

La violencia de género y los Medios de Comunicación Social. Gender-based violence and the social media.

Oneida Chirino

Universidad Católica Cecilio Acosta
Maracaibo, Venezuela
oneida.chirino@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-1904-5340>

Este trabajo está depositado en Zenodo:
DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.3693034>

Resumen

La reflexión presentada en este artículo busca fundamentar y argumentar a partir de algunas categorías analíticas de la filosofía feminista, cómo la violencia ejercida hacia las mujeres de manera sistemática a través de los Medios de Comunicación Social desencadena una visión distorsionada de la realidad de las mujeres, asumiendo sus condiciones de vulnerabilidad como algo normal y natural, aumentando el nivel de violencia hacia éstas e impidiendo no sólo el logro de la igualdad plena entre los sexos, sino acrecentando una información desvirtuada acerca de lo que significa ser mujer, ofreciendo de ellas una imagen estereotipada y lejos de la realidad. Se trata entonces de realizar algunas reflexiones necesarias y urgentes que permitan revisar y erradicar la violencia contra las mujeres de los Medios de Comunicación Social por medio de un proceso educativo basado en los principios de los derechos humanos, y comprender finalmente, la importancia que tienen dichos Medios de Comunicación Social para propiciar cambios en la conducta humana al servicio de la igualdad, la justicia y el bien común.

Palabras Claves: Mujeres, Violencia de género, Medios de Comunicación

Abstract

Reflection presented in this article seeks to explain and argue from some analytical categories of feminist philosophy how violence against women in systematic way through social Media triggers a vision distorted the reality of women, assuming their vulnerability as something normal and natural conditions, increasing the level of violence towards these and preventing not only the achievement of full equality between the sexes, but increasing information distorted about what it means to be women, offering them a stereotypical image and far from reality. It is then make some necessary and urgent reflections that allow review and eradicate violence against women in Social media through an educational process based on the principles of human rights, and finally, to understand the importance that they have these Social media to bring about changes in human behaviour at the service of equality, justice and the common good.

Keywords: Women, Violence of Gender, Means of Communication.

Introducción

Para nadie es desconocida la importancia que tienen los Medios de Comunicación Social¹ en el mundo, no sólo por su aspecto instrumental a la hora de la recreación y de la información, sino por la credibilidad y legitimidad que para muchas personas tienen la mayoría de sus mensajes, de modo que los aceptan como verdaderos y formadores, es decir, que los toman como sinónimos de verdad, y a partir de ellos, buena parte de la población elabora sus juicios y opiniones sin realizar un análisis profundo de sus contenidos.

Un punto de partida imprescindible en nuestro análisis y tal como lo señala la teoría feminista, es la afirmación de que el sistema imperante a lo largo de la historia ha sido y aún es el patriarcado, el cual se puede entender como “un orden social genérico de poder basado en un modo de dominación cuyo paradigma es el hombre”². Esto no solo es cierto en países pobres o en vías de desarrollo, sino que este ha sido el sistema imperante a lo largo de la historia en todo tipo de ámbitos, niveles sociales, y por supuesto, particularmente en sistemas económicos muy diversos, en países con diferentes niveles de desarrollo, y en todas las religiones.

Esta precisión es muy importante que se entienda, ya que al confrontar la discriminación que ha pesado sobre las mujeres a lo largo de la historia, ya sean estas de cualquier clase social, raza, religión etc., con la ideología y organización patriarcal que perviven aún, se entiende también cual es la causa de un sistema comunicacional que no sólo le sirve de “distracción”, sino de manipulación y atentado contra la dignidad y los derechos de las mujeres, tal como lo expresa Marcela Lagarde:

“el orden patriarcal es un orden de propiedad social y privada de las mujeres a través de la apropiación, posesión, usufructo y desecho de sus cuerpos vividos,

¹ El sentido más básico de la palabra comunicación se halla en su etimología: del latín *com-municare*, que significa “poner en común”. Esta concepción está presente en las nociones que conciben la comunicación como un espacio estratégico de la dinámica sociocultural, en el que se entretreje una estructura de relaciones y donde acontece la producción social de sentido”. En *Violencia basada en género y generaciones: una mirada desde la comunicación*. ONU-2014 (http://www.inmujeres.gub.uy/innovaportal/v/18258/6/innova.frot/consejo_consultivo_de_lucha_contra_la_violencia-domestica)

² Lagarde, M. (1996) *Género y Feminismo. Desarrollo Humano y Democracia*. Cuadernos Inacabados. Ediciones horas y HORAS. España. p. 52

su subjetividad y sus recursos, bienes y obras. Las normas regulan el control de su sexualidad, sus capacidades reproductivas, su erotismo, su maternidad, su capacidad amoratoria, su trabajo incluso su salud. Los controles permiten que otros se apropien de la atención y de las capacidades de las mujeres, y se aseguran que las mujeres sientan que no tienen control sobre sus cuerpos y sus vidas plenamente enajenados³

Es por ello, que desde esta reflexión se procura insistir en el papel de los *Medios de Comunicación Social* en sus distintas versiones (medios digitales o redes sociales, televisión, prensa escrita, radio, etc.) ya que a lo largo del tiempo la mayoría de ellos han tenido como objetivo central luchar por el nivel de audiencia y venta de publicidad y espacios, sin detenerse (a no ser en programaciones puntuales, fuera de la norma preestablecida) a revisar cómo lograr esto sin caer en estereotipos y distorsiones de la realidad, procurando más bien presentar una visión del mundo lo más objetiva posible.

Lo habitual es que desde cualquier medio comunicacional masivo, se ofrezca una representación distorsionada, sesgada, estereotipada y violenta sobre lo que supuestamente significa el “ser mujer”, cosa que atenta consecuentemente contra el derecho de las mujeres a una vida más digna en todos los sentidos.

En este orden de ideas, es imprescindible abordar esta temática a partir de la perspectiva metodológica de género⁴, lo que conlleva a no sólo valorar la denuncia del movimiento feminista⁵ por décadas, sino a comprender desde una visión más amplia, el papel del patriarcado como sistema opresor incluso “silenciosamente”, que apoyándose en el poder y el control de todos los medios posibles, no permite a las mujeres la consolidación y la vivencia plena de sus derechos, sino que incluso valiéndose de ellos, también contribuye a una educación sesgada y discriminación, que afianza la violencia de género por medio de toda la industria comunicacional que refuerza a cada segundo, un patrón “ideal” del ser mujer y varón,

³ *Ibid*, p.61

⁴ La noción de género surge a partir de la idea de que lo <<femenino>> y lo <<masculino>> no son hechos naturales o biológicos, sino construcciones culturales. En Cobo, Rosa: Diez palabras claves sobre mujer. AAVV, Editorial Verbo Divino. Navarra 1995 p. 13

