

*Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas*

*Facultad de Ciencias Sociales*

*Departamento de Estudios Socioculturales.*



*Trabajo de Diploma*

*Título: Representación social de la violencia de género en el  
video-clip cubano.*

*Autora: Yadira Aguilar Moreno.*

*Tutora: Lic. Maylen Villamañan Alba.*

*Santa Clara*

*2009*

## RESUMEN

La presente investigación propone una aproximación a la representación social de la violencia de género en el video-clip cubano actual. Partiendo de la teoría de la comunicación se aborda la perspectiva de la violencia de género en este producto. Dicho estudio se apoya en analizar desde las representaciones sociales el papel que asumen las mujeres en imágenes, patrones y roles dentro del texto audiovisual. Los MDM (en especial, los audiovisuales); son capaces de demostrar estéticamente el mundo imperante y así orientar a los individuos. El video-clip es un producto comunicativo a partir del sentido que ofrece sobre la realidad que expresa, ya que constituye una generalidad de las prácticas socialmente significadas en virtud del orden social existente. Dado que a los videos-clip se les acusa por el hecho de brindar una serie de estereotipos, lo real preocupante, lo constituye, la presencia retórica y excesiva de escenas de violencia, seguidas de la connotación sexual. Esta violencia denominada psicológica<sup>1</sup>, representa simbólica o explícitamente actos donde se lacera a los individuos. En la mayor cantidad de videos-clip que se producen, la mujer asume casi siempre el papel de objeto. La violencia operada silenciosa o explícitamente sobre ella, es tema presente en este producto como recurso de crítica o simplemente como estrategia de rating.

---

<sup>1</sup> La violencia psicológica o simbólica se le denomina a la violencia que se ejerce como forma de presión sobre las mentes, de manera oculta o implícita.

## ÍNDICE

<u>INDICE</u> .....	3
<u>INTRODUCCION</u> .....	4
<u>CAPITULO I: Comunicación y Medios de Difusión de Masas: el video-clip</u> .....	8
1.1- La comunicación en proceso de socialización. ....	8
1.2-La institucionalización de los procesos comunicativos: los MCM. ....	12
1.3- El video- clip como producto comunicativo: tendencias fundamentales. ....	18
<u>CAPITULO II: La violencia como práctica estructurada socialmente:</u>	
<u>Representación social la violencia de género</u> .....	26
2.1- La problemática del género. ....	26
2.2- Violencia de género.....	35
2.3- Representación Social de la violencia de género en el video-clip.....	40
<u>CAPITULO III: Violencia de género en el video-clip cubano</u> . ....	53
3.1- Metodología.....	53
3.2- Selección de la muestra.....	60
3.3- Análisis de los resultados.....	61
<u>CONCLUSIONES</u> .....	71
<u>RECOMENDACIONES</u> . ....	72
<u>BIBLIOGRAFIA</u> . ....	73
<u>ANEXOS</u>	

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo del mundo actual, debido al avance alcanzado por la ciencia y la técnica bajo la égida del sistema capitalista, ha tomado un rumbo insostenible. Los países capitalistas más ricos tratan de imponer en todas partes del planeta el modelo de sociedad de consumo y despilfarro, dándole publicidad a sus lujosos automóviles, vestidos, joyas; todo lo cual ha puesto en peligro hasta la propia existencia humana. Este modelo se ha convertido en un sistema caótico, absurdo y salvaje: 1) Tiene como filosofía el libre tránsito de capitales y mercancías. 2) Condiciona a los países subdesarrollados a adoptar los patrones económicos capitalistas predeterminados. 3) Privatiza todo lo posible, debilita a los Estados, imponiendo en todas partes, los valores del sistema capitalista, tratando de homogenizarlo todo a su imagen y semejanza. **“... el orden mundial existe basado en la cultura capitalista que equipara el ser más con el tener más, promueve el egoísmo, la codicia, la usura, y la irresponsabilidad social. Estos antivalores de la cultura capitalista han sumido al mundo en un enjambre de crisis convergentes que, de no ser eficazmente atendida de inmediato, ponen en peligro la continuación de la propia especie humana y la capacidad de sostener la vida en la Tierra... en el fondo de todas las diferentes crisis que enfrentamos yace una enorme crisis moral, una gran crisis de valores y principios éticos. Todos hemos traicionado los valores emanados de nuestras respectivas tradiciones religiosas o ético filosóficas. Nos hemos traicionado a nosotros mismos al caer en la tentación capitalista, y al asumir sus valores antivida, de odio y egoísmo, nos hemos convertido en los peores depredadores, enemigo de nuestra madre Tierra, nos hemos deshumanizado...” (Miguel D’ Escoto, tomado de las reflexiones de Fidel, 1 de mayo, 2009)**

Producto rentable para el mercado, impactante a las masas juveniles y transmisor de patrones sociales. Acorde a la lógica de la sociedad y auge en el país, el video-clip puede producir, reproducir representaciones sociales de la violencia de género que legitimen formas opresivas en los géneros (ya sea en el mismo género como entre estos).

Esta investigación implica comprender como la constitución o reproducción de una representación social de la violencia de género acrítica implica fomentar las relaciones patriarcales, los estereotipos y el tipo de vínculo mercantilista que rigen las interacciones cotidianas.

Hoy en día el video-clip, responde a una necesidad de la televisión capitalista. La televisión hoy no es dinámica por el hecho de que se quiera imponer un ritmo de vida que refleje el de las sociedades desarrolladas sino por la propia rentabilidad que ofrece un producto corto y acorde a la celeridad de este sistema.

El objeto de la investigación es el video-clip. Además por lo que representa para la juventud, quien es el público que más consume este tipo de música en forma masiva. Hoy día, el audiovisual musical está determinando pautas esencialmente de socialización ya sea entre estos con los demás de su círculo social, donde el consumo de música es un elemento fundamental para su distracción.

Para el desarrollo de la investigación se tomarán en cuenta los siguientes conceptos:

**Representación Social:** *la representación social es una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos. La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación.* (Mora, M; 2002)

**Violencia de Género:** *es todo acto u omisión intencional de uno o más miembros del grupo familiar capaz de producir un daño físico, psicológico o patrimonial a otro (s) miembro(s) o a los propios ejecutores del acto u omisión.*

Además existen otras categorías asociadas dentro de las anteriores:

**Comunicación:** *La comunicación es un proceso transversal sobre cuya base se instituye la sociedad que legitima y se vincula acorde al nivel estructural donde son expresados (micro, meso o macro). No puede ser comprendida como un proceso fragmentado, sino como un proceso que condiciona, toda la realidad social general y guarda estrecha relación con la actividad material. La comunicación actúa como medio de consolidación de los hombres y como un medio al mismo tiempo de desarrollo de los mismos.* (Andreéva, 1980).

**Producto Comunicativo:** *producto, proceso o fenómeno que establece determinado sentido sobre la realidad que manifiesta, que constituye una generalización de las prácticas socialmente significadas y que sirve o refiere a la interacción social.* (Lumpuy, L; 2008)

**Socialización:** *el proceso mediante el cual los individuos pertenecientes a una sociedad o cultura aprenden e interiorizan un repertorio de normas, valores y formas de percibir la realidad, que los dotan de las capacidades necesarias para desempeñarse satisfactoriamente en la interacción social.* (Lumpuy, L; 2008)

**Internalización:** *el proceso de culminación en el cual lo interpsicológico pasa a ser intrapsicológico. En otras palabras, el mundo social objetivado es interiorizado. Se entiende como la aprehensión de un acontecimiento objetivo durante la interacción con el otro significativo, experimentado como vivencia y de la cual se apropia el individuo (identificación o negación).* (Lumpuy, L; 2008)

**Video-clip:** *género audiovisual que gestiona las materias expresivas de la imagen y el sonido, con una intencionalidad global coherente, a través de un conjunto de recursos estables y uniformes de naturaleza temática, enunciativa y retórica. Es un formato audiovisual complejo, transtemporal, dependiente del ritmo y el tiempo del musical que refiera, donde se conjugan música, imagen y texto.* (Lumpuy, L; 2008)

Por ello se investigará el video-clip nacional, específicamente los que han sido exhibidos en las nominaciones de los premios “Lucas” e, incluso, algunos que han resultado (5 video-clips) premiados.

Dada la importancia del tema y el objeto de la investigación, queda expuesto el siguiente diseño metodológico:

**Tema:** El video-clip como agente de socialización.

**Título:** Representación social de la violencia de género en el video-clip cubano.

**Problema:** ¿Cuál es la representación social de la violencia de género en el video-clip cubano del evento “Lucas”?

**Objetivo general:** Diagnosticar la representación social de la violencia de género en el video-clip cubano del evento “Lucas.”

**Objetivos específicos:**

- ❖ Identificar los tipos de violencia de género en el video-clip cubano.

- ❖ Analizar el tratamiento de la violencia de género en el video-clip.
- ❖ Caracterizar los elementos de la representación social de la violencia de género en el video-clip cubano.

**Es por ello que el diseño se centra fundamentalmente en la metodología cualitativa y se caracteriza la representación social de la violencia de género en el video-clip cubano. Aplicamos como principales métodos de investigación el Teórico (analítico-sintético; histórico-lógico; inductivo-deductivo) y el Empírico, este último con una tipología: centrada en un Estudio de Contenido con el análisis de los videos-clip seleccionados intencionalmente; para observar la Representación Social de la violencia. Este método nos permite además, mostrar la interrelación que se establece entre la violencia de género dentro del texto audiovisual del clip y el contexto social cubano. La muestra fue escogida intencionalmente (como se dijo anteriormente), pues se analizaron 6 videos-clip, los cuales fueron nominados e incluso premiados en “Lucas”, desde su surgimiento; todos pertenecen a diferentes directores, géneros musicales, agrupaciones musicales y cantantes; criterio que permite una mayor variedad representativa en su análisis.**

Para el estudio sobre la representación social de la violencia de género en el video-clip cubano, tal investigación propone el siguiente orden: un Capítulo I y un Capítulo II con alusión a todo el contenido teórico que sustenta dicha investigación, fundamentalmente organizada en tres epígrafes en cada Capítulo, donde se comienza con un breve paneo histórico de la **teoría de la comunicación**, pasando por la **representación social**, vista dentro o fuera de este país, específicamente la **violencia de género**, en la **industria del clip**,. En dichos Capítulos se podrá encontrar-entre otras referencias- estructura, antecedentes, y definiciones, de las categorías antes expuestas para una mayor interpretación. Por último, la tesis concluye con el Capítulo III, el cual contiene las categorías de análisis, la unidad de observación, la muestra, el método y técnicas de investigación, además de las definiciones conceptuales, entre otros axiomas.

## CAPITULO I

### COMUNICACIÓN Y MEDIOS DE DIFUSIÓN DE MASAS: EL VIDEO-CLIP.

#### 1.1 La comunicación en el proceso de socialización.

La sociedad humana se desarrolla a partir de sus propias contradicciones, de los propios malestares cotidianos. Es por eso, que la reproducción de tabúes, estereotipos, que –aparentemente- lejos de fomentar el desarrollo humano, lo obstaculiza; son, no obstante, elementos que están institucionalizados dentro de la lógica socialmente establecida y que implican el conflicto como base para el cambio. A partir de la lógica que vive la sociedad es que cabe el análisis de los Medios de Difusión de Masas;<sup>2</sup> ya que estos operan para el desarrollo del hombre mediante el proceso de socialización y, a la vez, en su conjunto, a los procesos macrosociales. Por otro lado, los MDM son reproductores de un orden social establecido en las prácticas cotidianas, tanto a niveles institucionales como en la interacción a nivel microsocioal.

Es por eso que se hace imprescindible explorar los orígenes de la *comunicación*, si se entiende **“como un proceso transversal sobre cuya base se instituye la sociedad y que legitima y se vincula acorde al nivel estructural donde son expresados (micro, meso o macro). No puede ser comprendida como un proceso fragmentado, sino como un proceso que condiciona, toda la realidad social general y guarda estrecha relación con la actividad material. La comunicación actúa como medio de consolidación de los hombres y como un medio al mismo tiempo de desarrollo de los mismos”** (Lumpuy, L; 2008). Lo primigenio de la comunicación está en las relaciones humanas, la cual supone que cualquier forma de comunicación es

---

<sup>2</sup> La expresión “medios masivos de comunicación”-surgida en los Estados Unidos –esconde ya una trampa, o acaso varias. En primer lugar tales medios no constituyen realmente un vehículo de la comunicación humana, pues comunicación implica diálogo, intercambio, y los Mass media hablan, pero no admiten respuesta. Son, en todo caso, medios de transmisión, o de difusión. En segundo lugar, los términos “masivo”, “masa”, empleados por la sociología burguesa son conceptos abstractos, imprecisos y equívocos. Así, la referencia a “medios masivos” podría sugerir el empleo, por parte de las masas populares, de ciertos vehículos trasmisores de mensajes, lo cual no ocurre en la sociedad capitalista. Pero además, si se trata de medios de difusión, debemos saber a qué fines están destinados, y quien o quiénes están en disposición de utilizar esos medios de acuerdo con los fines establecidos de antemano.

una forma específica de actividad<sup>3</sup>. El intercambio entre los hombres hizo posible que estos fueran adaptando el medio donde se desarrollaban según sus necesidades. A medida que se relacionaban, se complejizaban sus relaciones, las cuales tomaron, por consiguiente, carácter social. Todo este entramado evolutivo (entre el hombre y el medio) tuvo como contexto, la actividad y por ende la urgencia de una herramienta eficaz para su desempeño: el lenguaje. O sea, a partir de la necesidad de cooperación e intercambio, surgió la necesidad de comunicación. Por lo tanto, las acciones que el hombre realizaba para reproducirse adquirieron una doble función: la primera, eminentemente productiva y la otra de acción sobre otros hombres; es decir de comunicación. Por consiguiente, a medida que los hombres se relacionaban, iban transformando la naturaleza para sí mismos y de, esta forma, además, reproducen su vida social.

En este sentido, lo social no implicaba solo la reproducción de cuestiones materiales, si no la producción y reproducción de lo ideal contenido en tanto pautas en las prácticas sociales. Estas pautas de idealidad no son otra cosa que el sistema de la *cultura*. Se entiende entonces esta como **“el proceso ideal de carácter objetivo resultado y contenido en toda la actividad humana. Siendo toda la practica social, significativa, esta debe ser distinguida como práctica propiamente significativa (lenguaje verbal, musical, visual, gestual, señales, códigos cifrados, etc.) o como práctica indirectamente significativa actividad general. Entendida la cultura como el contenido y el significado de toda actividad, esta última, puede entonces considerarse como su significativa o su forma”** (Alonso, J; 2009). Todas las épocas históricas tienen impregnadas un contenido ideal de la actividad material. El mundo es una sucesión de transformación: es esa consecuencia del lo social lo que cada generación le transmite a las sucesivas; donde cada una desarrolla, en su período dado, su industria y todos los procesos que se gestan paralelamente.

---

<sup>3</sup> Según Andréeva; la esencia del principio de la actividad consiste en que se examina no simplemente desde el punto de vista de su forma (es decir, no sólo se constata la actividad del individuo) sino también de su contenido (es decir se pone de manifiesto precisamente el objeto hacia el cual esta actividad se orienta). El análisis psicológico muestra que la actividad interior teórica posee la misma estructura que la actividad práctica.” (...) Es la comunidad de estructura de la actividad interior teórica y la actividad exterior práctica la que permite los diferentes elementos estructurales pasar (...) de unos a otros; de este modo la actividad interior incluye siempre unas acciones y operaciones exteriores de pensamiento”. (Leóntiev; 1981; pp. 92-93).

Ello trae como emanación nuevas formas de actuar y pensar, relacionadas a los cambios asociados a lo existente. La práctica social humana se apropia de signos para la comunicación- generalización<sup>4</sup>, ya que mediante estos responde a la realidad que rige el sistema de relaciones entre los individuos, utilizando el proceso de socialización- internalización como parte de ella. La *socialización* es **“el proceso mediante el cual los individuos pertenecientes a una sociedad aprenden e interiorizan un repertorio de normas, valores y formas de percibir la realidad, que los dotan de las capacidades necesarias para desempeñarse satisfactoriamente en la interacción social”** (<http://es.wikipedia.org/wiki/Socializaci%C3%B3n>). La reproducción de lo social aprendido solo es posible cuando lo social es subjetivado. Este proceso se denomina *internalización*, el cual es definido como **“el proceso de culminación en el cual lo interpsicológico pasa a ser intrapsicológico. En otras palabras, el mundo social objetivado es interiorizado. Se entiende como la aprehensión de un acontecimiento objetivo durante la interacción con el otro significativo, experimentado como vivencia y de la cual se apropia el individuo (identificación o negación). La autodeterminación sobre lo determinado socialmente”** (Villamañan, M.; 2007). El proceso socialización-internalización está vinculado a las características internas de cada individuo y sus relaciones con los demás, a partir del contexto que le rodea. Esta relación influye en la inserción del hombre al medio social con la adaptación de sus normas, que condiciona el período de internalización y autodeterminación voluntaria de aspectos vivenciados. Por consiguiente, mediante este proceso, la realidad se interpreta como pautas de socialización que fueron asimiladas por disímiles vías, que manejan el comportamiento social del hombre y se reproducen cotidianamente en el proceso de aprehensión de la realidad. Estas han sido internalizadas a través de procesos de identificación o negación de las prácticas sociales.

La reproducción como proceso básico, es requisito fundamental para la legitimación de las prácticas sociales en la vida diaria. Su principal función está dada en mantener la existencia de la sociedad. Las pautas de socialización se

---

<sup>4</sup> Siguiendo los presupuestos de Vigotsky, la comunicación al ser un proceso derivado de la articulación entre el pensamiento y el lenguaje supone la doble cualidad de interacción y generalización.

encuentran relacionadas al orden social que reproduce, por tanto, legitiman directamente, la ideología dominante; en formas hegemónicas; y dan a conocer, una vez más, que la clase que lleva el poder económico es quien, además, maneja las ideas imperantes de una sociedad en una determinada época histórica. Dicha clase se traza objetivos específicos, donde demuestra, sutilmente, su interés particular como el interés común de todos sus integrantes, dando a conocer que lo expuesto por ellos son las únicas ideas por las que se deben regir todos ya que son las únicas verdaderas e indiscutibles. La dominación ejerce una influencia tan eficaz que en muchos casos los dominados la observan como espontánea e imprescindible. Simultáneamente, estas pautas aluden a prácticas residuales o emergentes<sup>5</sup>, que son reproducidas por la actividad cotidiana.

En la realidad, la información atraviesa por un proceso complejo donde esta forma, se exige y se desarrolla para su posterior transmisión, es decir, no solamente es un intercambio de significados, sino que a la vez consiste en construir un sentido común. En cada proceso comunicativo se puede distinguir una estrecha unidad entre actividad, comunicación y conocimiento. Si el proceso comunicativo opera sobre la base de cierta práctica conjunta, además del intercambio de ideas, se intercambian acciones en el curso de la actividad colectiva y a propósito de ella. Es fácil observar que en el proceso comunicativo, las relaciones interpersonales que están dadas están comprendidas como los modos generales de cooperación del contexto social. ***“La comunicación es una realidad de las relaciones humanas, la cual supone que cualquier forma de comunicación es una forma específica de actividad conjunta de las personas. Estas no se “comunican” simplemente en el proceso de realización de las diferentes funciones sociales, sino que se comunican en cierta actividad, <<con motivo de ella>>”*** (Andréeva, M.; 1980). Hasta ahora se puede decir que la comunicación es un proceso transversal sobre cuya base se instituye la sociedad y que legitima y se vincula acorde al nivel estructural donde son expresados: macro (MDM); meso (Institucional); micro (Individual). La

---

<sup>5</sup> Las formas residuales reflejan la obra realizada en sociedades y épocas anteriores a menudo diferentes, pero todavía significativas y lo emergente es la obra innovadora, alternativa a la producción cultural dominante. Ciertamente, lo hegemónico puede absorberlos a ambos o al menos intentarlo. De hecho, un sistema es más eficaz en la medida que logra refuncionalizar e incorporar dichos elementos a su dinámica.

comunicación condiciona toda la realidad social general y se relaciona con la actividad material. Esta actúa como mediadora en la consolidación de los hombres y a la vez de desarrollo de los mismos. En fin, el individuo es un producto de la sociedad, a la vez que él produce y reproduce dicha sociedad.

## **1.2 La Institucionalización de los procesos comunicativos: los MDM.**

El carácter macroestructural que toma la comunicación dentro del proceso transversal en el que se inserta; se puede distinguir con la institucionalización de los Medios de Difusión de Masas. Dichos medios ayudan a formar y conservar la llamada sociedad de masas, como parte de la estructura social contemporánea. El término sociedad de masas se empieza a manejar en Europa producto a la revolución industrial para designar el nuevo tipo de orden social imperante, donde el individuo perdía los vínculos tradicionales y donde el complejo social pasaba a ser lo primigenio. Esta gran masa de productores potenciales para el sistema social naciente, se entendía como homogénea y estandarizada, acorde a las concepciones y necesidades de la época, a la vez que implicaba el aislamiento de los sujetos. La sociedad de masas, a pesar de que integra muchas clases diferentes de público, con gustos e intereses distintos, acoplados en la lógica de la segmentación y la estandarización; no redundaba en la obligatoria conglomeración de un sentido o interés común. Los que se dedican a la producción, viendo las condiciones reales, a partir de las cuales han de hacer ganancias; buscan obtener un mercado lo más amplio posible y, por tanto, la tendencia de hallar un factor común en el espacio de los entretenimientos que se ofertan es una necesidad generada por la lógica del sistema.

