

Lenguajes, representaciones sociales y prácticas discursivas

Imaginarios sobre jovencitas. Un círculo vicioso en el campo mediático visual

Mario Fernando Londoño Muñoz*

[*] Ponencia presentada en el Encuentro de Comunicación de la Universidad ... Tucumán. Argentina. Noviembre de 2009.

En el subconsciente humano existen diversas ideas y nociones de nuestra propia vida, conceptos personales y precepciones del mundo. De acuerdo con esto coexisten allí también ideas falsas o verdaderas que a veces no conocemos, a esto le llamamos imaginarios, y dentro de estos están los imaginarios sociales referentes a nuestra conducta individual y social.

[1] Armando Silva. Imaginarios Urbanos. Colombia: Tercer mundo. 2000, p. 18.

Estos imaginarios describen prototipos, Armando Silva dice que: «Lo imaginario impone, de principio, como un conjunto de imágenes y signos de objetos de pensamientos cuyo alcance, coherencia y eficacia pueden variar, y se redefine sin cesar»[1]. La construcción de estos conjuntos se desarrolla de diversas maneras, e influencias externas y percepciones internas de acuerdo a previas experiencias. Para Juan Luis Pintos son: «aquellos esquemas, construidos socialmente, que nos permiten percibir algo como real, explicarlo e intervenir operativamente en lo que en cada sistema social se considere como realidad» [2]. Solo que para este autor existen varias realidades que confunden el sistema como lo veremos más adelante.

[2] Juan Luis Pintos. Construyendo Realidad(es): Los Imaginarios Sociales. Esta definición esta en estudio por el autor.

[3] Moscovici, Serge. Fenómeno de las representaciones sociales. 1984, p. 24.

Como estos signos, conceptos y percepciones están en el inconsciente, no los podemos valorar o conocer a simple vista, Serge Moscovici padre de la representaciones sociales dice: «El propósito de todas las representaciones sociales es el de hacer de algo desconocido o de lo desconocido algo familiar.» [3]. Traer a nuestro consciente estos imaginarios, es una tarea compleja, pero una vez conocido y socializado el imaginario, algunas personas lo aceptan y se ríen de él acogiéndolo como parte de su vida, así no esté muy consciente de él,

sin embargo otras personas no lo asimilan y tampoco lo admiten como tal, es tener en gran parte nuestras creencias al desnudo.

Existen imaginarios en todos los aspectos de la vida en general, en la parte de género, la mujer tiene como todo, especificaciones en nuestra mente, sin embargo habita de manera dividida, diferentes paradigmas que permiten tener representación de cada una, ya sea, madre, amante, religiosa, etc. y dentro de estas representaciones existen imaginarios, diferentes conceptos de otros sub paradigmas, la parte sensual – sexual, es uno de ellos.

Para la sociedad en general, este sub paradigma en las mujeres jóvenes (14-26 años) [4] tiene un concepto y convergencias de imágenes y símbolos muy particular, una construcción desde la cultura, la parte física y psíquica, desde un legado histórico de muchos años atrás.

1. Contextualización.

La religión católica, arraigada en Colombia, dice que al principio de los tiempos, fue la mujer, Eva, la que cometió el primer pecado e incitó al hombre a pecar, es por ella que todos poseemos el pecado original, es Eva la primera mujer que representa al género y parte de la idea de que es por culpa de ella que la humanidad no vive en el paraíso. La primera etapa para que la mujer soporte el peso de esta premisa. En el tiempo entra demarcado e impuesto el cristianismo y la represión de este género por tener dicha culpa.

Cuando la mujer se convierte por el peso de toda una sociedad, en un ser sumiso y sacrificado por los demás, se mantiene así por un largo tiempo. La invasión musulmana a la península ibérica deja una marca indeleble en la cultura española, parte de ésta, el machismo cerrado de los árabes, marca que en cierta parte, más mesurada por supuesto, llegó al nuevo mundo, América.

