

# Camins oximorònics

Vanesa Gamero González  
Milena Gamero González

PID\_00174452



Universitat Oberta  
de Catalunya

[www.uoc.edu](http://www.uoc.edu)



# Índex

<b>Introducció</b> .....	5
<b>1. L'individu connectat o l'individu aïllat</b> .....	7
1.1. El sentit individual i relacional del nostre jo .....	8
<b>2. Percepció social i tecnologies "socials"</b> .....	10
2.1. Facebook .....	10
<b>3. Sexualitat</b> .....	16



## Introducció

### "El dinosaurio"

Quando despertó, el dinosaurio todavía estaba allí.

Augusto Monterroso. "El dinosaurio".

Aquest recorregut tan llarg pels diferents subjectes i objectes tractats en els mòduls ens fa passar per camins que porten a diferents llocs de reflexió i comprensió dels fenòmens psicològics, socials, culturals, històrics, físics, etc. Aquests camins de vegades són plens d'obstacles, o no tenen sortida, o només fan més llarg el camí o, tot i que menys, aporten una mica de llum a les contradiccions inherents en molts dels aspectes tractats.

Per això volem plantejar aquest cinquè mòdul com a conclusió o epíleg, amb exemples que recullen tot allò de què hem parlat i que il·lustren amb concreció el més abstracte, la naturalesa oximorònica i heteròclita del llenguatge, dels discursos, del que anomenem **social**.

La intimitat s'ha transformat en extimitat, mitjançant un camí oximorònic de la privacitat a la Xarxa: **la intimitat pública**. Conceptes nous creen i reifiquen realitats noves. En aquest cas, molt relacionat amb el fenomen de *disclosure*, es fa evidentment el debat generat: com podem anomenar intimitat allò que fem públic a la Xarxa o els mitjans? Recordem que el concepte es va estendre ràpidament arran de la història de la participant de *Big Brother* al Regne Unit Jade Godoy, que va aparèixer a tots els mitjans. Tothom va poder seguir el diagnòstic de la seva malaltia, el procés de la malaltia i la seva mort. Aquest fenomen va generar moltes opinions i controvèrsies: on són els límits? Hi ha límits? Tot pot ser públic? Allò més privat i personal pot ser estès a la gran xarxa virtual a què ens vinculen tots els mitjans? Deixant de banda aspectes morals i ètics, aquest succés va esdevenir notori atenent al qüestionament de què considerem com a **intimitat**.

Quan Pablo Fernández (1999) ens parla de l'afectivitat col·lectiva, del magma afectiu, ens diu que:

Los sentimientos no están en nosotros, sino nosotros dentro de ellos. Nosotros no tenemos sueños: los sueños nos tienen a nosotros.

Pablo Fernández (1999). *La afectividad colectiva* (pàg. 63). Mèxic: Aguilar/Altea/Taurus/Alfaguara.

### "El dinosaurio"

"El dinosaurio", de l'autor Augusto Monterroso, era el conte més curt del món fins que va aparèixer "El emigrante", del mexicà Luis Felipe Lomelí, l'any 2005. Tots dos són exemples de narracions que il·lustren que no cal un gran relat, història, explicació, conversa, etc. que doni, formi i constitueixi el que entenem per narració.

De la mateixa manera, nosaltres entenem la intimitat com un sentiment. Afectivament no podem definir l'objecte, el sentiment, però sí totes les situacions que el contenen i li donen forma. Així, definir la intimitat com a objecte d'estudi no és possible, però sí que es pot fer l'anàlisi col·lectiva de la intimitat.

## 1. L'individu connectat o l'individu aïllat

Un dels debats més preponderants ha estat el debat sobre si cal considerar que les noves tecnologies de la comunicació han produït un gir en la societat. Amb el nou àmbit tecnològic, vivim en una reeducació que genera conductes i actituds noves vers les nostres relacions. Aquesta nova situació ha estat estudiada des de diferents vessants, però han estat dos els punts de vista més destacats. Hi ha els autors que advoquen que aquest nou context afavoreix les relacions humanes i apropa la gent: persones que abans no tenien possibilitat de relacionar-se ara sí que poden fer-ho; d'altra banda, hi ha els autors que advoquen per una individualització i decadència de l'ésser humà.

Els dos posicionaments són clars: autors que parlen d'aïllament i autors que parlen del contrari, ja que moltes persones es mantenen en contacte estant físicament separades. Sovint el contacte és experimentat i percebut amb més qualitat, amb més grau de proximitat, de suport i de presència de l'altre.