Esta sociedad de masas, a medida que va creando, pone a disposición del hombre común una serie de elementos que se relacionan con todas las exigencias del mundo; (de cualquier índole); ya sean políticas, culturales, entre otras. La sociedad de masas expone la tradición de lo novedoso, se inserta dentro de la búsqueda de lo nuevo, lo exótico; lo que amenaza la existencia misma de una vanguardia. Por lo anterior, se puede observar que la sociedad de masas trae consigo el desarrollo de un sistema signifiante, conocido como cultura de masas, que no es más que el desarrollo de un nuevo modelo en el que imperan diferencias y desigualdades, con esquemas y herramientas de

mercado cada vez más sofisticadas. La cultura de masas es el sobrenombre dado a este modelo prefigurado con el fin de solapar la producción industrial del sistema, o sea, la Industria Cultural<sup>6</sup> bajo la égida del mercado y de la clase élite (quien posee el poder); surge la Industria Cultural. (Horkheimer y Adorno, 1988). Este fenómeno regula el funcionamiento cultural de la sociedad capitalista, es decir, responde a la ideología de la clase que tiene el poder. Dicho sistema se rige por los principios de la racionalidad técnica<sup>7</sup> y la rentabilidad mercantil<sup>8</sup> como lógica de la dominación. La racionalidad técnica está dada por la producción en serie, implicando menor calidad y, por lo tanto, mayor número de consumidores. Estos presupuestos de la Industria Cultural se basan, esencialmente, en el fetichismo, esto es el ocultamiento de las relaciones de producción de un objeto determinado.

La estratificación y heterogenización de los productos culturales, de acuerdo con su calidad estética, funciona con la lógica del sistema productivo. Detrás de las diferencias, se encuentra la máscara del dominio que la Industria Cultural pretende lograr en los individuos. ***“(…) lo que esta ofrece como completamente nuevo no es más que la representación en formas siempre distintas de algo siempre idéntico; el cambio enmascara un esqueleto, en el que es tan poco lo que cambia como en el mismo concepto de beneficio, desde que éste ha conquistado el predominio sobre la cultura”*** (Adorno, Th.; 1967). En otros términos, el proceso que rige la factura de los productos se basa en el sincretismo homogenizante<sup>9</sup>, como estrategia que articula la necesaria

---

<sup>6</sup> “En los apuntes precedentes a la redacción definitiva de la Dialéctica de la Ilustración se utilizaba el término «cultura de masas». La expresión fue sustituida por «la de industria cultural, para eliminar desde el principio la interpretación más corriente, es decir, que se trata de una cultura que surge espontáneamente de las propias masas, de una forma contemporánea de arte popular» (Wolf , Mauro; 2005)

<sup>7</sup> La racionalidad técnica es hoy la racionalidad del dominio mismo. Es el carácter forzado de la sociedad alienada de si misma. (Adorno Th., Horkheimer M.; 1969).

<sup>8</sup> “La motivación del lucro supone, como mínimo, la superación de este objetivo a su rentabilidad mercantil, y su abandono cuando tal condición no se cumpla. Las masas son apenas <<un accesorio de la máquina. El consumidor no es rey, como quería la industria cultural; no es el sujeto, sino el objeto>>”. (Pág. 136 citado Adorno Th. W., La industria cultural, Galerna, Buenos Aires, 1967. Original data de 1964)

<sup>9</sup> “Esta doble contaminación de lo real y lo imaginario, ese prodigioso y supremo sincretismo homogenizado se inscribe en el sentido de la búsqueda del consumo máximo, y da a la cultura da masas sus características fundamentales” (Morin, E. La industria cultural, Galerna, B. Aires, 1967. citado Martínez, M; 1972). Sincretismo homogenizado: es el proceso de reducción de toda esa diversidad sincrética a un sistema de pautas fácilmente asimilables por todo el público.

estandarización y la segmentaridad compulsiva que rigen el orden social. En la actualidad, la Industria Cultural y la estructura social, cada vez más jerárquica y autoritaria, modifican el mensaje con vista a alcanzar una pasividad/sumisión en lo dominante e imperante. El individuo no es capaz ni de decidir por sí mismo, pues responde a las sensaciones más primarias del hombre, a los impulsos y al efecto acrítico de los valores que se tratan de imponer. Todo se ha transformado a raíz del proceso material de producción. La Industria Cultural se enmascara en los Medios de Difusión de Masas para manipular al público, mediante efectos que se realizan a otros niveles en los mensajes. Estos aparentan posturas superficiales y, subrepticamente, ratifican el estado de sujeción. El receptor puede encontrarse inmerso en situaciones, incluso, sin darse cuenta que está asimilando disposiciones y pautas. Todo mediante el esqueleto del proceso de *identificación*- como lo designaban Bretch y Gutiérrez Alea- o entrega no conciente y contemplación acrítica con el contenido y el sistema, o sea, una acción enajenante.

Mediante los MDM, la Industria Cultural ejerce funciones sociales según Merton y Lazarsfeld (1972), esto se realiza a través de tres funciones principales:

**Función de concesión de estatus<sup>10</sup>**: El reconocimiento por parte de los medios demuestra que alguien es lo suficientemente importante para que se le elija en medio de la gran masa anónima porque sus opiniones y su conducta son lo suficientemente significativas como para atraer el interés público.

**Función de transmisión de normas sociales<sup>11</sup>**: Los medios de difusión constituyen un vehículo para el proceso de socialización, da las pautas normativas acordes al sistema social. En una sociedad de masas, esta función de exposición pública se ha institucionalizado a través de los medios.

---

<sup>10</sup> La función de conferir status entra de ese modo en la acción social organizada, legitima ciertos sistemas, ciertas personas y ciertos grupos que obtienen el apoyo de los Medios de Comunicación de Masas.

<sup>11</sup> Es evidente que los Medios de Comunicación de Masas sirven para reafirmar las normas sociales denunciando las desviaciones a la opinión pública. El estudio del particular tipo de normas así reafirmado ofrecería un válido índice de la medida en que estos medios abordan problemas periféricos o centrales de nuestra estructura social (Lazarsfeld, P. y Merton, R.; 1948, 84).

**Disfunción narcotizante**<sup>12</sup>: El amplio bagaje de las comunicaciones puede suscitar, con respecto a los problemas de la sociedad, un interés solo superficial. Esta superficialidad lo único que hace es ocultar la apatía de las masas. **“Los medios de comunicación para las masas pueden incluirse entre los narcóticos sociales más directos y eficaces. Pueden ser tan eficaces que hasta impedirán que el drogado advierta su enfermedad”** (Merton, R. y Lazarsfeld, P.; 1972).

Es por eso que los MDM influye fundamentalmente sobre la cultura, ya que legitima pautas de socialización, tanto para el que manipula como para el manipulado. Los medios reproducen la ilusión de comunidad<sup>13</sup> y el modo de interacción entre los sujetos, en correspondencia a un determinado orden social. En este sentido, los MDM se encargan de crear elementos legendarios, fuera del marco normativo, de presentar frente a los espectadores, pautas del ideal contemporáneo que desea que los individuos se identifiquen con tales. Se recrean, entonces, pasajes donde la fuerza física o el personaje “superhéroe” se convierte en mitos, al tiempo que se incentiva la emoción de hechos arriesgados e increíbles. La mercantilización de temáticas como la violencia, la masculinidad en su versión agresiva, la sexualidad –incluso como lasciva-, la mujer como objeto sexual, la belleza física como fetiche, son recursos recurrentes en los medios que buscan como finalidad, incrementar el público de audiencia y, a la vez, obtener ganancias.

Estos elementos se sustentan en la estereotipia -se definen los estereotipos como representaciones simplificadas, esquematizadas y deformadas sobre un grupo de personas u objetos, en el que sólo una parte es debida a experiencias directas con la categoría a la que pertenecen tales sujetos u objetos, en tanto se “llena” con ideas preconcebidas referentes a esta categoría-, la dilución -el mito

---

<sup>12</sup> Este término se emplea en lugar de función porque según los teóricos a la sociedad moderna no le interesa tener amplios sectores de población políticamente apáticos o inertes. Pero los medios están diseñados para invalidar la acción social, o sea, es también su función social.

<sup>13</sup> La *ilusión de comunidad* constituye el modo de cohesión de una sociedad dividida en clases, a partir del cual, estas vivencian como suyo el interés particular de un grupo. La influencia de la dominación es tan efectiva que los dominados consideran muchas veces estas formas como naturales y necesarias. Ello puede ser desde el control social consciente -como el de la prensa, la radio y televisión- o mediante la internalización de las pautas de socialización. Sin embargo, no todas las pautas que se reproducen son esquemas ideológicos propios al orden social donde están contenidas. La ideología se reproduce, a su vez, en formas *residuales o emergentes*.

de la sociedad sin contradicciones donde se desvirtúan los conflictos como protestas sin sentido- y la transacción -**“promueve la solución de los conflictos «dentro de los límites establecidos por la clase dominante»”** (Lumpuy, L; 2008)- como formas contenidas aceptables de solución de conflictos. Acorde a como planteaba Mills, lo MDM regulan la socialización y el control social a partir de la siguiente formula:

1. Los MCM le dicen al hombre de la masa quién es.
2. Le dicen qué quiere ser.
3. Le dicen cómo lograrlo.
4. Le dicen cómo pueden sentir que es así aunque no lo sea.

O sea, estos le brindan a los consumidores: identidad, aspiraciones, herramientas y evasión.

La investigación y la reflexión teórica sobre la comunicación de masas han atravesado en Cuba diversas etapas, casi siempre nítidamente definidas, que van de la dispersión y el debilitamiento a la efervescencia y productividad, períodos de estancamiento y momentos de profundo debate y autocrítica. La investigación comunicológica cuenta ya, en Cuba, con una cierta tradición. Antes de la década de los años 40, los estudios sobre la comunicación de masas fueron aislados, asistemáticos y esencialmente descriptivos. Los años 40 representan un momento significativo en la introducción de nuevas aproximaciones, técnicas y objetos de investigación, aún cuando la característica principal de esos estudios era su propósito eminentemente comercial. La investigación sobre publicidad y medios de comunicación, estrechamente vinculadas a la radiodifusión de la década, se intensifican en los años 50 a partir de la llegada de la televisión y el auge de las agencias publicitarias.

La investigación de la comunicación en este período se encuentra directamente condicionada por los siguientes factores:

❖ La lógica económica (a partir de la rentabilidad de la publicidad comercial a través de los medios).

❖ La influencia teórica del funcionalismo norteamericano, dominante entonces en las Ciencias de la Comunicación.

Sin embargo, con el radical cambio sociopolítico que representó el proyecto revolucionario inaugurado en 1959, el campo de la comunicación de masas se vio también sometido a significativas transformaciones. La nacionalización de los medios y las nuevas funciones que adquirirían como instrumentos de educación, orientación y movilización, relegarían a segundo plano la problemática de su estudio, lo que explica, entre otros factores, su debilitamiento durante los años 60 y la primera mitad de los 70. En la segunda mitad de los años 70, los estudios de la comunicación pública se revitalizan en el país, orientados a la satisfacción de necesidades, de carácter administrativo e institucional a fin de obtener retroalimentación acerca del cumplimiento de las funciones sociales del nuevo sistema de comunicación, ya consolidado y en fase de desarrollo.

En virtud de diversos factores contextuales, la trayectoria de los estudios comunicológicos cubanos muestra sustanciales diferencias en comparación con los paradigmas y tendencias propias del desarrollo de la teoría de la comunicación latinoamericana en esa época. Rasgo común a ambos itinerarios es la influencia de las escuelas norteamericanas -funcionalismo, sociología empírica y psicología de los efectos<sup>14</sup> – durante algunas etapas (acuñadas como de la dependencia teórica foránea).

Las características y funciones particulares de los Medios de Difusión en Cuba, en especial, su carácter educativo-cultural, determinaron la poca resonancia de ciertas problemáticas-entre ellas, la del imperialismo cultural<sup>15</sup>- que no se abordaron por los investigadores cubanos con el énfasis que distinguió al resto del continente. El excesivo didactismo en la comprensión de los medios fue un factor de significativa influencia en los enfoques con que se asumió también su estudio. Si bien esta visión de las funciones de la comunicación de masas en una sociedad socialista fue, hasta cierto punto, lógica y desempeñó un positivo

---

<sup>14</sup> La investigación administrativa fue ejercida desde los centros de poder, esto es asociada a la dirección del estado o de los sectores oligárquicos, por ello, su fundamento está orientado al pragmatismo y a la rentabilidad económica y política de los medios. Cuba no se impregnó hasta mucho después de las teorías europeas y latinoamericanas.

<sup>15</sup> El concepto de imperialismo cultural de Enrique González Manet apunta al proceso de globalización de la cultura desde los centros de poder como herramienta para la hegemonía.

papel en los primeros años de la Revolución, limitó la profundidad de análisis en torno a las complejas mediaciones que se establecen entre los medios y los procesos sociales y políticos.

Hasta finales de los años 80 e inicios de los 90 –coincidiendo con el derrumbe del “socialismo real” - no se produciría en la comunidad científica cubana la toma de conciencia crítica del estado de dependencia extranjera y escasa reflexión propia en los estudios comunicológicos. Es interesante constatar que, a pesar del sustancial cambio político ocurrido en los años 59, las corrientes y modelos norteamericanos prevalecen con fuerza, así como la influencia del paradigma informacional, base epistemológica de la mayor parte de aquellas indagaciones.

Sin lugar a dudas, los estudios comunicológicos cubanos (1977-89) se inscriben, mayoritariamente, en los paradigmas importados de la teoría e investigación norteamericana, en especial de la denominada Mass Communications Research y sus diversas corrientes. La asimilación acrítica de estas escuelas se realizó, casi siempre, de manera espontánea en sus modalidades más elementales. Esto explica porque las investigaciones sobre los productos mediáticos adolecen, en la mayoría de los casos, de un análisis culturalógico y crítico. Un estudio profundo de los productos mediáticos cubanos implica la visión desde todos los paradigmas que aporten un análisis marxista y no plegado a intereses mercantiles.

### **1.3 El video-clip como producto comunicativo: tendencias fundamentales.**

(Anexo 1 y 2).

Los MDM (en especial, los audiovisuales); son capaces de demostrar estéticamente el mundo imperante y así orientar a los individuos. Los aspectos que más claramente anuncian el elemento visual<sup>16</sup> de la vida contemporánea son la urgencia de los tiempos modernos, la organización de las relaciones sociales y estéticas a través de lo nuevo, la sensación, la simultaneidad y el impacto. De acuerdo a lo anterior, se puede afirmar que la base fundamental en

---

<sup>16</sup> Diversos autores han hecho referencia a lo esencial del elemento visual en la sociedad actual debido a los rasgos definitorios de los tiempos modernos.

la que se sustenta la sociedad contemporánea es en una cultura visual. Uno de los productos audiovisuales de mayor impacto y que más ganancias aporta a la Industria Cultural lo constituye el video-clip. Este se funde con la unión de la industria televisiva y la discográfica.

El video-clip, además, reproduce la legitimidad de las prácticas de determinado sistema. Las pautas de socialización contenidas en él, demuestran la realidad social donde se fue gestando dicho producto: el modo de relación social, las formas ideológicas dominantes y los significados sociales de los modos de cooperación humana. El video-clip es un producto comunicativo a partir del sentido que ofrece sobre la realidad que expresa, ya que constituye una generalidad de las prácticas socialmente significadas en virtud del orden social existente. Por eso, ya sea como formato audiovisual o como práctica que refleja la realidad, es a su vez, generalización y comunicación del contexto social donde es producido.

Hay gran cantidad de productos que se transmiten por la televisión; una especie de música ilustrada, que no es precisamente video-clip, más bien podría llamarse: radio con imagen. El video-clip es un **“género audiovisual que gestiona las materias expresivas de la imagen y el sonido, con una intencionalidad global coherente, a través de un conjunto de recursos estables y uniformes de naturaleza temática, enunciativa y retórica. Es un formato audiovisual complejo, transtemporal, dependiente del ritmo y el tiempo del musical que refiera, donde se conjugan música, imagen y texto.”** (Lumpuy, L; 2008). El video musical está asociado a la creación de la televisión por cable, así como la cadena MTV, lanzada al aire en 1981 con el video-clip de Bohemia Rhapsody de Queen. La duración de los primeros videos musicales, que aparecen como filmes y cintas en la televisión, era de 3 a 7 minutos aproximadamente; sus imágenes estaban o no, coordinadas libremente y se relacionaban con el texto de una canción popular. Esta estructura ha seguido hasta la actualidad, ya que resulta muy cómodo ese tipo de formato; donde las imágenes que se exponen están determinadas por el ritmo de la música y abordan un tema que se asocia o no con el texto de la canción, aunque su duración óptima se considera entre 3 o 4 minutos, fundamentalmente.

Del video-clip se han hecho diversas clasificaciones, por ejemplo; según Marcelo Figueras distingue tres modalidades esenciales. ***La primera radica en la actuación en vivo del intérprete, definido como pivote; puede ser real o ficticia. La segunda, el video-clip consiste en una narración lineal o fragmentaria; su estructura es muy parecida a la de un minifilm; es como contar una historia en toda la letra de la canción. En la tercera, el autor expresa como una yuxtaposición de imágenes que aparentan estar desconectadas entre ellas. Esta variante es conocida como de influencia onírica.*** (Leguizamón, 1998)

Otras definiciones acerca del video-clip las aborda Diego Saucedo. Para él existen tres clases: del tipo A, del tipo B y mixtos, estos últimos que surgen de sumar A y B.

Tipo A. Anarrativos o descriptivos. No existe un programa narrativo como tal. Puede dar la sensación de una cierta cronología o temporalidad en la sucesión de imágenes, que serán los parámetros espacio-temporales que marcarán la representación, pero no hay lugar para la narración. Son los videos-clip en los que observamos al cantante y a su grupo (con mayor hincapié en el líder de la banda) sobre un escenario, ya sea dentro de un estudio o en un concierto.

Tipo B. Narrativos. Son aquellos en los que se presenta una secuencia de hechos donde se cuenta al espectador una historia bajo la estructura dramática clásica. Se desarrolla un programa narrativo, que puede ser protagonizado por el cantante. La relación entre música e imagen puede ser lineal (repite lo que la canción narra), de adaptación (trama paralela a partir de la canción) o de superposición (historia independiente de la canción, pero que funciona). Estos mini-relatos suelen tener características comunes con los filmes: elipsis, flujo continuo, ritmo, fundidos en negro como elemento de puntuación pero casi siempre intentará negar la propia convencionalidad de la historia, saltándose muchas convenciones espacio-temporales que en el cine no osarían tocar. La

secuencia narrativa queda compuesta por cuatro fases, de las cuales, algunas pueden ser omitidas o cambiadas de orden<sup>17</sup>.

Tipo A + B. Descriptivos - narrativos. Es una mezcla de las dos anteriores. Suelen estar divididos en dos niveles: El nivel diegético, que es el de la historia y el otro nivel en el que vemos al cantante o grupo actuando sobre un escenario o en cualquier otro sitio. Este tipo de video-clip suele emplearse cuando se quiere contar una historia y además, crear una imagen.

En este lenguaje audiovisual, el concepto de lo artístico apenas destierra proyecciones comerciales y soluciones simplistas en una buena parte de las obras. En las producciones internacionales, son frecuentes los materiales donde la forma apabulla el contenido, limitación que afecta la carga imaginativa del video-clip. Por lo general, los realizadores apenas se apartan de caminos trillados, no trascienden la intención publicista y efectista y el mero regodeo de temas e intérpretes.

De lo anterior surge la polémica sobre el video-clip definido como arte, espectáculo y/o publicidad. En sentido general, los videos musicales son exponentes legales de una sociedad industrial masiva<sup>18</sup>, que trata de presentarse como una nueva forma de espectáculo, a pesar de que persiguen diferenciarse de los spots publicitarios tradicionales. Estos han logrado una gran aceptación dentro de la gama que se ofrece, pues su audiencia más importante es la juventud (sector más vulnerable). Por su rápida expansión estética hay que tomar en serio este fenómeno. Tratan de estimular al espectador a la identificación emocional y menosprecian lo real necesario, o sea, la valoración crítica de lo que se exhibe.

---

<sup>17</sup> 1. Fase de influjo. Se pone en marcha la narración, estableciendo los términos a través de la instauración de papeles o roles: un sujeto acompañado de uno o varios objetos.

2. Fase de capacidad. El sujeto se hace capaz de realizar el cambio necesario para lograr el objeto y conseguirlo.

3. Fase de realización. Es la fase principal. Verdadero cambio en la relación sujeto-objeto. Se produce la consecución de los objetivos del sujeto.

4. Fase de valoración. Evaluación interpretativa del estado final de la realización. Este modelo de programa narrativo puede ser complementado por un antiprograma, con antisujeto y oponente.

<sup>18</sup> Se ha malinterpretado el término de lo masivo como lo popular. Sin embargo, lo masivo orienta a la depauperación de la cultura popular y no a una promoción de las manifestaciones autóctonas de los sectores dominados.