⁵ “Conocer el pensamiento feminista no sólo es importante para entender las aspiraciones del movimiento más importante del siglo XX, sino para comprender el rol que ha desempeñado el derecho en la atención y reproducción de la ideología y estructuras que conforman el Patriarcado. Además, el feminismo es un rico instrumento para llenar de contenidos más democráticos los valores que podríamos querer preservar. Es decir, conociendo el pensamiento feminista, podríamos mantener —dándoles otro contenido— los principios e instituciones que el mismo derecho nos ha enseñado a valorar para así poder lograr más justicia y armonía en nuestras sociedades”. Alda Facio (1999) *Feminismo, Género y Patriarcado*. FLACSO-CONAMU en <http://www.centreatigona.uab.es/docs/articulos/Feminismo/Pdf>

especialmente, por medio de los criterios de “belleza” correspondientes a cuerpos irreales y ficticios que conllevan a la consolidación de la violencia simbólica y psicológica que dan como resultado una alienación completa de la persona. En este sentido, se puede entender por género al conjunto de rasgos adquiridos en el proceso de socialización, que diferencian a hombres y mujeres en una sociedad. Son las responsabilidades sociales, pautas de comportamiento, valores, gustos, actividades etc., que la cultura asigna de forma diferenciada a hombres y mujeres.

Tal como lo expresa Marcela Lagarde “el género es una categoría amplia que abarca categorías, hipótesis, interpretaciones y conocimientos relativos al conjunto de fenómenos históricos construidos en torno al sexo. El género está presente en el mundo, en las sociedades, en los sujetos sociales, en sus relaciones, en la política y en la cultura”⁶.

En otras palabras, es el modo de ser hombre o mujer en una cultura determinada. Es a través del género en donde se encuentra “el modo primario de significar las relaciones de poder” y por medio del cual, las mujeres evidencian muchas maneras de liberación y justicia. No es por casualidad que el feminismo insista en que hoy día cualquier investigación del orden que sea, su seriedad se verá reconocida siempre y cuando asuma el género como la posibilidad de encontrar verdaderos resultados sobre cómo superar cualquier problemática relacionada con la interrelación humana.

“la categoría género es adecuada para analizar y comprender la condición femenina y la situación de las mujeres, y lo es también para analizar la condición masculina y la situación vital de los hombres. Es decir que el género permite comprender a cualquier sujeto social cuya construcción se apoye en la significación social de su cuerpo sexuado con la carga de deberes y prohibiciones asignadas para vivir, y en la especialización vital a través de la sexualidad. Las mujeres y los hombres no conforman clases sociales o castas; por sus características pertenecen a la categoría social de género. Son sujetos de género”⁷.

El discurso de género se enfrenta al pensamiento dominante del patriarcado, que se ha consolidado en la historia a través de acciones y discursos vistos como algo “natural” cuando en realidad son construcciones sociales impuestas de modo brutal o sutil, y de modo tan constante que llegan a valorarse como “normales”, tal como se puede apreciar en diversas pro-

6 Lagarde, M. (1996). Género y Feminismo. Desarrollo Humano y Democracia. Cuadernos Inacabados. Ediciones horas y HORAS. España p. 52

7 Scott, J. (1996). El género: Una categoría útil para el análisis histórico. Citado en: Lamas Marta Compiladora. El género: la construcción cultural de la diferencia sexual. PUEG, México. pp. 265-302

gramaciones de los medios de comunicación, que hacen un daño terrible en el proceso formativo de todas las personas y en donde la deformación de la figura de las mujeres y de la infancia cobran mayor repercusión.

Las sociedades patriarcales han producido y reproducido la dominación de las mujeres, no solo en el campo de las relaciones y estructuras económicas, políticas, culturales, religiosas y tecnológicas-comunicacionales, sino que también han elaborado y mantenido vigentes, ideales de identidad a partir de las cuales, infieren un conjunto de patrones de conducta que imponen tanto a mujeres como a varones para el mantenimiento del poder, y en este caso en particular, los medios de comunicación han tenido un papel crucial en su vertiginoso crecimiento y mantenimiento de su fuerza, en donde la violencia se visualiza “naturalizada” y no como uno de los grandes males que agobian a la sociedad, y especialmente a las mujeres.

Esa violencia continua a la que los medios de comunicación masivos someten a las personas, y que en muchas ocasiones se presenta disfrazada de “bien”, “necesidad” o “alternativa” y a la que hay que apelar de vez en cuando como único recurso de distracción, información, diversión etc. su verdadero peligro está en el cómo se presentan cada una de sus pautas, es decir, cómo nos informan y sobre qué, y el tratamiento que se hace de las noticias, especialmente las relacionadas con las mujeres. Por otra parte, los programas variados que desembocan mayoritariamente en promociones de lo que significa ser mujer a partir del cuerpo y su exposición como un trofeo, producen una violencia bien pensada y manejada según el propósito que se busque por lo general es ganar raiting y ventas. Es por ello, que toda la sociedad contemporánea desde sus distintos niveles debe analizarse, interpretarse y transformarse desde una nueva perspectiva posible, sí algún día quiere lograr completar el alcance de los derechos humanos.

Es por ello, que la crítica a los modos en que los Medios de comunicación masivos quieren insertar el ser mujer o ser hombre en una sociedad determinada, tiene que ver con lo que exactamente se acepte desde la propia individualidad, desde la reflexión filosófico-feminista, la familia, la escuela y el estado; pero también es cierto y no es menospreciable, reconocer el poder de transformación que se puede alcanzar a través de ellos, sí la conciencia de género es asumida como una herramienta pedagógica y

comunicacional y no como una simple categoría que sólo es útil al mundo académico.

El lugar de la violencia de género en los Medios de Comunicación Social.

Se debe tener claro que la gran mayoría de actos de violencia de género que se producen, lo son en contra de las mujeres, de sus derechos, sus libertades, integridad física o moral y de su desarrollo personal. Esta precisión es menester tenerla en consideración al momento de analizar el problema de la violencia de género, cómo se puede constatar su presencia en los medios de comunicación masivos y por qué en muchas ocasiones pasa desapercibida. Es decir, que la conciencia de género permite que se pueda comprender, visibilizar y denunciar la violencia implícita en dichos medios a través de los distintitos mensajes discriminatorios, vejatorios y confusos sobre el papel de las mujeres y su lugar en la sociedad.

En ese sentido, y siguiendo la Ley Orgánica por el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia en su artículo 14, se aprecia que define la violencia hacia las mujeres como :

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

Lo que se observa continuamente a través de los medios de comunicación masivos, evidencia el desconocimiento de algunas leyes y la falta de compromiso para cumplirlas. Desde la exposición de motivos de esta ley, queda fundamentada la lucha universal de las mujeres por alcanzar sus reivindicaciones así como la historia recorrida.