Contràriament a les crítiques que ho han titllat de pseudorelació, cal mirar aquestes formes de relacionar-se i comunicar-se com una possibilitat que ens ofereixen les noves tecnologies, una preferència i no pas una relació deficitària o incompleta. Moltes persones, especialment les noves generacions, es comuniquen així, no perquè no es puguin comunicar presencialment, és una opció que trien voluntàriament.

Molts pares expliquen preocupats que els seus fills prefereixen esperar-se que l'ordinador de casa estigui lliure per a xatejar amb els amics que no pas trucar per telèfon. En un dels casos, la filla, que havia de parlar urgentment amb una amiga, quan el pare li va suggerir que li truqués, li va respondre: "prefereixo esperar-me i parlar per aquí [referint-se a l'ordinador] **perquè així penso millor el que dic**".

Les noves generacions diuen que no poden viure sense mòbil i Internet, senten desolació i aïllament. Hi ha hagut molts canvis; fins i tot petits detalls ens fan adonar d'aquesta nova situació. Els mòbils creen inseguretat quan el que es creu és que creen seguretat. Poder contactar amb una persona sempre que es vulgui o poder fer-ho sembla que justifiquen la necessitat de tenir mòbil en termes de seguretat. No obstant això, el comportament generalitzat és que, quan una persona fa tard uns minuts, se sent una angoixa sense precedents i la necessitat de trucar o d'enviar un SMS. Ningú s'esperarà tranquil·lament. Quan hem d'esperar algú en un parc o una plaça i no portem el mòbil, ens sentim nus, desprotegits, tenim la sensació que ens pot passar qualsevol cosa. En canvi, no fa pas gaire temps, ens esperàvem sense patir tant ni per tantes coses.

Pot ser, com dèiem en mòduls anteriors, que siguem davant la invasió de l'espai pel temps; però la invasió no ha vingut de fora: ens hem envaït nosaltres mateixos per la incontrollable i obstinada recerca de controlar el temps, que, un cop absorbit, ens crea els problemes actuals d'ansietat, angoixa i desestabilitat. Potser uns dels atractius d'Internet és això: podem viure sempre en el nostre jo present, jove, sense cara, sense físic, etc.

Y es que aquella niña tan original jugaba a veces a ser dos personas distintas.

Manuel Garrido (2005). *Alicia en el país de las maravillas: a través del espejo* (pàg. 40).

### **1.1. El sentit individual i relacional del nostre jo**

El fet que ens pensem a nosaltres mateixos com a jos individuals, com a persones úniques i diferents, concentrades en els nostres somnis i aspiracions, motius, sentiments i opinions, fa que ens sigui difícil pensar que, com diu Gergen (2009), la tradició dels individus com a jos individuals, el sentit individual del nostre jo, la nostra consciència individual és una cosa que va néixer a la Il·lustració. Abans es considerava l'ànima o l'esperit de la persona, al segle XVIII arriba la raó i la capacitat de raciocini; raons individuals a les quals cap institució o autoritat tenia el dret d'imposar les seves normes i lleis. És el naixement de la democràcia, l'educació pública, el procediment judicial, etc. L'aparició del jo individual està lligada a l'aparició de la religió catòlica i la necessitat de ser perdonat pels pecats individuals com a persones individuals.

Com que entenem els individus com a unitats separades, podem pensar en els altres també de la mateixa manera; per tant, els atribuirem motivacions, aspiracions i sentiments. Interpretarem les seves accions des d'una particularitat definida i individual. Farem atribucions i ens formarem una impressió particular de cada persona, com a individu separat i unitat distingible.

El nou repte per a Gergen és pensar en les relacions, però no relacions entre jos/individus/*selves* separats, sinó com a procés que precedeix el concepte mateix de *self*. Per a Gergen, qualsevol acció neix, es manté i mor en el procés de relació. Per tant, des d'aquest punt de vista no hi ha *selves* aïllats o experiències completament privades; existim en un món de coconstitució. Gergen Considera el món en termes de confluència relacional.

Fa una proposta alternativa a la tradicional centrada en la relació. Suposem que les persones s'influencien mútuament: els pares modelen la personalitat dels fills, les escoles tenen efectes en la ment dels estudiants, els mitjans de comunicació de masses tenen un impacte en les actituds i valors de la població. Aquesta presumpció comuna de causa i efecte se sosté sota la concepció fonamental d'entitats separades, relacionades les unes amb altres. Vivim les nostres vides dins de la comprensió de *selves* independents, amb llibertat i determinats.