El video musical primeramente es mercancía; por deber su existencia a la sociedad contemporánea. Se considera como un objeto fabricado por un tipo específico de industria, que en terminología socioeconómica, se designa como Industria Cultural. Por eso, sus fines están orientados a cubrir objetivos lucrativos e ideológicos. Por lo tanto, constantemente el video-clip atraviesa por procesos de estandarización de sus formas, y de socialización de sus contenidos. Todo video-clip se traza promocionar, superficialmente, la música de un determinado grupo. En cambio, su realidad radica en articular la música con ese determinado grupo y con su imagen. La finalidad e importancia del video-clip no descansa en que sean los jóvenes quiénes consumen los discos, sino en el papel que cumplen en sus vidas como socialización-internalización. La cultura comprable que estos productos exhiben se sustenta en objetos asequibles para exponer gustos, preferencias, deseos y hasta la identificación con un estilo de vida dado. Por ello, el sistema que representa la industria capitalista tuvo que configurar un mecanismo de creación de necesidades. A esto varios autores coinciden en nombrarlo como la industria de producción de deseo, de la que es ejemplo la publicidad y, por consiguiente, el video-clip. El único interés de estos procesos y productos es el de vender (tracks/canciones y/o álbumes) y el de promocionar a los artistas (en tanto mercancía), por mediar en la creación de bienes con alto contenido simbólico que satisfacen necesidades artificialmente creadas por los medios, y que por consiguiente, adquieren un valor de uso.

Los videos-clip, como producto publicitario, son un eslabón imprescindible del funcionamiento del sistema de producción-consumo capitalista. Para contrarrestar lo que el sistema capitalista trata de imponer a todos por igual hay que influir sobre la necesidad de valores, normas, hábitos de vida, creencias, consumos psicológicos y sociales, en fin, sobre la percepción de los individuos en la realidad del mundo físico y mental. Los videos-clips se asemejan a los comerciales, pues persiguen lograr el contagio<sup>19</sup> para influir y atraer a los receptores a los campos tradicionales de la fabricación de la imagen como la moda. Lo anterior define uno de los rasgos distintivos como expresión social que

---

<sup>19</sup> "Sometimientto no conciente, no voluntario del individuo a un determinado estado psíquico (...) [se manifiesta como] la transmisión de determinado estado emocional" (Andréeva, 1980).

trata de atrapar a los espectadores en su comunicación consigo mismo y en su creación de un mundo alternativo en que la imagen es la realidad.

La influencia que ejerce la naturaleza multimedia del video-clip sobre la percepción temporal en cada uno de sus códigos (música, imagen y letra), es determinante, pues el video posee su propio lenguaje con respecto al tiempo, el espacio, la narratividad, la acción y el mecanismo de causa-efecto. Su sentido con respecto al tiempo es distinto, pues tiene la ventaja de sugerir en un mismo momento; pasado, presente o futuro. El video-clip se sustenta, fundamentalmente, en el mecanismo descriptivo-seductor, característica que sigue la lógica de lo comercial. Esto se establece en dependencia al objeto anunciado, estableciendo una relación dual-fáctica con cada espectador y sin hacer referencia a lo que supondría una distracción.

Para el video-clip solo existe un objetivo, el cual se basa en atraer la atención del espectador y en él lo que se expone, continuamente, son las fases pragmáticas; siendo el mecanismo descriptivo, antes mencionado, el objeto absoluto. Este mecanismo es visualizado a través de una puesta en escena hiperrealista, facilitada por una fotografía de mucha calidad, pero que a la vez es sometida a un proceso de irrealidad mediante el uso de códigos visuales como el cambio de plano, la angulación de la cámara, la iluminación, entre otras; es decir, desplegándose como imagen en proceso de infinito de cambio, de formación, y todo ello, al ritmo de la música<sup>20</sup>.

La trama del video-clip se apoya en los anteriores elementos técnicos y van aludiendo enfáticamente a determinadas pautas que, como producto publicitario, va transmitiendo. No obstante, dicha articulación y su abordaje le confiere también un carácter artístico al producto audiovisual. Los códigos usados en el video-clip están vinculados esencialmente a influencias del arte donde las connotaciones adquieren diferentes usos y funciones, el tipo de imagen (fotografía imagen en movimiento, uso de colores, cartón, contrastes), la construcción del espacio, la transición (corte o transición no gradual o directo y el fundido o encadenado de imágenes o corte gradual), el uso de los planos, la

---

<sup>20</sup> Esta hiperrealidad e irrealidad es variable en la medida del contenido del video, no obstante, se hace referencia a la articulación de imágenes vividas y transtemporales, simultáneamente.

composición y los centros de interés, la iluminación, los efectos visuales y la articulación de la música y la imagen (yuxtaposición, coincidencia, complementariedad y divagación).

Esta contraposición entre privilegiar lo estético y lo comprometido socialmente en una de las posiciones sociales ha generado dos posturas esenciales en el video-clip.

- ❖ Comercial está dado por atraer e influir sobre los campos tradicionales de la fabricación de la imagen, como la moda y la publicidad. Este es uno de sus rasgos distintivos como expresión social, su cualidad abierta que aspira a engolfar a los espectadores en su comunicación consigo mismo y en su creación de un mundo alternativo en que la imagen es la realidad. Los videos musicales son la experiencia: ubican el producto en una nueva locación del paisaje del consumidor no como mensajeros de una compra o de una experiencia potencial, sino como la experiencia en sí, como una parte de la vida. Los productos se vuelven naturales: un disco, un videocasete, una prenda de vestir, un auto, un perfume, tienen su lugar como aspecto del todo.
- ❖ Alternativa de resistencia se centra en cobrar fuerza con respecto a fundir una crítica basada en un video-clip determinado. Supone, además de una propuesta de alto nivel estético, desplegar el distanciamiento y conciencia crítica de lo social.

Dado que a los videos-clip se les acusa por el hecho de brindar una serie de estereotipos –como garantía para su rentabilidad financiera- lo real preocupante en el video-clip, lo constituye, la presencia retórica y excesiva de escenas de violencia, seguidas de la connotación sexual. Esta violencia denominada psicológica<sup>21</sup>, representa simbólica o explícitamente actos donde se lacera a los individuos. En la mayor cantidad de videos-clip que se producen, la mujer asume casi siempre el papel de objeto. La violencia operada silenciosa o explícitamente sobre ella, es tema presente en este producto como recurso de crítica o simplemente como estrategia de ratings.

---

<sup>21</sup> La violencia psicológica o simbólica se le denomina a la violencia que se ejerce como forma de presión sobre las mentes, de manera oculta o implícita.

En Cuba se ha visto una tendencia en el video-clip de adoptar un gran campo de acción, pues no fue hasta 1998 que este comienza a tener cierta difusión, protagonizado por el proyecto "Lucas" que dirige Orlando Cruzata. Aunque algunos especialistas expresan que "Now", corto realizado por Santiago Álvarez en 1964, es el antecedente del video-clip cubano actual, ya que la estructura del montaje tiene cierta similitud a lo que después apareció como un tipo de video-clip más o menos experimental. Ya en la década del ochenta, el movimiento "Hecho en casa" dio los primeros pasos sólidos con respecto a esta nueva forma del audiovisual. De esta forma es que aparece el video-clip en la televisión nacional, caracterizándose como una necesidad de expresión de sus realizadores, una manifestación de arte. Aunque sus inicios se orientaron a la expresión artística y la experimentación estética, el video-clip ha devenido en la lógica regida en el mundo. Es decir, la variante comercial más que la variante alternativa. La violencia hacia la mujer no es inexistente en productos de factura nacional ya que estos lejos de reproducir el sistema imperante en nuestra cultura, basado en los principios de la política cultural, desarrollan dependencia hacia los modelos mercantilistas.

## CAPITULO II

### **LA VIOLENCIA COMO PRÁCTICA ESTRUCTURADA SOCIALMENTE: REPRESENTACIÓN SOCIAL DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO.**

#### **2.1 La problemática de género.**

El enfoque de género, promulgado esencialmente por las teorías feministas<sup>22</sup>, expone los conflictos y las relaciones de poder que se reproducen, legitiman o transforman en la sociedad. El feminismo es consciente del sistema patriarcal actual y, por lo tanto, consciente de la necesidad de transformación para avanzar hacia un mundo basado en la equidad de oportunidades entre hombres y mujeres. La comprensión de la historia y los diversos procesos sociales han de verse, no solamente, bajo el lente tradicionalista del mundo androcéntrico donde los propios sistemas construidos por el hombre no abandonan su carácter patriarcal. Existen tres variedades en cuanto a los temas desde los cuales se construye la teoría feminista: Teoría de la diferencia, teoría de la desigualdad o equidad y teoría de la opresión (Anexo 3). ***“Es posible distinguir dos grandes enfoques en los análisis de género: por un lado, aquellos que enfatizan en la construcción simbólica de lo femenino y lo masculino, y los que ponen el acento en lo económico como clave para entender cómo se posicionan hombres y mujeres en la vida social”.*** (Montecino, Sonia; 1997)

Marx y Engels (1963) convenían en la causa económica de las relaciones de dominación generadas por la división sexual del trabajo. Una visión marxista de la problemática comprendería la articulación de lo social y lo simbólico<sup>23</sup> teniendo en cuenta que la simbolización se asigna y, por tanto, está determinada por las prácticas humanas. O sea, se considera más importante la

---

<sup>22</sup> Los grandes movimientos de protesta feminista se vinculan a importantes momentos históricos transcurridos donde la libertad se impuso al conservadurismo. Los momentos más trascendentales del movimiento feminista coinciden con los decenios de 1780-1790 (Revolución Francesa- primera ola-), el movimiento sufragista en los inicios del siglo XX (considerada por algunos autores como la segunda ola) y la década de efervescencia revolucionaria de 1960 a 1970 (indistintamente considerada la verdadera segunda ola o la tercer de su tipo).

<sup>23</sup> “Los apelativos de padre, hijo, hermano, hermana no son simples títulos honoríficos sino que, por el contrario, traen consigo serios deberes recíprocos perfectamente definidos y cuyo conjunto forma una parte esencial del régimen social de los pueblos”. (Engels, Federico; 1963)

actividad y los significados asignados y estructurados a partir de la propia acción, que se relaciona con la división sexual del trabajo. **“Leacock argumentar que la subordinación de la mujer al hombre, el desarrollo de la familia como una unidad económica autónoma y el matrimonio monogámico, están relacionados con el desarrollo de la propiedad privada de los medios de producción. Así, en las sociedades sin clases, los hombres y las mujeres serían autónomos y tendrían posiciones de igual prestigio y valor, y aunque esas posiciones eran diferentes, ello no implicaba necesariamente inferioridad o superioridad. Así, plantea la idea de la complementariedad entre los sexos”<sup>24</sup>**. (Vasallo, Norma; Inédito).

Esto significó que la supremacía económica del hombre generó el total desplazamiento relegando a la mujer a ser dependiente de este y al tiempo que era despojada de todas las influencias que ejercía en la comunidad. Las primeras formas de dominación genérica surgen de la necesidad de control económico y social de todas las actividades de la sociedad, incluyendo las actividades reproductivas “naturales” de las mujeres.<sup>25</sup> Para Michelle Zimbalist Rosaldo (2007)<sup>26</sup>, **“la organización social diferencial entre la actividad doméstica y la pública<sup>27</sup>/extradoméstica legitima la autoridad masculina, es decir la autoridad femenina no está certificada, culturalmente. La división de la vida en esferas masculinas y femeninas, es una constante en las sociedades, división que se atribuye a la biología pero que, exceptuando lo relacionado con la maternidad, es claramente cultural”**.

---

<sup>24</sup> Originariamente, el comercio sexual no tenía trabas por tanto las prohibiciones de una mujer u otra no estaban dadas por las problemáticas que más adelante se abordará. De la misma forma ni los celos ni la prohibición incestuosa tenían cabida en la sociedad. (Engels, Federico; 1963).

<sup>25</sup> “En las sociedades protohumanas el núcleo de la vida social fue matricéntrico, los descubrimientos que dieron pie a este argumento fueron que: en primer lugar, las mujeres se relacionan estrechamente con sus hijos y forman un núcleo alrededor del cual los varones deambulan, existiendo una cooperación entre hombres y mujeres; en segundo lugar, la primera dieta humana fue en base a cereales y vegetales y no en el consumo de carne. Se ingerían más vegetales que proteínas animales; y por último, que en ese período si bien la caza fue importante, implicó la cooperación de los hombres entre sí y de los hombres y las mujeres como conglomerado. Por último, se sostuvo que el papel de las mujeres en tanto recolectoras fue tan importante como el de los hombres y que tal vez ellas hayan tenido mayor relevancia en los albores de la humanidad por cuanto sus funciones en la recolección fueron la base de la alimentación humana” (Montecino, Sonia; 1997).

<sup>26</sup> Las ideas originales de este trabajo la autora las reconoce en un curso sobre la mujer que impartió en 1971 en la Universidad de Stanford.

<sup>27</sup> Rosaldo, M. Mujer, cultura y sociedad. Una visión teórica. En <http://www.cholonautas.edu.pe/modulo/upload/Rosaldo%20Michelle.pdf>.

De tal forma, el sexo biológico solo constituyó un punto de partida para que eventualmente se asignara determinada valoración socialmente asignada de carácter cultural al papel de cada género y, por consiguiente, a su sexualidad. En otras palabras, la relaciones entre sexo, ligado a la actividad del hombre y el significado cultural que se le atribuye a cada sexo, responde a la propia conformación e interpretación cultural de sus comportamientos

Históricamente los seres humanos han adquirido funciones sociales asignadas a su sexo. En cada momento y en dependencia de las circunstancias socioeconómicas predominantes, a cada sexo le corresponde un patrón de conducta, una responsabilidad y unas expectativas para su interacción con la sociedad, lo que se concreta o bien en marco jurídico vigente, o bien directamente a través de valores predominantes en ella; el conjunto de rasgos que caracterizan el papel social que desempeña un sujeto en función de su sexo, es en cada momento expresión de un complejo entramado histórico y económico, es el acondicionamiento de género. Se entiende como la red de símbolos culturales, conceptos normativos y patrones institucionales, que constituyen a conformar la identidad del género.

La palabra “género” se refiere a los aspectos sociológicamente atribuidos a las características filosóficas que diferencian a los hombres de las mujeres. El género<sup>28</sup> designa la forma de pensar y de sentir, ligada a los conceptos socialmente definidos de masculinidad y feminidad. En otras palabras, hace referencia a la posición de los hombres y las mujeres en lo que respecta a los vínculos que se establecen entre unos y otros, los cuales se basan en relaciones de poder. ***“La perspectiva de género implica reconocer que una cosa es la diferencia sexual y otra cosa son las atribuciones, ideas, representaciones y prescripciones sociales que se construyen tomando como referencia a esa diferencia sexual. Todas las sociedades***

---

<sup>28</sup> La dicotomía sexo-género es la que ha propiciado que se atribuya una serie de roles y estereotipos diferenciados a hombres y mujeres, cada cual ha tenido que representar ese papel que la sociedad le ha imputado, interiorizándolo hasta tal punto en sus esquemas mentales que cuestionarse el sistema era como desafiar a la propia naturaleza. El término “género” sirve para describir características sociales, mientras que la palabra “sexo” hace referencia a características biológicas. El individuo viene al mundo con un sexo, mientras que el género le es inculcado a través del proceso de socialización. El sexo no cambia. El género y los roles masculinos y femeninos sí varían de una cultura a otra.

***estructuran su vida y construyen su cultura en torno a la diferencia sexual***". (Lamas, Marta; 1996)

La conceptualización del género como categoría se reconoce iniciada en la obra de Jhon Money. "***En 1951 usa el concepto gender por primera vez para referirse al un componente cultural, fundamentalmente la influencia educativa, en la formación de la identidad sexual***". (Vasallo, Norma, Inédito) El género es un conjunto de estructuras interrelacionadas que definen a hombres y mujeres en términos de determinadas prácticas: funciones sociales y reproductivas que organizan la vida social. En los años sesenta, Robert Stoller, llega a considerar la categoría género articulante de tres instancias básicas:

- ❖ *"La asignación (rotulación, atribución) de género. (Nacimiento y asignación de un género.)*
- ❖ *La identidad de género. (Ratificación durante el proceso de aprendizaje del lenguaje, o sea, comprende no solo la estructura sino la connotación de la misma).*
- ❖ *El papel de género. (Proceso de interiorización de la norma social como preescriptora de un rol)"* (Lamas, Marta; 1996)

La categoría analítica de género tiene las siguientes características:

- ❖ Relacional: no se refiere a mujeres u hombres por separado, sino a las relaciones entre unas y otros y a la manera en que estas relaciones se construyen en la sociedad.
- ❖ Jerárquica: las diferencia que se establecen entre hombres y mujeres, lejos de ser neutras, tienden a atribuir mayor importancia y valía a las características y actividades asociadas con lo masculino y a producir, por ende, relaciones desiguales de poder.
- ❖ Histórica: se nutre de elementos mutantes en el tiempo y en el espacio; por lo tanto, son elementos susceptibles de modificación a través de intervenciones.

- ❖ Contextualmente específica: existen variaciones al interior de las relaciones de género que subrayan la necesidad de incorporar la perspectiva de la diversidad en el análisis del género.

Según Scott (2001) el género posee cuatro elementos interdependientes:

- ❖ Red de símbolos y mitos culturales que evocan representaciones múltiples de la feminidad y la masculinidad.
- ❖ Conceptos normativos que manifiestan las interpretaciones de los símbolos y mitos con el fin de circunscribir y contener sus posibilidades metafóricas.
- ❖ Las normas que se expresan en las doctrinas y los discursos religiosos, educativos, políticos, científicos y legales que afirman categóricamente el significado de hembra y varón. Están en dependencia del rechazo o represión de las posibilidades alternativas, pero la expresión que emerge como dominante es la única posible.
- ❖ Las instituciones y organizaciones sociales constitutivas de género, el sistema de parentesco, la familia, el mercado de trabajo segregado por sexos, las instituciones educativas, la política, la economía.
- ❖ La identidad de género<sup>29</sup>. Procesos representacionales y sociopsicológicos que expresan la internalización del rol.

La producción y reproducción de la dominación de género está asentada en las diversas instancias sociales que influyen la vida de cada individuo. La familia, el sistema educativo, los medios de comunicación de masas se ocupan cotidianamente de transmitir y por tanto legitimar los estereotipos de género. De la misma forma, las relaciones interpersonales contienen en sí la fuerza estructuradora de los mismos patrones y del estatus correspondiente a la problemática del género. Las transformaciones de estos patrones al emerger e institucionalizarse deviene en producción de nuevos patrones de género –

---

<sup>29</sup> El proceso de conformación de la subjetividad está definido por la interiorización –activa- de las pautas sociales, de la internalización de las pautas de género y la identificación o negación de las mismas, así como las adecuaciones correspondientes acordes al contexto histórico-social.

mujer trabajadora- que posteriormente se irán reproduciendo tanto por las instituciones como por las otras formas de cooperación humana.<sup>30</sup> La producción y reproducción social de los papeles de género -los papeles sexuales, supuestamente originados en una división del trabajo basada en la diferencia biológica **“marcan la diferente participación de los hombres y las mujeres en las instituciones sociales, económicas, políticas y religiosas, incluyen las actitudes, valores y expectativas que una sociedad dada conceptualiza como femeninos o masculinos (...)”** (Lamas, Marta; 1996).

La institucionalización del género se manifiesta tanto **“en las relaciones sociales y las diversas instituciones de la sociedad que legitiman e institucionalizan la cuestión del género”** (Lagarde, Marcela; 1990). El proceso de socialización, realizado tanto por la familia como por la escuela y la sociedad, en sentido global, se encargan de establecer **“una influencia social diferencial según el sexo que posea o se aparente físicamente, lo que se expresa en el proceso de toma de conciencia del género que se posee y con ello de su identidad”**. (Vasallo, Norma, Inédito) La cuestión del sistema sexo/género<sup>31</sup> no está excluida de esta determinación y su consecuente reproducción social, o sea, son productos culturales. La relaciones de dominación -subordinación es producto de relaciones que producen y organizan el sexo. La división de los sexos contenido en la sociedad genera que **“el mismo sistema social que oprime a las mujeres en sus relaciones de intercambio, oprime a todos en su insistencia en una rígida división de la personalidad.”**(Rubin, Gayle, 2007)

---

<sup>30</sup> “Hablo de producir porque en cada nuevo momento histórico, se dan cambios que contribuyen la emergencia de nuevas diferencias, no solo han existido diferencias en el acceso a la educación y la calificación; sino también en el acceso al mercado laboral y después diferencias salariales. Hablo también de reproducción porque una vez que se instalan las nuevas diferencias en cada época, ellas son transmitidas a otras, a través de la socialización como proceso general, apoyándose en las costumbres, las normas sociales, valores, creencias, estereotipos y prejuicios, que responden a la ideología que sustenta el interés por mantener las diferencias entre mujeres y hombres en cada momento histórico.” (Vasallo, Norma)

<sup>31</sup> “Toda sociedad tiene un sistema, de sexo-género un conjunto de disposiciones por el cual la materia prima biológica del sexo y la procreación humanas son conformadas por la intervención humana y social y satisfechas en una forma convencional, por extrañas que sean algunas de las convenciones”. (Gayle Rubin)

Existe una articulación práctica-ideal (procesos psíquicos-actividad) que presupone la subsistencia y la significación del análisis de las ideologías de género a pesar de las transformaciones que se han operado en la división sexual del trabajo. Desde el punto de vista socio-psicológico, **“el género hace referencia al conjunto de creencias compartidas por un grupo social sobre las características psicosociales como rasgos, roles, motivaciones y conductas, que se consideran propias de mujeres y hombres”**. (Bosch, E. Y cols 1999) Este proceso de construcción social diferencia los hombres y las mujeres, y a la vez los articula dentro de las relaciones del poder frente a los recursos. De esta manera, dentro de un sistema dado se establecen patrones de conducta, necesidades, riesgos, roles, responsabilidades de acceso y control sobre los recursos para cada sexo, lo que se evidencia en la formación de la identidad de género, que no es más que el resultado de un largo proceso, de una construcción, en la que se va hundiendo, organizando, la identidad sexual a partir de una serie de necesidades y predisposiciones que se forjan y configuran en la interacción con el medio familiar y social.