En aquellos tiempos hasta el siglo XVII donde la mujer se mantenía en la mente en una representación de la bondad y las buenas costumbres, por las enseñanzas de María madre de Jesús, es la mujer entonces símbolo de justicia y moralidad. Llegó a éste continente también el icono creado desde la antigua Grecia donde la mujer es representación de la justicia conjugada con algo de historia, por parte de los dioses de entonces, se crea un ícono en el mundo, con la figura de una mujer que recibe varios nombres, unos dicen que es Temis otros que Atenea o Artemisa, en fin, lleva una pesa y una venda para simbolizar total imparcialidad, en ocasiones trae una espada que simboliza la rigidez y el castigo.

[4] Artículo 3o. de la Ley 375 de 1997. La investigación propone éste rango de edad por políticas de estado y representación social de los jóvenes colombianos.

Una vez establecida la imagen de la mujer como un signo de bondad, fertilidad, humildad y la mayoría de los valores humanos, empieza una revolución por lograr una mejor calidad de vida y visionar sus aptitudes para otras cosas diferentes del hogar. En un intento por la igualdad de derechos, nace la revolución femenina a finales del siglo XIX, aunque el feminismo, corriente ideológica, creada con el mismo objetivo, surge a principios del mismo siglo. Cambiarían entonces algunas cosas en el mundo de manera irreversible, la mujer gana un espacio en la toma de decisiones, con el derecho al voto, al estudio y demás derechos otorgados. Sin embargo la revolución solo traería la represión de la mujer con triples jornadas laborales, dejaría de ser entonces ama de casa para salir a trabajar y al llegar atender a sus hijos y a su esposo.

En el vestido las cosas evolucionan, claro está después de un considerable tiempo, la moda posterior a los años cincuenta, pasaría a la historia como la de la mujer recatada y clásica acompañante del hombre; con los años sesenta y la ideología hippie, ellas impondrían su manera de vestir de una forma trasgresora para la época; se rompen ya los estigmas en ese ámbito para las siguientes décadas.

Luego viene la imposición de una figura perfecta para las mujeres. Con la llegada de la televisión y los grandes impulsos publicitarios tanto impresos como audiovisuales, se empieza a crear un referente de la mujer intelectual de medidas y tallas exactas, los modelos y la gente «bonita». Humberto Eco registra este cambio en el concepto de la belleza, esta vez un estereotipo mundial; sin embargo, él encuentra una contradicción en los permanentes y abruptos cambios que se presentan y que de manera inmediata influyen en el modelo de la belleza.

Estos modelos que todos quieren ver, genera un estado de conmoción y de imitación, la uniformidad de las mujeres, persiguiendo cierto estilo y belleza característicos de estos prototipos.

Las insinuaciones y la demanda sensual por parte del televidente, empieza a crear símbolos de belleza, que los críticos llamarían sex symbol, los símbolos sexuales, que son algunas modelos con estas características. Rápidamente todas quieren ser un sex symbol, para agradar y despertar sensaciones y sentimientos entre las demás personas.

Los atributos generosos que la naturaleza quiso darles a muchas mujeres, los empezaron a adoptar muchas menos favorecidas por natura. Laspreciadas

cirugías plásticas de aumento y reducción, los implantes y liposucciones para moldear un cuerpo al mejor estilo de Pamela Anderson o Natalia París. Al punto que según la periodista Tuly Morillo de un periódico virtual en Venezuela; las quinceañeras prefieren una cirugía plástica que el espectacular viaje en crucero o su fiesta con vals. Todas buscan el prototipo.

Una vez instalados estos símbolos la demanda por parte de los hombres hacia éstos crece y las mujeres ven la necesidad de verse como tal. Pero con ellos surgen más problemas sociales, enfermedades como la bulimia y la anorexia, problemas mentales, discriminación social, y la incontrollable natalidad.