Si la connexió humana pot esdevenir tan real per a nosaltres com el sentit tradicional d'individus separats, podem enriquir els nostres potencials per a viure.

Gergen (2009). *Relational Being: Beyond Self and Community*. Nova York: Oxford University Press.

No jutja la falsedat o veritat d'aquestes assumpcions, només valora les implicacions que tenen per a la nostra vida actual; és un canvi del concepte individual de la persona al relacional. El sentit d'un centre intern psicològic d'acció és sòlid. Està rodejat d'allò social, però és significatiu per si mateix. Símbols, experiències, cognicions, emocions, motivacions, etc. són la font de les accions individuals. Gergen pretén treure la realitat distinta/separada d'un món mental o interior, eliminar la distinció entre interior i exterior, reemplaçar-ho amb un punt de vista de l'acció entreteixida relacionalment. No vol considerar més unitats individuals ni relacions que deriven d'aquestes unitats separades, sinó derivacions del procés de relació. Gergen pensa a la inversa: **els individus deriven del procés de relació.**

## 2. Percepció social i tecnologies "socials"

La formació d'impressions i les atribucions que fem sobre la conducta dels altres han estat temes que la psicologia ha abordat amb molt d'interès. Ara, amb les noves tecnologies, sorgeixen temes nous: com es forma la impressió que tenim dels altres a la Xarxa? Significa el mateix ser popular a la Xarxa que ser popular al món real? Podem controlar l'opinió que tindrà la resta sobre nosaltres? El sentit lògic ens fa pensar que sí, ja que podem editar el nostre perfil com volem, pujar les fotografies que ens agraden i esborrar allò que no volem que surti, controlar quines dades són visibles i qui les podrà veure, etc. Però ara veurem què diuen les darreres investigacions sobre això.

### 2.1. Facebook

Segons Maver i Popp (2010), el Facebook tenia l'any 2010 més de dos-cents cinquanta milions d'usuaris actius i més de quaranta-cinc milions de grups d'usuaris actius. Maver i Popp ens diuen que si el Facebook fos un país, seria el quart més gran del món. Cada mes es veuen bilions de pàgines i el Facebook és una de les deu més visitades a tot el món. Més de dues terceres parts dels usuaris del Facebook no pertanyen a l'àmbit universitari, que és on es va originar. El creixement demogràfic més gran és entre les persones de trenta-cinc anys o més, i un usuari mitjà té cent vint amics. Més de vuit milions d'usuaris es fan fans de pàgines del Facebook cada dia i més de trenta milions d'usuaris actualitzen els seus estats com a mínim un cop al dia. Cada mes es carreguen més de nou-cents milions de fotografies i més de cent milions de vídeos i es creen més de dos milions i mig d'esdeveniments. Cada setmana es comparteixen més d'un bilió de peces de contingut (enllaços a webs, històries, publicacions bloc, notes, fotos, etc.) Actualment hi ha més de tres-cents cinquanta mil aplicacions disponibles al Facebook<sup>1</sup>.

<sup>(1)</sup>El gener de 2011 Facebook anunciava que ja havia assolit la xifra de 600 milions d'usuaris.

Amb aquest marc que tan bé descriuen Maver i Popp, ens adonem de la immensitat del món Facebook. S'ha fet tan popular i quotidià que és una peça cabdal per a entendre i estudiar les xarxes socials a Internet.

Abans d'entrar en matèria definim, però, que és un **amic** al Facebook. Vander Veer (2008) ens dóna la definició estàndard i formal:

En el món del Facebook un amic és qualsevol membre del Facebook que ha acceptat que tu i ell teniu alguna cosa en comú o us coneixeu. La manera com us heu conegut o com és de profunda la relació no té cap importància, l'únic important és que heu estat d'acord que us coneixeu.

E. A. Vander Veer (2008). *Facebook. The missing manual*. Sebastopol: O'Reilly.

El Facebook, creat el 2004, ha arribat a tenir un valor de 37.000 milions d'euros el 2011, milions d'usuaris actius i centenars de notícies publicades sobre actituds, valors, hàbits i costums generats per la pàgina. En les converses quotidianes, és natural sentir que algú ha sabut alguna cosa pel Facebook: passa cada dia. Sembla que en el món social i tecnològic ser curios i tafaer s'entén més en el sentit d'estar actualitzat que no pas en el sentit d'escampar indiscrecions i intimitats.

