



Dossier Central

Viejas realidades, nuevos conceptos: violencia mediática y violencia simbólica contra la mujer

Luisa Kislinger *

Resumen:

En América Latina se vienen aprobando leyes integrales que definen la violencia mediática y la violencia simbólica como tipos de violencia contra la mujer. Ello da respuesta a décadas de activismo e investigación sobre las representaciones mediáticas de las mujeres, frecuentemente cargadas de expresiones sexistas y cosificadoras que fortalecen patrones sociales discriminatorios de la mujer. Esta tipificación reconoce el papel central de los medios en la construcción de la igualdad entre los géneros, e inaugura una nueva etapa para la investigación y el activismo

Palabras clave: Violencia simbólica; Violencia mediática; Derechos de las mujeres; Mujeres y medios; Violencia contra la mujer.

Abstract:

Latin American parliaments have recently issue a series of laws which define media and symbolic violence against women as other forms of gender abuse. This legislation comes as a response to decades of activism and research around media representation of gender, which are often characterized by sexism and discrimination against women. The conceptualization carried out in the emerging set of laws recognizes the role of the media

Viejas realidades, nuevos conceptos: violencia mediática y
violencia simbólica contra la mujer
Luisa Kislinger

in the construction of gender equality while opening a new era for activism and research.

Keywords: Symbolic violence; Women rights; Women and media; Violence against women.

Résumé:

En Amérique latine, des lois intégrales sont promulguées qui définissent la violence médiatique et la violence symbolique comme des types de violence contre la femme. Cette réalité constitue une réponse aux décennies d'activisme et de recherche sur les représentations médiatiques des femmes, fréquemment chargées d'expressions sexistes et de chosification de la femme, qui renforcent des modèles sociaux discriminatoires de la femme. Cette typification reconnaît le rôle central des médias dans la construction de l'égalité entre les genres, et inaugure une nouvelle étape pour la recherche et l'activisme.

Mots clé: Violence symbolique ; Violence médiatique ; Droits de la femme ; Femmes et médias ; Violence contre la femme.

Recibido: 11/11/2015

Aprobado: 10/12/2015

I

En los medios de comunicación abundan las imágenes de mujeres en bikini, o mostrando sólo partes de su cuerpo: la popular mujer sin cabeza, utilizada su hipersexualizada figura para la promoción de bebidas alcohólicas. Sobran los mensajes que recurren a los estereotipos como el de la ama de casa abnegada, que limpia con alegría el hogar y atiende las necesidades de cada uno de los miembros de la familia. O el de la mujer celosa y posesiva –llamada despectivamente “cuaima” en Venezuela– que desconfía, hasta los confines de lo patológico, en su pareja, o que mediante gritos y maltratos demuestra su desdén e invalida sentimientos y aspiraciones de los hombres que la rodean. Numerosos artículos, titulares, novelas, canciones, portadas de revista, comerciales de todo tipo, programas de variedades, periódicos y portales web están allí, sirviendo de testimonio a esta realidad. Se trata de un hecho tan evidente que desde la Iglesia Católica, no siempre de la mano con las causas feministas, el mismo Papa Francisco denunció “la instrumentalización y la comercialización del cuerpo femenino en la actual cultura mediática”. (Diario ABC, 2015).

Es un estado de cosas que damos por sentado, como parte de nuestra realidad. Los discursos mediáticos que presentan de manera sesgada a la mujer construyen una narrativa que, lenta y progresivamente, se convierte en sostén y justificación del lugar subordinado, de los prejuicios y de la discriminación en contra de mujeres y niñas, con sus consecuencias negativas, la más importante, quizás, la formación y reforzamiento de una imagen colectiva desvalorizada de lo que es ser mujer, que las coloca, además, en una posición de vulnerabilidad ante la violencia. Ese estado de cosas fue al que se refirió Pierre Bourdieu: “el orden establecido, con sus relaciones de dominación, sus derechos y prerrogativas, privilegios e injusticias, se perpetúa tan fácilmente”, y en medio del cual hasta “las más intolerables condiciones de existencia pueden ser a menudo percibidas como aceptables, e inclusive naturales”. A eso llamó violencia simbólica (Bourdieu, 2001). Y su ejemplo principal, al que dedicó una de sus más influyentes obras, es la dominación masculina. Bourdieu define la violencia simbólica como “sutil, imperceptible e invisible aún para sus víctimas, ejercida, mayormente, a través de los canales puramente simbólicos de comunicación y cognición”. En palabras de

Rita Laura Segato, se trata de la “argamasa” que sostiene la subordinación de la mujer. El sustento sobre el cual se producen las relaciones asimétricas de poder entre hombres y mujeres. (2003).

La noción de violencia simbólica guarda estrecha relación con el concepto de hegemonía de Antonio Gramsci, toda vez que ambos asumen que en un entorno de relaciones de dominación, los grupos dominados son convencidos sobre la justificación de dichas relaciones. El consentimiento del dominado se obtiene a través de la construcción de las posiciones de las elites como algo normal, natural y de sentido común. Para Bourdieu, la violencia simbólica es instituida a través de la adherencia que el o la dominada no puede dejar de conceder al dominante (y por tanto a la dominación) cuando, para formar su pensamiento sobre el hombre y su visión sobre su relación con él, la mujer sólo cuenta con los instrumentos cognitivos que comparte con aquél, los cuales, siendo no más que la personificación de la relación de dominación, hace que la relación aparezca como natural, es decir, cuando los instrumentos de análisis que usamos las mujeres a fin de percibirnos y apreciarnos, o para percibir y apreciar al dominador, son el producto de la personificación de las clasificaciones de las cuales nosotras somos producto también, en cuanto seres sociales (2001). Es así como encontramos hechos que no se discuten porque son “normales”: ver mujeres usadas como objetos en comerciales de todo tipo de productos –que van desde cauchos o yogurt, hasta carros, motos, grifería y zapatos– o mensajes que hablan de la incompetencia femenina en ámbitos como el científico. La mujer que participa lo hace con total anuencia porque no percibe como discriminatorio el acto de tomar parte en un comercial de televisión que exalte sus atributos físicos de manera cosificadora. Aquí, instituciones sociales fundamentales como los medios de comunicación han contribuido con ese proceso de normalización. Se hace entonces parte “natural” de nuestra sociedad el uso de esas imágenes y mensajes sexistas, que cosifican a la mujer y refuerzan su posición subordinada ante el hombre, invisibilizando la violencia que lleva implícita. Porque, como bien señala la Profesora Evangelina García Prince, la naturalización de la violencia invisibiliza el carácter agresivo de la misma, lo cual lleva a aceptar ese estado “normal” de cosas como componente inevitable de la relación entre los géneros. (García Prince, 2009). De manera pues que la violencia simbólica es hegemónica y de naturaleza estructural. Permea todas las instituciones de la sociedad, pero es, al

mismo tiempo, un mecanismo de perpetuación de desigualdades, particularmente de género. Y en esto, los medios de comunicación, junto a otras organizaciones sociales como la familia, la escuela, la iglesia, y la cultura, contribuyen con la construcción del proceso hegemónico de naturalización de las diferencias biológicas en diferencias sociales.