“la lucha de las mujeres en el mundo para lograr el reconocimiento de sus derechos humanos, sociales y políticos y el respeto a su dignidad, ha sido un esfuerzo de siglos, que tuvo una de sus expresiones más elevadas en la Declaración de los Derechos Humanos de la Mujer y la ciudadana en 1791”

En este sentido, es necesario que desde los medios de comunicación se visualicen de acuerdo a la realidad, los hechos incuestionables sobre

la realidad del ser mujer hoy día y sus avances, ya que muchas de las configuraciones que representan desvirtuadas de la realidad actual siguen reforzando una educación sexista y machista que a nivel simbólico y psicológico producen una carga formativa que no permite el avance hacia una sociedad más justa e igualitaria, lo que a su vez da pie a un sexismo permanente en las interrelaciones humanas.

Según Alda Facio el sexismo “es la creencia fundamentada en una serie de mitos y mistificaciones, en la superioridad del sexo masculino, creencia que resulta en una serie de privilegios para ese sexo que se considera superior. Estos privilegios descansan en mantener al sexo femenino al servicio del sexo masculino, situación que logra haciendo creer al sexo subordinado que esa es su función “natural” y única”.⁸

Tal como se evidencia en los Medios de comunicación masivos, el sexismo se nutre de la fiel naturalización de la subordinación de la mujer. Dicha sumisión se inyecta desde la creencia de que nace para complacer, servir y obedecer. La belleza incluso está implícita en esos “dones” del silencio y el servilismo y además, los medios de comunicación lo saben transmitir y reforzar acompañados en gran parte por la imagen. Tal es el ejemplo de las telenovelas, programas de humor o del “corazón”, publicidad de ventas etc. que usan el cuerpo de la mujer como objeto de uso o de adorno según convenga. La repetición de esta imagen de mujer consecutivamente como algo normal, aunque no se diga con palabras, es la imagen que habla y dice que la mujer para eso es que sirve. En este sentido y paulatinamente, esto va desembocando en un machismo muy bien construido, lo cual también en la medida en que se desarrolla o crece hace mucho daño, ya que el problema no sólo está en la imagen distorsionada que se presentan, sino en la “creencia” que nace en cada espectadora o espectador a partir de lo que ve u oye.

El machismo, siguiendo a la misma autora, se define “como aquellos actos físicos o verbales, por medio de los cuales se manifiesta de forma vulgar y poco apropiada el sexismo subyacente en la estructura social”.⁹

8 FACIO, A. (1995) Cuando el género suena, Cambios trae. Metodología de análisis de género del fenómeno legal. Editorial. “La escarcha azul”. Caracas p. 36

9 Ibid, p. 39

Es por ello que el machismo de cierta forma es muy difícil de definir aunque una vez que se comprenda cómo se manifiesta, se puede detectar fácilmente. Su superación equivale a un trabajo complejo, porque no sólo está presente en la actitud de un hombre contra una mujer, sino contra otros hombres, niños, subordinados, a los cuales no necesariamente golpea o maltrata físicamente, sino que con su actitud de menosprecio, indiferencia, miradas, gestos etc. los hace sentir menospreciados y que no valen nada. Es decir, establece con claridad una desigualdad entre él y los otros, donde se demuestra quien tiene el poder, el dominio y la razón. Vale acotar, que aunque el machismo no esté dirigido exclusivamente a las mujeres, son éstas quienes más han sufrido y sufren sus prácticas por medio del amor, de la familia, de la pareja, del trabajo, de la política, de la costumbre y la tradición, de la Iglesia, la comunicación entre otros, a través de sus modalidades que van desde las más sutiles hasta las más grotescas violaciones humanas.

Tal como lo define la teoría feminista, el machismo “es un conjunto de leyes, normas, actitudes y rasgos socioculturales del hombre cuya finalidad -explícita y/o implícita- ha sido y es, producir, mantener y perpetuar la esclavitud y sumisión de la mujer a todos los niveles: sexual, laboral y afectivo. La palabra machismo es utilizada primordialmente en el ámbito coloquial y popular”.¹⁰ Desde esta definición queda evidenciado que no se puede confundir el machismo con el sexismo ni con el patriarcado, ya que en definitiva no son lo mismo.

Cabe resaltar entonces, que el patriarcado tal como lo señala Adrienne Rich:

“consiste en el poder de los padres: un sistema familiar y social, ideológico y político con el que los hombres – a través de la fuerza, la presión directa, los rituales, la tradición, la ley o el lenguaje, las costumbres, la etiqueta, la educación y la división del trabajo- determinan cuál es o deja de ser el papel que las mujeres deben interpretar con el fin de estar en toda circunstancia sometidas al varón”¹¹

Estas aclaraciones conceptuales son muy importantes a la hora de mostrar cuál ha sido el papel teórico que ha venido desempeñando el femi-
10 Sau, V. (1990) Diccionario ideológico feminista. Ed. Icaria, España. Pág. 171

11 Rodríguez, R. (2004). *FOUCAULT y la genealogía de los sexos*. Anthropos Editorial. (2004) p.59

nismo militante e intelectual para desmontar toda la práctica discriminatoria contra las mujeres, y lograr por medio de sus luchas, el reconocimiento de sus derechos específicos y la igualdad de oportunidades. Y aunque la lucha feminista aún hoy, en pleno siglo XXI reconoce que muchos logros no están garantizados de forma permanente, que hay y ha habido retrocesos en el mundo entero, es preciso mantener siempre la vigilancia, la presión social y política y las luchas por parte de las mujeres y de todos aquellos que las apoyan en su causa.

Ninguna institución y organismo privado o público, puede en un Estado de Derecho darse el lujo de no cumplir las leyes, ya que ello significaría que en realidad no hay Estado de Derecho. En Venezuela, la tarea de diversos movimientos de mujeres, en especial el movimiento feminista por lograr la conquista de leyes adecuadas a las condiciones reales femeninas, ha sido una lucha ardua, y ha ido alcanzando algunas victorias especialmente las referidas al cumplimiento de tratados internacionales con leyes que brindan nuevas posibilidades para erradicar la violencia de género. Tal es el caso de la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia. Sin embargo, el objeto de esta Ley evidencia en su Artículo 1, que toda la ciudadanía está llamada a cumplirla:

“La presente Ley tiene por objeto garantizar y promover el derecho de las mujeres a una vida libre de violencia, creando condiciones para prevenir, atender, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en cualquiera de sus manifestaciones y ámbitos, impulsando cambios en los patrones socioculturales que sostienen la desigualdad de género y las relaciones de poder sobre las mujeres, para favorecer la construcción de una sociedad justa democrática, participativa, paritaria y protagónica”

En otras palabras, esta ley defiende los derechos humanos de las mujeres, los cuales “no pueden realizarse concretamente, si no se parte de unas estructuras legales y de un Estado de Derecho y de ciudadanía, en los que las mujeres estén realmente insertadas y de las cuales sean partícipes como sujetos e individuos”¹²

Analizando la programación y contenidos de los Medios de Comunicación Social se puede observar que la violencia de género es considerada como un hecho sin mayor problema, de modo que la refuerzan constan-

12 Comesaña, G. (2008) De Métodos y Filosofía Feminista. Propuesta metodológicas conceptuales desde el feminismo latinoamericano. Universidad del Zulia, Ediciones del Vice Rectorado Académico. Maracaibo. p.67

temente, conduciendo incluso a que se la asuma desde la infancia o la juventud, como un modo de vida, creando así patrones de conducta, gustos, lenguajes, formas de asumir y mirar al mundo tremendamente violentos.