Stephanie Tom Tong, Brandon Van Der Heide, Lindsey Langwell i Joseph B. Walther (2008) van publicar un article sobre el nombre d'amics que una persona té al Facebook i les impressions interpersonals que genera, ja que és una dada que apareix al perfil de cada usuari. A diferència de les xarxes socials que no són en línia, podem tenir centenars d'amics, però el significat d'**amic** en aquest sistema és incert o ambigu, i això ens fa pensar com s'estructura la popularitat sociomètrica.

Les noves tecnologies i les xarxes socials en línia han generat molts estudis sobre les maneres de comunicar-nos, com també de la formació d'impressions fora de línia. Des de la psicologia, es van fer estudis clàssics sobre formació d'impressions que demostraven que, mitjançant les impressions, fem inferències sobre els trets d'una persona. Moltes vegades aquesta inferència és prèvia a la impressió. Com que un tret es troba relacionat amb altres trets de personalitat, fem una inferència de la seva personalitat abans de conèixer-la; alhora les nostres interaccions estaran determinades per aquesta preconcepció i probablement confirmaran la nostra idea prèvia. Les nostres interaccions serien del tot diferents si ens diguessin, en el moment de la presentació, que algú és fred o càlid. Tot i això, els experiments van demostrar que no tots els trets són iguals de centrals a l'hora de formar-se una opinió d'algú.

Asch, de qui ja hem parlat en el mòdul 2, "Influència en la matèria", va portar a terme un estudi sobre la formació d'impressions. Va presentar una persona de dues maneres diferents a dos grups d'estudiants. Cada grup tenia una descripció: un grup tenia l'adjectiu *calent* en la seva llista d'adjectius i un altre grup hi tenia l'adjectiu *fred*.

- Intel·ligent, traçut, treballador, **càlid**, decidit, pràctic, caut.
- Intel·ligent, traçut, treballador, **fred**, decidit, pràctic, caut.

Els resultats van demostrar que el grup que tenia la descripció amb l'adjectiu *calent* va qualificar la persona de manera positiva: va preveure que seria generosa, feliç, altruista, popular, etc. En canvi, la persona "freda", va rebre els adjectius contraris. Això demostra que les expectatives que tenim abans de conèixer algú influenciaran les observacions i interaccions de després. Haurem de tenir en compte, doncs, com parlem de l'altra gent i com la presentem.

Quins seran, doncs, els elements centrals entorn de les xarxes socials virtuals que determinaran la nostra impressió sobre una altra persona? O, si, com a individus centralitzats en nosaltres mateixos, volem capgirar la pregunta: quins seran els elements que intervenen en la manera com ens jutja l'altra gent? Quina impressió fem a la Xarxa?

Pàgines web com el Facebook, que s'han fet molt populars perquè els usuaris volen relacionar-se amb més gent i incrementar la seva xarxa de relacions, mantenir les relacions que ja tenen i formar i manipular les impressions i opinions que les persones tenen d'ells. A diferència de les converses tradicionals o de les converses que es tenien per ordinador fa un temps, aquestes maneres noves de comunicar-se donen informació sobre un mateix no només proporcionada pel propietari del perfil, sinó pels amics, i també pel programa computacional entreteixit en el sistema.

Segons investigacions sobre la formació d'impressions, valorar el llenguatge i l'estil utilitzat, les fotografies, els enllaços vinculats, l'ús de l'espai i de les aplicacions, etc. no és l'únic que és interessant de tenir en compte, sinó que aspectes com el nombre d'amics són cabdals per a entendre com veiem l'altre. L'atractiu social i la credibilitat del propietari del perfil dependran de les seves intervencions, però també de les dels seus amics. Fins i tot l'atractiu físic d'un amic afecta directament l'observació de l'atractiu físic del propietari del perfil.

Tradicionalment percebríem la popularitat tenint en compte el nombre d'amics: més amics, més atractiu social, però els resultats van demostrar que, quan parlem de les xarxes socials en línia, hi ha un efecte curvilini: l'atractiu social decreix quan s'arriba a un nombre determinat d'amics; és a dir, si el nombre d'amics és massa gran la percepció o la impressió del propietari del perfil és negativa. En la seva investigació, van trobar que els perfils que tenien menys amics tenien un atractiu social baix; l'atractiu pujava fins als tres-cents amics, i tornava a baixar quan se superava aquest nombre.