Los medios de comunicación no escapan, pues, a la violencia simbólica. Sino, más bien, sirven de vehículos de difusión y perpetuación del patriarcado sobre el cual esta está instalada. Se encuentran permeados por la sutileza de la violencia simbólica que dispone un lugar subordinado a las mujeres, a veces de manera casi imperceptible. Las imágenes y mensajes que cosifican a la mujer, que son sexistas y discriminatorios son manifestaciones de esa violencia simbólica, y deben ser entendidas y catalogadas como violencia mediática contra la mujer.

II

La violencia mediática y la violencia simbólica no son, desde luego, fenómenos nuevos. Lo nuevo es su tipificación como modalidades de violencia contra la mujer. Por décadas, los medios de comunicación han recurrido a estereotipos y al uso de la imagen femenina cosificada para llamar la atención, causar impacto y así llevar sus mensajes a las audiencias más amplias posibles, reproduciendo, además, las normas sociales que dictan el lugar de la mujer en el mundo. Particularmente alrededor de los años 50, con la masificación de la televisión, se comenzó a construir la identidad de la mujer ideal, hogareña y recatada, devota madre y mejor esposa. Sin embargo, la mujer estaba mayormente invisibilizada. Estaban ausentes de los espacios de noticias, como protagonistas de series o como presentadoras de programas radiales o televisivos. Eran minoría en la mayoría de las salas de redacción de numerosos diarios, fuesen éstas venezolanas o de cualquier otra parte del mundo. Gaye Tuchman, a finales de los años 70, analizó esa ausencia en su contundente artículo *La aniquilación simbólica de la mujer por parte de los medios de comunicación*, en el cual argumentó que la sub representación de las mujeres en la vida ficticia de la

televisión norteamericana era una manera de comunicar a las audiencias que la mujer no importaba mucho en la sociedad de ese país. (1978).

En Estados Unidos, solamente entre un 20 y 30% de los personajes de televisión en los años 50, 60 y 70 eran mujeres. Para los años 80 la situación mejoró, pero todavía había dos veces más hombres en las pantallas televisivas (Gaunlett, 2002). No hay evidencia que indique que la situación haya sido distinta para la región de América Latina en general, o Venezuela en particular, durante esos mismos años. Un estudio del año 1987 revela que de los 258 periodistas que conformaban las plantillas de los 6 medios impresos venezolanos más importantes para ese momento, sólo 66 eran mujeres, es decir, un 25.5%. Otro dato revelador es que, de los 57 miembros de juntas directivas repartidas en 11 emisoras de radio del país, apenas 7 eran mujeres, o sea un 12%. Y del total de 17 personas que conformaban las juntas directivas de las tres plantas televisivas que existían para ese momento, sólo la presidenta de Venezolana de Televisión era mujer, lo cual equivale a un escaso 6% (Franco & Ramírez, 1987). Desde el punto de vista del contenido, un estudio de principios de los años 90 nos habla de cómo los medios representaban a las mujeres a través de los estereotipos tradicionales que les asociaban bien a lo sexual o a lo doméstico. En los 7 géneros analizados (telenovela, series, humor, programas infantiles, diario televisado, variedades y publicidad), las mujeres son presentadas como objetos sexuales, personas inseguras, dependientes del hombre, que favorecen lo emocional por encima de lo racional al momento de tomar decisiones, dedicadas al hogar y/o a satisfacer necesidades familiares y afectivas, además de ser objeto de burla. Los noticieros, por ejemplo, asignaban mayor credibilidad a la presencia del hombre, quien estaba a cargo de iniciar las emisiones de noticias. Se observó también que las locutoras solían ser modelos o participantes en concursos de belleza, con lo cual se evidenciaba el uso de un estereotipo físico femenino. Notan las investigadoras que, para ese momento, había más reporteras en la calle que en el estudio. Y aunque las mujeres venezolanas manejaban los comentarios de las noticias de política nacional e internacional, en el 70% de los casos quienes aparecían como sujetos de esas noticias eran los hombres. En el caso de la publicidad, las investigadoras concluyen que:

Los mensajes publicitarios se centran en ofrecer la felicidad, el poder, lo elitescos o el sexo. Los roles femeninos para estos contenidos son de: a) madre de familia-ama de casa; b) mujer de hoy, activa y sensual; c) modelo. Los roles masculinos son: a) padre de familia; b) hombre de negocios y ejecutivo; c) joven dinámico y exitoso. (Aguilera & García, 1992).

Concluyen que en todos los géneros analizados se mantienen y refuerzan los estereotipos sexuales, siendo los rasgos negativos más frecuentes la inestabilidad emocional en las mujeres, y la agresión física, verbal o psicológica en el hombre.

Si bien es evidente que, hoy en día, la relación entre mujeres y medios de comunicación ha registrado algunos avances importantes, no podemos sino afirmar que siguen existiendo numerosas e importantes brechas en cuanto a las representaciones que de ellas se hace, y en cuanto a su participación a lo interno de las estructuras de los medios, desde áreas técnicas hasta juntas directivas, o como sujetos de noticias. Y existe una tendencia que, aunque no es nueva, se muestra más perniciosa aún: la proliferación de espacios y publicaciones que prometen estar dirigidos a las mujeres, basados en lo que se percibe como temáticas de nuestro interés. Ciertamente, desde esos espacios se abordan algunas temáticas relativas a la salud femenina como cáncer de mama y ovarios, lactancia materna, entre otras, así como asuntos relacionados con las relaciones humanas. Pero, en definitiva, dichos espacios sólo promueven y refuerzan los estereotipos de género según los cuales las mujeres estamos fundamentalmente interesadas en temas como realeza, moda, alternativas para la limpieza del hogar, crianza, decoración, belleza y sexo. El programa “Así Lo Ve Camila” dirigido por la presentadora Camila Canabal, o la revista EME de Mujer, del diario El Nacional, son dos ejemplos del tipo de espacios dedicados a las mujeres de manera abiertamente sesgada.

Según un monitoreo parcial de prensa y medios electrónicos realizado en el año 2009 por el Centro de Estudios de la Mujer de la Universidad Central de Venezuela, las mujeres son presentadas de manera predominante en sus roles estereotipados de género: “la mujer de”, en función a su vínculo con el hombre; madre, esposa, concubina o cónyuge son etiquetas resaltadas por encima de la

condición de mujer; uso de categorías para referirse a las mujeres con mayor frecuencia que en el caso de los hombres (joven, embarazada, novia, esposa, muchacha, ciudadana, menor, otras); uso de la expresión “sexo débil” aún en artículos que abogan por la erradicación de la violencia contra la mujer (Gómez, 2009). Encontró el monitoreo, además, que los estereotipos de género usados con mayor frecuencia oscilan entre “la madre” y “la diablo.” En el año 2010, el Proyecto Global de Monitoreo de Medios encontró que, a nivel global, el casi la mitad de las notas en medios de comunicación refuerzan los estereotipos de género, cifra que constituye 8 veces más que las historias que cuestionan dichos estereotipos (6%). El mismo estudio encontró que, en América Latina, las noticias presentan a las mujeres fundamentalmente en roles tradicionales o en ocupaciones que de manera sesgada han sido asociadas a las mujeres. (2010).