Aunque países más desarrollados, con calidad de vida y súper economías, por el fenómeno de la globalización y la cercanía de los medios, han facilitado que los países tercermundistas tengan una doble y triple culturización, nos sentimos identificados con eclecticismo, y tomamos lo más significativo que pueda «mejorar» nuestra cultura y calidad de vida. También tomamos prototipos humanos.

Estas superculturas poseen un estilo de vida muy diferente con otras posibilidades y otras visiones, lo que las mujeres quieren es tener una estabilidad intelectual y económica antes de formalizar su vida. Aún así el periódico *El Tiempo* publicó un artículo de un censo donde sólo el 5% de la mujer colombiana quiere ser ama casa. [5]. Sin embargo la realidad es otra, en nuestro país viven mujeres que gestan hijos desde los once años.

La televisión contemporánea lo que plantea en nuestro país es la denigración de la mujer, regularmente joven y más de determinada región, en guiones desgarradores con historias apasionadas que crean una representación en el país y fuera de él. Alianzas con Tele Mundo, Tv Globo y otras cadenas televisivas alrededor del mundo y el mercado de guiones y producciones colombianas exportan la imagen de la mujer colombiana como una pequeña representación de lo que puede ser. Que los distribuidores del cine y la televisión hagan de la industria audiovisual un espectáculo sexista nos transporta a una fuerte representación icónica de y en, los colombianos.

Las demandas sensuales y sexuales de la sociedad en general son las que determinan el comportamiento femenino en gran parte.

[5] Periódico *El Tiempo*. Casa editorial *El Tiempo*. «Solo 5% De Las Colombianas Sueñan Con Ser Amas De Casa». 8 de marzo de 2009. Tatiana Munévar B.

1.1 Psíquico – Sensual.

En nuestra sociedad es normal percibir los movimientos regulares, contoneos, voces suaves y pronunciadas, a veces fingidas, como las de ciertas mujeres que conozco cuando llegan a un banco o a diferentes sitios donde piensan deben ser sensuales.

[6] «Mujer y Feminidad». Universidad de Antioquia. Medellín, 2000, p. 98.

«A la mujer se le educa para agradar, para ser aceptada y alabada; esto la hace vulnerable al rechazo y a la frustración. No se nos prepara para la desaprobación masculina». [6]. Lo interesante de esta afirmación es que las mujeres pueden hacer cualquier cosa para no sentirse así, «estamos listas para que ellos nos miren y nos digan algo, pero claro, tenemos que impulsar esa conversación» asegura una de las redactoras de «La mujer sensual». Los escotes son la insinuación más clara, y un contoneo le asegura a cualquier hombre que ellas buscan conocerlo.

[7] Borrás Betriu Rafael y Equipo de Redacción: «La Mujer Sensual». Editorial Planeta. Colombia, 1995, p. 55.

¿Pero de qué manera las mujeres logran esto? ¿A costa de qué? ¿Acaso las mujeres son esclavas de su presentación personal? Es muy importante para ellas verse bien y muy bonitas, aunque no sean libres de su imagen. «Ambas sabemos que cuando se está propagando un producto (usted), el envase es importante. A menos que pueda atraer la mirada del comprador, jamás la sacarán del estante. Eso no significa que usted debe ser hermosa, pero haría bien en ser atractiva y tener personalidad. A menos que sea interesante, jamás la pondrá en su carrito de compras ni mucho menos la llevará a su casa» [7]. Si un hombre leyera un libro como éste seguramente pensaría que es patético, aún sabiendo que las mujeres necesitan más tiempo para arreglarse, no es que ellas sean prorrogadas, sino que tienen que convertirse, decidir cómo se ven mejor, cómo se maquillan, si usan pestañas o pelucas. En fin, tienen que verse mejor, para así lograr construir una cultura del consumismo aplicada en cuerpos, que el hombre llegará a comprar. Tal vez no le importe mucho al hombre cómo se vea sino cómo se comporte la mujer.

1.2 Física - Sexual

[8] «Representaciones Sociales de la Mujer». Universidad Complutense de Madrid. España, 2006, p. 74.