Tradicionalment la variable "nombre d'amics" ha estat entesa com: més nombre d'amics, més èxit social, més popularitat. En canvi, amb les xarxes socials i l'esdevenir del món en línia, la clau per a ser popular és diferent: es tracta de no tenir ni pocs amics ni massa. El nombre òptim que van trobar Stephanie Tom Tong, Brandon Van Der Heide, Lindsey Langwell i Joseph B. Walther (2008) va ser uns tres-cents, independentment que la persona que jutjava tingués molts amics o pocs. Sembla que hi ha un nombre normatiu, creat socialment, i que qui jutja no ho fa segons una norma o referència personal.

Van veure el mateix amb l'extraversió percebuda de l'usuari del perfil: si el nombre d'amics era excessiu la percepció era més aviat de persona introvertida i no sociable. S'infereix que l'acumulació d'aquest nombre d'amics no és perquè se sigui extravertit i sociable, sinó per altres raons: perquè es passa massa temps a l'ordinador, perquè s'hi sent més còmode que en les interaccions cara a cara o perquè vol tenir molts amics més que no pas popularitat real. També passa que és socialment no desitjable refusar una persona coneguda que t'ha enviat una invitació, tot i que molts cops la intenció de la persona que envia la invitació és col·leccionar amics més que no pas que trobi interessant o socialment desitjable l'altra persona.

Jolene Zywica i James Danowsky (2008) busquen respondre si un individu popular fora de la Xarxa la incrementa amb el Facebook, o si els usuaris que miren de fer-se populars al Facebook és per tal de compensar una popularitat baixa fora de la Xarxa.

Els resultats van ser que els participants de l'estudi que eren populars en la vida real van descriure la persona que mira de semblar popular al Facebook com "avorrida", "més jove" i "solitària"; en canvi, les persones no populars van fer servir molt més la paraula *immadura* i van mencionar una "autoestima baixa" com a factor destacable. Els dos grups, però, van dir que aquest tipus d'usuari és una persona "insegura".

Jolene Zywica i James Danowsky van trobar que, en general, les persones que miren de ser populars al Facebook són definides com a persones que afegixen qui sigui a la seva llista d'amics, que només es preocupen d'acumular i que molts cops tenen "amics" que amb prou feines coneixen.

Els populars pensen que no hi ha res al seu perfil que pugui sorprendre els seus amics en línia, i els no populars pensen el contrari. Tots dos grups pensen, majoritàriament, que mai han exagerat o han inventat res en el seu perfil per tal de semblar populars. La majoria diuen que s'avorreixen o que els ha passat alguna cosa quan actualitzen i canvien el perfil. Hi va haver més introvertits que van dir que semblar popular al Facebook no és tan important, mentre que els extravertits van dir que sí que era important en algun sentit. Va passar el mateix amb el grup de persones amb poca autoestima: un percentatge més alt que el del grup amb una autoestima elevada va dir que era important.

En definitiva, van trobar resultats que donaven suport a les dues hipòtesis: la compensació social (*social compensation*) i la millora social (*social enhancement*). La raó d'això és que tipus d'usuaris diferents es comporten de manera diferent. Les persones més sociables, extravertides i amb més autoestima són més populars tant a dins com a fora de la Xarxa. Les persones més introvertides i amb una autoestima més baixa són menys populars fora de línia, però són més populars i s'esforcen per a semblar-ho al Facebook. Un percentatge elevat de persones amb poca autoestima deia que els seus amics a Internet sabien coses que no podien compartir amb els amics a la vida real, i també van admetre haver fet coses per a semblar més populars al Facebook. No obstant això, més que fer estratègies per tal de millorar la seva popularitat, simplement se sentien més còmodes expressant-se en línia que no pas en la vida real. L'autoestima sembla que és la clau, la variable que explica les dues hipòtesis. Els no populars miren de millorar la seva imatge i protegir la seva autoestima; els populars volen protegir la seva imatge i popularitat, i millorar la seva autoestima.

En molts estudis els participants diuen que no és important allò que hi ha al Facebook, que no els importa ser populars a la Xarxa o no ser-ho. No obstant això, la **desitjabilitat social** pot influir a l'hora de respondre aquestes preguntes, ja que una contradicció tenint en compte la popularitat de la pàgina. Al-

hora es plantegen més dubtes, per exemple, sobre les relacions entre estudiants de secundària: què passa quan tothom té tothom connectat a la seva xarxa d'amics virtuals quan és evident que tots no són amics de tots a l'aula? La febre Facebook continuarà o ja comença a declinar? Tot sembla indicar que si es fes menys popular no seria perquè es preferissin les relacions tradicionals més que les xarxes socials en línia, sinó que simplement hi hauria una migració cap a una altra pàgina similar millorada o més de moda.