Todos los modelos de conducta presentados en los distintos Medios de Comunicación Social masivos, especialmente en la vertiginosa y creciente demanda de medios audiovisuales, y nuevas tecnologías de la comunicación e información, que demandan todo tipo de, novedades, publicidad, propaganda, programas, aplicaciones, vídeos, etc. vienen acompañados muchas veces, por una serie de violencias de todo tipo contra las mujeres. Lo que significa que la ley es casi letra muerta para estos medios de comunicación y de mucha complicidad desde el Estado para exigir su cumplimiento y sancionar a quienes no la cumplan.

Desde el pensamiento y la acción feminista se comprende que la tarea sobre los derechos humanos no está culminada, porque estos aún no han sido alcanzados por toda la humanidad, especialmente por las mujeres, lo que obliga a insistir en señalar que son los Medios de Comunicación Social y las TIC's, las nuevas Tecnologías de la Comunicación y la Información, especialmente por su influencia en el mundo actual, los llamados a ejercer una mayor concienciación al respecto del problema y no acrecentarlo.

Por lo tanto, la lucha feminista se hace cada vez más necesaria y pertinente en todos los ámbitos de la vida social y política. Es evidente, que aunque estas luchas han alcanzado innumerables reivindicaciones, estas no son suficientes frente al sistema patriarcal y machista impuesto desde hace siglos.

Es por ello, que el feminismo insiste en que el patriarcado, venga o no acompañado de altos índices de machismo, se ha apropiado de los grandes sistemas sociales, políticos, tecnológicos, económicos, religiosos y comunicacionales, para sofisticar las estrategias de control que han colocado en situaciones de riesgo a la gran mayoría de la humanidad y a la naturaleza misma. En ese sentido, se necesita reivindicar el papel de los medios de comunicación apoyando a la educación igualitaria, la cual debe ser una responsabilidad asumida por todas las instancias de la vida social, tal como lo tipifican las leyes. Todo periodista está en la obligación de conocerlas, promoverlas y defenderlas.

La profesión periodística debe ser consciente de los patrones culturales todavía hoy existentes que ni siquiera detectan los contenidos que embellecen, mitigan y disculpan actuaciones masculinas reprobables y punibles, mientras que nadie les exige cuentas de la discriminación negativa que ejercen con las actuaciones femeninas. Estos significados construidos por las representaciones desde los medios de comunicación influyen sobre la percepción social, decidiendo una actitud de los individuos que tendrá una influencia innegable sobre su comportamiento.

13

Se presenta a continuación algunas consideraciones que deberían ser asumidas por los Medios de Comunicación masivos teniendo en cuenta la importancia que tienen estos a la hora de conformar nuevas estrategias de convivencia para el rescate de una vida libre de violencia, basada en el respeto a la dignidad humana.

- Conocer, aplicar y divulgar las leyes.
- Reconocer la igualdad entre los sexos y hacer posible su promoción desde la equidad.
- Promover la figura de las mujeres de acuerdo a la realidad, insi-
tiendo en los aspectos de sus capacidades intelectuales y éticas por
encima de las físicas.
- Formarse desde la perspectiva de género y aplicarla.
- Apoyarse en su difusión masiva y tecnológica para promover la
dignidad basada en el diálogo, la justicia y la tolerancia.
- Revisar profundamente la carga de imagen estereotipada, sesgada
y violenta tanto de mujeres como de hombres a través de los me-
dios de comunicación masivos.

Segunda parte

Mujeres e imágenes de mujeres: Repensando los Derechos de las humanas

13 Plaza, J. y Delgado, C. (2007). ¿Cómo tratan la violencia de género los medios de comunicación?. Editorial Fundamentos. Madrid. p 80

La participación de las mujeres y sus diversos protagonismos en los Medios de Comunicación masivos y en las nuevas Tics, ha servido en su mayor parte para reflejar criterios por lo general estereotipados, sobre lo que debe ser la mujer y su función en el mundo. Estos criterios, de tipo básicamente ideológico, distorsionan y aprovechan a su conveniencia la imagen de las mujeres, presentándolas como falsos sujetos de decisiones libres, cuando en realidad son, ellas y su imagen, francamente manipuladas.

“El imaginario se refiere a un conjunto de imágenes compartidas por una sociedad o grupo social que alude al campo de la experiencia, lo cognitivo y lo vivencial. Está conformado por representaciones sobre formas de entender el mundo y presupuestos normativos que construyen realidad. Lo público es lo visible, lo manifiesto, lo accesible, lo comunicable”¹⁴

Las dimensiones del poder que tiene todo imaginario es sumamente peligroso cuando este no está controlado por las circunstancias en las que se presenta, o no se aclara su intencionalidad. Por ejemplo, no es lo mismo escribir una película o una novela como producción intelectual, donde naturalmente interviene la imaginación junto a la creatividad artística y el buen propósito de transmitir un mensaje para crear algún tipo conciencia sobre un tema determinado, y donde además, el espectador o espectadora se construye el imaginario a partir de lo que ve y oye; y otra cosa es, utilizar los medios de comunicación masivos como herramientas distorsionadoras de lo que significa ser hombre o ser mujer en una sociedad determinada, y cómo deben ser sus interrelaciones, a partir de imágenes que no tienen la intención de presentar un modo real de ver la vida y sus circunstancias.

Es decir, si desde los medios de comunicación en general, se insiste en el cuerpo desnudo de las mujeres, en toda clase de programas, incluso hasta en aquellos cuya presencia no tiene ningún sentido, significa, o puede significar para el público que sólo el cuerpo (con ciertas características o patrones bien preestablecidos) es lo más importante de la mujer y por lo tanto, ella no tiene nada más que “mostrar” u ofrecer, porque sus demás atributos carecen de importancia. Lo que significa a su vez que este imaginario sobre lo femenino puede conducir a una serie de situaciones mucho peores, como por ejemplo, el hecho de “perfeccionar” ese cuerpo cada

14 Lucas, C. (2014) Violencia basada en género y generaciones. Recuperado en <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Montevideo/pdf/CI-violenciaGenero-MiradaComunicacion.pdf>.

vez más, sometiéndolo a ejercicios, cirugías, problemas de salud como la bulimia o la desnutrición, lo cual se crea a partir de las exigencias y las demandas de la publicidad. La fachada se impone, la cara, las caderas, las piernas, el pelo, la sonrisa, el caminar, el hablar, bailar, para los demás. Esto sin duda, refuerza el imaginario distorsionado de lo que significa ser mujer o varón, y somete la verdad del ser a una simpleza de lo que significa el reconocimiento de la dignidad por el mismo hecho de ser humano.