La reproducción de estereotipos de género por parte de los medios de comunicación contribuye a reafirmar el estado de cosas, el orden establecido de relaciones desiguales de poder entre mujeres y hombres. En otras palabras, refuerzan la violencia simbólica. Y es que, a través de los medios, las audiencias tienen la posibilidad de convertirse en jueces silentes de las reglas sociales a las que las mujeres debemos ceñir nuestro comportamiento, siendo el estereotipo de género el molde para ello. Y quien así no lo haga puede llegar a pagar las consecuencias hasta con su vida. Porque, lamentablemente, a menudo la violencia se convierte entonces en el mecanismo para enfrentar y encauzar las transgresiones. De manera que los estereotipos de género y los contenidos sexistas importan. Y debemos conferirles la seriedad que merecen sí aspiramos a vivir en una sociedad libre de violencia y plena de igualdad jurídica y social entre mujeres y hombres. Harris (2009) ofrece una explicación de por qué deben importarnos los estereotipos: hoy en día, la fuente predominante de información del mundo más allá de nuestras realidades inmediatas son los medios de comunicación. Y en más de una ocasión, son la única fuente de información sobre algo o alguien totalmente desconocido para las personas. Las imágenes mediáticas tienen una gran influencia sobre las realidades que construyen nuestras mentes. Agrega Harris que los estereotipos obtenidos a través de los medios vienen a la mente para guiar el procesamiento de la información sobre personas específicas, llevándonos a conclusiones que se convierten en realidades percibidas. El ejemplo de cómo niños y niñas crecen aprendiendo de la televisión

sobre grupos de personas es útil en esta instancia, ya que la mayoría seguramente no habrá tenido contacto con árabes, judíos, personas mayores, lesbianas, asiáticos o musulmanes. Pero al enfrentarse a una de ellas en el mundo real, la información recibida a través de los medios será de importancia fundamental en la opinión y/o prejuicios que se pueda formar acerca de las mismas. Vemos entonces cómo el mundo virtual de los medios aporta datos importantes en la construcción de nuestra visión de las personas, teniendo, en definitiva, un impacto en cómo nos relacionemos en el mundo real con ellas. En el contexto específico de las mujeres y la violencia en su contra, los estereotipos pudieran ser interpretados como expresión de la violencia simbólica que permea todos los aspectos de la sociedad. Cuaima, compradora compulsiva, ama de casa sumisa y dependiente económicamente del marido, frívola, reina de belleza, objeto sexual son estereotipos que afectan la manera en la cual percibimos socialmente e interactuamos con las mujeres. Ellos, a su vez “habilitan y facilitan el ejercicio de la violencia machista a niveles físico y psíquico, ya que funcionan como mecanismos de internalización y naturalización de la opresión patriarcal”. (Guerra, 2009).

Los medios de comunicación tienen, entonces, un papel estelar bien sea en el reforzamiento de estereotipos y visiones sexistas de la realidad, o en contribuir en la deconstrucción del patriarcado que determina las relaciones de poder asimétricas entre mujeres y hombres. Desde la perspectiva feminista se ha denunciado cómo los medios de comunicación han contribuido a justificar la exclusión de las mujeres en todos los ámbitos, al presentarnos como “biológicamente destinadas” o “naturalmente inclinadas” a desempeñar roles determinados (Darling-Wolf, citada por Kislinger, 2015). Sobre esto, la UNESCO señala:

Existe una clara intersección entre el empoderamiento de la mujer y el desarrollo de los medios de comunicación. Estos han estado explícitamente implicados en la segunda y tercera ola de empoderamiento de la mujer. La proliferación mediática, la explosión de nuevas tecnologías y el surgimiento de los medios sociales en muchas partes del mundo han traído consigo la inserción de múltiples fuentes de acceso a información y

conocimientos relativos al género. Los medios de noticias, independientemente de la tecnología empleada, siguen siendo una de las principales fuentes de información, de ideas y de opiniones a nivel mundial. Mientras existan la desigualdad y estereotipos de género en las estructuras sociales y mentales de las personas, los medios de comunicación tendrán la posibilidad de propagarlos y perpetuarlos o de mejorarlos. Aún más, la desviación consciente o inconsciente hacia una perspectiva “masculinizadora” que muchos profesionales de la comunicación, hombres y mujeres, pueden experimentar en ciertas ocasiones, es debida, en parte, a la falta de capacidad de informar más ampliamente sobre las mujeres y el género. (UNESCO, 2014).

III

La preocupación y en el interés por la participación de las mujeres en los medios de comunicación surgió aproximadamente en los años 60, con investigadoras y activistas como Gloria Steinem y Betty Friedan, autora de la *Mística de la Femenidad*, analizando y denunciando las representaciones mediáticas de las mujeres. Según Gallaher (2001), la temática adquirió relevancia a nivel global durante la Década Internacional de las Naciones Unidas para la Mujer, transcurrida entre 1975 y 1985, la cual constituyó un catalizador temprano tanto para el activismo como para la investigación. Ya desde el inicio de los años 70, este trabajo giró en torno a dos ejes centrales: por un lado, una crítica a las representaciones hechas por los medios de las mujeres (“como objetos en vez de sujetos activos”), y por el otro, un análisis de las estructuras institucionales y sociales de poder a través de las cuales las mujeres eran sistemáticamente marginadas a lo interno de las organizaciones de medios. Gallaher indica que, para ese momento, una línea de activismo sostenía la idea de que las limitaciones en las representaciones mediáticas de las mujeres tenían que ver con su subrepresentación y carencia de poder dentro de la industria de los medios, por lo cual abogaban a favor de un aumento en la presencia numérica y en esferas de toma de decisiones en organizaciones de la comunicación. Sobre esto, señala Gallaher:

A pesar de que en la mayoría de los países las mujeres están entrando en profesiones relacionadas con la comunicación más que nunca antes, no sería razonable imaginar que esto resultará en una transformación radical de los contenidos mediáticos. Es ciertamente posible ver la marca individual dejada por mujeres de medios, como mujeres, en ciertos productos. Pero los patrones fundamentales de representación mediática que preocuparon al movimiento de mujeres en los años 1970 permanece relativamente intacta treinta años después. (2001).

Agrega, sin embargo, que los números sólo cuentan una pequeña parte de la historia, porque detrás de ellos encontramos las estructuras de poder –social, político y económico– en las cuales los hombres continúan siendo centrales y predominantes. (2001). De manera que lo que se persigue es un cambio cultural, un cambio en la percepción social de mujeres y hombres. Los medios de comunicación tienden a reproducir ideológicamente el orden simbólico en el cual operan. (Roselló Nadal, 2008). Con lo cual su discurso reproduce el orden social existente, teniendo gran incidencia en el reforzamiento y perpetuación de la cultura patriarcal predominante, porque su universo simbólico de referencia no es otro que el orden asimétrico de relaciones jerárquicas sobre cual está basada la subordinación de la mujer al hombre. (Kislinger, 2015).

Más recientemente, las investigaciones realizadas desde los estudios feministas de medios, pueden ser agrupadas en dos perspectivas distintas. Según Carter (2012), la primera perspectiva abarca aquellos estudios centrados en premisas sobre cómo los medios contribuyen al proceso de adquisición individual de actitudes y comportamientos sobre los géneros, y sobre cómo los estereotipos de género pueden impactar negativamente las oportunidades de las personas, especialmente en lo relativo a la autoestima y las percepciones sociales de las mujeres y sus capacidades profesionales. La segunda perspectiva Carter la describe como un movimiento político a favor de la justicia de género, a través del análisis de las representaciones mediáticas de las relaciones de género, las modalidades en las cuales las audiencias interpretan esas representaciones, y cómo profesionales de los medios contribuyen a perpetuar las injusticias de género.

