

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE CIENCIAS JURÍDICAS
DEPARTAMENTO DE DERECHO PENAL



VISIBILIZACIÓN Y ANÁLISIS JURÍDICO DE LA VIOLENCIA SIMBÓLICA QUE
SUFREN LAS MUJERES, ADOLESCENTES Y NIÑAS EN LOS ENTORNOS DE LOS
MEDIOS DE COMUNICACIÓN (REDES SOCIALES Y PUBLICIDAD).

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN TRATAMIENTO JURÍDICO DE LA VIOLENCIA
DE GÉNERO, CICLO II-2022

TRABAJO DE GRADO PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN
CIENCIAS JURÍDICAS

PRESENTADO POR:
EMELY BRIGITTE CASTRO MONTES

DOCENTE ASESOR:
LICDA. GEORLENE MARISOL RIVERA LÓPEZ

CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, FEBRERO DE 2023

Visibilización y análisis jurídico de la violencia simbólica que sufren las mujeres, adolescentes y niñas en los entornos de los medios de comunicación (redes sociales y publicidad).

Emely Brigitte Castro Montes

cm13050@ues.edu.sv

RESUMEN

LA sociedad salvadoreña aún es muy machista, pero parece que no se da cuenta, la normalización de ciertos tipos de violencia la hacen invisible, imperceptible tanto para hombres como para mujeres.

El cero interés en conocer más del tema sobre derechos de las mujeres es preocupante, porque continúan siendo violentadas y ni siquiera se dan cuenta. Hablar sobre estos temas, no es alarmista, es simplemente concientizar a las mujeres acerca de los tipos de violencia que existen.

La violencia simbólica, la cual es realmente interesante, no ataca a una niña, adolescente o mujer en específico, afecta a toda la comunidad femenina, con todo tipo de imágenes, anuncios, o estereotipos, que colocan a la mujer en una posición incómoda, al verse rebajada de nivel, porque el hecho de romantizar ciertas labores “Típicos de mujeres” no lo hace menos preocupante, violencia es violencia no importa qué implica esta.

La violencia simbólica nace desde la costumbre, es ahí donde se ve a la mujer simplemente como un accesorio, un objeto que logra que un producto se vea bonito, y aunque algunos se escudan diciendo que simplemente es humor en los anuncios o cualquier medio de comunicación esto sólo evidencia la falta de conocimiento sobre el tema de la violencia simbólica.

La cultura, la costumbre, la evidente normalización hacen de esta violencia una muy silenciosa, no suele terminar trágicamente, no es una violencia física, es más intelectual y degradante, pero que al igual que todas se sufrirá desde el principio de una vida.

Palabras clave: violencia, violencia simbólica, visibilización, medios de comunicación, redes sociales, sexismo, LEIV.

Visibilización y análisis jurídico de la violencia simbólica que sufren las mujeres, adolescentes y niñas en los entornos de los medios de comunicación (redes sociales y publicidad).

Emely Brigitte Castro Montes

cm13050@ues.edu.sv

INTRODUCCIÓN

En el presente ensayo, se abordan temas como: la violencia, violencia de género, el sexismo y como éstos están relacionados el uno con el otro para construir diversos tipos de violencia; en este caso, se hará énfasis en el desarrollo de la violencia simbólica tomando el entorno digital como referencia.

Particularmente se hará mención de los medios de comunicación, su nacimiento, crecimiento medios digitales y redes sociales como evolución respecto a los medios de comunicación tradicionales, y como son una ramificación de estos, llevan consigo tanto aspectos positivos como negativos.

En todos los medios de comunicación y publicidad tradicionales se maneja un formato el cual se tiene que seguir, existe regulación legal que sirve como método controlador, estas normas a cumplir con examinadas por las autoridades competentes, pero de igual forma se cometen algún tipo de violencia. Bien se sabe que ningún sistema es infalible y si bien nuestro país ha probado ser uno altamente machista, en los últimos años, se ha percibido un crecimiento en cuanto la visibilización y la regulación de los derechos de las mujeres, ya que algunos temas no son tomados con la importancia que se merecen.

1. ABORDAJE DE LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Para que podamos adentrarnos en el tema tenemos que saber que existen tres máximos poderes en el país, estos son; el poder ejecutivo, legislativo y judicial, el primero es el encargado de aprobar o derogar las leyes, el segundo se encarga de su creación y el tercero las hace cumplir, así de grande es el alcance que tienen estas tres entidades, y es que si no existiera al que muchos llaman el cuarto poder, estas tres figuras ¿tendrían la visibilización y peso que tienen hoy en día?

El cuarto poder son los medios de comunicación, se cree que este es el más temido por todos o la gran mayoría, porque lo que pueden hacer los medios de comunicación es colosal, pueden crear héroes o villanos, encubrir realidades, brindar conocimiento, entretenimiento, consuelo, alivio, diversión, etc.