Pero esa construcción no es la misma para cada género ya que las normas diferenciadas elaboradas en la sociedad para cada sexo no tienen la misma consideración social, sino que existe una jerarquía entre ellas. Esa asimetría se internaliza en el proceso de adquisición de la identidad de género, que se inicia desde el nacimiento con la socialización diferencial, mediante la que se logra que, los individuos adapten su comportamiento y su identidad a los modelos y las expectativas creadas por la sociedad para los sujetos masculinos o femeninos. Esas normas, es decir, las formas de “ser mujer” o las formas de “ser varón” son muy cambiantes de unas culturas a otras, de unas épocas a otras, de unas décadas a otras, incluso de unas mujeres a otras o de unos varones a otros. El género como contenido internalizado constituye un conjunto de atributos, de atribuciones, de características asignadas al sexo. El hecho “atributivo” es un hecho histórico. El mito de la superioridad del hombre tiene un contexto social. Las atribuciones de género implican deberes socialmente asignados. **“El género se construye así, a partir de deberes y a partir de prohibiciones. La relación entre deber y prohibición es fundamental para**

***construir lo que somos las mujeres y lo que son los hombres.***” (Lagarde, Marcela; 1990).

Las atribuciones hacia un género guardan estrecha vinculación con la comunidad de contenidos asignados/asumidos al género manifiestas en las relaciones sociales, o sea, con la constitución como Representación Social del Género. ***“Del Género como Representación Social compartida, que nos va llegando a través de diversas exigencias sociales, vamos tomando elementos, algunos de los cuales asumimos de manera más intensa convirtiéndose en parte esencial de nosotras/os como características propias o como objetivos a alcanzar. Es lo que nos identifica con otras personas en cómo somos y cómo queremos ser, expresándose en nuestros proyectos personales de vida y por supuesto en nuestra identidad individual. Las definiciones atribuidas a los géneros contribuyen a la configuración de las identidades de cada una/o y entre ellas/os mismas/os.”*** (Vasallo, Norma)

La internalización de la representación de género influye en la formación de las identidades. El proceso de internalización tiene lugar en la actividad y la comunicación humanas mediante las interacciones que establecen los individuos. Siendo el ser humano el único capacitado para la transformación de su realidad (para intervenir en la naturaleza y adecuarla a sus intereses) de la misma forma el ser humano es capaz de no reproducir exactamente los patrones de género reestructurarlo (a nivel individual o global -paulatinamente) de modo tal que a pesar de la mediatización de los diversos mecanismos socializadores la internalización y por tanto, identificación está condicionada por un individuo que se acota lo mejor posible a la sociedad en que vive, en la medida que se propone transformarla en la medida que sus necesidades materiales o “ideales”-culturales y psicológicas- no sean satisfechas. La mediación de lo social como realidad objetiva con sus contradicciones también determina la necesidad de transformación –intencional y planificada- para el ser humano.

La diversidad en el proceso de interiorización y la multimediación sobre el problema de género no debe llevar a la fragmentación de la realidad. La

esencia de los problemas nos permite la universalización de categorías tales como dominación, androcentrismo, género. La universalidad y esencia de estos asuntos, y por tanto, su relevancia social, está definida siempre que no se equivoque lo universal con sus formas particulares de manifestación. Se requiere, pues, la comprensión necesaria de la subordinación y la unicidad la multidimensionalidad de la dominación. Acaso ***“la analogía que utiliza para explicar esto es que el hambre es hambre en todas partes, pero cada cultura determina cuál es la comida adecuada para satisfacerla”*** (Montecino, Sonia; 1997); no está refiriendo que existe un fenómeno global con diversas manifestaciones multideterminadas de cultura a cultura, acaso la mujer como universal no existe no está contenida en cada una de nosotras, que nos iguala, nos identifica, diversificado en las varias modos de socialización a que no exponemos.

La problemática es un problema social y político, que requiere cambios en las relaciones sociales, en la distribución del trabajo y del poder, que exige la eliminación de todas las trabas, ya sea de índole jurídica, institucional, de tiempo y espacio, y subjetiva. Hablar de género significa atravesar estructuralmente todas las políticas estatales. La perspectiva de género debe ser considerada a distintos niveles de concreción: en el diseño y planificación de políticas públicas nacionales, en el marco de políticas sectoriales, en políticas dirigidas, específicamente, a las mujeres ya sea en programas y proyectos más específicos o territoriales.

La perspectiva de género no suprime las diferencias entre hombres y mujeres. Sin embargo, ya constituye equidad. En ningún caso pueden dar lugar a la superioridad o la inferioridad de un sexo frente a otro. El género humano no existe fuera de la dualidad masculino - femenino. Se trata de un rasgo diferenciador universal; se nace hembra o varón. Se puede hacer alusión a una diferencia esencial, porque desde el nacimiento, la especie humana está dividida, pero al mismo tiempo es una. Es por esta razón que los teóricos han pasado de hablar de igualdad social a utilizar el término equidad. El patriarcado ha excluido a la mujer durante siglos del reparto del poder y la toma de decisiones. Conquistar el poder no es fácil, porque ello significa que los

hombres tengan que renunciar a una parte de lo que consideran suyo por herencia. Mujeres y hombres no son genéticamente distintos a la hora de ejercer el poder, simplemente han recibido una educación diferente. Esa educación hace revisar el mundo con diferentes ópticas.

La sociedad debe plantearse una relación basada en el compartir y no en competir, para así reconstruir una realidad más justa y equitativa. En los años que corren, ante impactos y transformaciones universales, los estudios relacionados con el género han cobrado mayor complejidad e importancia. La perspectiva de género para analizar los diferentes aspectos de la vida – individual o social-y la cultura han hecho visibles aristas y problemas antes ocultos o disimulados desde otros ángulos. Tal punto de mira ha ido ganando adeptos, no solo para estudios específicamente feministas, como ocurría antes, sino para abordajes que tienen que ver con ambos sexos y las distintas orientaciones sexuales, así como con los problemas en el seno de la familia y las relaciones interpersonales en diferentes espacios y contextos.

## **2.2 Violencia de género.**

La comprensión de la violencia de género implica analizar el carácter estructural de la violencia. Las propias relaciones de producción socioclasista han generado vínculos asimétricos en todos los grupos humanos, donde unos detentan el poder y otros, simplemente, se someten o aspiran a él. La problemática histórica de género ha centrado el hecho en el primer caso, con un desplazamiento importante hacia un conflicto más concientizado a raíz de los estudios feministas. Es evidente que las relaciones de género están signadas por la violencia, como práctica socialmente estructurada, que configura la construcción y los vínculos entre hombres y mujeres.

La violencia es **“el ejercicio de la fuerza física con el fin de hacer daño o de causar perjuicio a las personas o a la propiedad; trato o manejo que tiende a causar daño corporal o a coartar por la fuerza la libertad personal”** (Mackenzie; 1975, citado en Khan, R.; 1981). Esta se inscribe en el poder y se le inserta un ejercicio de fuerza.

La violencia no es solamente una manifestación explícita, sino que opera por formas ocultas mediante la sumisión y complicidad, derivadas del proceso de socialización. Este es el caso de la violencia psicológica o *simbólica*<sup>32</sup> que se reproduce tanto en las relaciones interpersonales como en las actividades de los grupos y de las instituciones del estado. Este tipo de violencia es expresada a través de la imposición de significados como únicos y legítimos.

Las teorías explicativas<sup>33</sup> acerca de la violencia, enfocan tanto estudios innatistas como de génesis social. Se asume la segunda comprensión por entender la violencia como un proceso socialmente aprendido. En esta lógica, la agresividad de los individuos está asociada a los patrones de comportamiento social asimilados desde una generación a las sucesivas donde este las asimila de forma consciente e incluso pasiva. En la sociedad moderna se establecen tres fuentes principales de conductas agresivas: las influencias familiares, las influencias subculturales (contactos repetidos con la violencia, grupos que viven la violencia como modo de vida<sup>34</sup>) y el modelamiento simbólico<sup>35</sup>. ***El principal aporte de esta teoría se establece en el hecho de delimitar un espacio entre la adquisición de conductas con potenciales destructivos y lascivos, y los factores que determinan si una persona ejecutará o no lo aprendido. Las personas solo son capaces de reproducir lo que tienen por aprendido o asimilado desde el medio que se lo educó.*** (Villamañan, M; Inédito)

En este sentido, la violencia de género (como tipología de la violencia) debe entenderse como un fenómeno de carácter estructural. La propuesta del paradigma ecológico aborda como a un nivel macro se concentran las creencias culturales asociadas a la violencia. En el meso se contempla el análisis de estructura y el funcionamiento de instituciones. El nivel micro expone la organización del grupo de patrones de interacción de las historias

---

<sup>32</sup> Asumiremos el término de violencia simbólica.

<sup>33</sup> Etiología de la violencia (relación causa-efecto)

<sup>34</sup> Los estudios de Wolfgang y Ferracuti (1976) hacen énfasis en ello. (Rielo Ruiz, R; 2006)

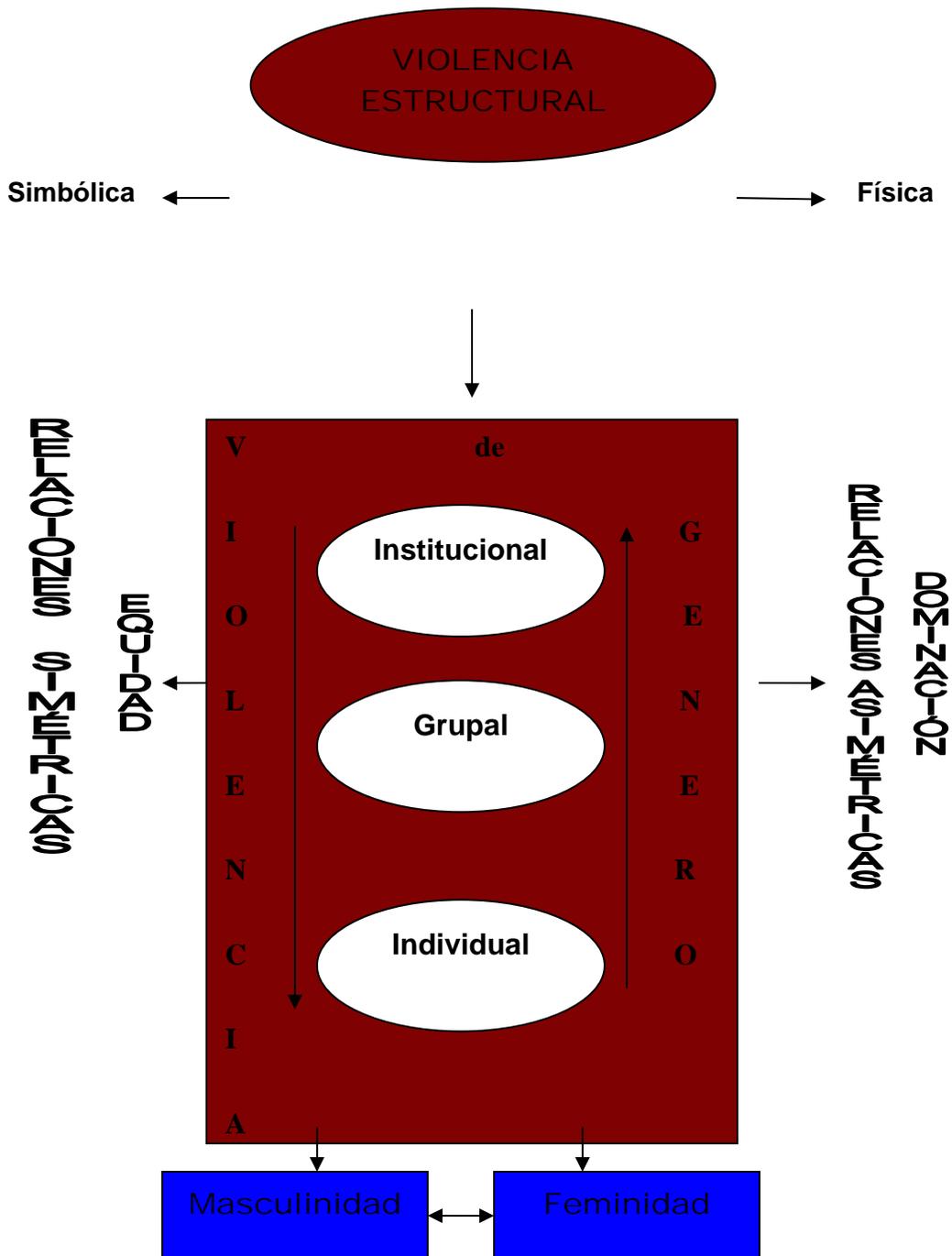
<sup>35</sup> Se obtiene por la observación ya sea gráfica o verbal, así como los presentados a través de demostraciones sociales y que son proporcionados por los Medios de Difusión, dado por su predominio sobre los otros medios como por lo vívida que retrata los acontecimientos (Rielo Ruiz, Raquel; 2006).

personales y finalmente, a un nivel individual se relacionan las vías de percepción del mundo, la motivación de las conductas y pautas de relaciones asimiladas en el proceso de socialización-internalización de los sujetos.

Johan Galtun (1969) define **“la violencia estructural como la determinante de las relaciones de poder así como las desigualdades”**. Hasta este momento se evidencia que no se debe separar el análisis de la violencia de las relaciones de producción, de los medios, de las circunstancias y de los fines. La violencia de género se analiza según el carácter estructural de la misma<sup>36</sup>. Se plantean, entonces, los siguientes indicadores.

---

<sup>36</sup> (circunstancias, medios, fines y relaciones sociales de producción).



1. El nivel de la estructura social:
  - ❖ Institucional
  - ❖ Grupal
  - ❖ Individual
2. Naturaleza socio psicológica:
  - ❖ Física
  - ❖ Simbólica
3. Carácter simétrico (o relación comunitaria)

- ❖ Relaciones simétricas (equidad)
- ❖ Relaciones asimétricas (dominación, opresión, desigualdad)

#### 4. Construcción de género

- ❖ Masculinidad
- ❖ Femenidad

Hoy día, la violencia que se ejerce, como dice Vicente Romano (2005), es ejercida mediante **“formas indirectas y veladas de presión sobre la mente y las conciencias humanas por la vía de los medios masivos de información y cultura”** (Romano, V.; 2005). Es decir, esta se ha ganado un puesto reconocido dentro de los MDM<sup>37</sup> debido a los patrones de comportamiento preestablecidos, así como los efectos que se producen socialmente con su transmisión. Los medios, exponen la violencia pero no de una forma crítica, sino con un enfoque sensacionalista. Al igual que la Industria Cultural, que toma esta categoría en tanto fenómeno naturalizado<sup>38</sup> y recurso, según los principios de la racionalidad técnica de la sociedad moderna. Pero, los medios reproducen productos (video-clip) donde la violencia es casi siempre simbólica en tanto supone una representación de las prácticas de la realidad.

Tal como expresaba Engels, el género constituye la primera forma de opresión dada entre los hombres a partir de la división sexual del trabajo y de la acumulación de riquezas y, como tal, expresa las diversas formas de dominación social que la transversaliza. De tal forma, **“esas relaciones (el entramado entre producción, distribución, intercambio y consumo) son cruciales para entender las jerarquías socioeconómicas y sexuales.”** (Montecino, Sonia; 1997)

Las formas de dominación que aún le son beneficiosas al sistema no son destruidas **“por ejemplo, las formaciones sociales pre-capitalistas no son destruidas por el capitalismo, sino que éste las articula en torno a una nueva estructura de producción”** (Montecino, Sonia; 1997). Todo sistema está conformado por un eje económico y un modo de producción central pero ello, necesariamente, no desarticula

---

<sup>37</sup> Los procesos de habituación que se generan por la exposición sostenida a la violencia han sido señalados en diversas investigaciones aún cuando autores difieren de este efecto.

<sup>38</sup> El término naturalización se usa comúnmente para referenciar aquellos fenómenos que a pesar de su carácter irracional y lacerante en términos humanos, se asumen como habituales o, incluso, legítimos.

todas las formas de relaciones de dominación alternas, sino que las reestructura en la lógica del mismo. La violencia de género entonces, reproduce las relaciones patriarcales y mercantilistas o son una respuesta para la búsqueda de la emancipación y el sostenimiento de relaciones equitativas.

### **2.3 Representación Social de la violencia de género en el video-clip.**

La teoría de las representaciones sociales se ha instituido como un paradigma que permite la indagación crítica sobre la interacción de lo simbólico con lo social, lo individual y lo colectivo. El enfoque plural de sus presupuestos teóricos y metodológicos posibilita un campo de investigación amplio que incluye numerosos fenómenos como: percepción social; los procesos construcción de sentido de los medios masivos de comunicación; las funciones de la ideología en la significación, el pensamiento social; la cultura y sus mitos, leyes y representaciones.

Con las representaciones sociales se inaugura una nueva Psicología Social, pues ***“se trata de una disciplina crítica, con sentido histórico-social, en la cual este último adjetivo se refiere tanto a las condiciones de las representaciones (medios de comunicación, interacción cara a cara, comunicación, lenguaje) como a las condiciones de circulación (intercambio de saberes y ubicación de las personas en grupos naturales y de los grupos sociales naturales en contextos sociales particulares dentro de la estructura social) y las funciones sociales (construcción social de la realidad en el intercambio social, desarrollo de una identidad personal y grupal, búsqueda de sentidos o construcción del conocimiento común)”*** (Banch, M A; 2000).

De esta forma se brinda la posibilidad de estudiar y obtener información sobre los grupos sociales y la sociedad misma. Tomás Ibáñez afirma que ***“las representaciones sociales reflejan ciertas características de los grupos que las asumen y pueden ayudarnos a conocer mejor esas características. También es cierto que el estudio de los contenidos concretos de las representaciones sociales presenta un interés en sí***

***mismo, en la medida en que permite describir ciertas características de una sociedad en momento preciso de la historia.***” (Ibáñez, 1988)

Sergue Moscovici, tras duros años de confección del libro *“El Psicoanálisis, su imagen y su público”* (*“La Psychoanalyse, son image et son public”*), daba a conocer la novedad de las representaciones sociales para postulados de la Psicología Social. Este estudio constituye, hoy día, uno de los grandes campos que da cuenta acerca del pensamiento social. Esta teoría profundiza sobre el carácter generativo y constructivo del conocimiento en la vida cotidiana; la naturaleza social de dicha construcción pasa por la comunicación y la interacción individual y colectiva entre grupos e instituciones; además, la importancia del lenguaje y la comunicación como los principales sistemas simbólicos y mecanismos para la construcción de la realidad.

El referente inicial del cual partió Moscovici para sus presupuestos se hallan, en lo fundamental, en las concepciones de Emile Durkheim. Durkheim concebía a las representaciones colectivas diferentes a las representaciones individuales. Las definía como ***“la forma en el que el grupo piensa con relación a los objetos que lo afectan”*** (Durkheim, 1985 p. 16 en Perera, 2004). Según su criterio, estas representaciones se expresan en objetivaciones sociales como la religión, la cultura y la ciencia, ejerciendo control sobre los sujetos, a la vez que permanecen rígidas en el tiempo, salvo cuando ocurren transformaciones sociales profundas.

Con el cambio hacia representaciones sociales, Moscovici propuso un concepto en el cual el sujeto participa de forma activa en la construcción de las representaciones a partir de un proceso dinámico e interactivo con el medio social, lo cual implica movimiento y evolución en ciertos rasgos de las representaciones a través del tiempo. ***“Las representaciones sociales estudian el tipo de pensamiento que utilizamos como miembros de una sociedad y de una cultura, para forjar la visión de las personas, de las cosas, de las realidades y de los acontecimientos que constituyen nuestro mundo”*** (Ibáñez, 1988).

Para Moscovici una representación social debe ser flexible, no actuar como una certeza. Las representaciones operan en el individuo como un dato perceptivo, que ocupa una posición intermedia entre el concepto que abstrae el sentido de lo real y la imagen que reelabora. La representación es proceso y producto de construcción de la realidad de grupos individuales en un contexto sociohistórico determinado y, por lo tanto, cambiante porque se vive. En 1961, Moscovici propuso un concepto que posteriormente fue desarrollando y sintetizando que plantea una mirada amplia sobre las representaciones sociales; **“... la representación social es una modalidad particular de conocimiento cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos (...) son sistemas de valores, nociones y prácticas que proporciona a los individuos los medios para orientarse en el contexto social y material para dominarlo. Es una organización de imágenes, de lenguaje. Toda representación social está compuesta de figuras y expresiones socializadas. Es una organización de imágenes y de lenguaje porque recorta y simboliza actos y situaciones que son o se convierten en comunes. Implica un entramado de las estructuras, un remodelado de los elementos, una verdadera reconstrucción de lo dado en el contexto de los valores, las nociones y las reglas, que en lo sucesivo, se solidariza. Una representación social, habla, muestra, comunica, produce determinados comportamientos (...)** (Perera, M; 2005). Estas proporciones, reacciones o evaluaciones están organizadas de maneras sumamente diversas según las clases, las culturas o los grupos y constituyen tantos universos de opiniones como clases, culturas o grupos existen.