Un aspecto importante tanto de las investigaciones como del activismo ha sido el análisis de los vínculos entre la violencia mediática y la violencia contra la mujer. Tras la emblemática Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer celebrada en Beijing (1995), esta discusión se circunscribió al análisis de cómo las imágenes negativas y estereotipadas de las mujeres presentadas por los medios podrían contribuir a la violencia en su contra en el mundo real, y a la cobertura hecha por los medios de casos reales de violencia contra la mujer.

La preocupación por la influencia que la violencia mediática tiene sobre la violencia en el mundo real, es aplicable al tema de la violencia contra la mujer si tenemos en cuenta que numerosos espacios, publicaciones y anuncios tienen como línea central argumental alguna representación de este tipo de violencia (que pudiera incluir desde casos extremos de violencia física y sexual hasta invisibilización). Existen variedad de contenidos mediáticos que hacen uso de violencia contra la mujer en los que violaciones, golpes, insultos, humillaciones, etc., son mostrados de manera glamorosa, descontextualizada, o simplemente sin consecuencia alguna para los perpetradores. Los efectos asociados a representaciones de violencia contra la mujer hechas en series televisivas de drama y/o acción, así como en videojuegos, letras de canciones, videos musicales, páginas de Internet, blogs sexistas, *ciberbullying*, pornografía infantil, entre otros, son reforzamiento de estereotipos de género, desensibilización de jóvenes a la violencia, tolerancia de la violencia masculina y trivialización de agresiones basadas en el género. (Kislinger, 2015). Las mujeres son presentadas de manera desproporcionada como víctimas, la violencia contra la mujer es casi siempre sexual, y a menudo los perpetradores suelen salir impunes al cometer este tipo de actos. La violencia mediática contra la mujer conlleva el potencial de generar violencia contra la mujer en el mundo real, al contribuir a difundir y reforzar pautas sociales que colocan a las mujeres en posición subordinada respecto a los hombres y que hacen ver como natural y aceptable no sólo esa posición, sino las agresiones en su contra, incluyendo su invisibilización.

IV

Este año se cumplen 20 años desde la Conferencia de Beijing que marcó un hito en los esfuerzos globales a favor de la condición jurídica y social de la mujer. En ese contexto, tuvo particular importancia el reconocimiento conferido a la temática de mujeres y medios de comunicación toda vez que la Plataforma de Acción de Beijing, adoptada por la Conferencia, y que constituye un documento de políticas que sirve de guía para el trabajo internacional, regional y nacional de los Estados, identificó entre las 12 áreas críticas de trabajo “la mujer y los medios de difusión” (1995). La Plataforma de Acción expresó preocupación por la persistencia de estereotipos de género difundidos a través de medios privados y públicos, nacionales e internacionales, y se hizo un llamado a suprimir la proyección constante de imágenes negativas y degradantes de la mujer. Igualmente, se instó al establecimiento de mecanismos de autorregulación y a la creación de herramientas que permitieran la erradicación de contenidos que exhiban un sesgo de género. Cinco años después de la adopción de la Plataforma de Acción de Beijing, se hizo una evaluación de su aplicación –proceso conocido como Beijing+5– y se encontró que las imágenes negativas, violentas o degradantes de la mujer, incluidas la pornografía y descripciones estereotipadas de ella, habían aumentado en diferentes formas, recurriendo en muchos casos a las nuevas tecnologías. Más aún, señaló el documento final que seguían existiendo prejuicios contra la mujer en los medios de difusión masiva. (2000).

Algunos instrumentos jurídicos internacionales han comprometido a los Estados a actuar en esta materia. La Convención Interamericana para la Erradicación de la Violencia contra la Mujer (conocida como la Convención de Belem do Pará, adoptada en el año 1994) pide a los Estados a alentar a los medios de comunicación a elaborar directrices adecuadas de difusión que contribuyan a erradicar la violencia contra la mujer en todas sus formas y a realzar el respeto y dignidad de la mujer. (Artículo 8, G). La Convención establece también que las mujeres tenemos el derecho de ser valoradas y educadas en un entorno libre de patrones estereotipados de comportamiento y prácticas sociales y culturales basadas en conceptos de inferioridad o subordinación (1994). Por su parte, la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación

contra la Mujer establece en su Artículo 5 que los Estados deberán tomar todas las medidas apropiadas para modificar los patrones socioculturales de conducta de hombres y mujeres, con miras a alcanzar la eliminación de los prejuicios y las prácticas consuetudinarias y de cualquier otra índole que estén basadas en la idea de inferioridad o superioridad de cualquiera de los sexos o en funciones estereotipadas de hombres y mujeres. (1979).

Desde el año 2007, en algunos países de América Latina se vienen registrando avances interesantes en el área de mujeres y medios de comunicación. Pudiéramos afirmar que se ha inaugurado una nueva etapa en la cual los Estados empiezan a reconocer y asumir sus obligaciones en esa área, en línea con convenciones y documentos internacionales, con lo cual, además, se da respuesta a las denuncias y análisis que por décadas se ha hecho de contenidos sexistas y discriminatorios de las mujeres. En esta etapa, el núcleo central de las acciones lo constituye la incorporación de la violencia mediática y la violencia simbólica contra la mujer como tipos de violencia contra la mujer en las nuevas leyes de segunda generación sobre esa materia, conocidas como leyes integrales¹. Esto resulta un hecho sin precedentes dirigido a reconocer, identificar y delimitar viejas realidades. Generalmente, la violencia mediática es definida como la exposición a través de cualquier medio de difusión de la mujer, niña o adolescente que de manera directa o indirecta la explote, discrimine, deshonre, humille o atente contra su dignidad, su nombre y su imagen con fines económicos, sociales o de dominación. Por su parte, la violencia simbólica es entendida como aquellos mensajes, valores, iconos, o signos que transmiten y reproducen relaciones de dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales que se establecen entre las personas y naturalizan la subordinación de las mujeres en la sociedad.

¹ Entendemos por leyes de segunda generación (o leyes integrales) en materia de violencia contra la mujer, aquellas leyes que pasan de una visión limitada sobre el ámbito y alcance de este tipo de violencia, hacia una visión integral que asume distintas categorías y escenarios donde esta violencia tiene lugar. Generalmente, la primera generación de leyes se centró en la violencia doméstica, intrafamiliar o contra la familia. Las nuevas leyes asumen lo doméstico como un ámbito en el cual se da la violencia contra las mujeres, reconociendo distintas modalidades y escenarios de la violencia, y tienen como principal beneficiaria a la mujer. Al respecto ver: Ortiz-Barreda G, Vives-Cases C. Legislation on violence against women: overview of key components. *Revista Panamericana de Salud Pública*. 2013; 33 (1), pp. 61-72.

