –aunque en tiempos recientes la lucha de las personas con preferencias sexuales diferentes ha ganado terreno y se han adquirido derechos–; el género y la sexualidad serán para cada individuo una especie de “destino o mandato en sus vidas” (Daniel Cazés, 2000).

Además, esas vidas encontrarán que la cultura refuerza lo que van aprendiendo que deben de ser, nos dice Daniel Cazés (2000), mediante lenguajes corporales, modos de pensar, que conforman todo lo que tiene que ver con la sexualidad y que se ajusta con el designio heterosexual. En sociedades como la mexicana se generan serios problemas de discriminación hacia personas que salen de esa heterodesignación, misma que se vuelve como una especie de molde que provoca que hombres y mujeres construyan su identidad con esta base y que se reafirmen dentro de este marco de la sexualidad, independientemente de las cuestiones de reproducción.

Marcela Lagarde (1993) explica que la sexualidad de las mujeres es un criterio más en donde se aprecia la edificación de una elaboración social, cuya característica principal es que ellas no tienen autonomía sobre sus propios cuerpos.

Con base en el mito religioso católico de la Virgen María se ha construido un argumento donde se piensa que las mujeres son puras, castas, que sólo pueden participar de su cuerpo al momento de la procreación y que el erotismo es para las “pecaminosas”. Esto se sustenta, según el mito, en que María procreó a su hijo no gracias al semen de algún hombre terrenal, sino al Espíritu Santo; se sobrentiende que no fue tocada, no fue penetrada, no perdió su hábito de divinidad. Por lo mismo, sólo se alude a lo valioso de su vientre, nunca a su vagina, mucho menos a su clítoris (Marcela Lagarde, 1993).

En la sociedad occidental, cuya moral se sirve en gran medida de la religión católica, se busca a una mujer casta para el matrimonio, pero lo suficientemente erótica para que despierte ese deseo carnal del otro, quien luego depositará su semilla en beneficio de la reproducción de la especie.

Tener un lugar en la sociedad no es algo dado *per se*, sino que involucra un gran número de procesos con los cuales se va formando nuestra identidad. Parte de ella es la subjetividad.

Uno de los éxitos de Facebook es permitir la inclusión de la subjetividad de los usuarios, de modo tal que

interactúan con los otros sin dejar de lado sus deseos y sentires –lo cual se puede mostrar ya sea con comentarios, imágenes, música, etc.–. Aunque también hay quienes usan esta herramienta para cuestiones profesionales.

“El tiempo funciona en la subjetividad de modo que lo pasado está tan presente como el futuro que aún no ocurre, y el presente es tan fugaz que difícilmente puede ser experimentado.” (Marcela Lagarde, 1998: 16).

La subjetividad es como un acumulado de distintos tiempos y procesos en cada persona, pero que generan una percepción y una identidad, una forma de estar en este mundo: “El sujeto es todo lo que ya no es y ha concentrado en su cuerpo vivido y en su mundo inmediato y propio, es lo que está siendo, y es lo que se dispone a ser.” (Marcela Lagarde, 1998: 17).

Los deseos, sentimientos, en conjunto con las expectativas y experiencias de los usuarios se combinan a través de la red con características que vienen de una condición histórica de las mujeres, que es básicamente la de subordinación. El intercambio de información que ocurre en este marco –el de la Sociedad de la Información– y la cultura que se intercambia, son factores que afirman, conforman y retroalimentan la identidad de las mujeres.

La identidad se construye por la permanente interacción con los otros, pero sin dejar de lado la percepción que tienen las mujeres sobre sí mismas. Para comprender el fenómeno es necesario recurrir al estudio de la

intersubjetividad: la interacción y la experiencia propia. Dentro de la identidad de las mujeres existe, como decíamos, una fuerte orientación hacia la consecutiva búsqueda del amor, pues la sociedad busca definir a la mujer como sujeto afectivo dentro del ámbito doméstico, por lo que existe la creencia de que la socialización de ellas debe dirigirse hacia la búsqueda y ejercicio de su “cualidad” amorosa, ya sea como novia, esposa, madre, etc. (Maquieira, 2001). Ello, como parte de la identidad, explica el hecho de que el amor sea perseguido afanosamente por muchas mujeres para cumplir con un requisito social y permanecer en el orden normativo.

Amor y sexualidad forman entonces una relación importante para la identidad de las mujeres, lo que se exterioriza y materializa en cierto modo en el arreglo personal y en lo que se proyecta a los otros (ya sea en imágenes o palabras dentro de las redes virtuales) involucrando a otro aspecto: la moda.

La identidad está integrada por símbolos culturales e innovaciones a partir de la experiencia, lo cual pone de relieve la importancia de la cultura para la identidad de cada persona.

Entonces, si la identidad se conforma a partir de un proceso complejo de interiorización de representaciones sociales, no se quedan fuera las que tienen violencia de género; lo cual explica que este tipo de actos se siga reproduciendo y fomentando de manera imperceptible. Ese saber se refleja también en el uso que le damos a

las herramientas de las tecnologías que utilizamos diariamente.

El fenómeno social en la tecnología

Las redes sociales virtuales se han convertido en un reflejo de la sociedad y en el medio a través del cual se difunden comportamientos, tendencias en lo estético, intelectual, humor y un sinnúmero de aspectos del acontecer diario.

Un fenómeno como la moda no puede pasar de largo en este análisis, ya que al ser aquella una tendencia repetitiva en el atavío de las personas, se vuelve necesaria la reflexión sobre las pautas culturales que tienen los usuarios de las redes sociales.

La moda tiene aspectos que son sobre o infravalorados por el resto, es decir, tiene toda una carga de valores, ideas, juicios que la modelan. Por ello, el siguiente apartado reflexiona sobre el vínculo entre moda, erotismo y la materialidad en la que se sustenta el cuerpo femenino.

4.4 La moda, el erotismo y el cuerpo de las mujeres: la representación social y la violencia

Las redes sociales en la actualidad demuestran la necesidad de la continuación y retroalimentación de un análisis sociológico con perspectiva de género, al encontrar en ellas fotografías que ponen énfasis en la extrema erotización del cuerpo de las mujeres, a esa

objetualización que investigadoras como Olga Bustos (2011) han puesto de manifiesto que se difunden por distintos medios.

Es importante aclarar que, a pesar de que socialmente existe un condicionamiento estético al momento de pensar en el cuerpo, este trabajo no se enfoca al fenómeno estético o de percepción social de la belleza, sino al aspecto de la violencia de género que se esconde en el hecho de que se valore a las mujeres en función de la hipererotización de su cuerpo; es decir, la insistencia de la publicidad, la reiteración de la idealización física de las mujeres e incluso la participación de ellas cuando suben sus fotografías como si estuviesen ofreciendo algún producto. Esas imágenes tienen una gran importancia para el tema que nos ocupa, pues la corporeidad y sus significados están inmersos en el tejido de la misma (David Le Breton 2005).

Le Breton (2005) resalta la construcción social que deviene del cuerpo, pues el cómo se aprecie y se atavíe depende del contexto cultural y social, además de la relación que tiene con “la vida subjetiva, como los sentimientos, el sufrimiento”, etc. El autor indica que es del cuerpo de donde nacen las representaciones que constituyen la base de la existencia individual y colectiva, contando siempre con la mirada del otro para concretar esa representación. “El cuerpo es atravesado por la educación recibida desde la infancia, pero que se prolonga a lo largo de la vida y se alimenta de experiencias y conductas externas por medio de las cuales se

asimilan comportamientos que luego se hacen propios” (David Le Breton 2005: 21).

Lo que ha sucedido con las mujeres es que desde pequeñas se les enseña a estar a la disposición de los demás... más grandes, la sociedad las educa para erotizar y entonces sucede que nunca encuentran un desarrollo pleno. Se obstaculiza el potencial que tienen de canalizar aptitudes a ámbitos que pueden redituárlas en satisfacciones y estabilidad psicológica, como en lo profesional, deportivo, amoroso, etc.

Además, hay una insistencia y contribución de los medios de comunicación e Internet, como ya se decía, sobre el importantísimo papel que juega la representación social de la que se habla (ser una mujer joven, bella, erótica, etc.) para acceder al éxito personal y profesional.

Por su parte, la moda sirve en cierta medida para generar esa repetición de formas de ser –y verse– pero mostrada en la ropa, principalmente. Kroeber define a la moda como la “serie de pautas culturales adoptadas en contextos determinados, con base en la vestimenta, y que poseen ciertos elementos de atractivo erótico, muchas veces sublimado por la búsqueda de la belleza” (Begonya Enguix, 2013).

La función de la ropa en una idea esencial es la de cubrir el cuerpo dependiendo de las necesidades que surgen del ambiente o clima en que se vive; sin embargo, nos dice Kroeber, no hay que olvidar que la sociedad ha combinado esa cubierta con “la novedad, la clase social,

el género, el grupo étnico y la edad” (Begonya Enguix, 2013).

Sobre la identidad de las mujeres y su relación con la moda, nos damos cuenta de que hay una referencia muy marcada entre esta última y la sexualidad, es decir: siempre se hace alusión a que se es mujer y a que, además, se está en la misma frecuencia que marca la sociedad y la industria de consumo.

Joanne Entwistle (2002) hace un interesante análisis de la relación entre el cuerpo y la moda y de su conexión con la sexualidad y el género. Sostiene en primer lugar que “los cuerpos humanos son cuerpos vestidos” (P. 19), por lo que la práctica del vestir se ha convertido en una cuestión básica de la sociedad que está presente en todas las culturas, incluidos “adornos como aretes, tatuajes, perforaciones, etc.”, todo ello como manifestaciones culturales y con el fin de mostrar ya sea embellecimiento, estatus social, poder, y que encaja con la identidad de las personas.

La ropa y los accesorios no son una cuestión aislada o ajena al entorno social, sino que aportan significados que hacen saber a los demás quién se es, mientras que el ser está en permanente relación con una identidad.

Cuando las mujeres han interiorizado las pautas culturales que forman su identidad –debido a procesos psicológicos individuales y colectivos–, se contribuye a la generación de una representación social que encuentra su materialidad en el atavío del cuerpo.

La moda y el vestir, nos dice Joanne Entwistle (2002), forman parte de la identidad y de lo que se desea expresar sin necesidad de hablar, pero que viene de alguna forma impuesto por el significado que le atribuye la sociedad y por ende, se trata de un aspecto que atraviesan tanto la moralidad y las normas. El concepto de “las tecnologías del yo”, aportado por Michel Foucault y al que Entwistle (2002) hace referencia, indica que hay diferentes estilos impuestos en formas específicas históricas en las que se requiere que las personas se conviertan en determinados tipos de seres humanos.

Otra definición que abarca a mayor profundidad la moda y que la expone como parte esencial de la sociedad moderna, de una sociedad como la que vivimos, es la siguiente:

Es un sistema histórico y geográfico de la producción y organización del vestir, que surgió en el siglo XIV en las cortes europeas, especialmente en la corte francesa de Luis XIV, y que se desarrolló con el auge del capitalismo mercantilista [...] La explicación de Wilson, por ejemplo, sitúa a la moda como una característica en el surgimiento y el desarrollo de la modernidad occidental. (Joanne Entwistle, 2002: 63).

Históricamente, junto con el proceso capitalista, se ha ligado particularmente a las mujeres con la moda, aunque no precisamente en un aspecto positivo, sino frívolo, vanidoso y erótico. Además, desde entonces se

ha dado la relación tan estrecha entre género y moda: “La moda está obsesionada con el género, define una y otra vez las fronteras del género” (Joanne Entwistle, 2002: 173). Es la forma en que las personas anuncian su sexo: en nuestra cultura no es extraño ver el color rosa asignado a las mujeres y sobre todo a las niñas desde su etapa lactante hasta la edad adulta. Aunque en la etapa de la niñez es cuando aún no se puede diferenciar la apariencia de acuerdo con la concepción “masculina o femenina” -siempre con la imposición heterosexual de por medio-. Así, los bebés varones son vestidos con ropa de color azul (Joanne Entwistle, 2002):

Las prácticas del vestir evocan a los cuerpos sexuados, llaman la atención hacia las diferencias entre los hombres y las mujeres, que de otro modo podrían estar ocultas. El cuerpo se invoca tantas veces a través de la indumentaria, que tendemos a dar por sentado que la chaqueta que lleva un hombre exagera sus anchos hombros y el escote realza el cuello y el pecho de la mujer. (P. 174).

La forma de vestir da sentido a los cuerpos y hace parecer que se trata de una cuestión natural de los mismos, es un hecho que también se argumenta que el atavío casi corresponde a un asunto biológico.

En el caso de las mujeres la moda sirve para que muestren su feminidad y con ello remarquen su sexualidad; es como una especie de ecuación en donde la feminidad tiene que ser compatible con la sexualidad,

así como la mujer compatible con la idea de cuerpo. Y aunque la moda sea pasajera, la constante es que siempre se transmiten signos sobre si se es hombre o mujer.

