Escrito por Judith Alonso
Lunes, 25 de Noviembre de 2013 10:51

El machismo es cada vez más palpable en la sociedad actual, especialmente entre la juventud.

En términos generales todos podríamos ser capaces de vincular el machismo con la violencia de género, la agresividad lingüística de un hombre hacia una mujer, etc., ahora bien, ¿dónde queda todo ese tipo de violencia imperceptible que también existe y golpea cada día a la mujer trabajadora?

Esta pregunta puede resolverse prestando atención a nuestro entorno social que, día tras día, debido a la división sexual del trabajo, refuerza esas actitudes machistas cada vez más interiorizadas por la sociedad oprimiendo y denigrando así la imagen de la mujer, al igual que a ella misma.

Dando por obvia la visualización de todas esas acciones y actitudes que pueden y deben ser categorizadas como violencia perceptible (la imposición del trabajo doméstico, la discriminación con respecto a las tareas reproductivas, la desigualdad en la crianza de los hijos e hijas, el intercambio desigual en las relaciones afectivas, igual que la servidumbre sexual y reproductiva de la mujer) se da a conocer toda esa otra violencia imperceptible para su reacción y concienciación, además de la reflexión social frente a ésta de ambos sexos.

Hoy en día, en el S.XXI, encontramos esta llamada violencia imperceptible, como también podría hacerse llamar maltrato psicológico, reflejada en la mayoría de los *spams* del mercado, mediante el marketing, utilizados como medio de difusión. Por lo pronto, todos los anuncios televisivos que reducen el papel social de la mujer al cuidado del hogar, sin contemplar la posibilidad de que éstos queden repartidos entre ambos sexos y el hombre deba cumplir también con estas tareas como una ocupación más del día; pero, más lejos aún, otros ejemplos que afectan aun muchísimo más directamente a la juventud.

Dentro del maltrato psicológico que afecta especialmente a la juventud, encontramos el ejercido por la industria musical.

La juventud está expuesta continuamente a la música comercial, ya sea en televisión, radio, internet, bares, lugares de ocio, etc., la cual está infectada de mensajes con gran variedad de

denigraciones a la mujer a través de sus letras, o ya sea también a través de los videoclips reproducidos en internet y los televisores de sus casas u hogares.

A partir de dichos videoclips se difunde la imagen preestablecida de la mujer bonita, sensual y atractiva, reduciendo la valía de la mujer a un mero objeto sexual para la atracción del hombre, a la par que mediante la letra se transmite el mensaje patriarcal. Este mensaje, de manera directa o indirecta, consciente o subconsciente, impregna al joven y a la joven trabajadora de esas actitudes machistas, lo cual en último término genera las comunes relaciones de dependencia o relaciones meramente sexuales que predominan entre ambos géneros.

En este tipo de relaciones la persona dependiente y controlada fuertemente es la mujer, llegando a provocar incluso importantes y graves enfermedades como la anorexia o la bulimia, ambas resultado de la propaganda visual de los videoclips. Todo tipo de depresiones porque el "amor de su vida" le ha obsesionado con su físico, con su manera de ser o con su carácter, no permitiéndole ser ella misma y terminando por hacerla encajar en la imagen y el concepto estereotipados.

Todos estos conceptos y ejemplos forman parte de un sistema de dominación que no puede ser abolido si no es con la previa supresión de la propiedad privada de los medios de producción, como base para la eliminación de la división sexual del trabajo. Por tanto, a la lucha contra el patriarcado también debemos incorporar a la otra mitad de la clase obrera, al hombre, para superar esta problemática desde la unidad de clase; porque sin esta respuesta, la violencia machista seguirá patente durante todas nuestras vidas.