El peligro de un imaginario confuso y distorsionado está muy presente en nuestro colectivo como sociedad consumista de todo lo que vende la propaganda, la publicidad o los mensajes de los medios de comunicación masivos. En este sentido, se hace más cuesta arriba la lucha feminista por hacer comprender que la violencia se manifiesta como un todo estructural y que se manifiesta libremente y sin grandes cuestionamientos.

La forma en que los Medios de Comunicación Social presentan el ser mujer es especialmente preocupante, debido entre otras cosas, al crecimiento vertiginoso de la llamada televisión por cable y de las distintas redes sociales, que proliferan casi sin ningún control social, institucional y estatal, basándose casi siempre en anonimatos que fomentan y refuerzan la violencia de todo tipo, de manera particular la violencia de género. Esto no quiere decir que no haya un aumento de las leyes y regulaciones a las cuales debe someterse todo medio comunicacional masivo. Entre las anteriormente citadas se pueden constatar otras, tales como la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW), de la Organización de Naciones Unidas (ONU), o la siempre incumplida Ley de Igualdad de Oportunidades para la Mujer en Venezuela, entre otras.

El trabajo de la ONU en este sentido. y en particular, desde la recién creada oficina de ONU-MUJERES, ayuda de modo especial a concretar el esfuerzo de toda índole hacia las mujeres en distintos países, y desde su plataforma busca crear conciencia de la igualdad de género en los profesionales de la comunicación, para lograr que sus informaciones sean más adaptadas a la realidad.

“Los medios de comunicación son importantes canales para transmitir información en una sociedad. Sus mensajes pueden alterar o fortalecer las costumbres y el comportamiento social, y movilizar a los ciudadanos para adoptar medidas progresistas. Lo ideal sería que los medios de comunicación se caracterizaran por su veracidad e imparcialidad, pero en realidad su cobertura informativa no suele ser muy precisa, incluso en lo referente a las mujeres y a sus perspectivas. Las mujeres que se dedican a la política, por ejemplo, pueden no aparecer mucho en las noticias, ya sea antes de las elecciones o después de ellas. De hecho es posible que sólo se presente a las mujeres como víctimas o celebridades”¹⁵

Hoy se vislumbra constantemente el trabajo de movimientos y personalidades feministas que se han avocado a la conquista del derecho de las mujeres a alcanzar su plena ciudadanía a través de una educación más igualitaria y justa, e igualmente, son innumerables también a nivel nacional e internacional las normativas, declaraciones universales, leyes, acuerdos, convenciones, tratados etc., que se han suscrito por hacer que las mujeres sean sujetas de derechos.

Estos mecanismos para prevenir y sancionar la violencia contra las mujeres, en algunos lugares han tenido sus éxitos, en otros ni siquiera se conocen, y hay otros en donde se conocen, se suscriben pero no se aplican, y este sigue siendo uno más de los grandes retos de los estados, los movimientos sociales y de la lucha feminista para alcanzar los derechos plenos que consagran, tanto las leyes nacionales como internacionales. Pero a pesar de todo este compendio de leyes y mecanismos en defensa de las mujeres, hoy se aprecia con tristeza que las estadísticas de feminicidio en vez de bajar aumentan, lo que significa que la violencia de género se posiciona cada vez más en nuestras sociedades, y los medios de comunicación tienen su gran cuota de responsabilidad.

En Venezuela, de manera particular, como ya se señaló anteriormente, existe una Ley sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia¹⁶, que marca pauta en el mundo. Esta Ley hace referencia a 19 tipos de violencia, entre los que destacan la violencia simbólica¹⁷ y la

15 ONU-Mujeres (2016) Recuperado en: <http://www.unwomen.org/es/what-we-do/leadership-and-political-participation/media>

16 Esta Ley Orgánica entró en vigencia a partir de su publicación en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela a los veinticinco días del mes de noviembre de dos mil seis. Año 196º de la Independencia y 147º de la Federación.

17 Son mensajes, valores, iconos, signos que transmiten y reproducen relaciones de dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales que se establecen entre las personas y naturalizan la subordinación de la mujer en la sociedad. (Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, Art. 15. Numeral 17)

violencia mediática¹⁸. Sin embargo, estas Leyes siguen siendo letra muerta, y lamentablemente no han implicado un retroceso o disminución de la promoción de la violencia de género a través de los medios, sino todo lo contrario. Muchos programas denigrantes para las mujeres se han perfeccionado y aumentado sin que se tomen los correctivos que las mismas leyes exigen y en parte también, dichos programas son responsables de que hoy se haya producido un aumento de la violencia de género y de su máxima expresión como lo es el *feminicidio*¹⁹.

Este problema es tan grave, que las luchadoras feministas latinoamericanas después de tres décadas, han conseguido que en el DRAE se reconozca el término en castellano, defendido y reformulado por Marcela Lagarde quien junto a otras grandes intelectuales feministas vienen desempeñando un trabajo investigativo acerca de la condición de las mujeres y las desapariciones de estas, especialmente en Centro América. Por lo tanto, no se logra este reconocimiento por azar, sino por la demostración de un problema real que necesita reconocerse para poder superarse. Marcela Lagarde como otras tantas feministas define al feminicidio como:

“El feminicidio es el genocidio contra mujeres y sucede cuando las condiciones históricas generan prácticas sociales que permiten atentados violentos contra la integridad, la salud, las libertades y la vida de niñas y mujeres. En el feminicidio concurren en tiempo y espacio, daños contra niñas y mujeres realizados por conocidos y desconocidos, por violentos, -en ocasiones violadores-, y asesinos individuales y grupales, ocasionales o profesionales, que conducen a la muerte cruel de algunas de las víctimas. No todos los crímenes son concertados o realizados por asesinos seriales: los hay seriales e individuales, algunos son cometidos por conocidos: parejas, ex parejas parientes, novios, esposos, acompañantes, familiares, visitas, colegas y compañeros de trabajo; también son perpetrados por desconocidos y anónimos, y por grupos mafiosos de delincuentes ligados a modos de vida violentos y criminales. Sin embargo, todos tienen en común que las mujeres son usables, prescindibles, maltratables y desechables. Y, desde luego, todos coinciden en su infinita crueldad y son, de hecho, crímenes de odio contra las mujeres”.²⁰

En este sentido, el feminicidio forma parte de la violencia de género que se ve fomentada diariamente por los medios de comunicación con to-

18 Se entiende por violencia mediática la exposición, a través de cualquier medio de difusión, de la mujer, niña o adolescente, que de manera directa o indirecta explote, discrimine, deshonre, humille o que atente contra su dignidad con fines económicos, sociales o de dominación (Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, Art. 15. Numeral 15)

19 El asesinato de mujeres por razón de su sexo

20 Lagarde, M. (2008) “Antropología, feminismo y política: violencia feminicida y derechos humanos de las mujeres”. En VVAA: *Retos Teóricos y Nuevas Prácticas*. Ediciones Ankulegi. España. P. 216

das las consecuencias a la que puede conducir y lo que evidencia a su vez, que los derechos de las humanas aún están muy lejos de su consolidación.