De acuerdo con Tsëelson (Joanne Entwistle, 2002), el hecho de que la moda –y el cuerpo– esté fuertemente asociada con las mujeres y con la sexualidad, tiene su origen en los antiguos mitos de occidente, lo cual tiene impacto hasta nuestros días:

Desde las enseñanzas transmitidas por la religión judeo-cristiana basadas en el Antiguo Testamento hasta las cartas apostólicas a San Pablo, se hablaba de una relación de las mujeres con las tentaciones de la carne y los adornos que portaban, pues en su cuerpo alojaban el deseo de los hombres y por tanto, su corrupción y distanciamiento del camino del bien y de Dios. (Joanne Entwistle, 2002: 182, 183).

De este modo se tejió una moralidad que evitara que las mujeres pudieran causar la perdición del hombre al mostrar su cuerpo, por lo que nació una forma específica, normativa y ante todo represiva sobre cómo debían de vestir para evitar incitar a los hombres al pecado, imponiendo con ello la falta de adornos y la modestia en su vestuario.

Sin embargo, otra vez encontramos un doble mensaje, ya que por más que las mujeres se vistieran con sumo recato, la relación entre su cuerpo y su sexualidad no se erradicó. Aún con el total recubrimiento de su

cuerpo, siempre estuvo presente la mirada que intentaba desnudar e “imaginar” la carne que se ocultaba bajo sus prendas:

La ropa, a través de su proximidad con el cuerpo, encierra el juego de la modestia y de la explicitud sexual, la negación y la celebración del placer (Tsëelson, 1997: 14), de modo que, mientras la ropa vela el cuerpo y oculta su desnudez, también puede realzarlo y conseguir desviar la tentadora mirada que se dirige a la carne. Este juego de modestia y exhibicionismo es bastante normal en la cultura occidental. (Joanne Entwistle, 2002: P. 183).

Tsëelson dice que ante los esfuerzos de la iglesia católica y en general de la cultura emanada de las tradiciones judeo-cristianas alrededor de las mujeres y su atavío, se ha generado la asociación de esta relación con la moral, el pecado y la incitación al deseo.

Esta fue la manera en la que se ramificaron las distinciones en el vestir que aludían -y lo siguen haciendo- a una condición social, económica, de clase, raza, etc., para indicar si se es una mujer rica, recatada, buena, pero que generalmente y dado el doble juego, representa a su género y a su sexualidad.

La identidad de las mujeres aloja a la feminidad que debieran de representar debido a esta histórica relación, ya sea para tratar de exacerbar el deseo de los hombres en el cumplimiento de los mandatos sociales y como persona encaminada a conseguir el éxito amoroso, o

bien para complacer a su pareja cuando ya la tiene – aunque popularmente se piensa que una vez que las mujeres “consiguieron” marido dejan de darles gusto y no se arreglan más.

Además, la apariencia y el atavío de prendas –así como la disimulada y otras veces hipervisibilizada alusión de su sexualidad– tienen gran impacto en la valoración social en función de su apego por la norma que dicta que se debe de “ser femenina” por ser mujer.

La antropóloga social Begonya Enguix (2013) hace un interesante análisis respecto del papel de la moda en las sociedades urbanas contemporáneas, en el que sostiene que en mayor medida en la actualidad existe una mezcla entre la **imagen**, el cuerpo y la moda, que posee una importante potencia.

De tal modo, continúa la antropóloga, el cuerpo tiene un lenguaje propio y una identidad y también es un medio para comunicar en esta época de “creciente tendencia de culto al cuerpo”, a través de su exaltada representación en los medios de comunicación. Aunque hay quien afirma que ahora la moda se encarga más de desvestir que de vestir al cuerpo.

Haber interiorizado este control podría causar que las mujeres se sientan o piensen incapaces para ámbitos que no tienen que ver con la sexualidad o el amor, ámbitos que incluso podrían facultar a la mujer del poder de elección consciente sobre sí misma, al tiempo que se descon-figuraría la dominación de la relación hombre-mujer.

No se propone que se abandonen prácticas culturales relativas al ámbito estético o incluso al erotismo: se trata simplemente de cambiar el mensaje, desligar la representación social unilateral del cuerpo femenino con la relación exacerbada erótica y sexual que se le ha dado y que ha hecho posible la falta de autodeterminación. Se trata más bien de integrar el cuerpo a otra esfera, a otra concepción en donde se libere de la subordinación y ello puede lograrse si aquél se deja de percibir como objeto sexual en las nuevas formas de socializar.

Martha Lamas (2000) explica la idea de Judith Butler acerca de que, a diferencia de las mujeres, los hombres “pueden disponer de sus cuerpos y hacerse distintos de éstos”, lo cual hace que ellos trasciendan y se conviertan prácticamente en el sustento de la conciencia; mientras que la mujer, al reafirmarse solamente como cuerpo, se atrapa a sí misma dentro de él, limitándose a ser partícipe de la trascendencia.

Este hecho no es algo consciente, pero es donde se apoya la violencia de género para seguir existiendo y perdurando en las conciencias no sólo de los hombres, ya que la mujer ha sido socializada para soportar este tipo de violencia mediante factores culturales que estimulan esos comportamientos, pues se trata de una violencia que se soporta en silencio y se legitima en costumbres, que muchas veces se justifica en “tradicición” cultural (Quiterio B, Gisela, 1994). Es ya sabido que históricamente las mujeres y sus cuerpos han sido objeto de deseo y control por parte de los hombres.

Todos estos aspectos que van en contra del desarrollo pleno de las mujeres deben de ser descubiertos, develados y exteriorizados para atacar otras áreas, como la también histórica y pobre relación de las mujeres con la tecnología.

4.5 Género y tecnología

Para reflexionar sobre las mujeres y la forma en que experimentan, viven, perciben y se relacionan con la tecnología es necesario desentramar este concepto, no como comúnmente se maneja, sino de acuerdo con las transformaciones de las herramientas que se dan en un contexto dado por las personas que se adaptan a su entorno; en este caso en relación con las mujeres de las sociedades occidentales respecto de cómo usan las tecnologías de la información y comunicación (TIC).

La construcción social de la tecnología

La tecnología es “un conjunto de saberes articulados no sólo científicos, sino técnicos, intuitivos, imaginativos, etc.” (Beatriz Fainholc, 2004), que las personas utilizan tanto en su vida cotidiana como en sus quehaceres más elaborados, incluidos los profesionales. El inicio de la tecnología tuvo lugar gracias a la necesidad de responder a un medio hostil, en el que se daba lugar a un largo proceso de adaptación (Laura Tremosa, 1986).

La tecnología es un aspecto muy importante para la sociedad pues su producción está estrechamente ligada a la cuestión del cómo y para qué se utilizan las herramientas (en el ámbito industrial y de comunicación) y con ello se expone su orientación y formación. Es decir, hacia quiénes se dirige y quiénes son los que la construyen.

Si bien es cierto que en cada momento histórico la tecnología ha sido objeto de polémicas críticas⁷, también es cierto que en un momento como éste, una época en que las tecnologías de la información (TIC) y su uso frecuente son principales herramientas para la vida cotidiana, hay que analizar las afectaciones que tienen éstas sobre el comportamiento colectivo e individual. Es el motivo por el que se han desatado una ola de numerosos estudios críticos de las más diversas posturas, máxime en una sociedad que se torna compleja por la acelerada transmisión cultural y por el hecho de estar frente a un medio, que a diferencia de otros, por ejemplo del televisor -en el que el papel del sujeto es receptivo, pasivo-, con Internet se experimenta una dinámica interactiva, que da lugar a la comunicación interpersonal.

Román Gubern (2006) define a las personas de la sociedad como animales culturales que han podido formar una civilización, dentro de la que los medios de comunicación son cada vez más relevantes y cuya cultura

7 Ya en su momento tocó a Charles Baudelaire apuntar en 1859 contra la invención de la fotografía su “servilismo reproductor mecánico” opuesto a la creación y a la invención artística.

tiene la particularidad de tener un gusto ferviente por los contenidos visuales.

Es cierto que el éxito del Internet radica por un lado en la fácil y rápida comunicación, pero también se debe a la importancia de que es un multimedio en el que se pueden intercambiar todo tipo de imágenes; además de que empata con la primacía de lo visual por sobre otros sentidos en las culturas occidentales, en donde se está acostumbrado a la sobrexplotación de las imágenes.

La referencia de Gubern (2006) hacia McLuhan lo aclara: "...Las imágenes [son] portadoras de universos, diseñados y difundidos para satisfacer las apetencias emocionales de su audiencia, [...] muchas de las cuales aluden al erotismo ya que constituye el señuelo supremo para la mirada". Así se apuesta por la exacerbación de lo visual en nuestra cultura, más aún con la tecnología informática.

Por ejemplo, ahora en Facebook y otras redes los creadores de contenidos ya advierten que no hay que publicar artículos largos o de profundidad, puesto que el lector los abandona porque prefiere informarse por medio de cuestiones más gráficas que escritas, aunado a que no puede "perderse" de toda la información que se está publicando minuto a minuto.

Un aspecto que entra también en este juego de lo visual es que ahora las TIC permiten observar las representaciones sociales que dominan las percepciones de los usuarios, bajo las cuales orientan sus vidas día a día, aunque no hay que olvidar que muchas de las ideas

que rigen aquellas representaciones –compartidas en la sociedad mexicana- obedecen a la configuración de la organización patriarcal, lo cual impacta también en la tecnología y en el modo de usarla.

Al respecto, explica Laura Tremosa (1986) que por causa del pensamiento patriarcal fue que la tecnología comenzó a concebirse como una herramienta, tanto en su práctica como en su invención, como una cuestión perteneciente y exclusiva de los hombres. No se puso suficiente énfasis en que las mujeres confeccionaron herramientas para poder facilitar el alimento a sus crías, elaboraron vasijas que más tarde cocieron al fuego -con lo que se dio origen a la cerámica- y que en la agricultura tuvieron un papel esencial en sus inicios y en su posterior desarrollo.

Las mujeres tuvieron un enorme acercamiento con la tecnología desde sus inicios, pero lo que pasó después fue una especie de disección en el camino y en la medida en que la tecnología se iba haciendo cada vez más compleja, explica la autora, ésta se iba distanciando cada vez más de “la vida doméstica y del quehacer cotidiano”, en apariencia, pues aunque de forma pasiva, las mujeres siempre se han servido de ella y la han seguido utilizando.

Aquella separación se dio en la etapa industrial, en donde la mecánica y luego la electricidad comenzaron a crear un lenguaje y artefactos propios, mezclándose ya con la adquisición de poder económico (Laura Tremosa, 1986: 8-9).

A esto hay que añadir que esta creación y paradigma tecnológicos menosprecian las aptitudes de las mujeres, justificándose con la fuerza física de los hombres, (principalmente en la operación de maquinaria) que se traduce nuevamente en un argumento de corte biologicista para sustentar la exclusión, pues la fuerza física no basta para justificar el rezago de las mujeres en esta área ni mucho menos en el ámbito de la investigación, pues en éste como en muchos otros campos ni siquiera es necesaria.

Con este argumento se ha sustentado un fenómeno que continúa vigente: la discriminación y marginación de las mujeres en la creación, difusión y uso de la tecnología.

Pareciera que en el imaginario colectivo la cuestión de la tecnología se piensa como algo aislado de la sociedad, como si tuviera vida propia o se creara sin prejuicios o perjuicios, pero en el fondo sucede lo contrario. La tecnología se crea y se retroalimenta en relación con las personas que tienen mando o poder.

De acuerdo con esto la Teoría de la Construcción Social de la Tecnología, cuyos principales exponentes son Wiebe Bijker y Trevor Pinch (Valderrama, 2004), parte del argumento de que la tecnología es una dinámica estrechamente ligada a los procesos sociales; es decir, a “negociaciones de interpretaciones entre diversos grupos”.

Esta teoría incluye el análisis de aspectos que entran en juego a la hora de generar la tecnología, en los cuales

existen grupos que están más incluidos en la elaboración de herramientas, y los que están en la periferia o participan de forma pasiva.

En el caso de las TIC éstas se conforman de acuerdo con las necesidades de ciertos grupos, como una especie de pirámide en donde la parte superior tiene el acceso a la elaboración de tecnologías, que luego se esparce hacia abajo para quienes sí tienen el acceso pero usan las herramientas sin intervenir directamente en su elaboración, y por último se encuentran los sectores que están al margen o en la periferia, que desconocen dichas herramientas por carecer completamente del acceso a tales tecnologías (Wiebe Bijker y Trevor Pinch, 1997).

Sin embargo, los cambios no ocurren desde todas las esferas ya que se encuentra involucrado un factor muy importante en las relaciones que permean a la producción de la tecnología: el poder.

Sobre esto, Judy Wacjman profundiza y realza la importancia de la producción tecnológica en relación con los mecanismos de poder de la ciencia, pero además introduce el concepto de género. Asimismo, la Teoría Actor Red de Michael Callon y Bruno Latour (1980) hacen énfasis sobre la categoría de poder. Los análisis de Callon y Latour se orientan hacia el hecho de que el poder –y Wacjman en el género– están imbricados con los estratos que tienen los recursos económicos y científicos para producir o modificar la tecnología.