Una de sus más grandes habilidades es la distribución de información y la normalización de esta, se encargan de facilitar el entendimiento de lo que no está aceptado y lo que sí lo es, y eso puede ser de mucha ayuda en algunas ocasiones, pero tan perjudicial en otras, y es que desde hace mucho tiempo existe cierto tipo de normalización en cuantos algunos temas, que no deberían ser aceptados, uno de esos puntos que están totalmente normalizados y que no deberían serlos es la violencia simbólica.

1.1. Precisiones conceptuales sobre la influencia de los medios de comunicación.

Antes de comenzar a hablar de lo que es la violencia simbólica debemos entender cuáles son las diferencias entre un par definiciones:

Es necesario aclarar ¿Qué es la violencia? Y según el diccionario panhispánico del español jurídico, es: *“Fuerza física que aplica una persona sobre otra y que constituye el medio de comisión propio de algunos delitos, como el robo y los delitos contra la libertad sexual, entre otros.”*¹ Este tipo de violencia es la más común, aplica para cualquier persona, sea, hombre, mujer, etc. y los únicos requisitos para determinar que es violencia es la agresión cometida, sea física, verbal, etc.²

Según la Organización de Naciones Unidas de Mujeres, *“La violencia de género se refiere a los actos dañinos dirigidos contra una persona o un grupo de personas en razón de su género. El término se utiliza principalmente para subrayar el hecho de que las diferencias estructurales de poder basadas en el género colocan a las mujeres y niñas en situación de riesgo frente a múltiples formas de violencia.”*³

¹ “Diccionario Panhispánico del Español Jurídico: Violencia”, Diccionario Prehispánico del Español Jurídico, acceso el 11 de noviembre de 2022, <https://dpej.rae.es/lema/violencia1#:~:text=1..la%20libertad%20sexual%2C%20entre%20otros>

² *Ibíd.*

³ “Organización de Naciones Unidas de Mujeres, Preguntas frecuentes: tipos de violencia contra las mujeres y niñas”, ONU Mujeres, acceso el 11 de noviembre de 2022, <https://www.unwomen.org/es/what-we-do/ending-violence-against-women/faqs/types-of-violence>

Este tipo de violencia, la violencia de género; es utilizada contra todos los grupos vulnerados y desprotegidos, sean hombres o niños que sufran algún tipo de agresiones, incluyendo algún grupo que no concuerde con el estereotipo, o no cumpla con la visión heteronormativa de la sociedad.⁴

Para comenzar a hablar sobre la violencia simbólica, la Ley Especial Integral Para Una Vida Libre De Violencia Para Las Mujeres, art. 9, literal g, “*Son mensajes, valores, iconos o signos que transmiten y reproducen relaciones de dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales que se establecen entre las personas y naturalizan la subordinación de la mujer en la sociedad.*”⁵ La violencia simbólica no es individual o específica, es generalizada, no es dirigida hacia alguien en concreto, es violencia pura contra un grupo determinado.⁶

Pocos saben de la existencia de este tipo de violencia, esto porque la violencia simbólica no representa un problema de riesgo físico, por lo que no le dan la atención que necesita.⁷

2. EL SEXISMO.

Para poder abordar el sexismo en las redes sociales se tiene que definir que es el sexismo, según la organización panamericana de la salud: “*Es una palabra que no obstante sus diversas definiciones se unifican en un mismo sentido: discriminación por razones de sexo.*”⁸

El sexismo es un acto de discriminación basado en el sexo biológico en el cual la mujer solo por nacer mujer es de segunda categoría y está atada a tipos de comportamientos⁹, una mujer lesbiana, es aún más rebajada porque no cumple con lo generalmente aceptado.¹⁰

⁴ “Organización de Naciones Unidas de Mujeres, Preguntas frecuentes: tipos de violencia contra las mujeres y niñas”, ONU Mujeres, acceso el 11 de noviembre de 2022, <https://www.unwomen.org/es/what-we-do/ending-violence-against-women/faqs/types-of-violence>

⁵ Ley Especial Integral Para Una Vida Libre De Violencia Para Las Mujeres (El Salvador: Asamblea Legislativa, 2010) artículo 9 literal g

⁶ *Ibíd.*

⁷ *Ibíd.*

⁸ “Organización Panamericana de la Salud, Sexismo”: EDELS, acceso el 13 de noviembre, <https://salud.gob.ar/dels/entradas/sexismo#:~:text=Es%20una%20palabra%20que%20no,discriminaci%C3%B3n%20por%20razones%20de%20sexo>

⁹ *Ibíd.*

¹⁰ *Ibíd.*

El hombre es visto como el líder por tener cabeza fría, pero a pesar de eso puede explotar y ser agresivo porque se considera su “naturaleza”, la mujer es vista como la que se deja llevar por sus sentimientos, pero no puede enojarse porque es vista como loca y caprichosa.¹¹

En los estereotipos del sexismo, la mujer tiene que ser dedicada a su familia, sumisa, educada, modesta, pero aun así complacer en todos los ámbitos al marido, ser sumisa ante el hombre y la religión en la cual el hombre es la más alta figura de poder.¹²

La sociedad tiene unos parámetros sólidos a los cuales se tienen que apegar las mujeres, pero ¿De dónde vienen estas reglas que se tienen que cumplir? De mucho tiempo atrás, ya que la mujer perfecta, la mujer de “casa” tiene que ser la viva imagen de María, madre de Jesús, mientras que la mujer que practica el libertinaje es llamada “Magdalena” la cual para poder acceder a una vida eterna en el paraíso necesito que un hombre le diese el perdón.