Para Di Giacomo significan **“modelos imaginarios de categorías de evaluación, de categorización y de explicación de las relaciones entre objetos sociales, particularmente entre grupos, que conducen hacia normas y decisiones colectivas de acción...”** (Di Giacomo, 1981, pp.397-492 en Perera, 2005). W. Doise expresó que **“las representaciones sociales constituyen principios generativos de tomas de posturas que están ligadas a inserciones específicas en un conjunto de relaciones sociales y que organizan los procesos simbólicos implicados en las relaciones...”** (Doise, 1996, en Perera, 2005,) C. Flament, desde su pensamiento más actual,

considera que **“una representación social es un conjunto organizado de cogniciones relativas a un objeto, compartidas por los miembros de una población homogénea en relación con ese objeto.”** (Flament, 2001, p. 33 en Perera, 2005)<sup>39</sup>

Si bien existe una amplia variedad de estudiosos que se dedican específicamente a la teoría de las representaciones sociales; no se puede dejar de mencionar a Denise Jodelet que parte de la complejidad de las representaciones y es quien más presenta puntos de contacto con la propuesta inicial de Moscovici. Para Jodelet (1986) el concepto de representación social designa una forma de conocimiento específico, el saber del sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados. En sentido más amplio, designa una forma de pensamiento social<sup>40</sup>. **“Las representaciones sociales constituyen modalidades de pensamiento práctico orientados hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal. En tanto que, representan características específicas a nivel de organización de los contenidos, las operaciones mentales y la lógica. La caracterización de los contenidos o de los procesos de representación ha de referirse a las condiciones y a los contextos en los que surgen las representaciones, a las comunicaciones mediante las que circulan y a las funciones a las que sirven dentro de la interacción con el mundo y los demás.”** (Jodelet, 1986)

Maricela Perera (2005) apunta en su investigación, la débil e insuficiente atención a los procesos afectivos/emocionales, específicamente en el espacio y papel que se les asigna, y en su relación con los procesos cognitivos y simbólicos en la construcción de las representaciones sociales. En su opinión, junto a lo cognitivo y lo simbólico, **“se integran y participan bajo la impronta anterior del sujeto, lo concerniente al ámbito de los afectos, las emociones, los sentimientos, las necesidades actualizadas por el objeto, hecho o proceso, devenido en objeto de representación.”** (Perera, 2005) Al

---

<sup>39</sup> Muchos de estos conceptos tiene posturas parciales hacia lo cognitivo, lo comportamental o al subjetivismo.

<sup>40</sup> Este es el concepto que se asume.

respecto, Moscovici señala que las representaciones sociales deben ser estudiadas mediante la articulación de elementos afectivos, mentales, sociales, a través de la integración de la cognición, el lenguaje, la comunicación, la consideración de las relaciones sociales que afectan a las representaciones, y la realidad material, social e ideal sobre las que intervienen.

De acuerdo a su estrecha relación con lo social, Moscovici explicitó la existencia de tres tipos de representaciones sociales. Estas son: (Moscovici, 1988, en Perera, 2005)

1. Representaciones hegemónicas: son aquellas representaciones altamente compartidas por grupos y comunidades que tienen una fuerte presencia en sus prácticas simbólicas y afectivas. Son bastantes homogéneas y poseen cierto poder coercitivo sobre los individuos miembros de los grupos entre los cuales prevalecen. Permiten la comprensión de fenómenos de la cultura con largo arraigo en el contexto social, tienen relativa estabilidad y permanencia. Son las responsables de los comportamientos típicos de pueblos, comunidades y naciones, organizados en partidos, grupos nacionales o étnicos.
2. Representaciones emancipadas: están circunscritas a grupos interrelacionados, no tienen un carácter hegemónico ni uniforme. Aparecen entre los subgrupos sociales que devienen en emergentes y portadores de nuevas formas de pensamiento social. Las representaciones emancipadas, según las circunstancias sociales, pueden evolucionar hacia una representación polémica.
3. Representaciones polémicas: son las que surgen entre grupos que atraviesan situaciones de conflicto o polémica social respecto a hechos u objetos sociales relevantes. Ellas expresan formas de pensamiento divergente. Son el producto de relaciones antagónicas entre los grupos y su expresión propicia mayor nitidez a la identidad de los mismos. Son potencialmente promotoras de cambios sociales.

Las presentaciones sociales se nutren de diversas fuentes. Esas son:

1) El contexto socioeconómico (conjunto de condiciones económicas, sociales e históricas: se expresa en las diferentes creencias, valores y opiniones ampliamente compartidos que forman la sociedad y se materializa en las diferentes instituciones sociales existentes).

2) Conjunto de prácticas sociales relacionadas con las modalidades de la comunicación social -tanto los Medios de Difusión de Masas (MDM) como la comunicación interpersonal participan en la transmisión de conocimientos y modelos de conducta.

3) Inserciones sociales (tipo de experiencia personal que se establece con relación al objeto varía según el lugar que el sujeto ocupa dentro de esa estructura social y de clase, su posicionamiento condiciona la relación hacia el objeto, así como la naturaleza del conocimiento que alcanza socialmente).

4) Procesos de objetivación y anclaje (dinámica propia de la representación social y de sus mecanismos internos de formación).

En la formación de las representaciones sociales intervienen dos procesos fundamentales: la objetivación y el anclaje. Ambos son independientes y muestran las diferentes instancias, psicológicas y sociales, que participan en el proceso de formación de una representación social. La objetivación es el proceso mediante el cual lo abstracto o conceptual se transforma en imágenes: reconstruye el objeto y es el principal responsable de la configuración del núcleo figurativo. En su interior ocurren tres procesos que estructuran la información sobre el objeto de representación: la construcción selectiva, donde se seleccionan, descontextualizan y reorganizan las principales informaciones; la esquematización estructurante, mediante la cual se construye el núcleo figurativo donde los elementos se recomponen y jerarquizan, convirtiendo en elementos visibles, las ideas abstractas; y, por último, la naturalización, que le otorga a la representación cierto grado de "naturalidad", el objeto de representación se cosifica, adquiere cierta vida propia. La naturalización es un juego de enmascaramiento y de acentuación de los elementos que constituyen el objeto de la representación, produce una visión de este objeto marcada por una distorsión significativa. Dicho fenómeno está elaborado para servir a las

necesidades, valores e intereses del grupo. El anclaje, por su parte, permite a los sujetos dar valor, utilidad e importancia al objeto representado. De esta forma los individuos pueden interpretar, actuar y adecuarse a los cambios sociales, a consecuencia de las nuevas informaciones y sistemas de valores establecidos por las representaciones sociales. A la hora de estudiar y comprender las representaciones sociales hay que tener en cuenta las dos corrientes que las definen: una tendencia que se interesa en su carácter procesal y otra que la aborda como un producto.

Igualmente, las representaciones sociales constan de tres dimensiones vinculadas a la organización de los conocimientos que posee un grupo respecto a un objeto social. Estas son la información (suma de conocimientos con que cuenta un grupo acerca de un suceso, hecho o fenómeno social), el campo representacional (contexto que expresa la organización del contenido de la representación en forma jerarquizada, o sea, como modelo social) y la actitud (orientación asumida hacia el objeto, implica lo fáctico-conductual y expresa el contenido motivacional de la representación).

Asociado a esto, el enfoque estructural permite establecer las estructuras de las representaciones sociales, su núcleo y su campo de representación, además de indagar sobre las funciones de los mismos. Las representaciones sociales son entidades dinámicas y la vez estables, cuenta en su estructura con ciertas dimensiones que le permiten mantenerse en el tiempo, no sin experimentar cambios. La estructura de las representaciones sociales trata sobre los contenidos, su jerarquía, relación y objetivos dentro del cuerpo de las representaciones. Dentro de los estudios del campo de la representación, Jean-Claude Abric propone una interesante teoría sobre el núcleo central en la cual propone que ***“la organización de una representación presenta una modalidad particular: no únicamente los elementos de la representación son jerarquizados sino además toda representación está organizada alrededor de un núcleo central, constituido por uno varios elementos que dan su significado a la representación”*** (Abric, J; 2001)

Según Abric (2001) el núcleo central (sistema central) cuya determinación es esencialmente social, está relacionado con las condiciones históricas,

sociológicas e ideológicas. Se encuentra directamente asociado a los valores y normas y define los principios fundamentales alrededor de los cuales se constituyen las representaciones; es la base común propiamente social y colectiva que define la homogeneidad de un grupo mediante comportamientos individualizados que pueden aparecer como contradictorios; desempeña un papel esencial en la estabilidad y la coherencia de la representación; garantiza su perennidad y conservación en el tiempo: se inscribe en la duración y por eso entendemos que evoluciona- salvo circunstancias esenciales- en forma muy lenta. Además el núcleo central es relativamente independiente del contexto inmediato en el que el sujeto utiliza o verbaliza sus representaciones: su origen está en otra parte: en el contexto global –histórico, social, ideológico- que define las normas y los valores de los individuos y de los grupos en un sistema social dado.

Como Moscovici, Abric (2001) identifica los elementos periféricos (sistema periférico) como aspectos cuya determinación es más individualizada y contextualizada, más asociado a las características individuales y al contexto inmediato en que están inmersos los individuos. El sistema periférico permite la adaptación y diferenciación en función de lo vivido; la integración de las experiencias cotidianas; además de producir modulaciones personales en torno a un núcleo central común, generando representaciones sociales individualizadas. Mucho más flexible que el sistema central, de algún modo lo protege, al permitir que integre informaciones y hasta prácticas diferenciadas.

Varias pueden ser las funciones de las representaciones sociales, la más común es aquella que permite conocer, aquella que se refiere a orientar, clasificar, interpretar, acercar, identificar, o aquella que posibilita reconstruir y hacer presente el objeto de representación (función simbólica). Según Moscovici, representar no es solamente seleccionar, también es completar, edificar una doctrina que facilita la tarea de descubrir, predecir o anticipar actos. De acuerdo a esta afirmación es que explicamos la función de guía u orientación de comportamiento, mediante la cual los sujetos adquieren mecanismos que le permiten establecer conocimientos, juicios y valores que le guiarán ante determinada situación, sujeto u objeto. Además, las

representaciones sociales permiten compartir códigos, establecer un lenguaje común que facilite la interacción, o sea, la función facilitadora de la comunicación.

Una de las funciones más interesantes que se introduce en el mundo de los sujetos y los grupos, en sus relaciones y actitudes, es la función de mantenimiento de la identidad. Según Perera (2005) ***“esta función tiene un rol importante en los procesos de comparación social. Los rasgos y producciones del grupo de pertenencia se sobrevaloran con el propósito de proteger la imagen del mismo. Las representaciones que participan en la identidad de un grupo, también juegan un rol importante en el control social que este ejerce sobre sus miembros, especialmente en los procesos de socialización”*** (Perera, 2005). Esta función se encuentra estrechamente vinculada con la función justificativa, en la cual los sujetos y grupos sociales se apoyan a la hora de actuar; especialmente, en los grupos que mediante las representaciones sociales, legitiman sus posturas. En las interrelaciones de conflicto, es posible encontrar posiciones que se estereotipan e, incluso, pueden conllevar a la discriminación; así, a lo largo de la historia, se han manifestado fenómenos como el racismo, el sexismo o las posiciones religiosas extremistas.

En el caso de esta investigación, es común encontrar una amplia gama de estereotipos conformando el núcleo y la periferia de las representaciones sociales de género, dichos estereotipos casi siempre están relacionados con la sexualidad y la supuesta función reproductiva en el caso de las mujeres y productiva en los hombres. De este modo, se encuentran representaciones de la feminidad que, si bien entienden como rol principal de la mujer su papel en la reproducción de la especie, presentan elementos y expresiones ajenos a mecanismos patriarcales

Desde la perspectiva de esta investigación, las representaciones sociales hacen alusión necesaria a los procesos comunicativos en su emergencia, constitución y desarrollo. Varios pueden ser los factores que influyen en la aparición y elaboración de las representaciones sociales: sucesos generadores de cambio, presión de intereses, confrontación entre grupos o personas,

necesidades. No obstante, Moscovici ha insistido en el papel de la comunicación en la construcción de un universo compartido socialmente y que genera múltiples informaciones esenciales para la acción cognoscitiva de los sujetos y su consecuente acción (individual y colectiva) en la vida cotidiana. La incidencia de la comunicación es examinada por el autor a partir de tres niveles: (Moscovici, 2001 en Perera, 2005)

1. A nivel de emergencia de las representaciones cuyas condiciones afectan los aspectos cognitivos. Entre estas condiciones se encuentran a) la dispersión de la información concerniente al objeto y que son desigualmente accesibles según los grupos; b) la focalización sobre ciertos aspectos del objeto en función de los intereses y la implicación de los sujetos; y c) la presión a la inferencia debido a la necesidad de actuar, tomar posición u obtener el reconocimiento y la adhesión a los otros. Estos elementos diferencian el pensamiento natural en sus operaciones, su lógica y su estilo.
2. A nivel de procesos de formación. La objetivación (materialización de ideas abstractas, -correspondencia de cosas con palabras o imágenes- y el anclaje (asignación de significado al objeto representado) que dan cuenta de la interdependencia entre la actividad cognitiva y sus condiciones sociales, el agenciamiento de sus contenidos, los significados y la utilidad que le son conferidos.
3. A nivel de las dimensiones de las representaciones que hacen referencia a la construcción de la conducta: opinión, actitud, estereotipos sobre los que intervienen los Medios de Difusión (televisión, cine, radio, prensa) y otras agencias de socialización (familia, escuela, comunidad). Los medios, según los estudios, su audiencia, presentan propiedades estructurales diferentes correspondientes a la difusión, la propagación y la propaganda. La difusión está en relación con la formación de las opiniones; la propagación con la de las actitudes, y la propaganda con la de los estereotipos. Así, la comunicación social, bajo sus aspectos interindividuales, institucionales y de masas, aparece como condición

de posibilidad y de determinación de las representaciones y del pensamiento social.

Como también apunta Ibáñez (1988), ***“es en los procesos de comunicación social donde se origina principalmente la construcción de las representaciones sociales debido a la importancia que estos tienen a la hora de transmitir valores, conocimientos, creencias y modelos de conductas. Tanto los medios que tienen un alcance general, al estilo de la televisión, como los que se dirigen a categorías sociales específicas, desempeñan un papel fundamental en la conformación de la visión de la realidad que tienen las personas sometidas a su influencia”***.

El estudio de los Medios de Difusión y en particular de los textos audiovisuales pertenecientes al espacio televisivo, se benefician con el uso de la Teoría de las Representaciones Sociales, pues desde sus diversos enfoques este campo conceptual permite analizar en los discursos y en el acto de representación social, el vínculo que existe entre lo social y lo subjetivo. Este estudio se apoya en todas las ideas anteriormente expuestas.

A lo largo del acápite, los criterios de María Auxiliadora Banch y Tomás Ibáñez han sido utilizados como sustento a las ideas principales; especialmente, por la relación de estos con el género y la comunicación respectivamente. Se asume la primera definición de Moscovici (1961) sobre representaciones sociales, pues capta y muestra las generalidades de estos sistemas tan complejos. También, como puede constatarse; la investigación se vincula con la corriente que postula Denise Jodelet, y sus criterios sobre el carácter constitutivo que adquieren las representaciones sociales, las particularidades simbólicas de las mismas, su carácter constructivo, mediado por el contexto sociocultural.

En Cuba, los Medios de Difusión siguen desempeñando un papel protagónico en la transmisión de valores relacionados con las masculinidades hegemónicas, donde estas siguen siendo representadas por los hombres blancos, ciudadanos y heterosexuales. Parece contradictorio que una Revolución que rompió con los más disímiles estereotipos, no haya podido reconstruir tal

modelo. Los medios pueden ser aprovechados para el vínculo y comprensión de la necesidad de equidad entre los géneros, no para interiorizarlo cada vez más el desperdicio y destrucción del potencial humano en la mente del público que, en vez de atacarlo, lo que hace es aplaudirlo.

Las representaciones sociales de la violencia contenidas en el video-clip cubano muestran el movimiento de los contenidos que tipifican al núcleo figurativo y al sistema periférico. Las mediaciones ideológicas, históricas y sociales se encuentran representadas en los videos. El impacto de la década del noventa, la apertura económica al turismo, el incremento de las diferencias en la estructura de clases, a pesar de no ser necesariamente tema siempre central en los videos-clip, como manifestación de la violencia estructural, está subsumido aún cuando se trate de abordajes superficiales, o cuando se rescatan estereotipos de una Cuba anterior al 59 y recomercializada<sup>41</sup> a partir de los noventa (núcleo central). El sistema periférico, como elemento que define las representaciones sociales reproducidas por los videos-clip, están mediadas por la interiorización de cada realizador de las condiciones sociales generales donde se factura el producto. El tratamiento de la violencia entonces, supone el proceso de distanciamiento o identificación que el realizador asuma con respecto a la sociedad en la cual se inserta.

El contenido de los mensajes de los videos-clip opera con representaciones sociales como una determinada construcción de la realidad, relacionadas con posiciones e intereses del individuo, grupo o sociedad en específico. La violencia de género en el video-clip (relaciones sociales de producción, circunstancias, medios y fines) tiene la particularidad de la existencia de diversos discursos (musical, verbal, gráfico)<sup>42</sup> que se articulan - e incluso, se contradicen- en tanto representan o reafirman una modalidad de la violencia desde una perspectiva de legitimación de relaciones sociales dominantes (*identificación*) como de su cuestionamiento crítico (*distanciamiento*). La violencia de género se reproduce en sus diversas manifestaciones ya sea

---

<sup>41</sup> Los estereotipos de cubana reproducidos por el video-clip coinciden con muchos de los estereotipos anteriores al '59. (Lumpuy, L.; 2008): "Pautas de socialización en el video-clip cubano."

<sup>42</sup> La concatenación de estos discursos refuerza o enfatiza en el tratamiento de la violencia ya sea por correspondencia entre los discursos o por su yuxtaposición.

como crítica de las relaciones patriarcales, mercantilistas que persisten o como legitimación y justificación de tales prácticas. Otra forma emancipatoria supone relaciones equitativas entre géneros.

### CAPITULO III

#### **VIOLENCIA DE GÉNERO EN EL VIDEO-CLIP CUBANO.**

En el actual capítulo se emprende una exhaustiva explicación sobre los métodos utilizados en el análisis de los videos-clip cubanos. El objetivo básico lo constituye determinar la violencia de género insertada en estos videos musicales

##### **3.1 Metodología.**

En cada investigación que se realiza, su objeto de estudio es quien le impregna el tipo de metodología que ha de emplearse para su análisis. Dado que el video-clip; es un producto comunicativo de códigos complejos, cuyos significados están asociados a cuestiones de interpretación social, implica apoyarse fundamentalmente en la metodología de la investigación cualitativa; metodología que varios investigadores se dedicaron exhaustivamente, dándoles cada cual diferentes enfoques, según su naturaleza.

Tal es el caso de Denzin y Lincoln (1994), lo que se corresponde con la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando sacar sentido de los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas. Esta modalidad investigativa está centrada en la utilización de variados materiales (entrevistas, experiencia personal, historias de vida, observaciones, textos históricos, imágenes, sonidos) los que describen cotidianidad, las situaciones problemitas y los significados en la vida rutinaria de las personas.

Taylor y Bodgan (1986) son otros investigadores del campo de la metodología cualitativa, los que consideran este tipo de investigación como **“aquella que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable”** (Rodríguez, Gregorio; 2004).

También se encuentra LeCompte (2004) quien se dedicó a estudiar la metodología cualitativa y anunció que **“la investigación cualitativa podría entenderse como una categoría de diseños de investigación que extraen**

*descripciones a partir de observaciones que adoptan la forma de entrevista, narraciones, notas de campo, grabaciones, transcripciones de audio y videocasete, registros escritos de todo tipo, fotografías o películas y artefactos”* (Rodríguez, Gregorio; 2004). Para esta autora, la mayor parte de los estudios cualitativos están preocupados por el entorno de los acontecimientos, y centran su indagación en aquellos contextos naturales, tomando los fenómenos tal y como se encuentran, más que reconstruidos o modificados por el investigador. Se trata de eventos en los que los seres humanos se implican o se interesan, evalúan y experimentan directamente.

Por lo anteriormente descrito se puede decir que la metodología cualitativa se basa en un objetivo elemental: describir los caracteres de un fenómeno dado. Tratando de englobar en un solo concepto la mayor parte de la realidad. No se trata de evaluar en qué grado una determinada cualidad se encuentra en un cierto suceso dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible. En investigaciones cualitativas, se debe hablar de entendimiento en profundidad en vez de precisión: se trata de obtener un consenso lo más profundo posible.