Latour y Callon señalan que los laboratorios, los centros de investigación públicos y privados son los que

producen los cambios en la sociedad a través de lo que crean y transforman (Valderrama, 2004): “son los científicos los que producen cambios constantemente, creando variaciones y asociaciones entre las entidades que las componen”. (P. 223).

En este marco se proponen los conceptos Actor-mundo, traducción y Actor-Red. El primero toma en cuenta a los actores y lo que observan sobre las herramientas producidas, así como su posible mejora o adaptación; se consideran a parte de los seres humanos a las entidades no humanas, que son los elementos tecnológicos a crear o recrear. De esta forma, los aparatos no son creados de una vez y para siempre (Valderrama, 2004: P. 225), sino que son asociaciones de objetos que tendrán la vigencia y transformación que requieran los usuarios.

Esta teoría señala que los objetos generados por la tecnología obedecen a su contexto, además de constituir logros científicos, políticos y económicos (Valderrama, 2004) y transformarse a sí mismos y a la sociedad.

Las TIC se caracterizan por pertenecer a las sociedades globalizadas. En éstas ocurren procesos globales que se localizan también en ámbitos nacionales o locales y que incorporan redes o entidades transfronterizas, enlazando todo tipo de sucesos de las diferentes realidades (Saskia Sassen, 2007). Por ello el relativamente nuevo sistema de comunicación –cuyo canal esencial es Internet– está caracterizado por su alcance global y su interactividad potencial.

Haber llegado hasta Internet, en palabras de Manuel Castells (1999), es resultado de un proceso milenar de la comunicación que inició con la invención del alfabeto y que mucho tiempo más tarde se expandió debido a la difusión de la imprenta, lo cual permitió modelar una mente alfabética y “una transformación cualitativa de la comunicación humana”.

Sin embargo, con el tiempo se prefirió lo visual, según señala Castells (1999), luego de que las personas pasaron por el uso de la televisión, aparato que cobró gran auge debido al mínimo esfuerzo requerido para utilizarlo, colocándose como medio fundamental de la comunicación de masas. Este tipo de comunicación a su vez dio origen a las sociedades de masas, en donde sí hubo y prevaleció el control del gobierno y de los “oligopolios empresariales” sobre estas tecnologías. Incluso en México hasta la fecha esto es visto: Televisa, la cadena de televisión abierta que por años ha manipulado los contenidos que llegan a las masas, ha protagonizado últimamente sendos escándalos por difundir mensajes a favor del gobierno en turno.

En su momento fue lamentable que la televisión implicara abandonar la mente y percepción modelada por los textos escritos, pues éstos ejercitaban a la razón y a la reflexión, caso contrario a lo que la televisión ofreció: diversión y placer. Además, la T.V. tuvo otras “ventajas” como poder observarla mientras se realizaban labores domésticas, hecho que entre otras cosas permitió que

se integrara como parte de la vida cotidiana (Castells, 1999).

Castells (1999) encuentra entonces que la televisión es el antecedente principal que puso en semejante predominancia a los medios de comunicación, escritos y más aún a los audiovisuales, en sociedades generalmente urbanas con procesos comunicativos similares, de las cuales la Ciudad de México es parte.

Además, los creadores de la tecnología fueron conscientes de que el uso de, por ejemplo, la cámara de video, tuvo gran éxito por tratarse de un aparato donde los usuarios podrían almacenar o grabar sus propias experiencias. El éxito se encontraría entonces en crear aparatos donde los usuarios tuvieran mayor campo de acción.

De acuerdo con la teoría Actor Red, las personas han ido transformando a los medios con los cuales encuentra que puede comunicarse, pero más que eso, con los que puede interactuar; aunque también esto ha dado pauta al nacimiento de una sociedad masiva segmentada e individualizada.

Internet, su creciente uso y su rápida expansión, principalmente en las ciudades –lugares sede de los fenómenos de la globalización (Giménez, 2007)–, es la herramienta de comunicación que más ha cobrado relevancia, ya que logró integrar varios modos de comunicación en una red interactiva, conformando un hipertexto y metalenguaje que se unen por primera vez en el mismo sistema de modalidad escrita, oral y audiovisual:

“El espíritu humano reúne sus dimensiones en una nueva interacción entre las dos partes del cerebro, las máquinas y los contextos sociales.” (Castells, 1999: 18).

Todo lo anterior más el encanto por lo visual que caracterizan a nuestra sociedad se hace meritorio de análisis, ya que al parecer hoy millones están en la “misma frecuencia” al utilizar Facebook. Y es que no sólo se debe referir a este fenómeno de comunicación como hecho aislado de la cultura, sino que es ésta la que se está produciendo y reproduciendo con el intercambio informativo, pero con sesgos y prejuicios, como el mencionado hecho de que las mujeres no estén haciendo tecnología, y por el contrario, si la representación social de su cuerpo aparece en la red es casi siempre para tratarlo como objeto sexual.

En respuesta a ello no han faltado propuestas, como la de Judy Wacjman (2006), para incentivar a las mujeres a hacer un uso consciente de Internet y utilizar ese espacio para ir desmitificando hechos culturales que atentan contra su integridad y que se basan en la falacia de que no hay compatibilidad entre mujeres y tecnología. No en vano dice Castells (1999) que el material visual circulante es la expresión de la cultura, y la cultura penetra primordialmente mediante los materiales proporcionados por los medios de comunicación: “Las culturas están hechas de procesos de comunicación”. (P. 32).

Los rasgos culturales discriminatorios no sólo están en la práctica, sino que ahora también en las redes

sociales se hace alusión a los estereotipos que separan a la mujer del uso de la tecnología.

Hay abundantes rasgos de violencia, que incluso pasan por el arte y su difusión: Raquel Güereca (2013) devela una nueva técnica que deviene del llamado arte digital, y que consiste justamente en una forma de representar a los cuerpos de las mujeres de una manera altamente violenta, ya que los expone en partes mediante imágenes manipuladas a través del programa Photoshop y que transmiten una idea de desmembramiento corporal, en estricta complacencia del placer del hombre; lejos de considerar a la mujer como un todo, lo observa en partes aisladas del cuerpo, muchas veces a modo de fetiche con el que aquellos pueden darse el placer visual y cumplir con la recurrente apropiación del cuerpo de las mujeres (Marcela Lagarde, 1998).

4.5.1 Las mujeres frente al Internet

Gloria Bonder (2002), en alusión al trabajo de Laura Miller, nos informa sobre las metáforas dominantes en el imaginario sobre el ciberespacio y el poder que ejercen en las relaciones en ese plano y en el físico; pero también alerta sobre los contenidos que agravan y desvalorizan a las mujeres, basándose en evidencias como la pornografía, la exhibición de mujeres como objeto de comercio sexual, prácticas de acoso sexual, el dominio masculino del discurso y el lenguaje sexista.

En contraste, existen análisis como el de Sadie Plant (1997) desde su denominada corriente Ciberfeminista, en el que se explica que el ciberespacio, la realidad virtual e Internet son un nuevo reto a explorar, donde se podría encontrar cierta trascendencia. Según este planteamiento, el ciberespacio se diferencia del espacio real en que el primero se ha podido conquistar por pobladores incorpóreos. Plant sostiene una visión optimista, al afirmar que las feministas se han lanzado a las nuevas tecnologías digitales por el potencial que ofrecen para liberar definitivamente a las mujeres de su sexo.

Para ello, explica la analogía del nombre de su obra “Ceros y unos” (1998) con la concepción de los géneros, pues detalla que los “unos” corresponden a una identidad masculina singular, en comparación con la femenina, que resulta ser nada, es decir, un “cero”. Este cero tiene dos connotaciones, por un lado, es la insignificancia que la organización patriarcal le ha dado a la mujer al hacerla a un lado en la creación de procesos tecnológicos y otros de la vida pública, aunque por otro es la percepción positiva, abarcadora, integradora característica de la percepción de las mujeres. De esta manera, en el contexto del ciberespacio, esta percepción sería benéfica para las mujeres, pues generaría una transformación en la naturaleza de las máquinas, y en la relación mujer-máquina, en la que los ceros ocuparían un lugar propio y desplazaría el orden fálico de los unos.

Plant (1997) sostiene que Internet es el medio femenino ideal con el que las mujeres tienen familiaridad,

pues se manejan perfectamente en el seno de sistemas y procesos fluidos, y su forma de ser, holística, se acomoda con los cambios asociados con las tecnologías de la información, además de que las metáforas de esta nueva tecnología vienen de los universos de las mujeres.

Donna Haraway (1991) por su parte encuentra potencial en estas tecnologías para crear nuevos significados e identidades; es decir, para construir nuevos mundos. En este sentido, propone la figura del Cyborg: un organismo cibernético semejante a un animal con un implante de fabricación humana. Esta propuesta es importante sobre todo si se considera el auge de la relación tecnológico-informática que está cobrando gran relevancia en esta época, en donde, al menos en la ciudad, es prácticamente improbable no ver a la gente en sus centros de trabajo, escuelas, casas, utilizando algún dispositivo móvil. Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) son cada vez más indispensables en la vida cotidiana de la sociedad.

El *cyborg* es un híbrido entre máquina y organismo que no posee etiquetas devenidas de lo biológico y que está entre la realidad social y la ficción, pues en el paradigma científico el ser se ha difuminado entre lo animal, lo humano y lo artificial con su recurrente uso de la medicina alópata, los avances médicos y estéticos por ejemplo, mientras que se alimenta de productos prefabricados o modificados genéticamente, que dan a pensar en esa cada vez más estrecha relación entre el humano y la máquina (Raquel Güereca, 2013); aunque

ciertamente Haraway en su análisis también propone al *cyborg* como figura de lucha en el ámbito político, que potencie la liberación de las mujeres.

Sin embargo, si todo ese contenido que se intercambia sigue siendo producto de las representaciones sociales que actualmente compartimos, es posible que el *cyborg* no tenga el potencial que propone Haraway, y que incluso tenga los mismos rasgos culturales de los individuos que interactúan en esta sociedad, es decir, sexistas, violentos y discriminatorios.

Haraway no es tan optimista como Sadie Plant, ya que considera que la ciencia y la tecnología son producto del capitalismo, el militarismo, el colonialismo, el racismo y la dominación masculina, pero por otro lado asegura que la cibertecnología tiene un enorme potencial para lograr la emancipación de las mujeres al tratarse de un espacio en construcción, en donde no se reproduzcan más las vejaciones psicológicas y simbólicas que han oprimido históricamente a las mujeres y, así, éstas puedan liberarse del lastre.

Si bien es cierto que el ciberespacio es un terreno dinámico y potencial, también es cierto que hay prácticas de violencia de género que se repiten cotidianamente y que no acabarán mientras las personas no tengan una conciencia crítica acerca de lo que suben y comparten.

Aunque es un proceso comunicativo diferente el que se lleva a cabo en las redes sociales virtuales, de cualquier forma lo que se intercambia son ideas religiosas, morales, de género y de costumbres. Por lo que antes

que pensar en una sociedad futurista primero habría que repensar el modo en que nos relacionamos en la realidad no virtual.

Capítulo V

El discurso visual en la red

Con el fin de aterrizar el contenido de este ensayo decidimos incluir algunas de las respuestas que dieron los estudiantes de la UNAM a quienes se les aplicó el estudio mencionado al inicio.

Los alumnos están altamente familiarizados con las TIC y utilizan sus dispositivos móviles para acceder a Internet.

Considerando lo dicho por Manuel Castells (1999) acerca de que esta fase tecnológica es compartida por millones de personas a nivel mundial, se encuentra que los jóvenes universitarios están dentro de la sociedad de la información y comunicación; es decir, están expuestos al enorme flujo de información que circula en Internet y hacen uso de las aplicaciones que allí se encuentran. Sin embargo, los contenidos que comparten son un indicio de la persistencia del sexismo en la dinámica virtual máxime atendiendo a la premisa de Castells acerca de que “todo comportamiento humano tiene un valor comunicativo”. Así, ellos comunican sus sentires,

percepciones, deseos, etc., a través de las palabras e imágenes en sus espacios virtuales.

5.1 El cuerpo hipererotizado

Nos queda claro que en la actualidad la percepción de muchos usuarios reafirma patrones culturales, por lo que a la par del desarrollo tecnológico en el espacio virtual se están consolidando viejas jerarquías.

Aparte del sexismo que hallamos en redes como Facebook, encontramos también altas dosis de racismo, algunas veces fácilmente identificables pero no en la mayoría de los casos.

Por ejemplo, en esta fotografía que formó parte de la selección del Análisis Semántico Basado en Imágenes (ASBI) en donde se aprecia a una joven mexicana con rasgos comunes de la población -como tez morena, estatura media, complexión robusta, etc.-, el desagrado y hasta cierto repudio se hizo evidente en diversos comentarios de los jóvenes, prevaleciendo calificativos como: *nada sexy, tonta, vulgar, zorra, reggaetón, pronta, sexo*. Expresiones que en su mayoría se enfocaron a la sexualidad pero con un trato peyorativo, discriminatorio.