Desde los distintos Medios de Comunicación podemos apreciar cómo son vistas las mujeres y analizar cómo se las presenta o se les obliga a presentarse en ciertos programas, publicidad, películas, novelas, redes sociales, entre otros, con estereotipos que en su mayoría no consideran a las mujeres como sujetos, sino como meros objetos de manipulación y sin aparente capacidad para decidir por sí mismas. Y esto, no sólo por la forma en que son tratadas, sino que además, en muchos casos, las mujeres que aparecen en los medios carecen de conciencia de género, mezclando ambiguamente la postura tradicional y otras más actuales; actúan sin conciencia clara, apoyadas, confundidas y difundidas por los medios sin detenerse a analizar qué hacen y por qué lo hacen.

Se puede considerar incluso, que muchas de ellas, simplemente cumplen el “papel que les toca realizar”, el que se espera de ellas según las exigencias de los Medios y el trabajo que les exigen realizar; sin embargo, más allá de la crítica que esta sumisión al estereotipo de “lo femenino” demanda, y otros problemas que deben ser puestos de relieve, es evidente que quienes siguen estos programas se ven afectados por ellos en lo que respecta a la imagen que se forman de “lo femenino” o “lo masculino” tal como son manipuladas por los Medios.

Estos referentes, lo que se considera “femenino” o “masculino” desde la perspectiva de los Medios de Comunicación, por lo general son distorsionados, manejados a partir de estereotipos, y hacen mucho daño, ya que, en muchas ocasiones, por no decir siempre, son catalogados como la realidad, como lo que *deben ser* el varón y la mujer.

Desde esta mirada de los Medios y las redes sociales, aparentemente no hay violencia de género, no se está perjudicando a nadie y por lo tanto no habría nada que corregir. ¿Dónde está pues el fallo de los Medios de Comunicación Social? Cada cual responderá según su capacidad e interpretará según su nivel de conciencia crítica, pero lamentablemente la de productores, programadores y realizadores de programas o de noticieros, es mínima. De ahí la insistencia del pensamiento feminista en la necesidad de abordar con juicio crítico y cambiar la estructura comunicacional, por-

que en definitiva se trata de rescatar la verdadera imagen de las mujeres y no la impuesta por los Medios de Comunicación, que en la mayoría de los casos es para su conveniencia, no sólo para aumentar ventas con contenidos nefastos, sino para contribuir a mantener el statu quo patriarcal.

Un tema que preocupa mucho al pensamiento y a la lucha feminista son los noticieros y el trato a las noticias relacionadas con la violencia de género. En estas últimas, se suele utilizar a diestra y siniestra el gran imaginario existente sobre “la mujer”, cuya auténtica realidad como género o como persona individual se desconoce y en todo caso no interesa conocer, ni siquiera en aras de la verdad noticiosa. En casi todo lo que se expresa en una noticia relacionada con las mujeres, que sufren violencias de todo tipo, impera una *imagen* construida sobre la mujer, que a la vez, ha sido impuesta por la tradición o la norma establecida en una sociedad determinada, y siempre de carácter patriarcal y androcéntrico.

“La función de los medios de comunicación es informar objetivamente a la ciudadanía, presentando los hechos tal como se suceden, garantizando con ello, el derecho constitucional de gozar de una información veraz y oportuna. No obstante, las noticias son presentadas con la concepción política, económica, social y cultural que imponen: a. los dueños de los medios de comunicación, b. quien recoge la noticia, c. quien la edita y d. quien la presenta. De tal suerte, que las notas periodísticas se transmiten una vez han pasado por ese filtro de control. Así, que quien consume finalmente la crónica la recibe impregnada con los atributos simbólicos que recibe en el recorrido, el cual se inicia desde que se recoge en el lugar de los hechos hasta que llega convertido en noticia en el medio de comunicación que la edita y difunde. La carga simbólica con el que se presenta el hecho convertido en noticia periodística, se evidencia desde la página en la que se exhibe, el tamaño del titular, la imagen y el tipo, el color, la forma, la narración del suceso, el uso del lenguaje verbal y gesticular, el tono de la voz. Igualmente, la noticia concomitante con la misma, los comentarios y el resto de factores que interactúan al difundir una crónica”²¹

La relevancia de la noticia, en ocasiones depende de quiénes son los o las involucradas; es decir, parece que es más impactante la noticia cuando una mujer se encuentra en el centro de la misma. Por distintas interpretaciones, que se explican en razón del sistema de sexo-género en que vivimos. Cuando la mujer es quien asesina, roba, agrede a otros u otras, el hecho tiene una connotación distinta para los Medios, que cuando estos hechos son realizados por un varón. Por una parte, porque de ella no se

21 Cantillo, L. (2011) “Feminicidio y medios de comunicación”. X Congreso Nacional de Sociología. Cali, Colombia Recuperado en: https://www.icesi.edu.co/congreso_socilogia/imagenes/ponencias/12-Cantillo-Feminicidio/comunicacion.pdf

esperan determinadas acciones “propias de los hombres”, especialmente si se relacionan con actos de fuerza y dependiendo hasta cierto punto, del nivel cognitivo, la inteligencia o la astucia, y no se trata de que las mujeres no posean estas cualidades, sino que se las juzga en todo caso porque no los colocan al servicio de los demás (la casa, los hijos e hijas, la oficina, el cuidado de los enfermos etc.) cosa que también se podría exigir al varón, que comúnmente es quien más comete delitos. En todo caso, se cree que actuar así no le queda bien a las mujeres, y esta idea se difunde en los Medios de Comunicación al hacer énfasis en una noticia, no para educar y denunciar sino para vender su programación; en este particular, se “vende” a *las mujeres* ya que la noticia se convierte en el boom comunicacional del momento por el tratamiento amarillista que le dan y no por el repudio natural al que debe llevar un delito sea quien sea que lo cometa. Más adelante se hará referencia a la forma en que se trata en los Medios Masivos el terrible problema social de la violencia de género, es decir la violencia contra las mujeres.