La *Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia* adoptada por Venezuela en 2007, fue la primera en incorporar la violencia mediática y la violencia simbólica como tipos de violencia contra la mujer. Más tarde, en 2009, Argentina aprobó la *Ley 26.485 de Protección Integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que se desarrollan sus relaciones interpersonales*, la cual incluyó la violencia simbólica como un tipo de violencia contra la mujer. Codificó, además, la violencia mediática como manifestación de violencia simbólica. Siguió El Salvador con la aprobación en el año 2011 de la *Ley Especial Integral para una Vida Libre de Violencia para las Mujeres*, la cual tipificó la violencia simbólica y dispuso la protección y defensa de la imagen de las mujeres, para lo cual no se deberán difundir contenidos ni publicidad sexista contra las mujeres, definida ésta como aquella que promueve la agresividad, malos tratos o discriminación contra las mujeres, la salud, la dignidad y la igualdad. En 2012 Bolivia aprobó la *Ley Integral para Garantizar a las Mujeres una Vida Libre de Violencia* donde se hace referencia al lenguaje sexista, y tipifica la violencia mediática, la violencia simbólica y/o encubierta y la violencia contra la dignidad, honra y nombre de la mujer. Y en 2013, Panamá adoptó la *Ley 82: Tipifica el Femicidio y la Violencia contra la Mujer*, que codifica la violencia mediática y la violencia simbólica, así como modalidades de violencia contra la mujer.

PAÍS	NOMBRE	AÑO	VIOLENCIA MEDIÁTICA	VIOLENCIA SIMBÓLICA	OTROS ARTÍCULOS RELACIONADOS CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ESTEREOTIPOS, ETC.
Argentina	Ley n°26.485 de protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales	2009	Artículo 6, inciso F)	Artículo 5, 5)	Artículo 11, numeral 8
Bolivia	Ley Integral para garantizar a las mujeres una vida libre de violencia	2013	Artículo 7, inciso 4)	Artículo 7, inciso 5)	Artículo 5, inciso 6. Violencia contra la dignidad, la honra y el nombre Artículo 6, 3. Define Lenguaje no sexista Artículo 14, inciso 6. Políticas de comunicación para reconstrucción de estereotipos sexistas; promoción de autorregulación Artículo 22. Medidas en el ámbito de la comunicación Artículo 23. Obligación de los medios de comunicación
Brazil	Ley n° 11.340 (Ley María de Penha)	2006	—	—	Artículo 8, inciso 3. Respeto de valores éticos y sociales, para eliminar los estereotipos
Chile	Ley n° 20.066 Ley de Violencia intrafamiliar	2005	—	—	Artículo 4, inciso D). Promover contribución de medios de comunicación en erradicación de violencia

Viejas realidades, nuevos conceptos: violencia mediática y violencia simbólica contra la mujer

Luisa Kislinger

PAÍS	NOMBRE	AÑO	VIOLENCIA MEDIÁTICA	VIOLENCIA SIMBÓLICA	OTROS ARTÍCULOS RELACIONADOS CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ESTEREOTIPOS, ETC.
Colombia	Ley n°1257 por la cual se dictan las normas de sensibilización, prevención y sanción de formas de violencia y discriminación contra las mujeres, se reforman los Códigos Penal, de Procedimiento Penal, la ley n° 294 de 1996 y se dictan otras disposiciones	2008	—	—	Artículo 10. Programas de difusión para erradicación de violencia contra la mujer, garantizar respeto y evitar su discriminación
Costa Rica	Ley de Penalización de violencia contra la mujer	2007	—	—	—
Ecuador	Ley contra la Violencia a la mujer y a la familia	1995	—	—	—
El Salvador	Ley Especial Integral para una vida libre de violencia para las mujeres	2010	—	Artículo 9, inciso G)	Artículo 22, inciso A). No difusión de contenidos o publicidad sexista definidos como aquella que promueve agresividad, malos tratos o discriminación contra las mujeres, su salud, dignidad e igualdad. Garantizar aplicación de códigos de ética. Artículo 17, inciso E). Desestructuración de prácticas, conductas y costumbres sociales y culturales que vayan en detrimento de las mujeres
Guatemala	Ley contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer	2008	—	—	—
Honduras	Ley contra la Violencia doméstica	1997, modificada en 2005	—	—	Artículo 21. Promoción de nuevas formas de comunicación que deslegitimen la violencia y eviten reforzar estereotipos de género
México	Ley general de Acceso de las mujeres a una vida libre de violencia		—	—	
Nicaragua	Ley n° 779. Ley Integral contra la violencia hacia las mujeres y de reformas a la ley n° 641, "Código Penal"		—	—	
Panamá	Ley n° 82. Tipifica el Femicidio y la Violencia contra la mujer	2013	Artículo 4, inciso 21 (incluye pornografía)	Artículo 4, inciso 27)	Artículo 20, inciso 6. Velar que medios de comunicación no fomenten violencia contra la mujer. Artículo 22, inciso 3. Asesoría a medios para adecuado enfoque de temática y difusión de derechos de las mujeres. Artículo 25, inciso 4. Coordinación ministerial para prevenir que medios usen a la mujer como objeto sexual, lenguaje sexista o cualquier contenido que estimule la violencia. Artículo 30, inciso 7. Multa para medios que incurran en discriminación o violencia contra la mujer. Artículo 34, inciso 2. Obligaciones de Consejo Nacional de Periodismo, entre otras, capacitación de profesionales, eliminación de lenguaje sexista
Paraguay	Ley contra la Violencia doméstica	2000	—	—	—
Perú	Texto Único Ordenado de la Ley n° 26.260, Ley de Protección frente a la violencia familiar	1993. Reformas 2008	—	—	—
Uruguay	Ley n° 17.514. Violencia doméstica	2002	—	—	—
Venezuela	Ley Orgánica sobre el Derecho de las mujeres a una vida libre de violencia	2007	Artículo 15, inciso 15)	Artículo 15, inciso 17)	Artículo 28. Programas de prevención en medios de comunicación. Artículo 53. Ofensa pública por razón de género

Con estas nuevas leyes, los llamados hacia la elaboración y presentación de contenidos y representaciones equilibradas de las mujeres en los medios de comunicación pasan a ser enmarcados en una perspectiva de derechos humanos, anclada en el derecho de las mujeres a vivir una vida libre de violencia. La violencia mediática y la violencia simbólica contra la mujer constituyen, fundamentalmente, un tipo de discriminación en su contra, al ser presentadas de manera sesgada, como objetos sexuales o capaces sólo de asumir tareas asociadas a lo doméstico. Los discursos mediáticos actuales, en su mayoría, justifican la discriminación de las mujeres. De conformidad con lo establecido por el Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer (CEDAW por sus siglas en inglés), órgano creado para dar seguimiento al cumplimiento de la Convención para la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer, la definición de discriminación comprende todas las formas de violencia contra la mujer. Más aún, el Comité afirmó inequívocamente que la violencia contra la mujer es una discriminación en razón de género, y que esa misma discriminación es, a su vez, una de las causas principales de dicha violencia. (1992). El Comité también ha expresado la obligación que tienen los Estados Parte de la Convención de proteger a la mujer contra cualquier tipo de violencia que se produzca en la familia, el trabajo o en cualquier otro ámbito de la vida social. (1989). Así tenemos que la identificación de la violencia mediática y la violencia simbólica como tipos de violencia contra la mujer las incorpora al terreno de las obligaciones legales de los Estados y de todos los actores sociales que deben trabajar para prevenirla y erradicarla. Al estar la violencia mediática y la violencia simbólica contra la mujer incluidas en instrumentos legales de derechos, las mismas se alinean al lenguaje, instituciones y procesos del régimen nacional, regional e internacional de derechos humanos, dejando de ser un asunto visto desde el ámbito de la discrecionalidad, la moralidad o lo culturalmente aceptable, para llevarlo al terreno de la legalidad y la obligatoriedad. Al mismo tiempo, se trata de una acción a favor de nuestro empoderamiento, ya que nos posiciona no como receptoras pasivas de eventuales beneficios, sino como ciudadanas titulares de derechos. Se ha inaugurado, entonces, una nueva etapa para el activismo, el trabajo en incidencia, y la investigación en el ámbito de la relación entre mujeres y medios de comunicación.