Awl (2009) ens explica que moltes companyies miren els perfils del Facebook dels candidats. S'ha parlat molt de la part negativa (poden rebutjar candidats per fotografies incorrectes –especialment amb alcohol, drogues i festa–, fotografies provocatives o inapropiades d'alguna manera, mala gramàtica i moltes errades ortogràfiques –la manera d'escriure mostra les habilitats comunicatives–, mentides o comentaris inapropiats sobre sexe, raça o religió.

Però també pot ser un punt a favor del candidat, ja que pot mostrar que és una persona intel·ligent, amb habilitats socials i comunicatives, un professional amb un ventall d'interessos molt ampli, etc. Molts autors especulen que això canviarà, que hi haurà un moment en què una fotografia inadequada no suposarà eliminar el candidat de la selecció. Awl ho compara amb els anys noranta, quan les companyies van decidir contractar persones amb tatuatges i pírcings; diu que arribarà un moment que no només seleccionaran els candidats amb una vida en línia perfecta. Els joves, cada vegada més, acostumen a mostrar molt obertament la seva vida a la Xarxa, per tant, cada vegada serà més difícil trobar personal amb una vida perfecta i lliure d'anècdotes inapropiades a Internet; les empreses no buscaran només gent amb una aparença convencional en línia, perquè deixarien fora persones amb molt de talent.

Contínuament apareixen moltes altres notícies als mitjans, sense el rigor que aporten les dades de les investigacions, que creen mites entorn de la pàgina, col·laboren a crear l'imaginari del Facebook. Es publiquen notícies que ens parlen de l'addicció específica al Facebook, de les dificultats i conflictes que genera entre parelles, sobre la privacitat de les dades i d'un llarg etcètera.

Posted on January 28th, 2010 by AZ

[8 Comments](#)

## 350million people are suffering from Facebook Addiction Disorder [FAD]

Category: [facebook](#). Tags: [350million fads](#), [facebook](#), [facebook addiction disorder](#), [fad](#), [sick facebook](#), [south african fad](#)

Facebook Addiction Disorder (FAD) is a term introduced by US psychologists for those who are addicted to facebook and their life is really effected by their uncontrolled activities on Facebook.

According to US psychologists the number of patients suffering from

8 tweets

662

retweet

Share



Tres-cents cinquanta milions de persones hi són addictes, ja que la seva vida es veu realment afectada per les activitats incontrolades al Facebook. Els psicòlegs nord-americans ja han diagnosticat aquest trastorn.

### 3. Sexualitat

En les nostres narracions i discursos fem servir estereotips constantment; alguns convergeixen en prejudicis que tothom coneix. Els estereotips i les categoritzacions són una manera de naturalitzar i de legitimar una manera determinada de ser de determinats grups socials; creen una sèrie de coneixements sobre aquests subjectes que intervindran en les nostres pràctiques socials, interaccions, creació d'institucions, associacions i campanyes, relacions econòmiques, culturals, etc.

Discursos que sorgeixen d'altres discursos, discursos que es relacionen amb altres discursos, el discurs mèdic, patològic, delictiu, de la tolerància, diferent del de l'acceptació, sobre relacions internacionals, sobre la globalització, la immigració, l'acollida, etc. Cadascun d'aquests discursos no és un i unitari, sinó que pot tenir diferents enfocaments discursius que, alhora, formaran conjuntament el discurs sobre la globalització, la immigració o la sexualitat, per exemple. Entorn dels discursos d'una societat es presenten prejudicis i estereotips, actituds i valors que, de vegades, es tornen formes de violència, com la discriminació, el sexisme i l'homofòbia, entre d'altres.

Els discursos, o més aviat les pràctiques discursives, presenten identitats, relacions, maneres concretes d'entendre el món que naturalitzen els fenòmens i les coses, i impossibiliten que la percepció sigui d'una altra manera. Jacques Derrida, amb la deconstrucció, ja ens va parlar de desnaturalitzar, de desentendre allò que donem per descomptat i que està legitimitat per una sèrie de pràctiques socials que el van crear.

Foucault, en el prefaci del text *Les paraules i les coses*, ja ens ho feia notar des de bon principi.