Desde la publicidad ofertada en los medios de comunicación masivos se evidencia cómo particularmente las mujeres son presentadas y por lo tanto asumidas, como objetos de consumo. La mayoría de los anuncios están referidos a una imagen que insiste en perpetuar roles tradicionales asignados por la cultura y ligados a lo “femenino”, al hogar y la comida, a la venta de ropa y la cosmética. Se idealiza la belleza femenina como eterna y como lo más agradable y lo que proporciona bienestar.

“la publicidad de la manera más burda sigue asociando a los hombres con la acción y la autonomía, y a las mujeres con los sentimientos, la seducción y la dependencia; a los primeros con el trabajo, y las segundas con el hogar. No hay gran cosa que añadir al respecto, salvo quizás apuntar que aún las mujeres de apariencia profesional que salen a veces en los anuncios (y se sabe que son ejecutivas porque llevan un portafolios) están más pendientes de su perfume, y de su efecto sobre los hombres, que de cualquier otra cosa. Mientras tanto, los hombres se confieren entre ellos los premios de la masculinidad triunfadora: el reconocimiento, el prestigio, el éxito. La publicidad nos muestra a padres e hijos, empresarios y subordinados, amigos cercanos, congratulándose por sus logros, mientras las mujeres a su alrededor escuchan y aplauden debidamente. En la publicidad como en la vida, ser hombres es cosa de hombres; y ser mujer también.”²²

Hoy se conoce bastante bien, además se puede demostrar, que el avance de las mujeres es una realidad, lo que significa que la imagen publicitaria no está acorde muchas veces con los avances reales, ya que cada vez hay

más mujeres exitosas y aunque no sean mayoría, en casos puntuales como empresarias, políticas, jefas en altos cargos de gobiernos etc. son reconocidas, y además se autoreconocen como personas con éxitos y gran poder de decisión. En este sentido, vale la pena que los medios de comunicación masivos hagan constantes investigaciones sobre estas mujeres que existen pero que no se las reconoce simplemente porque son mujeres.

La violencia de género: más allá de la imagen

Hoy, parece que todo es violencia: la casa, la calle, el vecindario, las instituciones, el estado. Y más allá de lo que muestran los Medios de Comunicación, se encuentra todo lo que se comenta y opina con relación a la inseguridad y la violencia, y la forma en que esta afecta a las mujeres. Las mujeres víctimas de violencia, lo son además, en el lugar que debería garantizarles su seguridad: su hogar. Ante esta situación, muchas se refugian en algún familiar, en una amiga o amigo, en quien desahogarse ante las dificultades. Buscan soluciones e información a través de la televisión, el teléfono, internet, o cualquier otro medio de comunicación, pero casi nunca encuentran soluciones o al menos orientación para sus problemas.

Algunas mujeres consideran que su situación se parece a lo que ven en ciertos programas televisivos, y de allí se derivan errores en la búsqueda de soluciones, no sólo porque no es exactamente el mismo problema el que tienen, y por lo tanto, no son los mismos los consejos que necesitan, sino porque los Medios difícilmente tratan adecuadamente el problema de la violencia contra las mujeres, y mucho menos aportan la información adecuada. Además, en la mayoría de los casos, las mujeres no han tomado conciencia ni de su problema ni de lo que necesitan hacer para resolverlo.

Sí algún daño ha ejercido la influencia patriarcal sobre las mujeres, es hacer que estas se sientan culpables de la violencia que sufren. Por lo general, las mujeres violentadas se sienten responsables de no haber obedecido o no haber cumplido con sus deberes tal vez como esposa, madre, hija, etc. En este caso, muchas, por el miedo, abandonan nuevas posibilidades como estudiar, divertirse, compartir con amigas u amigos, trabajar, etc. y en varias oportunidades las explicaciones que dan es por el amor a su familia o a los hijos los cuales tendría “abandonados”. Ese sentimiento de culpa, es la gran trampa del machismo para someter y mantener en el

lugar de su conveniencia a las mujeres, especialmente para mantenerlas en un estado de confusión que desemboca por lo general en estados de salud críticos hasta la muerte.

Los Medios de Comunicación en general, sin duda marcan la pauta de lo que se ve, se oye y se dice. De esta forma, se han posicionado en la mente y en la voluntad de muchas personas. A causa del manejo que estos hacen de la violencia de género, las mujeres no pueden darse cuenta de que se las maltrata, se las discrimina, se las insulta a través de modelos estereotipados, y que se burlan de ellas a través de determinadas imágenes que las representan como objetos. Es lamentable que más allá de la violencia de género, influenciada por una imagen distorsionada sobre las mujeres, los Medios las traten mediante un lenguaje sexista, discriminatorio y desactualizado, especialmente por parte de los y las expertas en manejar esos medios.

Los programas infantiles en la mayoría de los casos, son producidos según el patrón estereotipado de la educación sexista que se ha transmitido de generación en generación: el varón nació para aprender a pelear, ejercer la fuerza y ser el centro de la fortaleza física e intelectual, en la búsqueda de las soluciones a los grandes problemas, y según fórmulas más sutiles encarnan al príncipe bello, bueno, fuerte y con ciertas características físicas y de raza propias de lo que se espera de un verdadero hombre. En cambio a la mujer, se le refuerzan las razones por las que según la perspectiva tradicional vino al mundo: de ella se espera la dulzura, la entrega, y que mantenga todos los sentimientos a flor de piel, especialmente el de su amor por el varón; y si fuera de la norma aparece una figura “un poco más fuerte e inteligente”, siempre igualmente termina rendida a los pies del amado y nunca sola. Todos estos estereotipos que transmiten los Medios a niñas y niños, son causa de discriminación y violencia.

Los estereotipos de género y generacionales, las matrices patriarcales, la violencia de género y generacional se configuran como conductas hegemónicas. Diversas investigaciones explican que hay una relación directa entre la desigualdad entre los géneros, la circulación de determinados estereotipos y la violencia de género.²³

23 Lucas, C. (2014) Violencia basa en género y generaciones. Recuperado en <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Montevideo/pdf/CI-violenciaGenero-MiradaComunicacion.pdf>.

Más allá de la imagen sobre las mujeres en los Medios de Comunicación masivos, está el hecho del tratamiento periodístico de las noticias, especialmente aquellas relacionadas con la violencia de género, el lenguaje sexista y discriminatorio mediante el cual se resalta constantemente al género masculino para englobar el todo humano. Y ello no se explica solamente por un asunto de desconocimiento de los derechos de las mujeres (que suele suceder por falta de actualización), por olvido o falta de costumbre, sino que también se encuentra una intencionalidad para ocultar y seguir invisibilizando al género femenino y todos los avances logrados por las luchas feministas.

Aparece entonces otro problema, y es lo relacionado con la falta de ética con la que se manejan los Medios de Comunicación masivos y las políticas sesgadas que muchas veces ponen de relieve en todos sus espacios. En este sentido, vale la pena resaltar la necesidad de que la formación periodística sea abordada desde una perspectiva de género, tal como lo exige la sociedad de hoy. Esto es urgente, como es urgente saber informar, defender la verdad y cumplir las leyes y tratados internacionales.