Fuente: Proyección ASBI

Además, la diferencia de aceptación se observó en otras respuestas que dieron los estudiantes sobre las siguientes imágenes:



Fuente: Proyección ASBI

La fotografía 17 que también es de jóvenes mexicanas recibió comentarios como *chacas* -aludiendo a alguien vulgar-, *golfas*, *nacas*, *guarras*, *perreo*, pero no así la imagen 12 que muestra a una mujer bien vista respecto de cómo debe ser la belleza; en este caso las expresiones fueron positivas y aduladoras: *belleza*, *modelo*, *sexy*, *bonita*.

Hay que resaltar que las marcas corporales de la organización genérica del patriarcado se convierten en parámetros con los que las personas se clasifican y dan sentido, valor y poder a su fisonomía y con ello a su existencia.



Fuente: Proyección ASBI

En el caso de las imágenes 14 y 19 hay un aspecto a resaltar y es la intencionalidad de éstas, pues se trata de fotografías tomadas por las mismas usuarias y de ellas se expone lo sexual y erótico. Existe la participación en el acuerdo social de ser eróticas frente a la mirada del otro.

Los adjetivos que prevalecieron hacia la fotografía 14 fueron: “*exhibición, sensual, puta, Facebook*”. La palabra *exhibición* es muestra de que los alumnos dan por entendido que este tipo de fotos se toman para ser compartidas en las redes sociales con la finalidad de ser vistas por los demás. Por su parte la imagen del cuerpo erotizado genera comentarios sobre la sexualidad, muchos en sentido violento u ofensivo.

A primera vista parece que las mujeres buscan la aprobación de sus contactos respecto de la belleza de sus cuerpos; sin embargo, encontramos la antes ya mencionada ambivalencia del fenómeno, la doble moral de la sociedad en que vivimos, pues los alumnos por un lado aprueban la belleza de la mujer y su erotismo (la palabra *sensual* es muestra de que sí despierta el deseo), pero a la vez otros la califican de *puta*, es decir, son moralmente mal vistas.

La representación social del cuerpo de las mujeres tiene, por principio, una referencia altamente sexual, pero también una alta dosis de violencia de género. Los adjetivos *zorra, puta* están vinculados a la sexualidad pero con una acepción denigrante.

Las imágenes, si bien son la herramienta de un discurso esencialmente visual, guardan dentro de sí

las dimensiones subjetiva, afectiva y cultural que a la vez conforman el proceso por el que conocemos lo que nos rodea (a través de representaciones sociales). Estas dimensiones son importantes en la medida en que se pretende conocer cuál es la percepción y sentir de los jóvenes y qué es lo que quieren expresar cuando intercambian, comparten o comentan este tipo de fotografías, pues esa percepción es también una cualidad de su identidad.

Al ser el erotismo parte de la sexualidad -podría verse como si el erotismo fuera la idea y ésta se esculpiera en el cuerpo- y a su vez la sexualidad componente de la identidad, entendemos que la identidad de las mujeres se relaciona con la formación de una representación que luego los medios de comunicación, en parte, se encargan de reafirmar y de reforzar mediante estereotipos, no importando la carga de violencia psicológica o simbólica que éstos puedan tener.

En el caso de Facebook (multimedia) existe una gran cantidad de referencias hacia el cuerpo femenino, muchas de las cuales tratan a éste como una invitación hacia lo sexual. En páginas como *Del monte es la ley*⁸ o *Mujeres sabrosas*, entre otras, que surgen constantemente y que se allegan de un importante número de seguidores, predominantemente hombres, se exhibe principalmente a mujeres en posiciones extremadamente eróticas, incluso muchas de esas fotografías son tomadas

8 Página actualmente extinta.

por las mismas usuarias como *selfies*. Este hecho se suma a la de por sí insistente fijación de los medios de comunicación por asemejar al cuerpo a una mercancía sexual.



Fuente: Imágenes extraídas de la página de Facebook
“Mujeres sabrosas”

Algunas fotografías del sitio *Mujeres sabrosas*, cuya leyenda en su página de inicio es: “*bueno gente... en esta pagina subire muchas fotos de chicas q estan bien sabrosas... espero q les gusten...*” (sic), son las siguientes (También se incluyen fotografías del sitio *Mujeres ricas*):



Fuente: Imágenes extraídas de la página de Facebook
“Mujeres sabrosas”

El erotismo no es una cuestión que tenga que ser atravesada por la censura o por el tabú; sin embargo, la forma

en la que se alude tiene que ver con el mensaje que se pretende dar a quienes observan nuestras aplicaciones.

La extrema erotización del cuerpo por medio de las imágenes que se comparten crea un estereotipo, incluso ahora virtual, una forma definida de mostrar parte de lo que somos, de una identidad. No siempre es en un sentido positivo, pues en los términos que mencionamos –erotismo y feminidad en un contexto de consumo voraz y virtualidad– lejos de dejar que las mujeres se autodeterminen, solamente se llega a la complacencia y se merma el desarrollo personal.

Lo problemático de lo anterior radica en que esta complacencia sigue sujetando y preparando a las mujeres para no dejar salir sus aptitudes o cualidades en potencia; se trata de un sistema que inconscientemente también ellas preservan y difunden, pues muchas veces –en el caso de quienes suben fotos con estas características– participan en estas acciones por considerar que tendrán mayor reconocimiento social.

Como hechos normales o cotidianos se concibe un sinfín de situaciones que a su vez son orientadas por ciertas etiquetas ya fijadas por la sociedad. Por ejemplo, cuando se indagó sobre el punto de vista de las jóvenes acerca de los anuncios publicitarios de mecánica, refaccionarias o el mercado automotriz que suelen utilizar a mujeres semidesnudas (imagen e), ellas dijeron que son anuncios que buscan atraer a su público, es decir, a los hombres, ya que ellos son su “público potencial cuando se les presenta a mujeres desnudas”. Algunas dijeron que

no se debe generalizar puesto que hay hombres a los que “no aplica” el estereotipo de macho que se desvive por “mujeres, coches, dinero”, pues tienen otros intereses.

La discusión sobre si los hombres desean encajar con la imagen de macho se dio a raíz de que varias chicas afirmaron que conocen a muchos que sí tienen estos anhelos. Ya se ha comentado que estos deseos son creados por nuestra sociedad para indicar a ambos géneros que de ese modo se puede ostentar virilidad, tener mayor liderazgo y estatus: sumado su poder adquisitivo y materializado en un automóvil, el hombre será más admirado y será ejemplo de éxito para con el resto, mientras que en el caso de las mujeres éstas serán un objeto valioso más en la acumulación de su poderío. Esta representación también va en detrimento de los hombres al “sugerirles” que de ese modo podrán tener el poder que les da su género.



Fuente: Imagen I de la entrevista

En este sentido, los estereotipos crean moldes de conducta y uno de ellos es la creencia de que las mujeres no pertenecen al mundo de las máquinas, no saben operarlas y mucho menos crearlas.

Así, las jóvenes también afirmaron que las mujeres no van al mecánico y aceptan que no saben de mecánica y funcionamiento de coches; se atienen a una construcción social basada en argumentos naturalistas acerca de que dependen de los hombres para hacer estas actividades. No son conscientes de que aceptan un papel menor, y que esto no se debe precisamente a la biología.

Generalmente tampoco se presta mayor atención a los anuncios de anticonceptivos, los cuales repiten la misma tónica: casi siempre aparece una mujer con poca ropa, como si fuera la única que participa en el acto sexual y además como si ella fuera la que incita el deseo del hombre y tiene la responsabilidad de tener mayor cuidado, tanto de no embarazarse como de no contraer enfermedades sexuales. La mayoría de los anuncios que van dirigidos a tratamientos contra infecciones por ejemplo, no dejan el prejuicio de lado y dicen a su audiencia que sus medicamentos son “para niñas bien”, para aquellas que sólo podrían tener alguna infección por causa accidental, roce de ropa o por cuestiones ajenas al acto sexual. Los anuncios que son exclusivamente de anticonceptivos no retratan a la “niña bien” pero sí a la mujer “sexosa” y perversa.

En la imagen en que aparece una mujer anunciando lencería (imagen m), una de las entrevistadas, Brenda, dijo que se utiliza el cuerpo de las mujeres como modelo de lencería en anuncios porque “el sexo vende”.

Es como si de antemano supieran que el cuerpo de las mujeres funciona específicamente como señuelo para atraer a más clientes... y de hecho así es.

Por su parte, Carolina aseguró que se trata de un mercado dirigido a hombres y mujeres, pues los hombres pueden comprar lencería a sus novias pensando en que se verán igual a las modelos.



Fuente: Imagen m de la entrevista.

Hay una interiorización del sexismo y se le aprecia como norma, al menos por las estudiantes entrevistadas, pues las mujeres que llevarían la lencería -casi siempre “sexy”- tendrían que ser un referente de belleza: cómo es una mujer atractiva y sensual, y cuál es el ideal al que deben de aspirar las consumidoras.

Aunque esto ha sido sumamente explotado en otros estudios, en esta época estamos frente a un bombardeo de publicidad mayor que en otros tiempos; al parecer los medios de comunicación y diversas empresas se han percatado de que todo espacio puede ser aprovechado, cualquier punto en el que antes la vista se pudiera fijar por unos segundos, hoy día encontramos algún anuncio publicitario, algo que comprar.

En la cultura del consumo el cuerpo de las mujeres está incluso en primer término antes que el producto que se ofrece y, claro, entre mayor sea la belleza de aquélla, más posibilidades de venta tendrá el producto y más ilusión creará en las consumidoras al grado de hacerles pensar que se verán igual que las modelos.

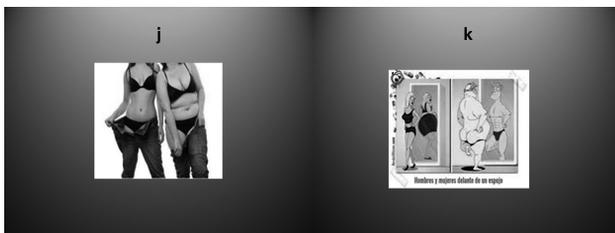
La explotación del deseo, y particularmente del deseo sexual, es donde industrias de todo tipo han encontrado su éxito económico.

Cuando a las entrevistadas se les preguntó lo que piensan de las mujeres que aparecen en los medios de comunicación o anuncios publicitarios ya sea con poca ropa o en poses sugerentes, ellas justificaron la imagen de éstas, pues dijeron que es su trabajo y que por tanto deben de cuidarla, es decir, su cuerpo y su cara, pues tienen que dar una impresión “femenina”. Carolina señaló que se ha percatado de que en noticieros, en el estado del tiempo por ejemplo, cuando no hay una mujer que muestre los senos o tenga una figura entallada, entonces el programa tiene poca audiencia, mientras que si la hay el *rating* sube.

Ellas saben de antemano y dan por hecho que el cuerpo de las mujeres vende, dicen que eso es lo que conocen desde niñas y es lo que les han inculcado los medios de comunicación, ya que son los que establecen los patrones de belleza y son características las “tallas 90-60-90, cabello largo, facciones muy finas, muy bien maquilladas”.

El decir, aquello que han visto desde pequeñas se debe a la imbricación entre medios de comunicación y la organización patriarcal de la sociedad mexicana, pues los primeros han fungido como los difusores de esta dominación a través de sus contenidos. La publicidad ha venido a significar el refuerzo de la subordinación de las mujeres, al grado de haber ayudado a construir la representación social de su cuerpo (erótico y sexual por encima de otras cualidades), y quienes crecen en una sociedad con estas características piensan que así son las cosas y que es imposible cambiarlas, ya que hay quienes aseguran que la sociedad funciona así por una especie de orden natural.

A pesar de que el discurso de las entrevistadas refiere cierta consciencia acerca de las imposiciones en el ámbito de la belleza, se encuentra una aceptación pasiva incluso a modo de resignación y resistencia a desechar estándares nocivos de la publicidad.



Fuente: Imágenes J y K de la entrevista.

Por ejemplo, donde aparece una mujer obesa y otra muy delgada señalaron que sí han visto esas imágenes, las cuales relacionaron con otras en donde se aprecian

mujeres “muy muy flacas” mientras que en otras los hombres aparecen con “puro músculo”, es decir, hombres en el gimnasio o ejercitándose.

Brenda refirió que se percató de que en la aplicación *Instagram* hubo una fuerte tendencia de mujeres jóvenes que subían fotografías de su cuerpo, en especial de las caderas hacia abajo y concretamente de la forma en que sobresalen los huesos de la cresta iliática -ubicados a un costado del vientre bajo-, con la finalidad de mostrar su extrema delgadez, ya que en personas delgadas ambas crestas del hueso son muy visibles. Sobre esto, todas apoyaron la idea que de muchas “chavitas” se ven influidas por la publicidad de Internet, que promueve cuerpos hiperdelgados, poniendo incluso en riesgo su salud ya que de antemano tienen la creencia de que no tienen un cuerpo “perfecto”.