Paralelamente, la tipificación de estos tipos de violencia establece una conexión fundamental entre el ámbito comunicacional y la violencia contra la mujer, dando pie al desarrollo de un campo demarcado de estudio con enorme potencial de influir sobre un cambio cultural que supere el sexismo y los estereotipos de género. Veamos como ejemplo el caso de Argentina, donde a partir de la aprobación de la *Ley 26485 de Protección Integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que se desarrollan sus relaciones interpersonales* se ha comenzado a construir un cuerpo importante de investigación, conocimiento y activismo en torno a las temáticas de la violencia mediática y la violencia simbólica contra la mujer, además de numerosas iniciativas interesantes que convocan al Estado, la sociedad civil y al sector académico: la Defensoría del Público declaró el 2014 como el “Año de la lucha contra la violencia mediática y la discriminación de género”; la red de periodistas especializadas en temas de género lanzó una campaña sobre el tema; y se han abierto tres nuevos postgrados en esta área. Y la noción de violencia mediática está en un nivel cada vez mayor de apropiación por parte de la ciudadanía. (Chaher, 2014).

Hay razones adicionales por las que la inclusión de estos tipos de violencia contra la mujer reviste gran importancia. Por primera vez existe un reconocimiento de que mensajes e imágenes sexistas y/o estereotipadas de las mujeres constituyen un tipo de violencia contra la mujer. Las consecuencias generadas por la presencia de este tipo de imágenes y mensajes son daños morales que contribuyen a crear una imagen colectiva desvalorizada de la mujer, lo cual la discrimina y la coloca en situación de vulnerabilidad ante otros tipos de violencia. (Kislinger, 2015). Valga citar aquí la definición que el Tribunal Supremo de Justicia ha hecho de daños morales, la cual describe como “la afectación de tipo psíquico, moral, espiritual o emocional que experimente una persona” o “la lesión que sufre una persona en sus sentimientos, afectos, creencias, fe, honor o reputación, o bien en la propia consideración de sí misma”. (2012). Otro de los aspectos importantes de la tipificación de la violencia mediática y la violencia simbólica contra la mujer es nombrar un fenómeno que, hasta ahora, luego de más de 30 años de análisis crítico y activismo, no había sido nombrado, o debidamente notado o valorado antes. Y al hacerlo, lo traemos a la conciencia social. (Kislinger, 2015). Situaciones otrora socialmente aceptables o ignoradas por considerárseles

controversiales o de poca importancia, encontraron el camino hacia la atención y acción tanto del Estado como de otros actores sociales luego de haber sido nombrados. Dos ejemplos de ello son el acoso sexual y la violación marital. Y el hecho de que se les nombre en el contexto de una ley de violencia contra la mujer tiene mayor importancia aún. Segato (2003) señala que las leyes tienen un gran potencial de impulsar, informar y sensibilizar el sentimiento ético y transformar la moral que sustenta las costumbres y el esquema jerárquico de la sociedad. En ese sentido, cita la obra de Mauricio García Villegas, *La eficacia simbólica del derecho*, la cual sostiene que:

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

V

Hablar de violencia mediática y de violencia simbólica contra la mujer sin mencionar la libertad expresión es como ignorar el elefante en la sala de estar. Y es que, muy probablemente, quienes se desempeñan en el ámbito comunicacional puedan interpretar los intentos por lograr un cambio cultural a través de la modificación de las representaciones hechas de las mujeres en los medios como atentados contra el derecho a expresarse libremente. Un ejemplo de esto fue lo ocurrido en Nicaragua en el año 2011, en torno a la propuesta de incluir la noción de violencia mediática en el nuevo texto legal sobre violencia contra la mujer. El texto propuesto establecía que el dueño de medio de comunicación o periodista que, en el ejercicio de su profesión u oficio, llegara a ofender, injuriar, satirizar o denigrar a una mujer por el hecho de serlo, a través de los medios, sería sancionado con una pena de 200 a 300 días. Un sector importante de la opinión pública, particularmente desde los medios de comunicación, criticaron y rechazaron el proyecto propuesto por considerarlo una herramienta velada de

intimidación política. El editorial del diario nicaragüense *La Prensa* recogió el sentir general de quienes se opusieron a la incorporación del artículo al decir:

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

La misma Sociedad Interamericana de Prensa criticó la propuesta por considerarla generadora de censura absurda, autocensura y grave represión a la labor de periodistas y medios de comunicación. Finalmente, el artículo sobre violencia mediática propuesto tuvo que ser eliminado del texto a fin de no poner en riesgo la aprobación del resto de la iniciativa legislativa. (Kislinger, 2015).

El ejemplo nicaragüense ilustra el tipo de interpretación que, en numerosas instancias, se otorga a los esfuerzos por eliminar contenidos sexistas y estereotipos de género en los medios. Desafortunadamente, no están del todo equivocados quienes puedan llegar a pensar en las posibilidades de que un instrumento concebido para promover los derechos de las mujeres pueda ser utilizado con fines distintos, como de hecho ya ocurrió en Venezuela con la suspensión de una campaña publicitaria de la organización no-gubernamental CEDICE, en la que se invocó el artículo sobre violencia mediática de la Ley Orgánica sobre el Derecho de las mujeres a una vida libre de violencia. Se trató de un proceso marcado por serias irregularidades y dudosas interpretaciones en base a imágenes que presentaban mujeres en posición de indefensión, acompañadas de un eslogan que llamaba a rechazar una propuesta de ley que vulneraría el derecho a la propiedad privada en Venezuela. Este hecho fue catalogado por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos como censura previa, lo cual es contrario no sólo a la Convención Americana de Derecho Humanos, sino a la misma Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y la Ley de Responsabilidad Social de Radio y Televisión, las cuales prohíben la censura. (Kislinger, 2014). Pero, a pesar de estas desviaciones, que imponen la necesidad

de velar por el cumplimiento cabal de las leyes, es evidente la necesidad de abrir una conversación –a nivel nacional y regional– sobre la relación y tensión entre dos derechos fundamentales como son el derecho a la no discriminación y el derecho a la libertad de expresión.