«El cuerpo de la mujer es imagen y significado a la vez. Su cuerpo es ícono y símbolo, pues a cada disección del cuerpo femenino le corresponde una idea y cada idea se corresponde con una figura y rostro de mujer. Nada como el cuerpo de la mujer ha servido con tanto afán para representar el orden moral y su trasgresión» [8]. Es la mujer ícono de la misericordia y de la moral por trasladar nuestra mente a sus pensamientos bondadosos y a su reflejo tanto marital como maternal; es por eso que al verse fragmentada esa imagen, pierde el valor original y crea otro imaginario, el cual se basa en la vulgaridad, represión, arrebatos y

libertinaje. Lo moderno se conjuga con la irresponsabilidad moral. El orden ha sido dado por la mujer; como lo dije antes por ser símbolo de justicia.

El cuerpo de la mujer y sus diferentes relaciones sexuales o contactos físicos con el hombre, se guardan para las experiencias personales de cada cual, y su valoración es terminantemente individual, sin embargo los contactos físicos sociales como dice Desmond Morris, son acelerados, y las señales que emitimos constantemente a nuestros compañeros son mensajes directos; la intimidad está dada por miradas. Actualmente no sólo la vista expresa este tipo de mensajes, los diferentes conductos comunicativos aumentan, como aparatos tecnológicos, la forma de vestir, de hablar, de caminar, diferentes actos comunicacionales convertidos en signo que llegan desde convencionalismos creados por los diferentes grupos sociales.

	Códigos	Programas	Medio	Forma
Programas exclusivos (<u>una</u> realidad)				
1. Teológicos	Imanencia / Trascendencia	Pecado original	Fe - Creencia	Revelación
		Encarnación		
2. Filosóficos Ilustrados	Real / Racional	Salvación	Teoría	Razón
		Sujetos autónomos		
		Totalidad / necesidad / libertad		
Programas inclusivos (<u>más de una</u> realidad)				
1. Sociológico crítico	Ideología / Ciencia	Critica de la Ideología	Praxis	Diálogo - Argumentación
		Modernización		
2. Constructivismo sistémico	Relevancias / Opciones	Opinión pública	Comunicación	Imaginario Social
		Diferenciación funcional		
		Equivalentes funcionales		
Policontinentalidad				

Esta continua transmisión de mensajes también modela imágenes mentales, desde el significante y significado de cada mensaje.

Conexión a una realidad

La construcción de imaginarios para Juan Luis Pintos, se da a partir de programas inclusivos donde existen más de dos realidades, fenómeno que para él se da en los últimos tiempos. Lo que Pintos plasmó en una matriz en escala de tiempo [9], de acuerdo al comportamiento y necesidades del hombre, confunde al sistema ya que su posición está en la presencia de una sola realidad cambiante (fin o meta en la vida) antes de la modernización, despreciando así componentes de la vida social, imágenes y percepciones individuales, que modelan imaginarios sociales.

[9] Matriz 1. Juan Luis Pintos. «Construyendo realidad (es): Los imaginarios sociales» Artículo de GCEIS (grupo Compostela de estudios de imaginarios sociales). Santiago de Compostela. 2000.

Desde que nacemos vivimos múltiples realidades que configuran nuestra mente. Los estadios de totalitarismo son quienes ejercen poder y control mental desde la crianza, estos estadios son proporcionados por las instituciones más «reflexivas» a lo largo de la historia; la cultura es infundida desde todas estas instituciones, la familia, la escuela, la religión, la historia misma con material o formas de creación como la arquitectura, los inventos para mejorar la calidad de vida, tus libros, tus cuentos leídos por tus padres, las pequeñas imágenes que reconocemos. La publicidad y la llegada de los medios como parte de la educación de las personas amplía un canal de realidades, en tanto que el subconsciente se carga continuamente de mensajes: la creación mental de la cultura.