En E.U., en Instagram, hubo una moda de las mujeres que consistía en subir fotos de los huesitos que se les salen de la cadera, refiriéndose a su extrema delgadez, subían muchas muchas fotos y me impresionaba ver que para las mujeres era algo padre, y creían que se veía bien o bonito y una se pregunta hasta qué punto va a afectar el bombardeo de Internet la realidad de las personas, sobre todo a las chavitas, quienes pensarán que no tienen el cuerpo perfecto o disque perfecto para ellas.

Brenda, estudiante del quinto semestre de Administración.

En cuanto a la idea de cuerpo perfecto se indagó cuál es el que ellas consideran, a lo que respondieron entre risas que debía de ser uno saludable con el que “las chicas se sintieran bien”. No obstante, Daniela dijo que al ser mujeres era justificable que se fijaran en todos los detalles de su cuerpo, pero ello no implicaba afectar la salud a costa de la apariencia, sino que tendría que buscarse un equilibrio. Sobre este equilibrio al que todas se refirieron, fue evidente sin embargo que asumen que las mujeres, tan sólo por el hecho de serlo, ponen más atención a su cuerpo que los hombres; lo que se traduce en la idea firme e interiorizada de que para adquirir ya sea relevancia, notoriedad o prestigio deben de cuidar su apariencia física.

Obviamente somos mujeres y nos fijamos hasta en el más mínimo detalle en nuestro cuerpo, pero creo que no se debe de rebasar la idea de afectar tu salud a costa de la apariencia, tiene que existir un balance entre tu salud.

Carolina, estudiante del quinto semestre de Administración.

La afirmación “somos mujeres y nos fijamos en el más mínimo detalle de nuestro cuerpo” es muestra de un aspecto de la identidad de las mujeres que, al estar reforzado por los medios de comunicación, se dirige hacia la sociedad en general. Esta idea consiste en comunicar o hacer saber de una u otra manera que por ser mujeres hay una especie de obligación o responsabilidad de estar pendiente de sus cuerpos, no en una cuestión de salud

o cuidado en primer término, sino de estar “presentable”, de tener apariencia que los demás puedan desear y luego adquirir una.

Así, las mujeres interiorizan como parte de su ser y estar en el mundo –contenida en su identidad– que su cuerpo tiene más importancia que la que los hombres le dan al de ellos, nuevamente, porque “así tiene que ser”.

Aún con lo anterior, las entrevistadas aseguraron estar más conscientes que las generaciones más jóvenes del problema que representa estar expuestos ante el gran flujo de la información que circula en Internet, la cual, a su parecer, afecta más a los hijos de las parejas jóvenes, pues éstos no tienen la supervisión de sus padres para discernir de la información que pudiera perjudicarles en temas de salud.

Las niñas más chicas son las que están en peligro porque no saben nada y sólo se meten a las páginas sin saber, nosotras ya estamos más grandes.

Brenda, estudiante del quinto semestre de Administración.

Además, tiene que ver también la educación de casa, eso influye mucho, a mí siempre me inculcaron estar comiendo y hay niñas y mamás jóvenes que intentan estar delgadas y quienes pagan las consecuencias son las niñas, los hijos, y por ese lado eso se empieza a ver [las consecuencias] con las niñas más chiquitas.

Carolina, estudiante del quinto semestre de Administración.

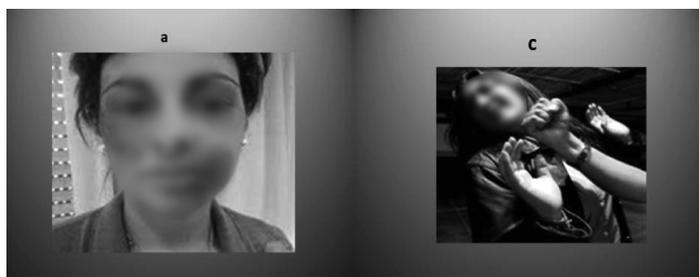
Y aparte ahora los papás ya no toman tanto partido en la educación, el ochenta por ciento lo dejan a la escuela, a los juegos, al Internet; ya los papás no tienen esa participación, son niños criando niños, no tienen la conciencia y es gente que tiene hijos muy joven y no tiene la conciencia del “paquetote” que tienen, ya no es la educación de antes, nuestra generación apenas se salvó, las que vienen están todas mal.

Daniela, estudiante del quinto semestre de Administración.

Las estudiantes aseguraron poseer más conciencia de las afectaciones de los medios de comunicación que las generaciones más jóvenes, aunque cuando se indagó más a fondo acerca de lo que piensan de, por ejemplo, la violencia física, se encontró que no tienen el conocimiento y la conciencia más allá del simple discurso en el ámbito de lo políticamente correcto.

5.2 La percepción de las estudiantes sobre la violencia

Conforme a la definición de violencia de género mencionada en el capítulo IV, se entiende que la violencia física es una de las manifestaciones de la primera. Las preguntas que se realizaron a las estudiantes se hicieron en función de notas informativas que circulan en Facebook, en donde se alude a mujeres golpeadas o con algún tipo de maltrato físico.



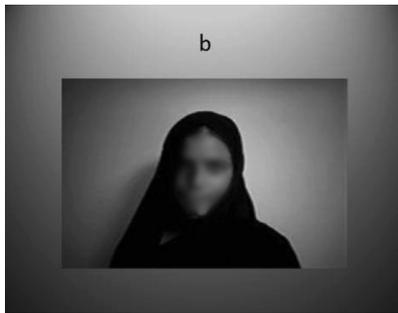
Fuente: Imágenes a y c de la entrevista.

Cuando se les preguntó si habían visto en Facebook *memes* o imágenes de mujeres golpeadas o maltratadas respondieron que no de manera frecuente, sino que sólo las han visto como referente de notas periodísticas. Señalaron que cuando “se meten” a leer las notas, se han percatado de que, o bien se ejerce este tipo de violencia en parejas jóvenes en las cuales las chicas se “enamoran demasiado” y “permiten” los golpes, o bien se trata de casos aislados o extraordinarios, de delitos mayores en los que se golpea o se mata a las mujeres. Enfatizaron en que no son casos que ocurran cotidianamente.

Si contrastamos esas respuestas con los datos acerca de mujeres maltratadas en México, encontramos que tan sólo en el caso de la violencia física (lesiones y daños físicos) las mujeres casadas o en convivencia libre que son agredidas por su pareja a lo largo de su relación conformaron más del veinticinco por ciento del total, mientras que todas manifestaron haber sufrido algún tipo de violencia de género, según el ENDIREH 2011 (INEGI).

La violencia física no es un caso aislado o extraordinario, como refieren las entrevistadas, lo que sucede es que los usuarios la minimizan y de ahí resulta que las mujeres perciban que no es algo que sucede de manera cotidiana, que ese tipo de fotografías se usa para “meter morbo”. Es un tema que les es ajeno o que, dicen, pasa porque son las mismas mujeres jóvenes las que lo provocan.

Por su parte, el grupo en general -sobre la violencia física- se pronunció más en sintonía con el carácter estético de las mujeres que con el hecho violento. En la imagen **b** de la proyección por ejemplo, prevalecieron calificativos como: *fea*, *horrible*, *tristeza*, *culera*, y por último *violencia*. El grupo dejó en último lugar la cuestión de la vejación al rostro de la mujer, pero sí maximizó los aspectos relacionados con lo que entienden por bello.



Fuente: Imagen b de la entrevista.

Acerca de otra categoría que se indagó en las entrevistadas respecto de la violencia sexual manifestada en

violaciones, ellas contestaron que tampoco han visto imágenes de este tipo en su Facebook. Es un tema que les es ajeno.

Si consideramos los datos proporcionados por el diagnóstico *Violencia feminicida en México. Características, tendencias y nuevas expresiones en las entidades federativas*, realizado por el Instituto Nacional de las Mujeres, la ONU-Mujeres y la Comisión Especial de Seguimiento de Feminicidios de la Cámara de Diputados, que señalan al año se denuncian alrededor de quince mil casos de violación hacia mujeres -sin contar con los que no son denunciados-, encontramos que el grupo de entrevistadas no tiene noción de este alto porcentaje (violación o degradación sexual) ni del problema que aqueja a su género.

Hay ocasiones en que la violencia física se suscita a causa de los celos, por ello éstos son un indicador más de la violencia sexual. De este modo, a las estudiantes se les planteó hipotéticas conductas de celos en relación al uso de sus redes sociales virtuales. Por ejemplo, sobre discusiones por tener fotografías con exnovios o amigos, no dar la contraseña de su cuenta o padecer enojos acerca de que ellas tengan a ciertos amigos como contactos. En todos los casos señalaron que se trata de invasión a la privacidad, falta de confianza o visos de que las parejas han sido infieles y consideran que se les hará lo mismo y por eso celan de esa manera a sus novias.

Las chicas dijeron no haber atravesado esas situaciones, e insistieron en la confianza y el respeto como

base de toda relación amorosa para no llegar a tales extremos.

Igual que en las situaciones anteriores, las entrevistadas presumen una posición en la que están lejos de atravesar violencia de este tipo, consideran que se trata de casos aislados y que incluso las mujeres que llegan a padecerla, de algún modo la han provocado:

La imagen sola [sobre violaciones] me asusta pero ya que lees la nota entiendes el porqué. Y creo que es porque las chicas muy jóvenes llegan a enamorarse demasiado, bueno eso tampoco es su culpa, pero sí se presta [ese enamoramiento extremo] a que luego se dé una práctica malsana [la violencia física].

Brenda, estudiante del quinto semestre de Administración.

A nadie nos encanta ver imágenes de ese tipo pero te metes a ver la nota, y ella tiene razón [Brenda], normalmente es violencia entre parejas jóvenes, y no sé, como pareja no puedes dejar que te hagan esas cosas ni que te maltraten de esa forma, y lo que nosotras vemos es que entre más avanza el tiempo más maltrato hay hacia las mujeres. Yo tengo conocidas que han padecido violencia, pero creo que las imágenes son para meter más morbo, [ya que en general] las mujeres que son maltratadas son víctimas de algún delito mayor, aunque en algunos casos es porque nos dejamos.

Alma, estudiante del quinto semestre de Administración.

5.3 Discriminación en la red

Un elemento de la violencia de género es la discriminación que pueden sufrir las mujeres bajo cualquier modalidad, tan sólo por ser mujeres.

Se indagó sobre lo anterior con base en imágenes específicas que se han encontrado en la red. De entre toda una variedad de conductas sexistas, hay las que señalan que las mujeres no pertenecen al mundo de los negocios, otras que sugieren que no saben manejar (imagen h) y que sólo deben de dedicarse a actividades como el cuidado de los hijos o del hogar.

Las entrevistadas tampoco se percatan de la circulación de estas imágenes no porque no existan, sino porque el trato diferenciado que caracteriza a la discriminación por género está fuertemente arraigado en el pensamiento de la sociedad mexicana, al grado de pasar desapercibido.

La ilustración **h** (que hace referencia a la exclusividad de los hombres en los negocios y a la supuesta angustia de las mujeres al manejar un automóvil) fue extraída de Facebook. Las entrevistadas aseguraron no haberse percatado de imágenes con este estilo de contenido. Pareciera que se trata de una omisión perceptiva, ya que sí hay imágenes así por toda la red.



Fuente: Imagen h de la entrevista.

El sexismo también está presente en Facebook a través del uso de un lenguaje violento vertido en chistes u ofensas en contra de las mujeres. Circulan en este medio los llamados chistes de guerra de sexos, en donde se “juega” con las cuestiones de género, demeritándose el uno al otro.

Sobre estas imágenes (imágenes ñ y o), Alma refirió que se trata de un ataque entre hombres y mujeres que no debiera de ser, pues “hay cosas más importantes en la vida en las cuales fijarse”, además de que son comentarios o alusiones groseros, y no debería de existir burla hacia distintas formas de ser.

Carolina señaló que son imágenes que le provocan mucha risa, y “quien llegue a tomarlo personal” es porque se siente identificado(a) con ese tipo de situaciones y es inseguro(a), pues “son sólo chistes” y desde que tiene uso de razón han existido: “si a alguien molestan es porque están reflejándose de algún modo”.



Daniela dijo que si las personas se ofenden es porque se reflejan en los chistes.



Fuente: Imágenes ñ y o de la entrevista.

El lenguaje violento es aceptado, incluso las estudiantes plantean que la anormalidad sería ofenderse. El sexismo proyectado resulta aceptado por las entrevistadas y visto como parte de la interacción, y quienes están en contra de este lenguaje son personas a las que se debe descalificar por ofenderse de algo que ocurre cotidianamente, según su perspectiva.

Incluso al grupo en general, no sólo a mujeres, cuando se les presentó algunas imágenes durante el Análisis Semántico Basado en Imágenes (ASBI) con chistes sexistas (por ejemplo la 4) respondieron con adjetivos en tono de burla, y en ningún momento cuestionaron si ciertas conductas no eran de hombres o de mujeres. Entre sus respuestas destacan: *mujeres contra hombres, intereses de hombres y mujeres, alcohol, peda, mujeres amistad, fiesta.*



Fuente: Imagen Proyección ASBI.