3. TECNOLOGÍA, REDES SOCIALES Y SU INFLUENCIA.

Si bien la primera computadora fue construida entre los años 1943 y 1945, la primera computadora personal se lanzó al mercado en el año de 1977¹³, en 1982 se crea el internet, pero no fue hasta el año de 1997 que aparece lo que podría considerarse la primera red social en la historia; IXDEGREES, consistía en localizar a otros miembros en la red y además crear listas de amigos,¹⁴ y este solo fue el comienzo de algo que sería imparable en el futuro.

La tecnología va de la mano con la innovación, y ahora con alcance está siendo mayor con el surgimiento de las redes sociales, en el año de 1998 estrena una película muy famosa que trata de la vida de un hombre que era vigilado las 24 horas del día, desde antes de su nacimiento, “The Truman Show: historia de una vida”, fue una película aclamada por la crítica por ese enfoque ficticio del ¿Cómo sería para el ser humano vivir desde afuera la

¹¹ Camila Calles Minero, Publicidad y violencia de género en El Salvador (Colección investigaciones Universidad Tecnológica de El Salvador)

¹² Ibid. 18-20

¹³ “Universidad EAFIT, Universidad de los niños/Red de las preguntas, ¿Cómo se creó la primera computadora?”, Universidad EAFIT, acceso el 20 de noviembre del 2022, <https://www.eafit.edu.co/ninos/reddelaspreguntas/Paginas/como-se-creo-la-primera-computadora.aspx>

¹⁴ BBC Neuw Mundo, BBC extras, SIX Degrees: como fue y quien creó la primera red social de internet, inspirada por la teoría de los “Seis grados”: BBC, <https://www.bbc.com/mundo/noticias-48558989>

vida de otros? Ser espectadores, vivirías alegrías y tristezas ajenas, pero sin ninguna repercusión.¹⁵

Y es que esta idea fue luego llevada a cabo en la vida real, reality shows, existen muchos, pero es inevitable pensar que ninguno poseerá la transcendencia que tiene desde el 2007 hasta hoy en día “Keeping up with The Kardashians” quien tiene de protagonistas a las mujeres que pusieron de moda un tipo de cuerpo.¹⁶

3.1. El sexismo en las redes sociales.

Los estándares arraigados de la sociedad traspasan al mundo digital, haciendo que la mujer se enfrente a nuevas reglas que cumplir para ser una mujer exitosa, una de ellas y la más importante es la apariencia, debe ser “de buen ver”, para que los likes suban, esto es un arma de doble filo, la mujer tiene que caminar en una delgada cuerda floja, entre ser llamada bonita y ser llamada promiscua o simplemente “Tonta pero linda.”¹⁷ En las redes sociales se generan inseguridades, ya que en estas nacen nuevos estándares de belleza imposibles y la mujer que los cumple es vista como una triunfadora.¹⁸

3.2. Diferencias entre hombres y mujeres en las redes sociales.

Una mujer para poder triunfar en las redes sociales tiene que ser atractiva, inteligente, carismática, cuidadosa al hablar y mantener la compostura, mientras que el hombre tiene que ser carismático y poseer un atractivo normativo, no tiene que verse espectacular e impecable en cada directo al interactuar con sus fans.¹⁹

Un claro ejemplo de esto, son los encasillamientos, una mujer normalmente con una carrera en las redes sociales generalmente se dedica al ámbito de la moda, make-up, manualidades o cosas del hogar, etc., los hombres se pueden dedicar a estos mismos entornos y todo

¹⁵ Anabel Recinos, (Licenciada en Ciencias Jurídicas, especialista en Justicia Penal, Gestión de la aplicación de la ley, miembro de Agrupación Ciudadana por la Despenalización del Aborto) en conversación del 25 de febrero del 2023

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Cindy Noemy Gonzáles Barrera, (licenciada en ciencias jurídicas, especialista en prevención de violencia de género) en conversación del 18 de febrero del 2023

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Anabel Recinos, (Licenciada en Ciencias Jurídicas, especialista en Justicia Penal, Gestión de la aplicación de la ley, miembro de Agrupación Ciudadana por la Despenalización del Aborto) en conversación del 25 de febrero del 2023

estará bien, pero, las mujeres con canales o redes sociales dedicados específicamente a los deportes o juegos de videos, son fuertemente cuestionadas, los hombres casi les hacen un interrogatorio de los temas básico que tienen que saber y manejar para poder hablar de eso.²⁰

4. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES Y LA VIOLENCIA SIMBÓLICA.