Lo anterior nos modela una moral coercitiva y un respeto social, cuando pensamos en la mujer. El medio nos devela una oferta a la demanda sensual – sexual de la sociedad; crea un mensaje continuo que genera gran parte del imaginario, y lo asegura gracias al poder de éste como institución moderna.

Como los imaginarios son proyectantes por naturaleza es por medio de esta proyección, por la cual los detectamos más fácil; la materialización de los imaginarios sociales puede darse en cualquier forma de la creación humana, es decir, en su expresión científica, electrónica, artística, visual, etc.; (videos, cine, televisión, publicidad, teatro, arquitectura). En todas estas formas de creación, el hombre vislumbra su pensamiento en los aspectos del imaginario; es decir que para los paradigmas sensuales – sexuales de las mujeres jóvenes, tendremos una imagen icónica o representativa implícita en nuestra creación.

La trasmisión de los códigos por parte de los creativos, duplica los elementos que fortalecen el imaginario, logrando que se vuelva un círculo vicioso al ser recíproco.

BIBLIOGRAFÍA

- ARANGUEN, José Luis. «Erotismo y Liberación Femenina». España, 1972.
- AVELLANEDA, Myriam. Conferencia: «El papel de la imagen en la re- construcción de la realidades sociales» XXV Congreso Nacional de Lingüística, Literatura y Semiótica. Medellín Septiembre de 2008.
- BORRÁS BETRIU, Rafael y Equipo de Redacción. «La Mujer Sensual». Editorial Planeta. Colombia, 1995.
- BOTERO, Claudia Andrea. «Díptico y Brujería. Universo del imaginario femenino». Editorial Universitaria de Colombia. Colombia, 2001.
- COLORADO, Martha. Arango Palacio Liliana, Fernández Fuente Sofía. «Mujer y Femenidad». Universidad de Antioquia. Medellín, 2000.
- ECO, Umberto. «Historia de la Belleza». Italia 2004
- ESTRAMIANA, José Luis Álvaro y Fernández Ruiz Beatriz. Revista Athenea Digital - num. 9: 65-77 (primavera 2006) «Representaciones Sociales de la Mujer». Universidad Complutense de Madrid. España, 2006.
- FADELA, Amara: «Ni putas Ni sumisas». Madrid 2004.
- FLÓREZ, Vladimir: «Aleida». Colombia 1998 – 2008.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. «Culturas híbridas estrategias para entrar y salir» 1990-1992.
- GUERRERO, José Raúl, La Rotta Guillermo Pérez, Moreno Fernando Ramírez, Ramos Ramiro Arbeláez. «Cine Cultura y Globalización» Colombia 2008.
- MORGENSTERN, Michael. «Como hacerle el amor a una mujer». Cirulo de Lectores, Colombia 1990.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús y Rey, Germán. «Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva». Barcelona. Editorial Gedisa. 1999.
- MARTÍN – BARBERO, Jesús. «Oficio de Cartógrafo: Travesías Latinoamericanas de la comunicación en la cultura». Chile. 2004.
- MORRIS, Desmond. «Comportamiento Intimo». Plaza y Janes Editores. España, 1974.
- Moscovici, Serge. The Phenomenon of Social Representations. Cambridge. Cambridge University Press. 1984
- PINTOS, Juan Luis. «Construyendo realidad (es): Los imaginarios sociales». Santiago de Compostela. 2000.

Londoño Muñoz Mario Fernando. Imaginarios sobre jovencitas. Un círculo vicioso en el campo mediático visual

RINCÓN, Omar. «Televisión, video y subjetividad». Editorial Norma Colombia. 2002.

SILVA, Armando. «Imaginarios Urbanos». Editorial tercer mundo Colombia. 2000 y Editorial Arango 2006.

SILVA, Armando. Conferencia: «Tiempo y espacio en los imaginarios urbanos»
XXV Congreso

Nacional de Lingüística, Literatura y Semiótica. Medellín Septiembre de 2008