El saber popular compartido por ambos géneros contiene la creencia de que las mujeres deben de estar, primero que nada, preparadas para poder atender su casa, a su marido y a sus hijos y saber hacer de comer. En función de esa creencia se tomó la imagen 9 de la red con un personaje cómico conocido en la cultura mexicana, La india María, quien se supone viene de la provincia y resguarda ciertos valores tradicionalistas, por eso se le atribuye la frase del gráfico en el sentido de que critica a las mujeres que quieren tener pareja cuando no son capaces de hacer algo, según ella, tan básico como “voltar las tortillas”, una labor esencial en la cocina mexicana.

Las primeras palabras que escribieron los estudiantes fueron *gracioso*, *chiste*, *verdad*, *sabiduría*, incluso algunos en tono de insulto como *india*, *naca*. Sostener que la imagen contiene una verdad o sabiduría es indicio de que no por ser universitario se han desarraigado valores de corte tradicionalista, y esto es reflejo de una ciudad que vive su urbanidad como mezcla de un constante

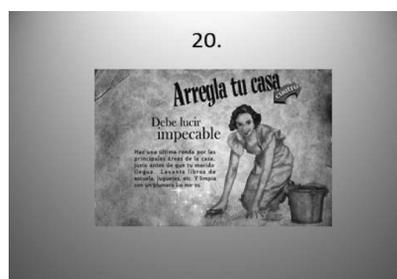


anhelo de modernidad pero también con una viva tradición, la cual no necesariamente implica tener valores positivos para las mujeres.

Además del hecho de ser mujer, a La india María se le calificó como *naca e india* y esta discriminación en la realidad sucede e incluso es un componente más de la violencia de género. Ante la mayoría de población indígena que hay en nuestro país nos encontramos con que una enorme cantidad de mujeres son doblemente discriminadas, por ser mujeres y por ser indígenas.



Fuente: Imagen Proyección ASBI.



Fuente: Imagen Proyección ASBI.

El estereotipo de la mujer sumisa encargada únicamente del cuidado del hogar y de los hijos se presentó en

la imagen 20; en ésta la mayoría de los alumnos se dio cuenta de que se trata de un aspecto que no favorece a las mujeres –al remitir su vida quizás a una sola función–, por lo que predominaron palabras como *machismo*, *estereotipo*, *dogma estúpido*, *misógino*, *denigrante*; es decir, los jóvenes ya tienen cierto conocimiento del género y la equidad, por lo menos a nivel discursivo.

Hay que aclarar sobre este punto que este conocimiento no se debe a una simple cuestión de evolución social, sino que ha sido el trabajo de las feministas mexicanas (Desde Elvia Carrillo Puerto hasta Marcela Lagarde) quienes han peleado en distintos frentes: en la lucha diaria, de a pie, y en las tribunas legislativas para buscar la igualdad de las mujeres en todos los ámbitos posibles.

Aunque paradójicamente da la impresión de que este conocimiento es superficial, pues a pesar de que hubo calificativos en contra de la imagen, sí hubo otros de aprobación como: *obligación*, *verdad*, *responsabilidad*, *limpieza*, que aceptan la actividad en cuestión como exclusiva de las mujeres. Aunque esos adjetivos se hayan escrito en tono de broma, hay que recordar que los chistes son una extensión del imaginario colectivo y en muchas ocasiones dan información sobre las representaciones sociales.

Si atendemos a la forma en que se producen y reproducen los estereotipos de género, entenderemos que los comportamientos y su retroalimentación juegan un papel muy importante, máxime si se insiste en

calificarlos como exclusivos de hombres o de mujeres – insistencia que viene en gran medida por los medios de comunicación:



Fuente: Imágenes e, f, i de la entrevista.

Pero las cosas no son tan simples como las imágenes aparentan serlo, la realidad es que el fenómeno de la moda es como un puente que asegura la persistencia de la sujeción del cuerpo, donde éste cobra un importante significado en tanto la relación que tiene con la sexualidad y con el género.

De esta manera y como ya se había dicho, es a través de la ropa, accesorios y calzado como se indica a los demás a qué estatus económico se pertenece; también es indicador de la edad, la raza, la religión, etc., por eso el vestir se convierte en parte relevante de la identidad.

La moda, aunque existe para hombres y mujeres, históricamente ha sido atribuida a las últimas con un sentido de frivolidad y superficialidad. Este rasgo terminó por fundirse como parte de la identidad de ellas en la sociedad occidental, por eso no es raro encontrarse con respuestas –como las de las entrevistadas– que

indican que al ser mujeres es casi un deber fijarse en cuestiones del cuerpo y de la ropa.

Cuando se les preguntó si es normal que ellas piensen en ropa y los hombres en futbol, hicieron énfasis en el aspecto de consumo, no de género, pues lo primero que dijeron es que se trata más bien de una cuestión de exhibición del poder adquisitivo:

Daniela señaló que ella sí sigue páginas de ropa y belleza en Facebook pero que no se exhibe haciendo compras, pues considera que lo hacen quienes insisten en demostrar que sí pueden comprar. Carolina por su parte reconoció que no sube fotos de ese tipo, pero sí las comparte en aplicaciones con mayor privacidad, como *WhatsApp*. Dijo que comparte fotos cuando se pone ropa que se compra y que le gusta. Pero las entrevistadas nunca se refirieron a que esa conducta no sólo pertenece a las mujeres y por el contrario asumieron que la llevan a cabo pero no en Facebook.

No se cuestionó el hecho de que las mujeres sean consumidoras en potencia y quizás ello nos lleve al concepto de violencia simbólica que consiste en permitir la sin ser plenamente conscientes: dar por sentado que por ser mujer se consume es aceptar un estereotipo negativo que reafirma una autodiscriminación... para todo su género y, más que una aceptación consciente, es una cuestión que ellas se han atribuido por medio de procesos psicológicos individuales y colectivos que han aprendido de la sociedad en que viven y se desarrollan.

La moda hace que hombres y mujeres expresen su identidad sin necesidad de hablar (Joanne Entwistle, 2002) sino a través de sus prendas y accesorios, ya que la ropa o la manera en que se esté ataviado dirá al resto -en el caso de Facebook a los seguidores o amigos- mucho sobre la edad, sexualidad, posiblemente estatus económico y nacionalidad, entre otras cosas.

5.4 Discurso de las fotografías en Facebook

Hasta aquí hemos visto cómo las conductas que se aprenden en los primeros núcleos de socialización son determinantes para el desenvolvimiento de los seres humanos. Esto depende directamente del tipo de cultura en que vivan y, para el caso que nos ocupa, podemos decir sin mayor reparo que los jóvenes mexicanos de la Ciudad de México en la actualidad viven, interactúan y se desenvuelven en el seno de la sociedad de la información.

Una de las herramientas de mayor auge que sirve para el intercambio de información es Facebook, sitio desde el cual también se puede compartir audio y video y estar en contacto con personas de nuestros diferentes ámbitos inmediatos o con gente de todo el mundo.

Todos los jóvenes de quinto semestre de la carrera de Administración de la UNAM tienen una cuenta en Facebook y este grupo se utilizó sólo como referencia de un fenómeno que se observa a nivel masivo, pues las estadísticas demuestran que la población mexicana, en

particular el sector juvenil de las ciudades, tiene un alto sector de usuarios frecuentes de dicha red.

En Facebook, a la par de muchos otros fenómenos, se observa una férrea cosificación del cuerpo de las mujeres, un erotismo que se presume incluso por ellas mismas y que termina por constreñirlas en objeto de deseo a modo de una serialización pasiva de los cuerpos a través de las imágenes, que al mismo tiempo construyen la representación social del cuerpo femenino con una incuestionable carga de violencia simbólica y psicológica.

El narcisismo y el culto al cuerpo que se ostentan en Facebook son reforzados por la moda en los términos señalados por Joan Entwistle (2002) acerca de que ésta es un fenómeno que nace en las sociedades capitalistas y que brinda información al resto sobre la clase, la edad y la posición social a la que se pertenece. A partir de ello, el estudio en que se basa este texto recabó fotografías de algunas alumnas para verificar si lo que se ve en la red de manera constante –*selfies* de las jóvenes, algunas en posiciones “sexys”–, ellas también lo practican.

Para tener un parámetro e identificar en qué medida ellas empatan con la representación social del cuerpo femenino, se buscó en las fotografías elementos como el uso de maquillaje, gesticulaciones sensuales, etc., rasgos de belleza socialmente aceptables, el arreglo personal y la moda, para saber en qué grado se estaría cumpliendo con la feminidad que se supone es parte importante de la identidad de las mujeres.

Así, en las treinta y tres fotografías analizadas se encontró que muchas de ellas cumplieron con la mayoría de aspectos como el arreglo personal, poses –algunas aludiendo alguna parte del cuerpo–, gesticulaciones (besos, saludos), ropa diversa, retoques en la imagen.

Todas las fotografías que se analizaron tuvieron al menos ocho de las anteriores características, por lo que el discurso visual está orientado hacia la búsqueda de aceptación y apreciación de la apariencia física, aunque también se comprobó que no es un aspecto exclusivo de las mujeres y que ahora muchos hombres suben sus fotografías con éstas y otras características que van en función de la aceptación de sus cuerpos. Quizás eso se deba a lo que indica Begonya Enguix (2013) sobre esta época en que se vive el mayor culto al cuerpo, más que en otros tiempos de la historia pero con un sentido de consumo, donde los cuerpos son desechables y la juventud es uno de los principales elementos de mayor valía para adquirirlos.

Por el lado de las mujeres, el guiño de feminidad que tienen las imágenes hace que ellas estén dentro del orden, de la normatividad o los requerimientos de la representación social citada.

A las entrevistadas se les preguntó acerca del tipo de imágenes que suben a su cuenta de Facebook ya sea editadas, sin editar, tomadas espontáneamente o si seleccionan aquellas en las que lucen mejor: Carolina dijo que sí selecciona las imágenes a subir, pues elige aquellas en las que “se ve más bonita”. Daniela reconoció que

sí edita las fotografías en donde ella aparece y que considera que se ve mejor, para luego subirlas a su cuenta. Enseguida las demás mujeres reconocieron que llevan a cabo la misma práctica.

Las entrevistadas son parte de la socialización virtual en auge caracterizada por estar atentos a su imagen física. Con ello, participan en una dinámica que privilegia la imagen de los usuarios y que implica el mostrarse conforme a los cánones de belleza imperantes –el *selfie* es la prueba fehaciente de ello, ya que de antemano los usuarios subirán a su aplicación la foto donde consideren se vean mejor, difícilmente existe espontaneidad- que se traduciría en la no importancia de la imagen personal.

Las entrevistadas señalaron que han visto que quienes recurren más a este tipo de prácticas –subir *selfies*– son jovencitas, “chavitas” según ellas, y personas cuyo único fin es exhibirse. Esta respuesta contrasta con el contenido de las aplicaciones de las entrevistadas, ya que, aunque es cierto que no tienen fotografías explícitamente eróticas, sí hay algunas de ellas con posiciones o gestos que aluden a este aspecto, aunque de manera matizada y discreta. El caso es que hay diversas referencias a la feminidad y en ese sentido a la sexualidad y al género.

Existe una intencionalidad, cierta retórica en las fotografías que suben las estudiantes y, tomándolas a ellas como punto de partida, de ahí muchas más usuarias de las redes sociales que no son necesariamente universitarias –se ha encontrado también cierto encanto del

Facebook por parte de adultos y como buen entretenimiento para personas solteras o que viven solas.

Al final, las entrevistadas aceptaron que retocan y detallan sus fotos: sí tienen “algo” que dar a entender a los usuarios que las pueden ver. Este “algo” (retórica o discurso) podría tener muchas acepciones, pero lo cierto es que una de ellas tiene que ver con la aceptación de su entorno virtual. Esta aceptación vendría dada por el hecho de que ellas muestren que sí son las mujeres que los demás esperan (guapas, erotizadas, sensuales).

El tema central de este texto no es cuestionar o analizar llanamente el concepto del cuerpo de las mujeres en nuestra sociedad, sino dar cuenta de que cumplir con los requerimientos de tal representación conduce a una sujeción que limita la diversidad de formas de ser -que podrían elegir las mujeres-, formas que las llevarían a una integridad y mejora de la percepción de sí mismas y por tanto de su calidad de vida.

La violencia que está implicada en la representación social del cuerpo actúa de forma que sujeta a las personas a una ideología que va más allá del atavío del cuerpo, siendo éste solamente la materialidad de dicho pensamiento. Imponer de qué manera ser, de qué manera vestirse y cómo salir en las fotografías, no es un hecho aislado o puramente estético, sino que se convierte en la cristalización de un pacto de poder que pretende tener el control de los cuerpos, máxime los de las mujeres. Obedecer a los cánones estéticos sin cuestionar a quién

le conviene seguirlos es estar sujetas al poderío de otros, no de una misma.

Las mujeres podemos considerar que tenemos la decisión de ser y vestirnos de la manera que queramos, incluso subir fotografías desnudas, pero esto debe de ser una elección consciente y que esté fuera de toda sujeción. Esto se lograría en el momento en que se ataque la idea de que por cumplir con los requerimientos estéticos predominantes se alcanzará valor y prestigio social; una vez concientizado, la elección será libre y por lo tanto se eliminarán las implicaciones violentas -que actualmente se convierten en frustración y baja autoestima-, y habría mayor probabilidad de encontrar plenitud con nosotras mismas.