Los medios de comunicación tradicionales como la televisión, radio, periódico y otros como anuncios publicitarios en bancas, letreros, murallas etc. operan modelos sutiles y no tan sutiles de violencia simbólica apoyándose en lo tradicional y cultural, lo que esta aceptado y lo que no.

Las marcas hacen un sondeo de lo que está de moda, al final eso es lo que vende, lo mismo pasa con lo que ahora es conocido como “Políticamente correcto”; y los movimientos como Black Lives Matter o Me Too venden y venden mucho, porque hasta que algo no toma relevancia en algún sector, es ignorado.

Hace un par de años, más específicamente en los 2000, no importaba que los comerciales se apegaran a los roles de géneros impuestos por la sociedad, siempre colocaban en los anuncios de productos de limpieza del hogar a mujeres, limpiando enérgicamente; estas siempre tenían que lucir, limpias, arregladas, felices porque lograron quitar esa mancha y para los productos como aceites de autos casi siempre utilizaban a un hombre.²¹

En esos años era normal utilizar a una mujer, sexualizándola, usando cierto tipo de ropa generalmente ajustada, haciendo movimientos y voz seductora, convirtiéndola en un objeto de ventas estereotipado que socialmente eran aceptados en esos tiempos.

La violencia simbólica que surge en los medios de comunicación tradicionales, no señala directamente a una sola niña, adolescente o mujer, afecta a todas, y esto es posible por

²⁰ Anabel Recinos, (Licenciada en Ciencias Jurídicas, especialista en Justicia Penal, Gestión de la aplicación de la ley, miembro de Agrupación Ciudadana por la Despenalización del Aborto) en conversación del 25 de febrero del 2023

²¹ Cindy Noemy Gonzáles Barrera, (Licenciada en Ciencias Jurídicas, especialista en prevención de violencia de género) en conversación el 18 de febrero del 2023

como esta violencia está estructurada, ya que según el autor Johan Galtung se divide en, violencia directa, estructural y cultural.

Violencia directa es cuando se “permite la identificación inmediata de un autor y su vinculación con un acto de violencia,”²² mientras que “la violencia estructural emerge y forma parte de la estructura social, estando presente en las formas sociales y estructurales de la explotación y marginación de las personas.”²³ pero luego “la violencia cultural y sus formas perduran básicamente bajo las mismas apariencias culturales específicas durante espacios de tiempo largos.”²⁴

Durante mucho tiempo la violencia simbólica fue aceptada por la sociedad, incluso no se tomaba como violencia. Se ocupaba y se sigue ocupando a la mujer como un objeto de comercialización, y es que no solo en la publicidad se puede ver reflejada esta violencia, cada noticiero debe tener a la “Chica del clima”²⁵ las presentadoras tienen que verse muy producidas, con peinado, maquillaje y vestimenta, mientras que el hombre siempre lleva un traje, la diferencia es tan extrema que en el 2014 el presentador australiano Karl Stefanovic, uso un único traje por 12 meses y nadie se dio cuenta,²⁶ la mujer es duramente criticada si luce descuidada o fuera de tono y el hombre no..

Hoy en día ya no es tan aceptado esta forma de violencia y degradación femenina, aun se ve, pero es muy cuestionable y criticada, más que todo por las nuevas generaciones que por las antiguas y eso demuestra avances respecto a la conciencia de dicho tipo de violencia.

²² Profa. Dra. Rita M. Radl Philipp “Medios de comunicación y violencia contra las mujeres. Elementos de violencia simbólica en el medio de televisión” *Revista Latina de Sociología*, (2011) 08, <http://revistalatinadesociologia.com>

²³ *Ibíd.*

²⁴ *Ibíd.*

²⁵ Cindy Noemy Gonzáles Barrera, (Licenciada en Ciencias Jurídicas, especialista en prevención de violencia de género) en conversación del 25 de febrero del 2023

²⁶ “BBC NEWS el mundo, El presentador que uso el mismo traje un año y nadie se dio cuenta” BBC, 2018, https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/11/141118_sociedad_australia_presentador_tv_ropa_men#:~:text=Karl%20Stefanovic%2C%20presentador%20de%20televisi%C3%B3n,Nadie%20se%20dio%20cuenta%22%20dijo

5. EJEMPLOS DE VIOLENCIA SIMBÓLICA NACIONAL E INTERNACIONAL.

5.1. Nacional.

5.1.1. Caso; “Dale más Pilsener a la toxica”²⁷

En El Salvador se encuentran muchos ejemplos de violencia simbólica, en cuanto los medios de comunicación tradicional y redes sociales, uno de los ejemplos a los que se puede hacer referencia es: “DALE MÁS PILSENER A LA TÓXICA, TAL VEZ ASÍ TE DA LA DONA. Del 3 al 6 de septiembre 2x1 en cerveza nacional”.