Es necesario reconocer que en las mujeres reposa todavía el gran peso de la responsabilidad familiar, y que educan desde los patrones que recibieron a lo largo de sus vidas, pero también es cierto que esos patrones, cada vez más, se refuerzan a través de los Medios de Comunicación. Son estos igualmente los responsables de gran parte de los males que sufren las mujeres y sus familias, en particular las niñas y niños, que se formarán evidentemente a partir de dichos patrones. En este sentido, luchar por un tratamiento igualitario en el discurso mediático equivale a lograr una visibilización y un tratamiento más justo para las mujeres y en definitiva para la sociedad en general.

Conclusiones

1. Es imprescindible que no se olvide que el sistema de dominación mundial es patriarcal, por lo tanto, los Medios de Comunicación, mayoritariamente conducidos por varones son patriarcales, y apoyan la supremacía de los varones sobre las mujeres. Además, en el contexto de la tele-

visión, por ejemplo, y de los demás medios, se manejan los estereotipos antes que la realidad de cada persona. Es decir, que a partir de esta óptica se entiende la situación de opresión que han sufrido las mujeres dentro de este ámbito.

2. En el mundo la dominación patriarcal se afianza por medio de instituciones formalmente igualitarias, razón por la cual cobra importancia, el análisis de todas las discriminaciones y opresiones que se reproducen dentro de las mismas, es decir, discriminaciones bien encubiertas dentro de un Estado de Derecho.

3. Los Medios de Comunicación reproducen y recrean la dominación sobre las mujeres, no sólo en el campo de sus diferentes programaciones (novelas, películas, programas de humor, etc.) elaborando imágenes e ideales de subjetividad estereotipada, y por lo tanto, creando un problema de identidad, sino también, en las programaciones catalogadas como serias y profesionales como de programas de opinión, noticieros, documentales, etc.

4. En el ámbito de las soluciones a toda esta problemática, el papel de los medios de comunicación no deja lugar a dudas, ya que como sabemos tienen un impacto no sólo local sino global y si se logra que su compromiso sea contribuir al reconocimiento de los derechos de las humanas y de los humanos, a una vida libre de violencia y plena libertad, habrá entonces un gran avance para la sociedad y el bien común.

5. Es preciso seguir luchando dentro y fuera del feminismo por obtener una conciencia y mirada crítica no sólo sobre los Medios de Comunicación Social, sino tratando de que estos modifiquen sus perspectivas y manejen correctamente una conciencia de género. Esto hay que entenderlo como una necesidad humana: pues no se trata únicamente de hacer justicia a las mujeres, que siempre se han llevado la peor parte a nivel histórico, político, social y científico, sino porque el sentido común nos conduce en definitiva salvar a la humanidad con criterios racionales y principios éticos, lo que equivale a dar el debido reconocimiento a cada humano y cada humana e incluso a la propia naturaleza.

Bibliografía

- AMORÓS, C. (1994) Violencia contra la mujer y pactos patriarcales. In: MA-
QUIEIRA, V. SANCHEZ, V. Violencia y sociedad patriarcal. Fundación
Pablo Iglesias, Madrid
- AMORÓS, C. (2000) Filosofía y Feminismos. Editorial Síntesis, España
- CANTILLO, Ligia (2011) “Feminicidio y medios de comunicación”. X Congreso
Nacional de Sociología. Cali, Colombia En https://www.icesi.edu.co/congreso_sociologia/images/ponencias/12-Cantillo-Feminicidio/comunicacion.pdf
- CASTAÑEDA, M. (2002) El Machismo Invisible. Ediciones Grijalbo. México
- COBO, R. (1995) Diez palabras claves sobre mujer. AAVV, Editorial Verbo
Divino. Navarra
- COMESAÑA, G. (2008) De Métodos y Filosofía Feminista. Propuesta metodo-
lógicas conceptuales desde el feminismo latinoamericano. Universidad del
Zulia, Ediciones del Vice Rectorado Académico. Maracaibo. Venezuela
- COMESAÑA, G. (1995) Filosofía, Feminismo y Cambio Social. Universidad del
Zulia Rectorado, Maracaibo.
- COOK, D. (2014) Violencia basada en género y generaciones: una mirada desde
la comunicación. Publicada en [http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTI-
MEDIA/FIELD/Montevideo/pdf/CI-violenciaGeneroMiradaComunicacion.
pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Montevideo/pdf/CI-violenciaGeneroMiradaComunicacion.pdf)) Consultado el 08/06/2016
- FACIO, A. (1992) Cuando el género suena, Cambios trae. Metodología de análi-
sis de género del fenómeno legal. Editorial. “La escarcha azul”. Caracas
- LAGARDE, Marcela (1996) *Género y Feminismo. Desarrollo Humano y Demo-
cracia*. Cuadernos Inacabados. Ediciones horas y HORAS. España
- LAGARDE, M. (2008) “Antropología, feminismo y política: violencia femini-
da y derechos humanos de las mujeres”. En *VVAA: Retos Teóricos y Nuevas
Prácticas*. Ediciones [Ankulegi](#). España
- Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia.
República Bolivariana de Venezuela. Fondo de Poblaciones Unidas (UNFPA)
2008
- LUCAS, Cecilia (2014) Violencia basa en género y generaciones. Publicada en
[http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Montevideo/
pdf/CI-violenciaGeneroMiradaComunicacion.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Montevideo/pdf/CI-violenciaGeneroMiradaComunicacion.pdf)). Consultado el 09/06/2016

PLAZA, J. y DELGADO, C. (2007) ¿Cómo tratan la violencia de género los medios de comunicación? Editorial Fundamentos. Madrid, 2007

SAU, Victoria (1990) Diccionario ideológico feminista. Ed. Icaria, España

Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia. República Bolivariana de Venezuela. Fondo de Poblaciones Unidas (UNFPA) 2008

Páginas web

ONU (1995) Informe Anual Sobre La Violencia de Género. Publicado en www.onu.org

UNESCO (2013) “Violencia basada en género y generaciones: una mirada desde la comunicación” publicada en <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Montevideo/pdf/CI-violenciaGeneroMiradaComunicacion.pdf>

Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia. República Bolivariana de Venezuela. Fondo de Poblaciones Unidas (UNFPA) 2008

Violencia basada en género y generaciones: Una mirada desde la comunicación. Fondo de la Naciones Unidas Uruguay 2014. Disponibles en http://www.inmujeres.gub.uy/innovaportal/v/18258/6/innova.front/consejo_nacional_consultivo_de_lucha_contra_la_violencia_domesticahttp://www.inau.gub.uy/index.php/component/k2/item/1944-sipiav