Comentarios finales

Reivindicar la virtualidad

Las estudiantes perciben el cuerpo de la mujer como la gran mayoría de la sociedad mexicana, que tiene en parte sus bases en una tradición judeo-cristiana y que, históricamente, las ha cosificado. Esto queda demostrado cuando, en el discurso que brindan de forma consciente y expresa sobre lo que piensan de, por ejemplo, la estética de los cuerpos, las estudiantes rechazan enfermedades que se han suscitado para obedecer modas e imposiciones, como el caso de la anorexia -que reprobaron tajantemente, mostrándose a favor de un cuerpo saludable-. Pareciera que las estudiantes tuvieran ya una forma consciente de elegir su apariencia al rechazar la presión social, cumpliendo así con una de las características de las sociedades modernas: la existencia de la apertura y el poder de elección y autodeterminación de la sexualidad y de los cuerpos.

Sin embargo, cuando se hicieron preguntas indirectas pero a profundidad acerca de lo que pensaban, por ejemplo de los chistes sexistas, respondieron que lo

veían de una manera normal y, por el contrario, descalificaron a las mujeres que se ofendían.

A pesar de que ya tienen conocimiento del tema de la equidad y del discurso de género no lo han interiorizado, pues sus prácticas y socialización virtual a través de Facebook demuestran que ellas no ponen atención, concientizan o critican este tipo de actos que para ellas son “normales” e inofensivos.

El estudio de la violencia de género, por su parte, implicó el análisis de algunos estereotipos en los que la sociedad encasilla a las mujeres: cuando se les preguntó lo que pensaban de concebirlas como consumidoras en potencia, frívolas y superficiales, dieron una aceptación tácita, pues se refirieron al poder adquisitivo y reprocharon el carácter de esas imágenes más por el acto de la presunción que por el hecho de estereotipar.

Las fotografías que ellas comparten en sus aplicaciones personales tienen que ver con la aceptación de esta moda de subir sus imágenes, retocarlas y parecer lo más atractivas posibles ya que, como afirmaron, suben aquéllas donde les parece que se ven mejor y ese “parecerse mejor” no es más que el seguimiento de la representación social del cuerpo femenino.

En referencia a la publicidad de Facebook las entrevistadas justificaron el arreglo personal de modelos, conductoras, etc., –muchas de ellas blancas, delgadas, o con senos y nalgas prominentes–, pues dijeron que tienen una imagen que cuidar por el tipo de trabajo que tienen (mostrarse al público). Alma por ejemplo, quien

desde un inicio fue la joven que se mostró mucho más informada sobre cuestiones de género, aceptó que en los programas en donde se ofrece el estado del tiempo, si es un hombre quien sale en esta sección no levanta el *rating*, mientras que si una mujer lo anuncia sube rápidamente la audiencia.

Dijo que es “triste”, pero es real que el cuerpo de la mujer “venda”. Destacó que así “ha sido siempre”, desde que es pequeña, y es algo que no cree que se pueda modificar. Reconoció la influencia de los medios de comunicación para forjar la imagen y la “venta” del cuerpo de las mujeres como recurso para obtener mayores ganancias.

Como sea, el ser o verse bonita es algo que ellas tratan de imitar porque saben que serán mayormente valoradas... aunque sea algo “triste”.

A pesar de las campañas en contra de la violencia de género y de la información a la que pueden acceder – pues también la hay en la red– al estar expuestas al enorme flujo de imágenes, de estar inmersas dentro de la sociedad de la información y de acuerdo con las características de una sociedad moderna (María de Jesús Solís Solís, 2011) –es decir, más abierta, libre, autodeterminada e incluyente–, estas jóvenes tienen algunas creencias de orden tradicional respecto de lo que es ser mujer, el cuerpo y su representación; se trata de una tradición que en cierta medida impone una moral –traída desde la religión–, y que deriva en la formación de estereotipos, de formas de pensarse y de actitudes hacia

la vida, condiciones que permiten perpetuar la violencia de género.

Asimismo, no se puede afirmar que por el hecho de interactuar dentro de la sociedad de la información y de utilizar herramientas de las TIC, se tenga *per se* una consciencia o un cambio lineal o evolutivo de la sociedad tradicional hacia una ideológicamente moderna, como comúnmente se piensa, pues se trata de un proceso social que, si bien tiene ya visos de oportunidades para la inclusión y el derribo de prejuicios que infravaloran a la mujer, la dinámica dentro de aplicaciones de alta afluencia demuestra que son las personas, es decir, los usuarios, quienes tendrían que hacer consciencia y reflexión sobre procesos de cambio en las concepciones de los géneros, para así trasladarlo a la virtualidad y a las prácticas cotidianas, generando paulatinamente una sociedad equitativa.

Este cambio y visión ya lo ha dado la sociología y otras disciplinas como la antropología, en donde han hecho converger diversas teorías con la de género, dejando ver que el género y elementos que lo componen, como la sexualidad y la identidad, no son cuestiones dadas por la “naturaleza” sino construcciones sociales que se corresponden con formas de pensar y ver el mundo, y que en el caso de las sociedades occidentales se han delineado bajo la organización patriarcal, influida ésta por la religión judeo-cristiana, la cual tiene de por sí una ideología predominantemente patriarcal (María de Jesús Solís Solís, 2011).

Ya en esta época encontramos un avance en la investigación de conceptos como la sexualidad y la identidad que anteriormente la ciencia androcéntrica ni siquiera consideraba, omisión que a su vez daba por verdaderos argumentos biologicistas y deterministas que invisibilizaban a las mujeres y otros grupos (María de Jesús Solís Solís, 2011).

La consciencia desarrollada mediante la develación de hechos que parecieran “normales” con categorías de estudio de la teoría de género y de la sociología, pretende exponer aquellas creencias, percepciones y cuestiones que parecieran “intocables”, “incuestionables”, pero que están allí, en el imaginario colectivo en la forma de representaciones sociales; de seguir por la misma vía, intocables, seguramente no dejarán que el cambio social en aras de la igualdad de género se lleve a cabo.

Hoy estamos frente a un cambio de época: detrás de toda la información que se sube e intercambia hay una serie de conductas de orden tradicional que se mantienen y hasta exaltan –lo que da origen al sexismo–, pero sí hay una modificación en el tejido de las relaciones sociales. Estas últimas al estar mediadas por la virtualidad quitan, en gran medida, la espontaneidad y gestualidad de una relación frente a frente, pues al subirse a la red ya sea una fotografía, comentario o cualquier información, es posible primero editarla y hacer cualquier arreglo, o tan sólo pensar la respuesta que se va a dar al interlocutor(es), lo cual generaría ya un cambio drástico en el

rumbo de la relación a diferencia de las que no están intervenidas por la virtualidad.

Con lo anterior no se pretende descalificar el uso de las herramientas de la comunicación virtual, pues éstas tienen muchos grados de utilidad sobre todo en una sociedad urbana como la que vivimos, de constante cambio y diversas actividades; sin embargo sí hay cuestiones que se están perdiendo y que se deben a que la gente está buena parte del día “conectada” –ya se ha hablado en la misma red de los problemas que se generan en varios aspectos de la dinámica social, como la pérdida de lenguaje oral, la facilidad de romper relaciones tan sólo con “eliminar” de nuestra lista de contactos a la gente que no nos agrada o con la que tenemos algún roce, y hasta construir una identidad que, en el mejor de los casos sí lleva nuestro nombre, pero no tiene nada que ver con lo que somos en persona, pues al ser una identidad construida desde nosotros mismos, es posible que exista la idealización y la presunción de una personalidad más bien anhelada que real.

Preguntando a varias personas, sobre todo de más de cuarenta años de edad, se asegura que es muy difícil o incómodo sostener una conversación con alguien que está viendo a cada minuto su celular y que muchas veces no lo hace para responder llamadas o mensajes, sino por estar conectado a Facebook, pues éste crea una especie de adicción y anhelo por estar al tanto de todo cuanto ocurre en el universo virtual, de toda la información posible que corra por este medio.

Sobre ello se han publicado artículos señalando que las personas más tiempo conectadas y que suben a cada instante lo que están haciendo e indican su ubicación geográfica, lo hacen en un afán de evadir su soledad pues sus contenidos son señales de humo para decir a sus seguidores “¡Hey!, véanme, existo y la estoy pasando bien”. De modo que, ¿hasta qué punto interviene el hedonismo en nuestras vidas?, manifestado en la enajenación de nuestro propio ser.

Por otro lado, el eje de este texto fue conocer qué es lo que suben las usuarias de Facebook –en este caso las estudiantes–, partiendo del supuesto de que intercambian en imágenes y texto las formas en que aprecian al mundo y a sí mismas. Como ya antes se mencionó, la forma en que se mira todo alrededor viene dado por el orden de género, el estatus social, la nacionalidad, la edad, la raza, etc., y eso, se comprobó en Facebook, da lugar a la discriminación.

Todo lo anterior se puede resumir en el hecho de que en este siglo XXI estamos ante el advenimiento de un fenómeno tecnológico-cultural que reproduce desigualdades, que incluye y excluye a otros y que pondera las viejas relaciones de poder entre los géneros: lo que existe en el mundo real para, una vez estando en la red, “viralizarlo” si es motivo de explotación erótica y, por ende, económica.

Si bien las nuevas formas de relacionarse son importantes para entender hacia dónde nos dirigimos como sociedad y como humanidad, a ello también se le debe

sumar la importancia de estudiar el fenómeno comunicativo e informacional que da lugar a maneras diferentes de ver el mundo, de educarse y de relacionarse con el entorno.

Al parecer, el *homo sapiens sapiens* está entrando a una nueva etapa de transformación, no sabemos en qué términos, pero queda claro que el concepto de equidad de género debe de estar presente en todo momento.

Bibliografía

- Alario A., Anguita M. R. (2001). ¿La mitad de la humanidad forma parte de la diversidad?: El sexismo en las aulas y la coeducación como una alternativa. Facultad de Educación, Universidad de Valladolid, España. Extraído el 26 de diciembre de 2013 de:
http://www5.uva.es/catedraestudiosgenero/IMG/pdf/mitadde_la_humanidad.pdf
- Alario A., Anguita M. R. (2004). Mujeres y educación en la era digital: ¿nuevas oportunidades para la igualdad? Mujeres en red: el periódico feminista. Extraído el 26 de diciembre de 2013 de:
<http://www.mujaresenred.net/spip.php?article725>
- Amorós, C. (1995). Diez palabras clave sobre mujer. España: Verbo Divino.
- Amorós, C. (1982). Sexismo. Pensamiento y cultura. Universidad Nacional Autónoma de México. [Artículo en línea]. Extraído el 6 de agosto de 2013 de: <http://www.cialc.unam.mx/pensamientoycultura/biblioteca%20virtual/diccionario/sexismo.htm>

- Arango, Luz, G. (2005) ¿Tiene sexo la sociología? Consideraciones en torno a la categoría género. Revista Sociedad y Economía. Número 8. Colombia.
- Bataille, George. (1979). El Erotismo. México, Tusquets Editores.
- Bauman, Z. (2007). Tiempos líquidos. Vivir en una época de incertidumbre. Tusquets Editores. Extraído el 3 de octubre de:
<http://es.scribd.com/doc/62054457/Bauman-Zygmunt-2007-Tiempos-liquidos-Vivir-en-una-epoca-de-incertidumbre-CONACULTA-Tusquets-editores-Mexico>
- Bauman, Zygmunt. (2007); traducción de Rosenberg Mirta y Arrambide Jaime. Vida de consumo, FCE, México.
- Beltrán, E., Maquieira, V. (2001). Feminismos, debates teóricos contemporáneos. Ed. Alianza. Madrid, España.
- Blázquez, Norma; Flores P. Fátima; Ríos E. Maribel. Coords. (2010). Investigación feminista. Epistemología, metodología y representaciones sociales. México, CEICH.
- Bonder, Gloria. (2002) Las nuevas tecnologías de información y las mujeres: reflexiones necesarias. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Chile: CEPAL.
- Bustos R., Olga. (2011). Monitoreo de campañas de difusión del gobierno de Oaxaca para identificar niveles de reproducción de estereotipos sexistas, desigualdad y violencia de género. [Artículo en línea]. Extraído el 19 de septiembre de 2012 de: http://cedoc.inmujeres.gob.mx/ftpg/Oaxaca/oaxmeta9_3.pdf