Este texto<sup>2</sup> cita "cierta enciclopedia china" donde está escrito que "los animales se dividen en a) pertenecientes al Emperador, b) embalsamados, c) amaestrados, d) lechones, e) sirenas, f) fabulosos, g) perros sueltos, h) incluidos en esta clasificación, i) que se agitan como locos, j) inmuerables, k) dibujados con un pincel finísimo de pelo de camello, l) etcétera, m) que acaban de romper el jarrón, n) que de lejos parecen moscas". En el asombro de esta taxonomía, lo que se ve de golpe, lo que, por medio del apólogo, se nos muestra como encanto exótico de otro pensamiento, es el límite del nuestro: la imposibilidad de pensar esto.

<sup>(2)</sup>Es refereix a un text de Borges.

Michel Foucault (1978). *Las palabras y las cosas*.

Si ens fixem en el context sociohistòric d'aquests discursos, ens adonarem de com han evolucionat aquestes formes de violència: discriminació, sexisme, homofòbia, etc. A l'època actual, on tot ha de ser políticament correcte, les diferents pràctiques discursives han fet emergir una violència més subtil, sovint invisible. Per això sembla que hi ha un mutisme obstinat en alguns aspectes;



per això molts cops es parla de "trencar el silenci" respecte de la denúncia pública sobre algun fet. Ho hem pogut sentir fa poc, per exemple, amb la denúncia de la violència cap a la dona.

Com podem combatre una violència que és invisible a l'ull, imperceptible per a nosaltres? L'arma més forta de la violència és la normalització; si una acció està naturalitzada no serà percebuda com a incorrecta ni entrarà en conflicte amb els valors del context sociohistòric en què ens trobem. Quan es normalitzen segons quines accions i pensaments, com podem adonar-nos que hi ha altres maneres d'entendre el món?, d'entendre què passa?, d'entendre, per exemple, el meu cos individual davant del cos social?

Però, en primer lloc, pensem per què fem ús dels estereotips. Com diu Ryan Bringham (George Clooney) a *Up in the air*: "*I stereotype, it's faster*" ('Jo faig servir estereotips, és més ràpid').

L'ús de categories simplement ens ajuda a moure'ns en la nostra vida quotidiana; de fet, si ho pensem detingudament, és necessari per a desenvolupar-nos eficaçment en el nostre dia a dia, a la feina, al carrer, amb la família, etc. De totes maneres, dir això no legitima ni naturalitza l'ús de prejudicis i estereotips a l'hora de parlar d'accions discriminatòries, sexistes o homofòbiques, per exemple. Conceptes, significacions, esquemes, imatges, metàfores, etc. serveixen per a categoritzar i construir discursos particulars.

Els discursos no han estat mai una qüestió privada i idiosincràtica que només pertanyen al subjecte com a element individual; els discursos construeixen fets i objectes. I les paraules produeixen coses, com diu Foucault; les pràctiques discursives produiran objectes, relacions, el significat d'un concepte: què demarca o limita i què configura, etc.

La sexualitat ha representat un exemple paradigmàtic del que pretenem explicar, no només arran de la famosa arqueologia de Foucault sobre la història de la sexualitat, ni pels treballs de Judith Butler amb *Cossos que importen: sobre els límits materials i discursius del "sexe"*, sinó perquè podem dir que, en general, també ha estat un gran canvi percebut per tothom pel que fa a actituds, valors, percepcions i pensaments sobre la nostra sexualitat, identitat sexual, gènere i sexe.

Dir que el gènere és una construcció social que fem no ens pertorba gens. Admetre que el fet de posar Maria o Màrius, de donar nom a un nadó determina com seran les seves relacions i interaccions amb els altres, que modelaran uns gustos i comportaments determinats no genera cap discussió. L'estudi de la masculinitat darrerament ha començat a estudiar seriosament aquests components que un dia el moviment feminista va posar a la palestra. El clàssic exemple de roba blava per al nen, futbol i cotxes, i rosa, nines i dansa per a la nena és ben clar, tant que fins i tot resulta poc acadèmic posar-lo aquí.

No obstant això, menys persones s'adonaran que podem anar més enllà, es forjarà un caràcter en el nen com a individu resolutiu, capaç de resoldre conflictes i problemes, amb molta capacitat de prendre decisions, diferent de la dona, que es deixarà portar per les emocions, que tindrà un rol més accentuat cap al caliu, la cura i l'estima. Òbviament estem generalitzant i no sempre és així, però fins i tot els que no són així són conscients que es desmarquen d'una norma establerta per un pensament hegemònic.