La violencia contra la mujer es, en cualquier de sus modalidades, una discriminación en su contra. Al enmarcar, entonces, la violencia mediática y la violencia simbólica en una perspectiva de derechos, vemos que el derecho al que estamos haciendo referencia –después del derecho a vivir una vida libre de violencia– es el derecho a no ser discriminadas en razón de nuestro género por los discursos mediáticos. Así pues tenemos que las nociones de violencia mediática y violencia simbólica contra la mujer atañen a dos derechos fundamentales, pilares esenciales de toda sociedad democrática: el derecho a

expresarse libremente y el derecho a la no discriminación en base al género. Este es un tema que, particularmente en el ambiente que caracteriza el ejercicio de la comunicación en Venezuela, donde cierres, censura, hostigamiento y agresiones de todo tipo a medios, periodistas y trabajadores/as de la prensa son comunes, no siempre es fácil plantear, pero que no puede seguir siendo aplazado. El derecho a la libertad de expresión no puede ser visto como absoluto. El mismo admite limitaciones y restricciones legítimas, que, por supuesto, deben ser asumidas como excepciones a la regla, en interés de preservar los más básicos valores democráticos. (Faúndez, 2004). Por otra parte, el derecho a la no discriminación es de importancia meridiana por cuanto protege y hace efectiva en la práctica la igualdad entre todas y todos los ciudadanos. El Profesor Héctor Faúndez señala que uno de los problemas planteados en el contexto de la libertad de expresión es el abuso grotesco que con frecuencia se hace de este derecho, con lo cual se corre el riesgo de comprometer otros derechos o intereses. Ante esto, agrega que es necesario realizar un ejercicio de ponderación entre derechos a fin de calibrar la legitimidad de unos y otros, y así determinar cuál debe prevalecer. (2004). Aconseja mirar estos asuntos desde la perspectiva de la norma, para lo cual se debe recurrir a los instrumentos legales nacionales, regionales e internacionales que rigen la materia. En primer lugar, debemos recordar cómo, por mandato constitucional, los acuerdos, pactos y tratados de derechos humanos tienen

jerarquía constitucional y preeminencia sobre el orden jurídico interno. De manera que estos instrumentos legales no sólo tienen igual peso que la Constitución, sino que en aquellos casos en los que contengan cláusulas más favorables, las mismas serán aplicadas de manera preferencial. En este contexto, tanto la Convención para la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer como la Convención de Belem do Pará contienen artículos relacionados con la adopción de medidas adecuadas –legislativas y de cualquier otro tipo– encaminadas a prohibir cualquier modalidad de discriminación contra la mujer, y disposiciones relativas a patrones socioculturales que deben ser modificados a fin de lograr la igualdad plena entre mujeres y hombres. En particular, el Artículo 5 de la Convención para la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer ya referido en este texto, establece como objetivo la eliminación de los prejuicios y prácticas consuetudinarias y de cualquier otra índole, basados en la idea de inferioridad o superioridad de algo no de los sexos, o en funciones estereotipadas de ambos. Estas convenciones abren, entonces, la posibilidad a los Estados de imponer restricciones legítimas a la libertad de expresión con el fin de contribuir con la eliminación de prejuicios y estereotipos que discriminan a las mujeres dentro de la sociedad. Siendo que la violencia contra la mujer, en general, incluidas la violencia mediática y la violencia simbólica previstas en la legislación venezolana y otras del continente, es considerada una forma de discriminación, los Estados tienen, entonces, la obligación de actuar.

No podemos, sin embargo, dejar de hacer énfasis en el uso debido de medidas como violencia mediática y violencia simbólica, y velar porque las mismas no sean empleadas como herramientas de intimidación política. La intimidación, la censura y el cierre no pueden ser estrategias encaminadas a lograr la igualdad, porque se estaría traicionando el espíritu mismo de las luchas a favor de la no discriminación de las mujeres. Ha sido gracias a la libertad de expresión que la situación de opresión y marginalización de millones de mujeres en todo el mundo ha podido ser visibilizada, conocida y modificada. Sobre esto, la investigadora y activista irlandesa Margareth Gallagher ha señalado:

En nombre de la libertad de expresión, los medios reclaman el derecho de representar a las mujeres como deseen. En nombre de reclamar el derecho a una representación justa, las mujeres

a menudo son denunciadas como ‘policía feminista’ (...) La situación es complicada por el hecho de que las mujeres que abogan por un cambio en los medios pueden encontrarse, sin duda, en la compañía temporal de algunos inesperados y no bienvenidos viajeros. Sean grupos conservadores cuyo objetivo sea limitar las expresiones sexuales, o regímenes autoritarios que buscan censurar las críticas de los medios, las mujeres en busca de una diversidad genuina en el ámbito de la comunicación deben, a menudo, toparse con falso aliados. Esa presencia sombría de tales compañías indeseadas es sólo una de las cosas que puede hacer extraordinariamente difícil explicar a quienes se desempeñan en los medios que el cabildeo y el monitoreo feminista no tiene nada que ver con censura, sino que tiene que ver enteramente con libertad. (2001).

El camino es, entonces, el diálogo y el trabajo conjunto con todos quienes se desempeñan en el quehacer comunicacional. Hay una labor pedagógica impostergable, por un lado. Pero por otro, se hace necesario evaluar conceptos, nociones, estrategias y posibilidades que procuren un cambio cultural, tomando en cuenta la perspectiva de periodistas, medios de comunicación, dueños, creativos, agencias de publicidad, escuelas de comunicación y estudiantes, entre muchos otros. Este llamado es particularmente pertinente para el caso venezolano, donde a 7 años de aprobada la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia es muy poco lo que se ha hecho. Mientras en otras latitudes la temática de mujeres y medios de comunicación recibe atención y recursos, en Venezuela está ausente de las aulas, de los centros de investigación, de las universidades, de las políticas públicas, de los códigos de ética, y de la opinión pública. Ciertamente que el Estado venezolano ha mostrado algún grado de voluntad política en la materia de violencia mediática, la cual se ha materializado con acciones interesantes como la creación del Observatorio de Medios Carmen Clemente de Travieso. Pero las acciones desconectadas, sin continuidad ni recursos, y de corte fundamentalmente punitivo tampoco ayudarán a nuestra causa. Los medios tienen enorme potencial de influir en problemáticas sociales, de manera que la clave puede venir a través de la acción socialmente responsable. Comprometer a todo el sector de las comunicaciones –público y privado– para dialogar y trabajar por los cambios es posible. El primer paso ya está dado.

Viejas realidades, nuevos conceptos: violencia mediática y
violencia simbólica contra la mujer
Luisa Kislinger

Contamos con leyes que han dado nombre a realidades que vienen afectando a las mujeres por décadas. Es hora de trabajar conjuntamente por su cumplimiento

Referencias Bibliográficas

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

Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. (2007). *Ley de Penalización de Violencia contra la Mujer*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2015, de http://www.oas.org/dil/esp/Penalizacion_de_la_Violencia_contra_las_Mujeres_Paraguay.pdf

Asamblea Legislativa Plurinacional de Bolivia. (2012). *Ley Integral para Garantizar a las Mujeres una Vida Libre de Violencia*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2015, de http://www.cepal.org/oig/doc/LeyesViolencia/BOL/2013_BOL_Ley348.pdf

Asamblea Nacional de El Salvador. (2010). *Ley Especial Integral para una Vida Libre de Violencia para las Mujeres*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2015, de <http://www.asamblea.gob.sv/eparlamento/indice-legislativo/buscador-de-documentos-legislativos/ley-especial-integral-para-una-vida-libre-de-violencia-para-las-mujeres>

Asamblea Nacional de Nicaragua. (2014). *Ley Integral Contra La Violencia Hacia Las Mujeres y de Reformas a la Ley N° 641 "Código Penal"*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2015, de [http://legislacion.asamblea.gob.ni/SILEG/Iniciativas.nsf/0/8f45bac34395458c062578320075bde4/\\$FILE/Ley%20No.%20779%20Ley%20Integral%20contra%20la%20Violencia.pdf](http://legislacion.asamblea.gob.ni/SILEG/Iniciativas.nsf/0/8f45bac34395458c062578320075bde4/$FILE/Ley%20No.%20779%20Ley%20Integral%20contra%20la%20Violencia.pdf)

Asamblea Nacional de Panamá. (2013). *Ley 82 Tipifica el Femicidio y la Violencia contra la Mujer*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2015, de http://www.cepal.org/oig/doc/LeyesViolencia/PAN/2013_PAN_Ley82.pdf

Asamblea Nacional de Venezuela. (19 de Marzo de 2007). Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia. *Gaceta Oficial N° 38.647*. Caracas: Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela.