El restaurante La Playa ofreció un comunicado expresando sus disculpas y declarándose en contra de todo tipo de violencia contra la mujer, el hecho de tan solo sacar este tipo de publicidad que vulneran los derechos de las mujeres, y les niega vivir una vida libre de violencia los hace incurrir en violencia de la cual dicen estar en contra.

Un punto a favor es que el anuncio “Dale más pilsener a la tóxica...” se hizo viral en redes sociales por la clara violencia ejercida hacia las mujeres, recibiendo muchas críticas de parte de hombres y mujeres, por este motivo fue que sacaron el comunicado disculpándose.

Se desconoce si los propietarios del restaurante La Playa estaban conscientes de que estaban ejerciendo algún tipo de violencia en contra de las mujeres y aun así publicaron esa promoción o realmente son ignorantes en cuanto todos los tipos de violencia existentes.

5.2. Internacional.

5.2.1. Caso “Funeraria López te desea una feliz navidad”²⁸

En la navidad del año 2012 en Guatemala, a los propietarios de una de las sucursales de funerarias López se les ocurrió hacer un promocional para desearles una feliz navidad a todos sus futuros clientes, una idea buena para aprovechar las fiestas y darse publicidad, pero el gran error fue de la manera que fue ejecutado.

²⁷ Diario El Mundo “Restaurante recibe críticas por publicidad señalada de incitar violencia contra la mujer” *Redacción Web-Dem*, (5 de septiembre de 2020), acceso el 3 de diciembre de 2023, <https://diario.elmundo.sv/Nacionales/restaurante-recibe-criticas-por-publicidad-senalada-de-incitar-violencia-contra-la-mujer>

²⁸ Alfred López, “Ya está el listo que todo lo sabe, la verdad sobre el famoso video de la funeraria López”, *Blog 20 minutos*, (18 de diciembre de 2012), acceso el 15 de diciembre de 2023, <https://blogs.20minutos.es/yaestaellistoquetodolosabe/tag/funeraria-lopez-les-desea-feliz-navidad/>

Es el caso que los propietarios de esa sucursal quisieron compartir su espíritu navideño colocando un video en su canal de YouTube, un comercial donde se mostraba a mujeres con disfraces de Santa Claus diminutos mientras hacían poses sugerentes, incluso posando dentro de uno de los féretros mientras que un hombre con ropa normal de calle hablaba como si nada extraño o perturbador estuviera pasando.

Las personas que vieron el anuncio se indignaron al ver cómo faltaban el respeto a los muertos, al ser ese su último lecho y era profanado por mujeres que por dinero hacían cualquier cosa, dejando de lado toda la violencia ejercida hacia las mujeres y además culpándolas por los hechos que hacían.

5.2.2. Caso; La pesadilla navideña de Peloton²⁹

Continuando con las campañas para navidad, la empresa estadounidense Peloton, en el año 2019, presentó un anuncio publicitario, que con el contexto adecuado, tal vez hubiera funcionado, no lo hizo, sacando a la luz un comercial que hasta la época los persigue.

El anuncio muestra como un hombre, haciendo el papel de esposo, le da como presente navideño una bicicleta a la mujer con el papel de esposa, esta se pone realmente feliz, la utiliza todos los días haciendo videos diarios para luego proceder a enseñárselos a su esposo, para que vea como utiliza su regalo todo el tiempo, por lo que se insinúa que la mujer tiene que ser delgada para ser bonita y la mujer ideal.

La empresa perdió 1.5 millones de dólares de valor en su marca en todo el mercado, las acciones tuvieron un declive del 15% y sumado a eso perdieron más de 1.6 billones de dólares en sus ventas de productos.

²⁹ El país, “La pesadilla navideña de Peloton: el peor anuncio del año hunde al marido y relanza a la mujer” *S Moda/Actualidad*, (8 de diciembre de 2019), acceso el 20 de diciembre del 2022, <https://smoda.elpais.com/moda/anuncio-navidad-peloton-viral-bromas-ryan-reynolds/>

6. LEGISLACIÓN INTERNACIONAL SOBRE LA VIOLENCIA SIMBÓLICA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

6.1. CEDAW, recomendación general número 19: la violencia contra la mujer.³⁰

o De conformidad al Antecedente 12:

“Estas actitudes también contribuyen a la difusión de la pornografía y a la representación y otro tipo de explotación comercial de la mujer como objeto sexual, antes que como persona. Ello, a su vez, contribuye a la violencia contra la mujer”.

Se hace referencia a la mujer como un objeto sexual, ya que algunas empresas utilizan la imagen de la mujer para promocionar sus productos, pero lo hacen de una forma sexual, el antecedente 12 cuida que la mujer sea vista como una impulsadora de una marca, no que sea vista como parte del paquete.