Dicha metodología, a su vez, se divide en dos tipos de métodos diferentes: métodos teóricos y métodos empíricos. Los primeros son los que autorizan el análisis desde las leyes que operan en los objetos que son investigados y la selección de estos igualmente está vinculada con el objeto estudiado y a su vez están divididos en tres clases de métodos: **método analítico-sintético** dedicado a la recopilación y comprensión de la información en correspondencia con el tema tratado en la investigación; la violencia de género en el video-clip cubano está definida por la concatenación de los tres códigos (textual, visual, sonoro) que operan en este producto; recalcadas o rechazadas por elementos técnicos de cada uno de ellos. El código que más carga le confiere a la investigación es el visual La síntesis de estos aspectos permite caracterizar los contenidos reproducidos en el audiovisual ya sea en un mismo producto o el análisis integral de toda la muestra; **método histórico- lógico** es el encargado de asimilar y contextualizar el objeto de estudio durante los momentos de la aplicación de la metodología. La violencia de género es consecuente al sistema patriarcal definido desde momentos anteriores a nuestra existencia, incluso a

nuestras relaciones humanas y sociales, arrojado desde la posición del autoritarismo y el poder. El análisis en el video-clip como producto de la industria cultural imbrica violencia tanto como remante de las relaciones de dominación genérica y como pauta mercantilizada dado el sistema capitalista. Esto puede a su vez, articular elementos de emancipación social; el **método inductivo-deductivo** para determinar la violencia de género como expresión de determinado orden social, de determinada ideología. Este método permite ir de lo general a lo particular y viceversa (caracterizar las leyes generales que operan en la sociedad y como se imprimen en sus prácticas y por consiguiente en sus productos: el video-clip; la ley del valor en la sociedad capitalista) y luego de lo particular a lo general (identificar la violencia de género en el video-clip cubano y delimitar bajo que principios socio-estructurales funcionan).

Por otra parte, La selección del método empírico está vinculada con el objeto de análisis. El método utilizado para la recolección de información fue el **Análisis documental** y su técnica de **Análisis de Contenido**, ya que el empleo del primero propicia la familiarización con lo que se quiere investigar; casi siempre es quien, además, te facilita el tema o problema de investigación. Sin embargo, este estudio se concentra en todas las oportunidades que el método y las técnicas respectivas a él, ofrecen. Los documentos dan la posibilidad de obtener información muy valiosa y así lograr el encuadre. Dicho encuadre incluye, básicamente, la descripción de los acontecimientos cotidianos a la par de los procesos psicosociales más usuales de los individuos que se derivan. El análisis documental permite revelar los intereses y las perspectivas de manifestación-comprensión de la realidad que caracterizan las prestaciones sociales pertenecientes a determinado grupo, sector o sociedad.

El análisis documental pasa por la clasificación del tipo de documento. Maurice Duverger (1962) establece una clasificación de los tipos de documentos que son contruidos de la mano del hombre<sup>43</sup>. Según sus concepciones, el video-

---

<sup>43</sup> Establece tres clasificaciones: 1) Documentación técnica, 2) Documentación icnográfica, fotográfica y cinematográfica-asumiremos esta como audiovisual debido a que en el momento

clip constituye un documento audiovisual que permite “(...) **fijar ciertos fenómenos sociales y conservar sus rasgos: ceremonias, fiestas, etc. (...)**” (Duverger, M.; 1962). Su uso puede concebir un análisis detallado o proveer de una visión global a vez que sus productos constituyen un fenómeno social fundamental. Es decir, son un medio para descubrir la mentalidad de una sociedad. Su papel “**como creador de mitos contemporáneos es de capital importancia. Estos mitos parecen desempeñar en la vida de muchos hombres y mujeres un papel más importante que el de las creencias religiosas, las ideologías políticas o cualquier otro tipo de valores**” (Duverger, M.; 1962).

Según Maurice Duverger (1962), existen los siguientes tipos de categorías cuyo uso se ajusta en dependencia del objeto analizado.

1. Categorías de materia (aborda las temáticas trabajadas).
  - a) Temas tratados: se clasifican en varias categorías los temas tratados- materias- tratados en un texto.
2. Categorías de forma (referidos a la forma en que el texto trata temas y expone las materias).
  - a) Forma propiamente dicha: está dirigida a expresar las manifestaciones o abordajes de un tema, sus perspectivas.
3. Categorías de apreciación (acota las tomas de posición personal, la posición tras la que se refugia).
  - a) Toma de posición: se determina la toma posición que manifiesta el documento. las distinciones más simples son las de aprobación- desaprobarción, pesimismo-optimismo, positivo-negativo, crítica-acrítica.
  - b) Valores: similar a la cuestión de la toma de posición en tanto discernimiento de los valores representados, estos se formulan con carácter dicotómico, bien- mal, justo-injusto, bello-feo.

---

de producción de este libro existía un desarrollo incipiente de las otras formas del audiovisual- y 3) Documentación fonética.

- c) Autoridades: aborda personas, grupos, principios en nombre de los cuales se declara.
4. Categorías de personas y actores.
- a) Estatuto personal y rasgo de carácter. se establece de manera natural un cuadro de análisis basado en rasgos personales (físico, psicológico, religioso, geográfico, étnicos, raciales).
  - b) Actores: asociada a personas, grupos o entidades presentadas por los documentos anexados en posición central, o sea, los iniciadores de la acción.
5. Categorías de origen y destino.
- a) Origen: responde a la pregunta ¿de dónde procede el contenido del documento? por lo tanto, se vincula a la localización del texto, su procedencia.
  - b) Destino: en este caso se plantea ¿a quién está dirigido el texto? cuestiona el destino del mismo.

Por tanto, las categorías que se extraigan del video-clip conforman los contenidos de las representaciones sociales de la violencia de género contenidas en este producto comunicativo. El análisis de los resultados obtenidos, permitirá explicitar las representaciones sociales de la violencia de género, presentes o transmitidas.

La revisión bibliográfica puede ser de diferentes clasificaciones: personales, institucionales o grupales; formales o informales. Este puede ser el mecanismo con el cual se obtenga gran información que posteriormente se recoge de forma ordenada y precisa. Esta organización incluye, básicamente, la descripción de los acontecimientos rutinarios así como de los problemas y reacciones más usuales de las personas o cultura objeto de análisis. De otra parte, permiten conocer los nombres e identificar los roles de las personas claves en la situación sociocultural, objeto de estudio. Finalmente, es válido declarar que los documentos son una fuente bastante fiel y práctica para

revelar los intereses y las perspectivas de comprensión de la realidad, que caracterizan a los que lo han escrito y la sociedad a la cual pertenecen.

La revisión bibliográfica presenta diferentes etapas:

- ❖ búsqueda y compilación de los documentos existentes y disponibles.
- ❖ codificación de los documentos identificados.
- ❖ selección de los documentos más pertinentes para los propósitos de la investigación.
- ❖ lectura a profundidad del contenido de los documentos seleccionados, para extraer elementos de análisis y consignarlos en "memos" o notas marginales que registren los patrones, tendencias, convergencias y contradicciones que se vayan descubriendo.
- ❖ lectura cruzada y comparativa de los documentos en cuestión, ya no sobre la totalidad del contenido de cada uno, sino sobre los hallazgos –previamente- realizados, de modo que sea posible construir una síntesis comprensiva total sobre la realidad humana analizada.

El análisis documental se desarrolla en cinco etapas. En la primera, se realiza el rastreo e inventario de los documentos existentes y disponibles. En la segunda, se hace una clasificación de los documentos identificados. La tercera etapa, se basa en la selección de los documentos más pertinentes para los propósitos de la investigación. La cuarta, se orienta a la realización de una lectura en profundidad del contenido de los documentos seleccionados, para extraer elementos de análisis y consignarlos en "memos" o notas marginales que registren los patrones, tendencias, convergencias y contradicciones que se vayan descubriendo. Finalmente, en el quinto paso, se realiza una lectura cruzada y comparativa de los documentos en cuestión, ya no sobre la totalidad del contenido de cada uno, sino sobre los hallazgos –previamente- realizados, de modo que sea posible construir una síntesis comprensiva total sobre la realidad humana analizada.

Dentro del **Análisis documental**, está la técnica del **Análisis de contenido**; técnica en la que se encuentra centrada fundamentalmente la investigación. Es la herramienta más eficaz para demostrar con datos palpables lo que

cualitativamente se estudió. Es un canal importante, ya que te ayuda a descubrir los significados segundos o los contenidos latentes que subyacen en los mensajes: de ahí que se diga que el análisis de contenido es la fundamentación científica del arte de leer entre líneas.

La definición clásica del análisis de contenido es la realizada por Berelson en 1952: ***“el análisis de contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”*** (Urrutia, Lourdes; 2003).

El análisis de contenido se centra fundamentalmente en los significados de las palabras. El mismo se realiza como exploración, debido a la amplitud del objeto analizado, o sea, análisis de una muestra seleccionada.

La aplicación de esta técnica se caracteriza por el establecimiento de tres elementos fundamentales: unidades de análisis, categorías a valorar o exponer y los indicadores para dichos análisis. La unidad de análisis está definida por los elementos constitutivos del texto seleccionado y el tipo designado. El video-clip se examinará a partir de la especificación de la unidad de análisis de base no gramatical, en el caso que nos concierne, el documento íntegro. Dado que el video-clip se caracteriza por la articulación de dos elementos distintivos trama y ritmo, escogemos este primer aspecto como objeto de análisis.

La unidad de análisis (video-clip-trama) debe considerar los tres códigos que conforman el producto: el visual, verbal y sonoro. De ellos utilizaremos el código visual y verbal y en tanto el sonoro solo para la reafirmación de los aspectos que aporten estos dos textos. Para el análisis, tendremos en cuenta una serie de indicadores relacionados con esto. Los elementos técnicos del componente visual, permitirán demostrar que su utilización está en función de darle énfasis a la categoría establecida, que son transmitidos en los videos-clip, es decir, constituyen indicadores para el examen de las unidades.

Los indicadores se definen por los elementos que conforman y dan sentido a lo visual y lo verbal. La imagen es un producto complejo por lo cual se debe

analizar distintos aspectos: los fundamentales son: ***kinesia, cromatismo, luminiscencia, tempo, iconicidad y construcción del personaje*** (Anexo. 4)

En este sentido, se busca la delimitación de las acciones reflejadas y su tratamiento, a partir, de la relación significado- sentido/práctica social. Ellos se relacionan con las motivaciones, la experiencia previa, las convicciones, los prejuicios y los intereses personales.

### **3.2 Selección de la muestra.**

En Cuba existen disqueras que su labor se centra fundamentalmente en promocionar sólo la música cubana. Estas, a su vez, se sustentan en diferentes programas de la televisión que ayudan a impulsar el desarrollo del video-clip con temáticas de sentido comercial. La institucionalización del video-clip como producto audiovisual se vincula a "Lucas" y, por lo tanto, la premiación de este programa anualmente se lleva a cabo con el evento de su mismo nombre; el cual es el escogido para dicha investigación, ya que es aquí donde se nomina y se premian las obras cubanas, además es el evento quien se erige como principal promotor de este producto. El evento "Lucas" surgió en el año 1998 hasta la década. Se estructura en varias categorías las que están entre el rango de las 26 cada año. Estas categorías varían en dependencia de la cantidad de temas de una temática, de géneros y de la variedad de géneros musicales<sup>44</sup>. Además, los videos escogidos comprenden el período del 2002 al 2007; uno de cada año exceptuando el año 2003, por no existir un video propiamente que recogiera la pauta de violencia de género para el análisis posterior en un estudio de contenido como se efectuó en los videos expuestos más adelante.

<b>Año</b>	<b>Canción</b>	<b>Intérprete</b>	<b>Clasificación Nominación/Premio<sup>45</sup></b>	<b>Director video-clip</b>
------------	----------------	-------------------	---	----------------------------

<sup>44</sup> Por ejemplo, la categoría pop-reguetón y canción y trova, hubo que separarlos por la cantidad de temas realizados de cada una de esas categorías; lo que hizo difícil mantener esta unidad de géneros que en fin de cuentas no tienen que ver unos con otros y por lo tanto esto obedece al principio de la racionalidad técnica.

<sup>45</sup> Las nominaciones que están en letras más oscuras fueron premios. Las demás solamente fueron nominaciones.

2002	“Arráncame la vida”	Orquesta Sensación.	Video Agrupación. <b>Dirección.</b> <b>Video música folklórica y tradicional.</b>	Pável Guiroud.
2004	“Hay amor.”	Charanga Habanera.	Edición. <b>Video del año.</b> <b>Video música popular bailable.</b> <b>Dirección.</b> <b>Video más popular.</b> <b>Video agrupación.</b> <b>Animación.</b>	Julio César Leal e Ismar Rodríguez.
2005	“Daysi”	Warapo.	Fusión.	Alfredo Ureta.
2006	“Fuácata”	Impacto.	Video del Año. Dirección. Fotografía. Dirección de arte. Agrupación. Artista novel. <b>Edición.</b> <b>Rap-Dance y Regguetón.</b>	Bilko Cuervo.
2007	“El revólver”	Gerardo Alfonso.	Video del año. <b>Video música fusión.</b> <b>Video masculino.</b>	Alejandro Gil.

### **3.3: Análisis de los resultados.**

Para el análisis de los videos escogidos se efectuó una caracterización del producto, exponiendo la violencia de género como la pauta predominante; además de las características audiovisuales evidenciadas en los mismos. Finalmente se pondrá en práctica un análisis de contenido aplicando la teoría de la Comunicación.

- ❖ El video “Arráncame la vida” de la Orquesta Sensación fue nominado en los premios “Lucas” del año 2002 en tres categorías: video música folklórica y tradicional; dirección y video agrupación; de los cuales, en los dos últimos obtuvo su máximo premio. El director del video-clip es Pável Guiroud y el tema está ajustado al género Son. En lo que respecta a la caracterización del producto audiovisual, los elementos que ahí se presentan responden a un tipo de coloración, equilibrio y dinámica de las imágenes que fueron colocados con una intención determinada. Este es un video minifilm y pivote, se alterna entre la historia contada y la presentación de la orquesta con la singularidad que estos son parte de la trama como el programa de televisión que mira la protagonista. En el video se observa el tratamiento de la kinesia, mediante el empleo de imágenes fijas realistas, así como las imágenes en movimiento cuando la mujer entra en escenas y se va moviendo hacia el interior de la cámara para encender su televisor, al igual que después se muestra con imágenes giratorias

#### Representación social de la violencia de masculinidad

El rol masculino se halla en relación de subordinación con respecto a la mujer. Esto es enfatizado por los ángulos en picado y la desesperación de los papeles estrujados en la puerta de la dama. Empleo de objetos que demuestran la relación existente entre los tipos de violencia, las que están evidenciadas en el video con la navaja cerca de las venas, la pistola-en la boca-, pastillas para envenenarse, la espada (como un samurai), la fosforera y el alcohol. Sin embargo, este no es un comportamiento aceptado si no que el protagonista se cuestiona su papel como humillante y trata de revertirlo tanto con sus gestos de virilidad como sus planes de solución a la situación presente (arreglo de sus cejas, postura de calma, destrucción del ramo de flores-uso de contrapicado y tilt).

#### Representación social de la violencia de feminidad

Esta se da con una determinada jerarquización de clase en su estereotipo de mujer, usando ropas elegantes como lo son sus zapatos, y atuendos (como un

collar y aretes de perlas), reafirmando el principio de la racionalidad técnica. Así como mascando chicle y fumando. dolly in, mezclado con la cara de la mujer para dar a conocer sus rasgos físicos predeterminados, por ejemplo cuando besa la pantalla del televisor, exponiendo sus labios con el color rojo. Mujer, joven, esbelta muy maquillada específicamente sus labios, pero muy calculadora, fría, cruel y malvada, haciendo esperar insistentemente al personaje masculino al punto de que este se somete a todo tipo de suicidio. Este tipo de comportamiento, contrapuesto a las normas sociales y a los roles asignados a la mujer le anuncian, constantemente, un final violento.

### Representación social de la violencia entre géneros

La primera imagen refiere a una imagen presentada dentro del televisor donde un hombre recrimina a una mujer su posible infidelidad. La conclusión del video, acompañado de unos latidos, implica el hombre asesinando a la mujer por “supuestamente” burlarse de él.

Producto comunicativo “Arráncame la vida” está enmarcado a la utilización de la violencia como un recurso estético y mediático, sustentados en el fetichismo y los estereotipos. En este video el tratamiento de la violencia está regido por la violencia simbólica en gran medida; a pesar de que existe un paralelismo entre este tipo de violencia y la violencia explícita. Existe una correspondencia entre las imágenes y el texto que se exhibe que se basa fundamentalmente en la identificación y la transmisión de normas sociales asociadas a la violencia como acción justificada ante la desvirtuación de los roles socialmente asignados. La violencia contra la mujer reproduce como transacción y dilución, acordes al sistema de relaciones patriarcales (prácticas residuales) donde es válida la agresión cuando estas no cumplen con lo que la sociedad legitima. En fin, el video privilegia lo comercial por encima de lo social.

- ❖ Desde la Teoría del Género y de la Comunicación. El video del año 2004 que, explícitamente, cumplía los requisitos para el análisis fue “Ay, hay amor” de la Orquesta Charanga Habanera que dirige David Calzado; tema que fue nominado en el evento “Lucas” del año expuesto en las categorías de Edición; Video del año; Video música popularailable;

Dirección; Video más popular; Video agrupación; Animación; obteniendo los premios en todas las categorías que compitió exceptuando la primera. Los directores del vide-clip fueron Julio César Leal e Ismar Rodríguez y este tema funciona dentro del género de música popularailable. Se fundamenta en el uso de la animación y la confluencia de actores reales y animados o caricaturas de estos mismos.

#### Representación social de la violencia de masculinidad

Conflicto entre dos miembros del mismo género por una mujer. Se usan los dolly, los primeros planos, los cortes directos. Dos sujetos de elevado estatus social pretenden a una misma chica. Se combinan imágenes simbólicas y realistas pero que usan esquemas prefijados (nota de reto), entrenamiento de los peleadores. La violencia es simbólica pues en realidad el duelo culmina en una competencia de baile (aunque en una de las imágenes uno de los contrincantes le lanza cuchillos a al otro). Se trata de legitimar relaciones asimétricas, de superioridad de uno de los sujetos. Sensacionalismo, rivalidad basada en aspectos superficiales que privilegian la virilidad y fuerza física, así como la capacidad debido al talento musical, al uso de objetos de valor (fetichismo, racionalidad técnica), en el baile y en el atractivo físico.

#### Representación social de la violencia de feminidad

La mujer solo aparece como objeto del deseo, rol asumido e, incluso, disfrutado por la protagonista. Ello legitima los estereotipos de belleza y de feminidad, así como los roles sociales asumidos. (Labios de fuego, preeminencia del color rojo).

#### Producto comunicativo

El producto audiovisual se caracteriza por enfatizar en una pauta determinante la violencia de género determinada por patrones de dominación entre los del mismo sexo (hombre-hombre)

- ❖ Warapo fue una de las Orquestas nominadas en el año 2005 con el tema “Daisy”, el cual ha sido de gran interés para la investigación, ya

que representa en su video la violencia como pauta específica. Dicho video no obtuvo premio en la categoría de fusión donde compitió, pero es suficiente su empleo de imágenes de violencia para ser analizado dentro de la investigación. El realizador de este video fue Alfredo Ureta y corresponde al género fusión (igual que la categoría en la que compitió). Se trata de un video-clip pivote con una pequeña historia donde el protagonista es el cantante de la agrupación. Uso de dolly, de travelling, de ángulos contrapicados, primeros planos. Utilización de elementos estáticos como recursos estéticos del producto.

### Representación Social de la violencia entre géneros: polémica y hegemónica

En este video se evidencia como ella trata de molestar a su marido al punto que lo envuelve en una locura constante, donde tiene alucinaciones, e incluso, nada de lo que él hace tiene sentido, pues mientras se va desarrollando el video ella lo único que logra es arremeter violentamente hacia él. Hombre como víctima, violencia individual. Mujer como dominante y péfida, violenta, sin razón, agresiva. Expresa una forma de pensamiento divergente dado que altera la relación de dominación hombre –mujer. No se muestra una forma de violencia que legitime la equidad sino una relación asimétrica invertida. La violencia va desde lo físico (ella lo golpea) a lo simbólico, (él recluido en una habitación cerrada y con una camisa de fuerza). Esta mujer protesta por la desatención y la objetalización a la cual ha sido recluida, (la computadora también se llama Daisy) como víctima de la violencia simbólica (indiferencia)

### Producto comunicativo

El producto “Daisy” el abordaje recíproco de la violencia en sus variantes socio psicológicas implica un interés estético. Aunque el texto de la canción aborda la inocencia del protagonista, el video manifiesta en momentos muy limitados la interacción con la pareja. La transacción, la identificación es el regente en este audiovisual. La disfunción narcotizante supone no el cuestionamiento de la situación que se ha generado sino la simple contemplación donde la violencia entre los géneros apenas se justifica o se profundiza como problemática estructural a partir de los vínculos sociales.

- ❖ Para el año 2006 Impacto fue una de las Orquestas que más nominaciones obtuvo; tanto fue así que de las ocho nominaciones asignadas: Video del Año; Dirección; Fotografía; Dirección de arte; Agrupación; Artista novel; Edición; Rap-Dance y Regguetón, alcanzó premio en las dos últimas, gracias al tema “Fuácata”. Su director Bilko Cuervo y se establece dentro del género Rap-Dance y Regguetón

Este video se caracteriza por los primeros planos, dollys, cámara fija, encadenamientos, tiempo real. Es un video donde se articula el pivote y el minifilm (cantantes, bailarinas y la historia contada). En este video no existe articulación, ni complementación o yuxtaposición entre la letra y la imagen. Se usa poca iluminación para enfatizar los ambientes. La trama aborda dos hombres preparándose para enfrentarse.