- Caramazza E. y Vianello. M. (2002) Género, espacio y poder. Para una crítica de las ciencias políticas. Madrid, España. Ediciones Cátedra.
- Castaño C. (2008) La segunda brecha digital. Madrid, España: Ediciones Cátedra.
- Castells. Manuel (1999). La era de la información. Tomo I. México. Editorial Siglo XXI. Extraído en octubre de 2012 desde: <http://www.slideshare.net/Gatojazzy/manuel-castells-la-era-de-la-informacin>
- Castro, L. (No detalla fecha). ¿Qué es una red social? [Artículo en línea]. Extraído el 8 de agosto de 2013 de: <http://aprenderinternet.about.com/od/RedesSociales/g/Que-Es-Una-Red-Social.htm>
- Cázares, D. (2000). La perspectiva de género. Guía para diseñar, poner en marcha, dar seguimiento y evaluar proyectos de investigación y acciones públicas y civiles. Conapo. México.
- Cobo R. (2005) El Género en las ciencias sociales. Universidad de Coruña, España.
- De Barbieri T. (1993) Debates en sociología. N. 18. Pontificia Universidad Católica del Perú, Departamento de Ciencias Sociales.
- De Miguel, A. El feminismo a través de la historia. I. Feminismo premoderno. El periódico feminista. (2007). Extraído el 29 de mayo de 2012 de: www.nodo50.org/mujeresred/spip.php?article1309
- Diccionario virtual de definiciones. (2013). Extraído el 10 de marzo de 2013 de: <http://definicion.de/accion-social/>



- Duarte C. A, Fernández C. R. (2007). Origen, consolidación y vigencia de los preceptos patriarcales asignados al género femenino y masculino y su refractación en los cuentos El gato negro de Edgar Allan Poe y Es que somos muy pobres de Juan Rulfo. Extraído el 4 de octubre de 2012 de :
http://www.latindex.ucr.ac.cr/intersedes10/10-art_13.pdf
- Encuesta en Hogares sobre Disponibilidad y uso de las Tecnologías de la Información 2010. (Diciembre 2010). Instituto Nacional de Estadística y Geografía [Artículo en línea]. Extraído el 5 de julio de 2012 desde: <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/comunicados/modutih10.asp>
- Enguix, B. (2013). Ciudad, cuerpo e indumentaria. The Soul Report BCN. [Artículo en línea] Extraído el 1 de octubre de 2013 de:
<http://www.thesoulreport.com/outfitters.html>
- Estadísticas sobre disponibilidad y uso de tecnología de información y comunicación en los hogares, 2012 (2013). Instituto Nacional de Estadística y Geografía. [En línea]. Extraído el 06 de enero de 2014 de:
http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/especiales/endutih/ENDUTIH2012.pdf
- Fainholc, B. (2004). Teorías y consecuencias prácticas. Universidad Nacional de la Plata, Argentina. [En línea] Extraído el 5 de octubre de 2013 de: <http://books.google.com.mx/books?id=iBJBLyhNsngC&pg=PA309&lpg=PA309&dq=recomposici%C3%B3n+tecno-industrial-ge->



rencia+beatriz+fainholc&source=bl&ots=31W0VOG-JaR&sig=My8wwHGHxn49i1TMY4z5_Hi3j-o&hl=es&sa=X&ei=DrS8UqzwDbK02wXJxIDgAg&ved=0CCw-Q6AEwAA#v=onepage&q=recomposici%C3%B3n%20tecno-industrial-gerencial%20beatriz%20fainholc&f=false

- Galindo Cáceres, L. (1998) Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. México: Editorial Pearson.
- Giddens, A. (1993). Las consecuencias de la modernidad. Ed. Alianza. Madrid, España.
- Giménez, Gilberto. (2007) Estudios sobre la cultura y las identidades sociales. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México.
- González R., Mario G., Olvera, S. Sandy M. (2011). Jóvenes y educación superior: La Universidad como un referente moderno en la percepción de la sexualidad. Estudiantes, sexualidad y vida cotidiana en el espacio universitario. Universidad Nacional Autónoma de México. México, D.F. Plaza y Valdés Editores. Madrid, España.
- Gubern, Román. (2006) El Eros electrónico. México: Taurus. Pp. 11.
- Gubern, Román. (2005). La imagen pornográfica y otras perversiones ópticas. España: Editorial Anagrama.
- Güereca, R. (2014, en prensa). Brecha digital de género en la comunidad universitaria: Retos ante las sociedades de la información y el conocimiento. UNAM.
- Güereca, R. (2013). Cuerpos desmembrados: manipulación digital y violencia contra las mujeres. Extraído el 27 de septiembre de 2013 de:

- <http://www.mujeresnet.info/2013/06/cuerpos-desmembrados-manipulacion-digital-violencia-mujeres.html>
- Hernández Yulivia (2006). Acerca del género como categoría analítica. *Nómadas*. Revista crítica de ciencias sociales y jurídicas. N. 13. Publicación electrónica de la Universidad Complutense. Extraído el 9 de julio de 2014 de: <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/nomadas/13/yhgarcia.pdf>
 - Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2010). Panorama de las religiones en México, 2010. [Artículo en línea]. Extraído el 4 de octubre de 2012: http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/panora_religion/religiones_2010.pdf
 - Islas, Octavio. (2011). La penetración de Internet y Facebook 2010. *Revista Mexicana de la Comunicación* [artículo en línea]. Extraído el 5 de julio de 2012 desde: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2011/02/21/la-penetracion-de-internet-y-facebook-2010/>
 - Kornblit, A. Coord. (2004). *Metodologías cualitativas en ciencias sociales*. Buenos Aires, Argentina. 2ª edición.
 - *La historia de las redes sociales* (2012). *Informática hoy*. Informática, tecnología e Internet sin complicaciones [Artículo en línea]. Consultado el 6 de enero de 2014, desde: <http://www.informatica-hoy.com.ar/redes-sociales/La-historia-de-las-redes-sociales.php>
 - Lagarde. M. (1997). *Género y poderes*. Instituto de Estudios de la Mujer. Universidad Nacional Autónoma.

- Lagarde, M. (1997). *Identidad genérica y feminismo*. Instituto de Estudios de la Mujer. Universidad Nacional Heredia, Costa Rica.
- Lagarde, M. (2005). *Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas*. UNAM, México.
- Lamas, Marta. (2000). *El Género. La construcción cultural de la diferencia sexual*. Editorial Programa Universitario de Estudios de Género, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2000, 2ª edición.
- Le Breton, David (2005). *La sociología del cuerpo. Nueva visión*. Buenos Aires, Argentina.
- Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia. (2007). *Diario Oficial de la Federación*.
- Mancera C., E. Enrique (2011). *Acceso a la educación superior y expectativas educativas de jóvenes universitarios mexicanos. Educación y reproducción de la desigualdad social. Estudiantes, sexualidad y vida cotidiana en el espacio universitario*. Universidad Nacional Autónoma de México. México, D.F. Plaza y Valdés Editores. Madrid, España.
- Maqueda, M. L. (2006). *La violencia de género: concepto y ámbito*. Extraído el día 23 de mayo de 2012 desde: <http://www.juridicas.unam.mx/sisjur/familia/pdf/15-189s.pdf>
- Marrodi A., Archenti, N. (2010). *Metodología en las ciencias sociales*. Buenos Aires, Argentina.
- Martín Lucas Belén. (2010). Editora. *Violencias invisibles. Intervenciones feministas frente a la violencia patriarcal*. Barcelona, España: Icaria.
- Mattelart M. y Mattelart A. (1997) *Historia de las teorías de la comunicación*. Ed. Paidós. Barcelona, España.

- McLuhan Marshall y Powers. B.R. (1990) La aldea global. Barcelona, España: Gedisa.
- Montiel, Gabriela (2013). Cuerpos que se comentan, cuerpos que se postean. [artículo en línea] Extraído el 24 de agosto de 2014 desde:
http://gabrielakame.blogspot.com.es/2013/10/cuerpos-que-se-comentan-cuerpos-que-se_6795.html
- Pixel digital blog. (2011). Estadísticas de Facebook en México. [artículo en línea] Extraído el 20 de septiembre de 2011 desde: <http://www.pixeldigital.com.mx/blog/estadisticas-de-facebook-en-mexico/>
- Plaza Velasco Marta (2007) “Sobre el concepto de violencia de género. Violencia simbólica, lenguaje, representación” [artículo en línea] Extravío. Revista electrónica de literatura comparada, núm. 2. Universitat de València [1/02/2012] <http://www.uv.es/extravio>
- Plant, S. (1998). Ceros y Unos. Mujeres digitales y la nueva tecnocultura. Barcelona, España. Ediciones Destino.
- Quiterio Benitez Gisela, comp. (1994) Violencia contra la mujer a través de múltiples miradas. Centro de apoyo aunarre. Santo Domingo, República Dominicana.
- Real Academia de la Lengua Española, Vigésima tercera edición. Extraído el 21 de enero de 2013 de: <http://lema.rae.es/drae/?val=sem%C3%A1ntica>
- Ritzer, G. (2005). Teoría sociológica clásica. México: McGraw-Hill.
- Ruiz O. José Ignacio. (1996). Metodología de la investigación cualitativa. Bilbao, España. Ed. Universidad de Deusto.

- Sánchez, O. Alma Rosa (2011). Estudiantes de la Fes-Acatlán, consumos culturales y trayectorias académicas. Estudiantes, sexualidad y vida cotidiana en el espacio universitario. Universidad Nacional Autónoma de México. México, D.F. Plaza y Valdés Editores. Madrid, España.
- Sassen S. (2007) Una sociología de la globalización. Buenos Aires, Argentina. Katz Editores.
- Solís S. María de J. (2011). Sexualidad y subjetividad en las y los jóvenes universitarios de la Fes-Acatlán: entre lo tradicional y lo moderno. En Alma Sánchez Olvera (coord.) Estudiantes, sexualidad y vida cotidiana en el espacio universitario. Universidad Nacional Autónoma de México. México, D.F. Plaza y Valdés Editores. Madrid, España.
- Sommer, B. y Sommer Robert. (2001). La investigación del comportamiento. México. Oxford UniversityPress. 4ta. edición.
- Soriano, Raúl. (1991).Guía para realizar investigaciones sociales. Editorial Plaza y Valdés, México, 7ª edición.
- The United Nations. Fourth World Conference on Women. (1995). [Artículo en línea]. Extraído el 25 de septiembre de 2013 de: <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/media.htm>
- Treinta por ciento de los mexicanos tiene acceso a Internet. (2012). Animal Político. [Artículo en línea]. Extraído el 5 de julio de 2012 desde: <http://www.animalpolitico.com/2012/02/30-de-los-mexicanos-tienen-acceso-a-internet/>
- Tremosa, L. (1989). Las mujeres ante el desafío tecnológico. Barcelona, España.

- Ubidia, A. (1998). Modernidad y posmodernidad. Extraído el día 22 de mayo de 2012 desde: <http://www.flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/1374/1/07.%20Posmodernidad.%20Modernidad%20y%20Posmodernidad.%20Abd%C3%B3n%20Ubida.pdf>
- Usan Facebook 47 millones de usuarios en México. (2013). El Universal. [Artículo en línea]. Extraído el 6 de enero de 2014 de: <http://www.eluniversal.com.mx/computacion-tecno/2013/facebook-47-millones-79648.html>
- Valderrama, Andrés (2004) “La construcción social de la tecnología”, en: “Teoría y crítica de la construcción social de la tecnología”. Revista Colombiana de Sociología: Extraído el 8 de abril de: <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/recs/article/viewFile/11278/11937>
- Vega Montiel A. (2007) Por los derechos humanos de las mujeres: la responsabilidad de los medios de comunicación en la erradicación de la violencia de género. Revista mexicana de ciencias políticas y sociales.
- Wacjman J. (2006) Tecnofeminismos. Madrid, España: Ediciones Cátedra.
- We simplify the internet (2013). Estadísticas de Facebook en México. [Artículo en línea]. Extraído el 15 de febrero de 2012 desde: <http://www.wsiemarketingexperts.com/estadisticas-de-facebook-en-mexico/>
- Encuesta Nacional de Juventud 2010. Extraído el 8 de diciembre de 2014 de: http://www.imjuventud.gob.mx/imgs/uploads/Presentacion_ENJ_2010_Dr_Tuiran_V4am.pdf

<http://aprenderinternet.about.com/od/Glosario/g/Que-Es-Meme.htm>

- (Antonio Gutiérrez, 2011). Revista Forbes México. <http://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/>
- Moreno Manuel (2015). Facebook ya tiene 1,490 millones de usuarios activos. Consultado el 11 de enero de 2016:
<http://www.trecebits.com/2015/07/30/facebook-ya-tiene-1-490-millones-de-usuarios-activos/>
- García, Javier (2015). #Putipobres: excitarse con chicas de barrio pobre. Consultado el 4 de marzo de 2016:
<http://www.vice.com/es/read/putipobres-excitarse-con-chicas-de-barrio-pobre-069>



Contenido

Introducción... O por qué es importante analizar Internet a la luz del género	9
Capítulo I Un sector de usuarios: estudiantes universitarios	43
Capítulo II Las redes sociales virtuales	55
Capítulo III Representaciones sociales.....	71
Capítulo IV Protagonistas de la tecnología: la exclusión y violencia histórica de un género.....	81
Capítulo V El discurso visual en la red	153
Comentarios finales Reivindicar la virtualidad	187

El cuidado editorial de
La cosificación virtual de las mujeres
de Valentina Tolentino Sanjuan

Estuvo a cargo de Editores y Viceversa. El tiro consta de 1,000 ejemplares. Se terminó de imprimir en agosto de 2016 en