6.2. CEDAW, recomendación general número 35: la violencia contra la mujer.³¹

o Según las Previsiones D (I, II y III) se debe:

“Aprobar y aplicar medidas eficaces para alentar a los medios de comunicación a que eliminen la discriminación contra la mujer, en particular la divulgación de una imagen perjudicial y estereotipada de las mujeres o de determinados grupos de mujeres...”.

Este literal hace hincapié en la regulación de los medios de comunicación y la distribución de la imagen de la mujer estereotipada, el control de la visibilización y esparcimiento de aquellas imágenes que muestren algún tipo de violencia hacia la mujer, un trato adecuado a aquellas notas sensibles que hablen de alguna víctima o sobreviviente de violencia.

³⁰ CEDAW, recomendación general número 19: la violencia contra la mujer (11° período de sesiones (29/01/1992)*) antecedente 12

³¹ CEDAW, recomendación general número 35: la violencia contra la mujer (26 de julio de 2017) B, prevenciones, D, I, II, III

7. LEGISLACIÓN SALVADOREÑA SOBRE LA VIOLENCIA SIMBÓLICA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

7.1. Constitución de la República de El Salvador.³²

La constitución deja bien claro en su artículo 3, la igualdad que poseen todos los salvadoreños ante la ley, por eso no acepta ningún tipo de discriminación, ya sea por raza, posición económica, procedencia, sexo, etc. por lo cual se entiende que la mujer debe ser respetada al igual que el hombre, ambos son figuras poseedoras de derechos a los cuales pueden aferrarse en el caso de sufrir algún tipo de agresión.

En el artículo 6, deja claro que, si bien todos los salvadoreños pueden gozar de la libre expresión como manifestadas en ideas, opiniones escritas y verbales; estas tienen que manifestarse de una forma respetuosa para que no altere el orden público ni lesione la moral, el honor o la privacidad de los demás. Debe recordarse que cada persona posee una esfera jurídica y los derechos terminan si alteran de cualquier forma la esfera de alguien más.

Ahora siempre el artículo 6, habla de la censura, esto se hace cuando una obra destinada al público en general presenta ciertos símbolos, acciones o lenguaje que no es apto para el contexto donde se presenta. Si el artista no quiere sufrir de censura, (acto de suprimir o modificar su trabajo y ajustarlo para el público en general), tiene que colocar advertencias de lo que su obra presenta, entonces la censura ejecutarse en cualquier espectáculo o acto que violente a terceros, y si bien esto puede verse como una limitación al derecho de expresión, no lo es.³³

Y si bien en la Constitución, como tal no existe un artículo textual, alguna referencia que sea expresa respecto a la regulación de la publicidad, esta se puede colocar en el mismo saco de regulación de todo lo que son los espectáculos públicos, por lo que se critica que la publicidad fue y es hasta el día de hoy solamente considerada desde el punto de vista comercial, economista o contractual por lo que lógicamente no considera los puntos valorativos o sociales de la publicidad, todo esto encadenado a los derechos de las mujeres, ya que solo son vistas como un instrumento que hace que el mercado se mueva.

³² Constitución de la República de El Salvador (San Salvador el salvador 1983) artículo 3

³³ Cindy Noemy Gonzáles Barrera, (Licenciada en Ciencias Jurídicas, especialista en prevención de violencia de género), en conversación del 25 de febrero del 2023

7.2. Ley del Instituto Salvadoreño para el Desarrollo de la Mujer (ISDEMU).³⁴

Si bien en los últimos siglos la mujer ha podido dar un gran paso en cuanto la igualdad de derechos y otros aspectos esto no es suficiente, ya que continua la desigualdad entre hombres y mujeres. Por eso es, necesario la creación de proyectos y programas que le muestren no solo a los hombres sino que también a las mujeres el correcto desarrollo social, cultural, político etc. donde tiene que vivir y crecer una mujer.

El ISDEMU también propone una adecuación de la legislación nacional a todas las convenciones internacionales ratificadas por El Salvador, principalmente la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer y la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia Contra la Mujer, así como dar seguimiento a las plataformas de acción emanadas de las conferencias internacionales relativas a la promoción de la mujer. De igual forma, le corresponde el divulgar, promover y propiciar el efectivo cumplimiento de dichos convenios.

7.3. Ley de Igualdad, Equidad y Erradicación de la Discriminación contra las Mujeres.³⁵

Esta ley en su artículo 4 ordena a las instituciones pertenecientes al Estado que ejecuten acciones permanentes para que se pueda eliminar todo tipo de comportamiento y funciones sociales discriminatorias que la misma sociedad asigna tanto a hombres como mujeres, ya que estas crean una desigualdad en las condiciones de vida en el ejercicio de los derechos.

En el artículo 5 se establece como principios rectores la equidad, la no discriminación, este en torno al hombre y la mujer, puesto que el objeto en sí de la LIE es crear las bases jurídicas explícitas que orienten a los ciudadanos en cuanto la igualdad de derechos de todos los salvadoreños.