#### Representación social de la violencia de masculinidad: hegemónica

La construcción de los personajes es dicotómica. Los ambientes en los cuales estos viven cotidianamente apuntan a la marginalidad (casas en mal estado, locaciones abandonadas-se enardece la fiereza de los lugares con una fogata en un tanque, sacos de boxeo con los que entrenan, sitios lúgubres). Aun cuando las características de los personajes se encuentran entre los estereotipos de virilidad y de relaciones patriarcales (el antagonismo derivado en los personajes entrenando, los cuerpos sudorosos, dientes mostrados al espejo en acto provocativo), todo se revierte en un conflicto de carácter mercantil (pelea por dinero, red, apostadores). O sea, las relaciones, entre ellos son aparentemente, simétricas pero su rivalidad está solo sesgada por una pelea-que en último momento, se convierte en una filmación.

#### Producto comunicativo

Este producto se sitúa en el marco de la identificación, el fetichismo y, en relación con la representación social de la violencia que reproduce legitima la ilusión de comunidad, la lógica de la formula de Mills, (identidad dado el tipo de vida, aspiraciones y evasión para lograrla). La estereotipia de masculinidad y del conflicto entre miembros del mismo género está reducida al carácter

mercantilista que estos tienen. No existe cuestionamiento con respecto a la realidad crítica sino una disfunción narcotizante sobre el producto. La banalización de la situación estructural y el modo de vida quedan difuminados con la conversión de los protagonistas de la historia en actores.

- ❖ En la premiación de los “Lucas” del año 2007 Gerardo Alfonso fue uno de los cantantes que venía nominándose en varias categorías: Video del año; Video música fusión; Video masculino, alcanzando premios en las dos últimas categorías por su tema “El revólver” dirigido por Alejandro Gil e impregnado de variados símbolos todo referentes al tema de la violencia.

Se basa en imágenes realistas generalmente a tiempo real, los movimientos alternan en interiores y exteriores con tilts, encadenamientos (casi siempre a celeridad) y cortes directos. Se resaltan los colores rojo para significar la violencia –incluso los músicos usan ropas rojas-. Estos se concentran en la habitación de la pareja y en la cancha de fútbol. (Quizás los dos sitios donde se desarrolla la violencia). El video-clip es un minifim que articula (o integra) al cantante y a su músico dentro del mismo (en los sitios donde mayormente se desempeña la violencia).

Elementos enfáticos: (Uso de símbolos sobre la violencia)

La pelota con que juegan los niños es una esfera del mundo, se muestra constantemente a través de cortes directos y superposición de imágenes un revólver, un cuchillo, rosa roja (la del regalo del muchacho joven a la esposa del protagonista, prueba de la infidelidad), crucifijos, cartas con el As de espadas, un perro ladrando en medio de una discusión, esposas (acaso la violencia te esclaviza). Además, a lo largo del video se alterna el juego del ahorcado con las palabras revólver (la contradicción de resolver el enigma y, no obstante, perder).

Representación social de la violencia de masculinidad: hegemónica

Hombres jóvenes, fundamentalmente, viriles. Bajo estrato social, raza negra, vida de solar, pertenecientes a religiones afrocubanas y de ritos de adivinación.

Son relaciones centradas en la violencia. Las actividades cotidianas de los hombres se centran en los roles asumidos generalmente, los hombres bebiendo, fumando tabaco y cigarrillos y asumiendo posturas reconocidas como masculinas. Juegos como fútbol, dominó y cartas. Peleas tanto en el solar como en los juegos. Se basan en la competencia y en la legitimidad del estatus quo. La agresividad es un proceso asimilado, una forma de vida, socializada e internalizada, incluso, por los niños - sus juegos se orientan a usar revólveres (transmisión de normas). El estatus en el solar se asocia a la capacidad de dominar, oprimir y ejercer violencia física y simbólica (el conocimiento de su revólver por la comunidad) por el protagonista. Se legitima el estatus del protagonista con la subordinación de los miembros del solar (el hombre que delata a la esposa infiel). Otro aspecto, es el del protagonista que en su rol de marido burlado va a cobrar cuentas con su rival, violencia al lanzar los objetos y la actitud que asume al ir a buscarlo. (no importa su esposa, la problemática está en su imagen). Cuerpos ensangrentados (hombre probablemente del solar, muchacho joven).

#### Representación social de la violencia de feminidad: hegemónica

Sometidas, valoradas por su belleza física, su forma de vestir y, atuendos y adornos resaltan sus dotes, tanto la mulata que desanda por el solar como la muchacha que muestra sus tatuajes en la parte superior de su trasero como en sus senos. La autoestima está asociada al sometimiento y humillación de la vida cotidiana, o a su autovaloración como objeto sexual. El caso claro está en la pareja del protagonista del video-clip quien es humillada cada vez que pretende cariño, sexo o atenciones de este. Los gestos de retorcimiento en la cama, el llanto luego de la infidelidad, son ejemplos que se ponen en tela de juicio. Violencia física tanto en mujeres golpeadas, en el cuerpo de la esposa del protagonista ensangrentada y violencia simbólica, mujeres humilladas, mujeres llorando.

#### Representación social de la violencia entre géneros: hegemónica

Relaciones sexuales basadas en la humillación o en la valoración por lo externo. La mujer se trata como objeto sexual. Esto se evidencia con los

primeros planos, con los tilt a los cuerpos femeninos. Además, el andar de los hombres mirando fijamente las partes voluptuosas de las mujeres. Se muestran personas muertas cubiertas de sangre. En la relación sexual entre el protagonista y su mujer se muestra como este la lastima durante el coito (preeminencia por su placer e insatisfacción de la mujer durante el acto). El comportamiento del esposo con su pareja luego de la infidelidad implica un estereotipo establecido con respecto a la actitud masculina en estas situaciones.

### Producto comunicativo

El producto “El revolver” supone un distanciamiento crítico con la realidad. En el video se complementa tanto las imágenes como la letra, la última implica un llamamiento al cuestionamiento del tipo de vida asumido. Este video cuestiona las normas sociales transmitidas por el contexto social en el grupo donde se genera, por lo que deslegitima el papel estereotipado del género masculino, y rompe con la reproducción inconsciente de las prácticas contenidas en el audiovisual. Implica la no solución de conflictos mediante la violencia, o sea, la ruptura con la transacción, la negación del fetichismo asignado a la mujer y la orientación a un tipo de relación donde prime lo simétrico.

### **Análisis integral**

La violencia de género es expresada en la muestra seleccionada tanto en la modalidad simbólica como física. La alusión a formas de violencia, los gritos, el sometimiento, la humillación y las manifestaciones de lo físico se mueven desde intentos de suicidio, asesinato, conflicto, peleas callejeras o prefijadas. Ambos tipos de violencia ratifican las relaciones asimétricas que se evidencian en los comportamientos, roles y funciones, contenido en los videos. Ninguno de los productos aborda relaciones de simetría o equidad y solo uno de ellos implica la dominación como cuestionamiento al analizar la violencia de género en su carácter estructural (Gerardo Alfonso con Revólver). Este video cuestiona el proceso de socialización –internalización mientras que el resto solo se limita a reproducir las formas de violencia como legítimas. En general, las relaciones sociales de producción (circunstancias, medios, fines y relaciones de producción)

se centran en la reproducción de prácticas residuales del sistema patriarcal y las prácticas dominantes del sistema de relaciones mercantilista.

Por tanto, la representación social de la violencia de género se expresa, fundamentalmente, en su tipología hegemónica pues legitima la ideología patriarcal imperante. El campo representacional que aborda y las actitudes e informaciones que se aportan solo apuntan a los estereotipos sobre el género y la violencia derivada de este fenómeno. Dentro de sus funciones se evidencia una función identitaria basada en legitimar los estereotipos asignados a cada género (feminidad, virilidad, actividades cotidianas, atuendos, prendas y belleza acorde a los paradigmas establecidos). La función justificativa y de guía de comportamiento también aportan el componente actitudinal de la representación al presentar las formas apropiadas o sancionadas en que se conducen cada género en lo individual, lo interpersonal y lo social general.

Esto conlleva a considerar a los videos-clip analizados, que la empresa que regenta su factura potencia la creación de productos generalmente comerciales y fetichistas; fundamentados en la identificación con los patrones preestablecidos que, en gran medida, son estereotipados e irreales. La violencia mostrada se reduce a modelos situados en la transacción (solución de conflictos acorde a los sistemas desiguales) y la dilución (desvirtuación de los conflictos, caso de Daisy). Se legitiman la violencia y los estereotipos de género asociados a esta. El distanciamiento como cuestionamiento crítico de la realidad solo se usa por Gerardo Alfonso, como manifestación alternativa de la producción de videos-clip. Una visión conflictual de las relaciones sociales y su impacto en los procesos cotidianos y la interacción entre hombres y mujeres provee de la probabilidad del cambio y se potencien el surgimiento de representaciones sociales que en términos de género, promuevan la simetría y la equidad.

## CONCLUSIONES

- ❖ **La violencia de género en el video-clip es tanto simbólica como física.**
- ❖ **La violencia de género en el video-clip reproduce relaciones asimétricas, desiguales.**
- ❖ **La violencia de género se concentra en el nivel individual, con algunas menciones a lo grupal (solo un caso la comprende como sistémica y estructural).**
- ❖ **El proceso de socialización-internalización se limita a reproducir la violencia como legítima, haciendo alusión al carácter estructural.**
- ❖ **Los productos analizados contienen formas de violencia de género como: violencia de género en la masculinidad, violencia de género en la feminidad y violencia entre géneros.**
- ❖ **La representación social de la violencia se evidencia de forma hegemónica, pues legitima el sistema patriarcal y las relaciones fetichistas de carácter mercantil.**
- ❖ **La representación social cuenta y legitima funciones identitarias de cada género, justificativas y guías de comportamiento.**
- ❖ **Los videos-clip analizados son, fundamentalmente, de factura comercial y fetichista.**
- ❖ **Los videos-clip mediante el proceso de la transacción, legitiman la violencia y los estereotipos de género asociados.**

## RECOMENDACIONES

- ❖ Continuar esta investigación haciéndola extensiva a otros videos, otros programas referidos al video-clip de factura nacional.
- ❖ Profundizar en las variantes de la violencia de género tanto en los videos-clip estudiados como en otros de interés.
- ❖ Realizar estudios de la representación social de género con los realizadores de los videos-clip para comprender la constitución de estas ofertas por los medios así como las múltiples mediaciones que pueden estar operando.
- ❖ Realizar grupos de visionaje bajo metodologías grupales como constatación de la violencia percibida.
- ❖ Aportar los resultados de la investigación a las instancias que estén vinculadas al estudio, la producción, regulación y distribución del video-clip.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Abric, Jean-Claude (2001): *“Prácticas sociales y representaciones”* Filosofía Y Cultura Contemporánea No. 16, Presses Universitaires De France, 1994, Ediciones Coyoacán, S. A. de C. V.; Coyoacán, México, D. F.
2. Alonso Freyre, Joaquín; del Río Hernández, Mirtha; Villamañan Alba, Maylen (2005): *“Crecer en gobernabilidad. Lo explícito y lo implícito del rol gubernamental”*. Memorias del VII Taller de Comunidades, Santa Clara, Cuba.
3. Alonso Freyre, J.; Pérez Yera, A.; Rivero Pino, R.; Romero Fernández, E. y Riera Vázquez, C. M. (2004): *“Autodesarrollo Comunitario; crítica a las mediaciones sociales recurrentes para la emancipación humana”*. Editorial Feijoo. Santa Clara.
4. Alonso Freyre, J. y colectivo (2008): *“Fundamentos para una metodología de estudio de lo comunitario en el discurso de prácticas culturales específicas”*. Informe de resultado parcial del proyecto *Lo comunitario en el discurso de las prácticas culturales*. Centro de estudios Comunitario, UCLV.
5. Alonso, M. y Saladrigas, H. (2006): *“Teoría de la Comunicación”*. Editorial Pablo de la Torriente, La Habana.
6. Andreéva, G. M. (1984): *“Psicología social”*. Editorial Vneshtorgizdat, Moscú.
7. Banchs, María Auxiliadora (2000): *“Aproximaciones procesales y estructurales al estudio de las representaciones sociales”*. Papers on social Representations, Volumen 9, 3.1-3.15. Universidad de Venezuela.
8. Basail, Alain y Daniel Durán (Compiladores) (2004): *“Sociología de la Cultura. Lecciones y Lecturas”*. Editorial Félix Varela. La Habana, pp.580.
9. Bourdieu, Pierre (1990): *“Sociología y Cultura”*. Editorial Grijalbo. México, pp. 228.

10. Domenach, Jean -Marie et al. (1981): *“La violencia y sus causas.”* Editorial de la UNESCO, París.
- ❖ Domenach, Jean- Marie: *“La violencia”*
  - ❖ Klieneberg, Otto: *“Las causas de la violencia desde una perspectiva socio-psicológica.”*
  - ❖ Halloran, James D.: *“Los medios de comunicación social: ¿síntomas o causas de la violencia?”*
  - ❖ Khan, Rasheeduddin: *“La violencia y el desarrollo económico y social.”*
11. Duverger, M. (1962): *“Métodos de las Ciencias Sociales”*. Ediciones Ariel, España.
12. Dorfman, A. y Mattelart, A. (1974): *“Para leer al pato Donald”*. Editorial Ciencias Sociales, La Habana.
13. De la Torre Molina, Carolina Luz: *“Las identidades: conceptos y debates”*. Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello, La Habana, Cuba.
14. Engels, F. (1974): *“Obras Escogidas: El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre”*. Editorial Progreso, Moscú.
15. Engels, Federico; Marx, Karl (1973) *“Contraposición entre la concepción materialista y la concepción idealista”*. Editorial de Ciencias Sociales, La Habana; Cuba.
16. Engels, Friedrich (1963): *“El Origen de la familia, la propiedad privada y el estado”*. Ciencias Sociales, La Habana.
17. González Ibarra, María Luisa; Uria Aquino, Mario; Águila Ribalta, Yaima: *“Manual de psicología social I”*. [\\Dante\Bibliografía\Ciencias Sociales\Sociocultural\Psicología Social](#) Gutiérrez Alberoni, J.D:(1998) *“La teoría de representaciones sociales y sus implicaciones metodológicas en el ámbito psicosocial.”* Psiquiatría Pública volumen 10 num. 4. Julio-Agosto. Universidad Nacional del Altiplano, Perú.

18. Gordillo, L. (2007): "Presentación Social de la feminidad y la masculinidad en el video clip cubano actual". Tesis de licenciatura. Cuba .Departamento de Comunicación Social. Universidad de la Habana.
19. Gutiérrez, T. (1982): "*Dialéctica del espectador*". Ediciones Unión, Habana, Cuba.
20. Hall, S. (1981): "*La cultura, los medios de comunicación y el «efecto ideológico»*" Publicado en CURRAN, James y otros (comp.) Sociedad y comunicación de masas, Fondo de Cultura Económica, México.
21. Horkheimer, M. y Adorno, Th., et al. (1969): "*Industria cultural y sociedad de masas*". Editores Monte Ávila. C.A
22. Iliénkov, E (1984: a): "*Lógica dialéctica. Ensayos sobre historia y teoría*". Editorial de Ciencias Sociales, La Habana.
23. Iliénkov, E. (Inédito: b): "*Dialéctica de lo ideal*". Tomado de carpetas en red, Filosofía, Ciencias Sociales.
24. Lagarde, Marcela (1990): "*La multidimensionalidad de la categoría género y del feminismo*". UNAM, México.
25. Lamas, Marta (1996): "*La antropología feminista y la categoría género*". Tomado de: "El género: la construcción cultural de la diferencia sexual". pp. 97-111. PUEG. México.
26. Lamas, Marta: "*La perspectiva de género*". Revista "Educación y Cultura". Sección 47, SNTE
27. Leóntiev, A. (1981): "*Problemas del desarrollo del psiquismo 2*". Editorial Pueblo y Educación, La Habana
28. Martín, C. y Díaz, M. (2004): "*Comunicación, Propaganda y Publicidad*". Editorial Félix Varela, La Habana
29. Merton, Robert y Lazarsfeld, Paul (1972): "Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada". En: *Referencia: medios masivos de comunicación*. Compilación. Universidad de La Habana.
30. Montecino, Sonia (1997): "*Palabra dicha. Escritos sobre género, identidades, mestizajes*". Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile, Chile.

31. Mora, Martín (2002): *“La teoría de representaciones sociales de Serge Moscovici”*. Num. 2, Atenea Digital. Universidad de Guadalajara, México.
32. Revista de la Federación Odontología Colombiana (1998): *“Representaciones sociales del proceso salud enfermedad oral en poblaciones urbano-marginales y su relación con los discursos y las practicas institucionales”*. No. 194 septiembre-diciembre. Santa Fe De Bogotá D.C., Colombia. <http://encolombia.com/foc3.htm>
33. Páez, Darío (1989): *“Pensamiento, individuo y sociedad. Cognición y representación social”*. En Martín Mora *“La teoría de las representaciones sociales”* de Serge Moscovici” (2002).
34. Palancar, A. (2007): *“Otros en pantalla. Representación de la otredad en el video-clip cubano para música rap”*. Tesis de licenciatura. Cuba .Departamento de Comunicación Social. Universidad de la Habana.
35. Sampieri, R. (2004): *“Metodología de la investigación I”*. Editorial Félix Varela, La Habana.
36. Vasallo Barrueta, Norma: *“El Género: un análisis de la “naturalización” de las desigualdades”*. Universidad de La Habana, Cuba.
37. Vasallo, Norma: *“Del Feminismo al Género. Un intento de romper estereotipos desde una relectura de las clásicas”*. Cátedra de la Mujer, Universidad de La Habana.
38. Vigotsky, L. (1981: a): *“Pensamiento y lenguaje. Teoría de desarrollo cultural de la funciones psíquicas.”* Editorial Pueblo y Educación, La Habana, Cuba.
39. Vigotsky; L. (1997: b): *“Obras escogidas”*. Ediciones Visor Dis, Madrid, España.
40. Villamañan Alba, Maylen (2007): *“las representaciones sociales como fuente de transformación social.”* Evento de Comunidades y Desarrollo Humano. . ISBN: 978-959-250-321-2
41. Villamañan, M. (2007): *“El discurso como mediación social: las representaciones sociales como prácticas discursivas. ”* Memorias

del VIII Taller internacional Comunidades: Historia y desarrollo. ISBN:  
978-959-250-321-2

42. Williams, R. (2004): "*Sociología de la cultura.*" Ediciones Paidós.

43. Wolf, M. (1991): "*La investigación de la comunicación de masas.*"  
Editorial Paidós, México.

## ANEXOS

### **Anexo 1**

#### **Historia del video-clip.**

La asociación entre la música y la imagen en movimiento no surge como tal, hasta que el cine decide irrumpir en pantalla. Resulta conveniente citar las experiencias sinestésicas que mantenían compositores como Schönberg con pintores como Picabia o Kandinsky, en las que se hacía una perfecta combinación de música, imagen, color y sonido. El cine, las vanguardias, la televisión y la tecnología aplicada a la imagen, asistirán a la creación de un nuevo formato audiovisual, el video-clip, que cuenta con numerosos antecedentes. Oskar Fischinger, cineasta de las vanguardias europeas, comenzó a crear las primeras obras de música visual. Durante los años 20, realiza pequeñas películas animadas en las que las imágenes intentaban adaptarse a la música, normalmente *jazz*. Fue el primero en aplicar el color y el sonido, utilizando la geometría, el movimiento y el espacio como recursos de relación con el tema musical.

En los años 30, surge el cine sonoro con el estreno de *El cantante de Jazz* y en los 40 se inaugura en Hollywood un nuevo género: la comedia musical. Modificando las estructuras del relato clásico, los directores insertaban piezas bailadas, donde los cambios de plano eran marcados por la música. Pero no sólo eso. El movimiento de cámara, los gestos de los actores y actrices, la coreografía, danza y escenografía se supeditaban a los temas musicales elegidos para la película. En la décadas de los 50 y 60, este género seguirá diversificándose hacia la creación de los mitos musicales como Elvis Presley o Los Beatles. A partir de estos iconos se comenzarán a hacer películas creadas para el lucimiento personal del artista, complementando la historia con las grandiosas actuaciones musicales del protagonista. Se comienza a descubrir a la juventud como gran público consumidor al que se le empieza a educar audiovisualmente.