Bourdieu, P. (2001). *Masculine Domination*. Standford, California: Standford University Press.

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

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

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

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

Congreso de la República de Guatemala. (2008). *Ley contra el Femicidio y otras Formas de Violencia contra la Mujer*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2015, de [http://www.oas.org/dil/esp/Ley contra el Femicidio y otras Formas de Violencia Contra la Mujer Guatemala.pdf](http://www.oas.org/dil/esp/Ley%20contra%20el%20Femicidio%20y%20otras%20Formas%20de%20Violencia%20Contra%20la%20Mujer%20Guatemala.pdf)

Congreso de la República Federativa de Brasil. (2006). *Ley 11.340 que dispone mecanismos para erradicar la Violencia Doméstica y Familiar contra la Mujer (Ley Maria Da Penha)*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2015, de <http://www.cepal.org/oig/doc/bra2006leimariadapenha.pdf>

Viejas realidades, nuevos conceptos: violencia mediática y
violencia simbólica contra la mujer
Luisa Kislinger

Congreso de Paraguay. (2000). *Ley 1600 contra la Violencia Doméstica*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2015, de <http://www.cepal.org/oig/doc/para2000ley1600violenciadomestica.pdf>

Congreso Nacional de Chile. (2005). *Ley de Violencia Intrafamiliar*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2015, de <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=242648&idParte=0>

Congreso Nacional de Ecuador. (1995). *Ley contra la Violencia a la Mujer y a la Familia*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2015, de <http://pdba.georgetown.edu/Security/citizenssecurity/ecuador/leyes/leyviolenciamujer.pdf>

Diario ABC. (22 de Abril de 2015). *El Papa denuncia «la comercialización del cuerpo femenino en la actual cultura mediática»*. Recuperado el 20 de Octubre de 2015, de Diario ABC: <http://www.abc.es/sociedad/20150422/abci-papa-comercializacion-cuerpo-femenino-201504221258.html>

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

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

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

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

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

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

Gómez, L. (2009). *Nosotros en las Noticias: Una Mirada al Tratamiento de la Violencia Contra las Mujeres en los Medios Impresos y Digitales en Venezuela*. Caracas: Centro de Estudios de la Mujer, UCV.

Guerra, L. (2009). *Sumisa y Obediente o Puta y Mal Viviente: La Heteronorma de los Esterotipos de Género y la Resistencia de las Mujeres*. Recuperado el 27 de Abril de 2012, de SEDICI. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de La Plata: <http://hdl.handle.net/10915/17218>

Harris, R. (2009). *A Cognitive Psychology of Mass Communication* (Quinta Edición ed.). Nueva York: Routledge.

Kislinger, L. (2014). Aproximación al marco regulatorio venezolano en relación a las mujeres y su situación en los medios de comunicación. En S. Chaher, *Políticas Públicas de Comunicación y Género en América Latina: Un Camino por Recorrer* (págs. 71-83). Buenos Aires: Eudeba.

Kislinger, L. (Junio de 2015). Violencia Mediática y Simbólica en el contexto de la Violencia contra la Mujer: análisis de la legislación venezolana. Caracas, D.C., Venezuela: Universidad Central de Venezuela.

Organización de Estados Americanos. (1994). Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer. Washington, D.C.: OEA.

Organización de las Naciones Unidas. (1979). Convención para la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer . Nueva York, NY, Estados Unidos: ONU.

Viejas realidades, nuevos conceptos: violencia mediática y
violencia simbólica contra la mujer
Luisa Kislinger

Organización de las Naciones Unidas. (1995). Declaración y Plataforma de Acción de Beijing. Beijing, China.

Organización de las Naciones Unidas. (2000). Nuevas Medidas e Iniciativas para la Aplicación de la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing adoptada por el Vigésimo Tercer Período Extraordinario de Sesiones de la Asamblea General de la ONU. Nueva York: ONU.

Ortiz-Barreda, G., & Vives-Cases, C. (2013). Legislation on Violence Against Women: Overview of key components. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 33(1), 61-72.

Presidencia de la República, Perú. (1993-2008). *Texto Único Ordenado de la Ley N° 26260, Ley de Protección frente a la Violencia Familiar*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2015, de http://www.cepal.org/oig/doc/LeyesViolencia/PER/1993_PER_Ley26260.pdf

República de Honduras. (2006). *Ley Contra La Violencia Domestica*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2015, de http://www.oas.org/dil/esp/Ley_contra_la_violencia_domestica_Honduras.pdf

Roselló Nadal, E. (2008). La Imagen Estereotipada de la Mujer Víctima de Violencia de Género en la Prensa Escrita: Violencia Simbólica y Estructural. Valencia, España: Conselleria de Benestar Social, Generalitat Valenciana.

Secretaría de Gobernación. (1 de Febrero de 2007). Decreto por el que se expide la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia. *Diario Oficial de la Federación* . México.

Segato, R. (2003). La Argamasa Jerárquica: Violencia Moral, Reproducción del Mundo y la eficacia simbólica del Derecho. En *Las Estructuras Elementales de la Violencia*. Buenos Aires: Prometeo-UNQ.

Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina. (2009). *Ley N° 26.485. Ley de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales*. Recuperado el 2015 de Septiembre de 2015, de http://www.oas.org/dil/esp/Ley_de_Proteccion_Integral_de_Mujeres_Argentina.pdf

Senado y Cámara de Representantes de la República Oriental del Uruguay. (2002). *Ley N° 17.514: Violencia Doméstica*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2015, de <http://www.parlamento.gub.uy/leyes/ AccesoTextoLey.asp?Ley=17514&Anchor=>

Tribunal Supremo de Justicia. (19 de Marzo de 2012). *Sentencia del Juzgado Segundo de Primera Instancia de Violencia contra la Mujerl N° 2° J-109-11*.

Tuchman, G. (1978). The Symbolic Annihilation of Women by the Mass Media. Introducción. En G. Tuchman, A. Kaplan Daniels, & J. (. Benet, *Heart and Home. Images of Women in the Mass Media* (págs. 3-37). Nueva York: Oxford University Press.

UNESCO. (2014). *Indicadores de Género para Medios de Comunicación*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2015, de <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002310/231069s.pdf>

World Association for Christian Communication (WACC). (2010). *Who makes the news? Global Media Monitoring Project 2010*. Creative Commons.