En el artículo 34 indica que los medios de comunicación que no sean tradicionales, los medios de comunicación social y de titularidad pública están atados de igual forma a la ley,

³⁴ Ley del Instituto Salvadoreño para el Desarrollo de la Mujer (El Salvador: Asamblea Legislativa, 1996)

³⁵ Ley de Igualdad, Equidad y Erradicación de la Discriminación contra las Mujeres. (El Salvador: Asamblea Legislativa, 2011) artículo 4

y tienen que transmitir una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de las funciones de las mujeres y hombres en la sociedad.

7.4. Ley Especial Integral para una Vida Libre de Violencia para las Mujeres (LEIV).³⁶

Como su nombre lo indica esta ley busca que las mujeres tengan una vida libre de violencia, esto va de la mano tanto con los convenios internacionales como la legislación nacional, la LEIV si tiene un párrafo textual en cuanto la publicidad sexista.

Es su artículo 8 literal g, expresa:

“Publicidad Sexista: Es cualquier forma de publicidad que transmita valores, roles, estereotipos, actitudes, conductas femeninas y masculinas, lenguaje verbal y no verbal, que fomenten la discriminación, subordinación, violencia y la misoginia.”

Por lo que este artículo cubre todo tipo de discriminación en la publicidad de nuestro país.

Luego en el artículo 9, siempre en el literal g deja ver la definición de violencia simbólica, donde prácticamente señala todo tipo de mensajes, valores, iconos, etc., que agredan a la mujer.

En el artículo 22 establece que es responsabilidad del ministerio de gobernación proteger la imagen de la mujer en el más amplio sentido esto por los principios constitucionales y viene de la mano con los convenios internacionales que buscan la protección de la imagen de la mujer.

7.5. Ordenanza reguladora de elementos publicitarios del municipio de San Salvador, departamento de San Salvador³⁷

- o Prohibiciones de los elementos publicitarios

Artículo 15, literal i)

³⁶ Ley Especial Integral para una Vida Libre de Violencia para las Mujeres (LEIV) (El Salvador: Asamblea Legislativa, 2010) artículo 8, 9 y 22

³⁷ Ordenanza Reguladora de Elementos Publicitarios del Municipio de San Salvador, Departamento de San Salvador (El Salvador: Concejo Municipal de San Salvador, 2012) artículo 15

Habla sobre la prohibición de colocar contenido publicitario donde se muestren todo tipo de imágenes de mujeres siendo menospreciadas, estereotipadas o sexualizadas, por lo cual se tendrá sumamente cuidado a la hora de decidir que publicidad es adecuada o no.

8. JURISPRUDENCIA SALVADOREÑA SOBRE LA VIOLENCIA SIMBÓLICA.

Resolución 572-1-2017³⁸

Fecha de la Resolución: 02/05/2018

Esta resolución se trata de que el dieciséis de mayo del dos mil dieciséis se da un aviso de parte del ISDEMU, este aviso trataba sobre la campaña publicitaria “ESTOY DISPONIBLE” donde el objetivo era anunciar que las vallas publicitarias estaban disponibles para su uso, ¿cuál era el problema de esta publicidad? Se mostraba a mujeres con muy poca ropa en poses sugerentes y en texto gigante decía “ESTOY DISPONIBLE” y abajo en una de las esquinas superiores en texto muy pequeño pero legible decía “ATENTAMENTE: LA VALLA” y luego un número de teléfono de contacto donde podrían consultar como acceder a esta valla.

La pregunta es ¿Cuál era la necesidad de colocar a mujeres en poses y textos sugerentes dando a entender algo de índole sexual, en publicidad donde la finalidad era anunciar que las vallas estaban disponibles para su uso?

El señor HAROLD IGNASIO L. Z. afirma su inocencia con alegatos como que el en ningún momento está agrediendo a ninguna mujer y hace énfasis de que nacionalmente e internacionalmente también existe publicidad de ese tipo, dice que él no puede ser misógino porque fue criado por una mujer, tiene una esposa a la que ama y también ama a sus hijas.

Lo que deja ver la ignorancia que posee el señor HAROLD IGNASIO L. Z. en cuanto a los tipos de violencia que existen y que están regulados en el país, ya que el señor antes mencionado da ejemplos de otros casos pero si bien la amplia normalización es grande esto no significa que no sea violencia, que sea normal no significa que este bien, y lo que es preocupante es esto mismo, la gran cantidad de ejemplos que existen no solo nacional sino

³⁸ Sala de lo Constitucional, Sentencia con referencia 572-1-2017, (El Salvador: Corte suprema de justicia, 2 de mayo del 2018)

también internacionalmente, esto pone en evidencia la falta de conocimiento en cuanto los tipos de violencia que existen.