Pero la película musical por excelencia, que fue precedente de los videos-clip la dirigió Richard Lester en 1964 y la tituló "A Hard Day's Nigh" (Qué noche la de aquel día). Con influencias del cine underground, la Nouvelle Vague, el Free Cinema Inglés y el Cinema Verité, en la cinta se producen una gran cantidad de innovaciones, como la ruptura de las convenciones espacio-temporales, los continuos saltos de eje, espontaneidad documental, instintiva interpretación de los actores, que hicieron que el film estableciera muchos de las reglas que todavía en la actualidad, dominan en la realización de videos-clip. Alejándonos un poco del cine, se podría decir que el *Scopitone* es el primer antecedente directo del video-clip. Después de la caída del *Panoram*, un aparato que reproducía ochos cortos musicales de 3 minutos que se ponían en una sola cinta, surge alrededor de 1960, un nuevo aparato que reproducía filmes a color y daba al consumidor la libertad de hacer selecciones específicas de sus canciones. Es el ya mencionado, *Scopitone*. Los videos musicales de aquella época tenían una máxima clara: ilustrar la canción y hacerlo de manera sexy. Si surgió el *Scopitone* fue como reclamo para que el público acudiera más a los bares, ya que éste se encontraba demasiado enganchado a la recién inventada televisión y no salía demasiado de casa en su tiempo libre. Los primeros programas de TV que comienzan a combinar música y actuaciones son los *talk-show*. Al principio, la simplificación de escenario y aspectos técnicos, limitaba al solista a interpretar su tema a cámara. La fórmula del *playback* permitió a aquellos solistas despreocuparse por su calidad vocal y a centrarse en la coreografía, expresiones faciales, posturas corporales... supone una clara apelación al espectador, materializado en la cámara en un intento de implicación y también de seducción.

Se empezaron a distribuir (de forma reducida) videos de actuaciones filmadas, en concierto o en estudio, y se vio que aquello funcionaba y que necesitaba expandirse. Surge el que se considera el primer video-clip de la historia: Bohemian Rhapsody, del grupo Queen, dirigido por Bruce Gowers y que data de 1975. Su repetida emisión por TV provocó no sólo que el single estuviera durante 9 semanas como número uno, sino que aquella canción se convirtió en el himno insustituible de una época y marcó un antes y un después dentro de la

música rock. El clip es considerado hoy "La mamá" de este tipo de formato audiovisual. Después de este éxito apabullante no tardarían en llegar muchos más, que trajo como consecuencia más directa la creación en EEUU de un canal por cable dedicado exclusivamente a la emisión de videos-clip las 24 horas del día. Me refiero a la MTV, que nace el 1 de agosto de 1981 con unos cuatro millones de suscriptores iniciales. Número que crecería espectacularmente en los años posteriores. El primer video que emitió fue "Video Killed de Radio Star" interpretado por The Buggles.

La aparición de la cadena impulsó un profundo cambio en las formas de difusión y promoción de la música. Aquella nueva plataforma conseguía competir con las estaciones FM de radio, que se dedicaban únicamente a programar a los grupos más exitosos del momento. MTV se convirtió en la única manera de promoción para los grupos noveles, que emitía en stereo y además difundía imagen. Cosa que la radio no hacía. Asimismo, se produjo otro cambio más doméstico: se compaginaba sintonización de esta cadena con las tareas del hogar ya que ésta, no exigía una atención total sino parcial. La MTV introdujo los videos-clip en los colegios y bares, asegurándose la captación de la audiencia juvenil que va desde los 12 a los 34 años. Desde su creación, otros muchos canales se han dedicado en exclusiva a la emisión de videos musicales (más de quinientos sólo en EEUU). Pero es MTV la que se lleva el gato al agua, con su expansión a Europa en 1981. Los videos-clip producidos en los 80 estaban llenos de colorido, siendo deudores de la estética pop tan valorada en décadas pasadas. Por norma general, contaban con el solista cantando en una escenografía bastante simple, profusa en colores pastel, contoneándose mientras se iban haciendo cortes que conseguían diversas tomas del protagonista, generalmente con planos contrapicados de gran duración si los comparamos con los que se hacen en la actualidad.

Duran Duran consiguió a base de jugar con sus videos-clip, una imagen que conquistaría la década de los 80, convirtiéndolos en la mejor banda pop de la década. De entre sus vídeos destacan "The reflex" o "Wild Boys" ambos dirigidos por Russell Mulcahy.

Michael Jackson fue otro de los visionarios y enseguida contrató a John Landis para que dirigiera alguno de sus videos-clip. El más famoso fue, sin lugar a dudas, "Thriller", que contaba una historia de terror complementada con un muy creíble maquillaje y coreografías que marcaron a toda una generación. Fue de los primeros que decidió cambiar el formato típico de vídeo que se iba a haciendo para contar una pequeña historia, como una mini película de tres minutos de duración. Una reorientación hacia el séptimo arte que se resumía con una regla no escrita, pero bien presente en el espíritu de los directores "cuando más parecido fuese el clip a una película de cine, mejor". Sin embargo, a pesar de la gran expansión que el video-clip tiene el mundo, sufre una crisis a principios de los años 90. ¿La causa? Una combinación entre desinterés por parte del público ante la novedad que deja de ser novedad y una gran falta de propuestas creativas y expresivas. Muchos se temían que el video-clip hubiera tocado fondo. Pero allí estaban la informática, la infografía y una nueva oleada de directores que renovarían el panorama del singular lenguaje del video-clip. La década de los 90 se ha dado en llamar "dorada" por la multitud de cambios que se dieron. El primero y más importante, un devenir en el formato que negará cualquier tipo de historieta para volverse descriptivo, antinarrativo y esteticista. Fueron dos los fotógrafos los que tuvieron más que ver en este cambio: Anton Corbijn, que llevó a Depeche Mode a la cima gracias a imágenes manipuladas desde un laboratorio: mezcla de soportes y texturas, desenfoces, virados. Y Jean-Baptiste Mondino que dirigió entre otras a Madonna en su polémico "Justify for love". Otra figura importante es Tim Pope, que ha conseguido durante quince años perpetuar la imagen siniestra de The Cure, a través de videos-clip impactantes, innovadores y de gran calidad técnica, que rayan desde lo infantil hasta lo experimental. Su visión oscura y minimalista lo llevaron a dirigir "El cuervo 2: ciudad de ángeles". Loquillo define al video-clip como "una escuela de cine" y su parte de razón tiene, ya que los más exitosos video-clippers probaron suerte en el mundo del cine, como Pope, aunque con desigual suerte. Sin embargo, desde el surgimiento del video-clip varios directores han vuelto sus ojos hacia él como una de las formas de expresión más libres y sobre todo, única. Kevin Godley y Lol Creme, aparte de ser músicos profesionales, han realizado numerosos videos-clip, con experimentos fotográficos con disolvencias en

"Cry", considerado por MTV como uno de los mejores 100 videos de la historia. También han dirigido a Police, Duran Duran, Blur, Sting o U2 entre otros. Alex Proyas dirigió a Crowded House en "Don't dream it's over", aunque es más conocido por ser el director de "El cuervo", film en el que falleció Brandon Lee durante el rodaje, lo que visto desde una perspectiva maquiavélica, ayudó a engrosar la taquilla. Samuel Bayer, declarado "porrero anarquista" supo encontrar la esencia de Nirvana al hacer uno de los mejores videos-clip hasta la fecha "Smells like teen spirit". Significó la llegada del *grunge* como corriente opuesta al rock ochentero, lleno de hairspray, donde el aspecto y la imagen lo eran todo. Pero la tendencia que se considera más vanguardista viene de Europa, y en especial de Francia, país que ejerce en la actualidad poderosa influencia sobre el medio. Y es que en la corta historia del video-clip, dos de las más grandes influencias han sido el ya citado J.B. Mondino y Michel Gondry. "Gondry probablemente ha puesto el video pop al nivel del arte real. Hay más invención, inteligencia, poesía, emoción y generosidad en cada uno de sus vídeos que en el 95% de los actuales largometrajes. "Bachelorette" de Björk, "Around the world" de Daft Punk, son gemas, llenas del tema de la infancia, constantemente invirtiendo hechos y ficción, inyectando una rara fe creciente en el gesto artístico". Jonze explica su pasión por el video-clip: "Este formato te permite hacer lo que sea, cualquier cosa, por eso me gusta. Y encima en tres o cuatro minutos. Supongo que debe resultar difícil condensar una historia que se puede ser compleja en tan poco tiempo pero, cuando lo puedes hacer de cualquier manera, literal, metafóricamente, emulando cualquier género o arte, no tiene por qué serlo. No pasa como con el cine: aquí es inspiración absoluta, una historia con un personaje, sin él. Lo puede ser absolutamente todo".

## Anexo 2

### Códigos del video-clip

- El código de la imagen. Según Jesús García Jiménez, la imagen del clip es de tipo abisal autorreferencial, y queda definida por el proceso al que es sometido para desplegar su identidad, a través e múltiples efectos. La tecnología utilizada para filmar suele ser cinematográfica, de excelente calidad, por lo que los presupuestos de algunos videos-clip a veces superan al de los largometrajes. La imagen fotográfica se combina con la imagen en movimiento, así como con otras variaciones que inciden en el atractivo del producto: infografía y sobre todo, dibujos animados. El *cartoon* añade un carácter informal, a veces humorístico, introduciendo personajes, situaciones, espacios y efectos que serían difíciles conseguir de otra manera. Las imágenes diseñadas por ordenador se utilizan frecuentemente con la misma meta: hacer posibles lugares imposibles. El realizador de videos-clip suele modificar los aspectos cromáticos para conseguir tonalidades irreales, contrastes y una saturación recurrente y llamativa en los colores. Es de destacar la gran cantidad de videos-clip que se filman en blanco y negro, muy por encima de otros formatos, aunque en la actualidad suele combinarse la monocromía y policromía dentro del mismo video. Esta utilización de los colores suele marcar dos niveles diegéticos distintos y sirven para separar el presente del pasado, o dos partes dentro de la misma narración. Otro recurso es el insertar objetos de color dentro de espacios en blanco y negro. El objetivo no es otro que el de llamar la atención, proponiendo un mensaje semántico asociado a un objeto concreto.

- El código del espacio. ¿Cómo se construye el escenario un clip? La riqueza del medio electrónico se torna decisiva en muchos casos. Es frecuente la creación de un espacio construido a través de capas o niveles, en los que la imagen será desestructurada o reestructurada. Se crean varios planos espaciales mediante efectos como la incrustación, el *crhoma key* o a partir de medios infográficos. El video-clip lleva las técnicas a la radicalidad: acelera el cambio de plano, de situación y espacios, provocando una constante transformación de cada los elementos y parámetros que lo forman.

- El código de la transición. Si algo es peculiar en este género es el número de cambios visuales que se producen, marcados por el plano, el cual resulta a veces, difícil de determinar. Las transiciones más utilizadas son dos:

1. El corte o transición no gradual. Es el cambio hecho sin efectos de ninguna clase. Se trata de una sucesión rápida e impactante que no concede respiros al espectador, obligándole a estar más atento y a la rapidez de asimilación de información.

2. El fundido encadenado de imágenes o transición gradual. Un elemento dentro del plano se desvanece y aparece poco a poco otro plano. Al contrario de la lógica cinematográfica, el fundido no significa un salto en el tiempo, simplemente sirve para pasar a otro espacio o secuencia diferente. Hay que señalar también que el ritmo de transición depende en gran medida del tema musical. Si éste es lento, los cambios visuales no serán tan seguidos como en un tema rápido.

- El código del plano. No suelen ser continuos ni elaborados, ya que retardaría un formato que se define por su celeridad. Se prefiere por tanto la irregularidad de los planos, siendo frecuente la cámara al hombro, movimientos irracionales acusados a veces de atentar contra el buen gusto estético. La oscilación y el cabeceo se combinan con planos cortos y medio cortos, que suelen ser frecuentes. En cuanto a la angulación, muchas veces se opta por un ligero contrapicado que otorga mayor importancia a la figura.

- Código de composición y centros de interés. En la composición se marca el lugar que va a ocupar el centro de la imagen, en el que se intenta focalizar la atención del espectador. Para conseguir la coexistencia de varios centros de interés, hay que valerse de la profundidad de campo. A través de técnicas informáticas se hace posible situar en cada uno un centro independiente de los demás, pero relacionados entre sí. El problema llega con la ya nombrada celeridad de cambios visuales. Al ojo humano no le da tiempo a situar los centros ante tanto cambio de imagen. La antigüedad clásica sugería la sección áurea o regla de los tercios: las intersecciones de las líneas que dividen en tres partes la horizontal y diagonal de un rectángulo son los tercios: Los cuatro puntos donde se concentra la mirada, siendo el superior derecho el que

consigue la mayor atracción. El uso de estos puntos de atención, cercanos unos a otros, conseguirá que el espectador reconozca rápidamente los nuevos centros de interés ante el fugaz cambio de imágenes. Para que el espectador no se pierda, el centro de interés deberá ser colocado en un punto áureo y en el siguiente cambio, en otro punto que quede cerca del anterior.

- Código de iluminación. Se trata de un elemento expresivo base de todas las técnicas audiovisuales e imprescindibles para sugerir la sensación de tridimensionalidad: el encuadre, la perspectiva, la forma y la distribución inteligente sirve para aportar sensación sensible sobre estados de ánimo, preparando al espectador ante lo que va a suceder. Su utilización creativa ayuda a distinguir a un video-clip de otro, potencia unos colores sobre otros y otorga una textura particular a la imagen. Un recurso muy utilizado es el uso de flash de luz, rápido e irregularmente orientado sobre los elementos del campo. Es otra forma de desestabilización y sirve para cambiar de plano. En relación con los anteriores códigos, la iluminación debe desempeñar un papel principal a la hora de centrar y dirigir la atención de los espectadores, así como determinar la profundidad del campo y estar en consonancia con la ambientación elegida.

- Código de efectos visuales. Con claros antecedentes en el video artístico y experimental, el video-clip es el principal heredero en la actualidad de este tipo de experimentación. La gran diversidad de efectos visuales posibilita la coexistencia de imágenes de diferentes orígenes. Cumplen funciones como:

a) Ampliación o disminución de una parte de la imagen, provocando cambios de tamaño en personas u objetos.

b) Alteración de la relación figura y fondo, normalmente con el procedimiento *chroma-key*: la figura posee el don de la ubicuidad y no está condicionada por los parámetros espacio-temporales.

c) Simultaneidad de escenas y lugares, con la creación de entornos ficticios.

Efectos visuales:

- Incrustación: consiste en incluir una imagen en el interior de otra. Refleja el origen electrónico y se tornan perfectas como elementos retóricos dentro del video-clip.
- Sobreimpresión: fusión de dos puntos de vista diferentes en un mismo plano. Esto provoca una gran tensión visual que surge de la contradicción de lo que se percibe en cada uno.

La principal función de los dos efectos descritos es la de poner en escena recuerdos, sueños, fantasías, deseos.

- *Collages* electrónicos: incrustaciones de perfiles caprichosos o regulares que se interfieren de manera múltiple.
  - La fragmentación, que permite la generación de sección, giro, desplazamiento, del punto de vista.
  - Uso de distintos formatos (fotografías, pantalla múltiple) aumentan el nivel de imprevisibilidad, fragmentación y dinamismo.
- Código de relación. El video-clip es creado a partir de la elección de una canción, que marca su duración y el ritmo o tempo. La función sintagmática que cumple asociado a la música lo hacen un todo, una sola obra que consta de un significado concreto o abstracto. Cada imagen debe adaptarse a las características del fragmento con el coincide.

La música parece actuar como base de las imágenes, revelándose distintos modelos de compenetración:

1. Yuxtaposición. Simplemente consta de imágenes con música.
2. Divagación. Imagen en contacto con la música, se libera de objetos y narraciones, integrándose en un ambiente polisensorial.
3. Coincidencia: Se da una concordancia perfecta de la imagen con la música. Los movimientos de cámara, montaje, se acomodan perfectamente a las vicisitudes del tema musical. Lo cual, no implica que a imagen deba ilustrar la música.
4. Complementariedad. La imagen ayuda a entender el sentido, mensaje o intención que la canción quiera transmitir. Varias funciones o tipos de música:

- Música diegética: brota de forma natural del nivel figurativo y del espacio-tiempo de la imagen.
- Música extradiegética: no parte de la acción representada, sino que sirve como fondo y acompañamiento.
- Música diegética y extradiegética. Combinación de las anteriores.

### Anexo. 3

<b>Teoría feminista</b>	<b>Fundamento</b>	<b>Génesis</b>
Teoría de la diferencia	Posición y experiencia femenina de la mayoría de las situaciones difiere de la de la de los hombres.	Explicaciones biosociales Explicación institucional Explicación psico-sociológica.
Teoría de a desigualdad	Posición y experiencia femenina de la mayoría de las situaciones no solo difiere sino además, es menos privilegiada y desigual.	Explicaciones liberales Explicaciones marxistas Explicaciones de Marx y Engels Explicaciones marxistas contemporáneas
Teorías de la opresión	Posición femenina de la mayoría de las situaciones no solo es diferente y desigual sino que se hallan oprimidas.	Explicaciones psicoanalíticas Explicaciones radical-feministas Explicaciones socialistas feministas

## Anexo 4

### Kinesia

- La comunicación por imágenes fijas: Se basa en el empleo de signos analógicos o simbólicos .Es importante establecer: el sujeto y el contexto.
  - ❖ Imágenes realistas: representan la realidad en todos sus detalles estructurales y formales.
  - ❖ Imágenes esquemáticas: tienen cierta similitud con la realidad y que omiten los elementos insignificantes.
  - ❖ Imágenes simbólicas :convenios interpretativos
  - ❖ Imágenes abstractas. relación con el objeto relativa o sea , subjetiva imaginativa
- La imagen en movimiento (integra todo lo anterior –imagen fija).
  1. Movimiento en escena: movimiento realizado por la cámara que toma la acción.
    - a) Interior: la cámara se mantiene estática cambio de posición de los objetos se produce por desplazamiento relativo de unos a otros con los bordes de la pantalla. (Movimiento real)
    - b) Exterior: la cámara en movimiento y el objeto se mantiene estático pero sugiere que son estos los que se mueven.
    - c) Combinado: la unión de ambos movimiento (movimiento de la cámara y el objeto)
  2. Movimientos de cámara
    - a) Paneo: movimiento giratorio en torno al eje que la sostienen el plano horizontal (dar la idea de mirada o movimiento de cabeza de una persona hacia un lado y hacia el otro)(situación)
    - b) Tilt: movimiento vertical (similar al paneo) describe un objeto. (Como mirar de arriba a abajo)
    - c) Travelling: desplazamiento con eje horizontal y vertical fijos paralelos con el objeto.
    - d) Dolly : cámara fija alejándose o acercándose al objeto

❖ Dolly in: acción se produce por acercamiento

❖ Dolly back: se produce por alejamiento

e) Zoom: efecto similar al dolly .Se enmarca en un determinado fragmento.  
Se produce ópticamente y no por ilusión de la realidad, rompe con ella.

❖ Zoom in: acercamiento

❖ Zoom back: alejamiento

- Elementos de puntuación: Articulación de todos los elementos del lenguaje mediante pausas que permiten hilvanar al hilo temático
  1. Corte directo: empalme entre una secuencia y la siguiente
  2. Disolvencias: desvanecimiento de la intensidad de la imagen
  3. Disolvencias continuas: rompe y abre con disolvencias
  4. Encadenamientos: equiparación 50% de ambas, la desaparición de una presupone aparición de otro
  5. Cortinillas: cambio de una figura a otra a partir de un elemento originado en la imagen inicial

## **Cromatismo**

- Color: utilización connotativa y simbólica
  1. Rojo, naranja, amarillo cálidos.
  2. Verde, violeta, azul, fríos
- Contraste: combinación atractiva de los mensajes
  1. Negro sobre amarillo
  2. rojo sobre blanco
  3. negro sobre blanco, (viceversa)
  4. rojo sobre verde, (viceversa)
  5. azul fuerte sobre blanco.

## **Luminiscencia**

1. La reproducción de los contrastes
2. La iluminación
3. La nitidez
4. Intensidad: dentro del umbral de sensibilidad humana mayor intensidad del estímulo, efectividad.

### **Tempo**

- ❖ Celeridad
- ❖ Ralentización
- ❖ Tiempo real

### **Iconicidad**

La figuración: Materialidad de la imagen (carácter ideal cosificado) (grado de figuratividad)

- Grado de figuratividad
  1. Grado de iconicidad (escala)
  2. Grado de abstracción
- Complejidad
  1. Complejas
  2. Simples
- Trama
  1. Calidad
  2. Grosor de la trama
  3. Estructura
  4. La pregnancia (redundancia, fuerza de la forma)
  5. Dimensión estética
- Énfasis: Priorización del elemento esencial de la imagen

1. Situación
2. Tamaño
3. Posición
4. Configuración
5. Tono o color
6. Novedad: lo novedoso debe ser enfatizado
7. Redundancia: complementación o argumentación de información suficiente para que compense las pérdidas de contenido o de interpretación.
8. Ángulo y encuadre:
  - a) Enmarca el lugar de acción
    - ❖ detallar la acción (gran primer plano)
    - ❖ determinar el sujeto (primer plano) y su labor
    - ❖ relación acción –contexto
    - ❖ contexto general
  - b) Angulaciones: posición que adopte
    - ❖ Ángulo en picado: nivel superior
    - ❖ Ángulo contrapicado: nivel inferior
    - ❖ Plano a nivel: a la altura de los objetos
  - c) Encuadre: centrar figura u objeto
- Construcción de personaje:
  - a) Dimensión física-fisiológica: sexo, edad, descripción física (peso, altura), apariencia, defectos deformidades, enfermedades.
  - b) Dimensión social: clase social, ocupación, educación, religión, raza, nacionalidad, filiación política.
  - c) Dimensión Psicológica: historia familiar, Vida sexual, autoestima, actitud frente a la vida, habilidades, cualidades.
  - d) Motivos, necesidades e intenciones del personaje.