Por lo tanto ya que el señor HAROLD IGNASIO L. Z. trasgrede los artículos, 4, 5 y 9 del Código Autorregulación, así como la Ley Especial Integral para una Vida libre de Violencia para las Mujeres, por tratarse de publicidad sexista se dio el fallo:

“CONDENA PENAL: declarase penalmente responsable al imputado HILZ, a la multa de VEINTE (20) SALARIOS MINIMOS DEL COMERCIO Y SERVICIO, como Autor directo del delito calificado de manera definitiva como: EXPRESIONES DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES, previsto y sancionado en el art. 55. A LEIV, en perjuicio de la COMUNIDAD DE MUJERES.”

CONCLUSIONES.

La visibilización de la violencia simbólica no es una prioridad, muchas mujeres no saben ni que este tipo de violencia existe, toman como normal esos anuncios donde estereotipan o sexualizan a la mujer, donde romantizan un tipo de abuso.

Se debe seguir trabajando en darle la voz que se merece, y es que es entendible que se deje olvidado un tema el cual no necesita ser tratado de inmediato porque una vida depende de la rapidez con la que se actúe, el surgimiento de nuevas leyes, están pavimentando el camino para por fin lograr un país libre de violencia de genero.

El conocimiento es poderoso y en esta ocasión una vez se logra visualizar la realidad del problema es imposible dejar de verlo, y es quizá por esta razón que la mayoría decide ignorarlo, porque la verdad incómoda, no es bonita, y darte cuenta que algo a lo que estas acostumbrado, algo que es normal, está mal, se sabe que tienes que dejar de hacerlo, y la costumbre es muy fuerte, el desaprendizaje no es sencillo, pero tiene que lograrse.

BIBLIOGRAFÍA

Anabel Recinos, (Licenciada en Ciencias Jurídicas, especialista en Justicia Penal, Gestión de la aplicación de la ley, miembro de Agrupación Ciudadana por la Despenalización del Aborto) en conversación del 25 de febrero del 2023

BBC News Mundo “SIX Degrees: como fue y quien creó la primera red social de internet, inspirada por la teoría de los Seis grados”. *BBC extras*, (8 de junio de 2019) <https://www.bbc.com/mundo/noticias-48558989>

Calles Minero, Camila, Francisca Guerrero, Morena L. Azucena y Hazel Bolaños. *Publicidad y violencia de género en El Salvador* (Colección investigaciones Universidad Tecnológica de El Salvador)

CEDAW, recomendación general número 19: la violencia contra la mujer (11º período de sesiones (29/01/1992)*)

CEDAW, recomendación general número 35: la violencia contra la mujer (26 de julio de 2017)

Cindy Noemy Gonzáles Barrera, (Licenciada en Ciencias Jurídicas, especialista en prevención de violencia de género) en conversación el 18 de febrero del 2023

Constitución de la República de El Salvador. El Salvador: Asamblea Legislativa de El Salvador, 1983)

Crónica en directo. “Los homosexuales pueden comer otra pasta”. *Crónica Directo* (22 de enero de 2018) https://cronicaglobal.elespanol.com/cronica-directo/sucesos/barilla-homosexuales_115469_102.html

Diario El mundo. “Restaurante recibe críticas por publicidad señalada de incitar violencia contra la mujer” *Diario El Mundo, Redacción Web-Dem* (5 de septiembre de 2020) <https://diario.elmundo.sv/Nacionales/restaurante-recibe-criticas-por-publicidad-senalada-de-incitar-violencia-contra-la-mujer>

“Diccionario Panhispánico del español jurídico: Violencia”. Diccionario Panhispánico del español jurídico, acceso el 11 de noviembre de 2022. <https://dpej.rae.es/lema/violencia1#:~:text=1..la%20libertad%20sexual%2C%20entre%20otros>

El País, “La pesadilla navideña de Peloton: el peor anuncio del año hunde al marido y relanza a la mujer”. *El País, Actualidad* (8 de diciembre de 2019) <https://smoda.elpais.com/moda/anuncio-navidad-peloton-viral-bromas-ryan-reynolds/>

Ley de Igualdad, Equidad y Erradicación de la Discriminación contra las Mujeres. El Salvador: Asamblea Legislativa de El Salvador, 2011.

Ley del Instituto Salvadoreño para el Desarrollo de la Mujer. El Salvador: Asamblea Legislativa de El Salvador, 1996.

Ley Especial Integral para una Vida Libre de Violencia para las Mujeres (LEIV). El Salvador: Asamblea Legislativa de El Salvador, 2010.

López Alfred, “Ya esta el listo que todo lo sabe, la verdad sobre el famoso video de la funeraria López,” *Blog 20 minutos* (18 de diciembre de 2012) <https://blogs.20minutos.es/yaestaellistoquetodolosabe/tag/funeraria-lopez-les-desea-feliz-Navidad/>

Ordenanza Reguladora de Elementos Publicitarios del Municipio de San Salvador, Departamento de San Salvador. Consejo Municipal de San Salvador, 2012

Sala de lo Constitucional. Sentencia con referencia 572-1-2017. El Salvador: Corte Suprema de Justicia, 2017.