La sexualitat és una cosa establerta culturalment i no pas un fet biològic. Per a nosaltres és natural des del punt de vista biològic, però més difícil d'entendre des del discurs que ens marca que és una construcció social. La identitat dels individus no sempre ha estat marcada per la seva orientació sexual. La dicotomia heterosexual/homosexual que caracteritza tant els discursos homofòbics i antihomofòbics no ha estat mai notòriament determinant com ara. L'individu pot ser allò que la societat li deixa ser entre unes quantes possibilitats, sempre entre aquestes. Per tant, hem pogut escollir entre categories diferents segons el moment social, cultural i històric; hem passat d'heterosexual/homosexual a heterosexual/homosexual/bisexual/transsexual/transgènere/*queer*.

La importància no és l'acció, sinó en què ens convertim. Abans determinades pràctiques com la sodomia estaven penalitzades moralment i institucionalment. Era incorrecta l'acció, ara ho és la persona. La identitat sexual no és, per tant, descoberta, és construïda. Amb aquest enfocament es disciplina, es controla, es marginalitza i se sotmet la sexualitat que el discurs normatiu no reconeix. No es tracta d'arribar a la veritat de la sexualitat humana sinó als efectes que produeixen els discursos i a les funcions socials que tenen.

Així mateix, es crea una identitat col·lectiva gai per tal de lluitar contra l'heteronormativitat i comportaments homofòbics, especialment visible amb l'arribada de la sida i el discurs que la vinculava a l'homosexualitat. El discurs popular deia que era una malaltia dels gais, que eren categoritzats com un grup de risc. Aquesta identitat col·lectiva es fragmentarà perquè no tots estan d'acord amb una postura assimilacionista, és a dir, no tots volen defensar un discurs que mostra que som iguals, un ideal inclusiu que heterosexuals i homosexuals ens assemblem; n'hi haurà que voldran defensar la diferència, la transgressió, relacions i desitjos diferents. Així apareix allò *queer*, una paraula que tenia un sentit pejoratiu cap a la persona gai, un insult, una connotació negativa, una paraula que és resignificada i que ara s'utilitza per a designar la inconformitat, per a expressar la resistència contra la normativitat, la inclusió de possibilitats i l'eliminació de les categories.

Lo que común o casualmente pensamos que es el "yo" (o el si mismo), no es sino una ficción socialmente construida, un producto del lenguaje y de los discursos específicos vinculados con las divisiones del saber. Puedo creer que soy singular y esencialmente yo misma y que estoy comprometida en el proceso, permanente y a menudo frustrante, de tratar de expresar mis intenciones y propósitos ante los otros mediante el lenguaje. Pero esta creencia, esta sensación de individualidad y autonomía es, en sí misma, un constructo social y no el hecho de un reconocimiento natural.

Del mismo modo en que el género parece ser un componente fundante de mi identidad, mis preferencias y deseos sexuales parecen ser esenciales para sentir y saber acabadamente quién soy. Es probable que a fines del siglo XX piense en mi sexualidad en función de un abanico de posibles identidades –heterosexual, gay, lesbiana, bisexual– relacionadas estrechamente con mi clasificación del género. Puedo considerarme un hombre gay o una mujer heterosexual, pero me resultaría hartamente problemático pensarme a mí misma como hombre lesbiano.

Lo que me permite pensar que tengo una identidad de cualquier tipo son los discursos y los saberes mismos que producen y controlan la sexualidad tanto como el género. Las palabras que uso, los pensamientos que albergo, están indisolublemente ligados a mis construcciones, socialmente determinadas, de la realidad: así como veo los colores definidos por el espectro, también percibo mi identidad sexual dentro de un conjunto de "opciones" establecidas por una red cultural de discursos.

Tamsin Spargo (2004). *Foucault y la teoría Queer* (pàg. 65-66). Barcelona: Gedisa.

Com ens ajuda saber que el sexe és construït? En termes utilitaris no ens ajuda gaire, només entrem en confrontació directa amb el món preexistent, com quan l'home del mite de la caverna de Plató va tornar i va mirar d'explicar que allò que tothom havia vist fins llavors només eren ombres i no realitats, que el món era diferent i que calia explorar i veure més enllà d'aquelles ombres amb les quals havien viscut sempre pensant que eren el món real. La divisió cartesiana ment/cos, com la divisió platònica entre el món de les idees i el món de les coses, mostra que tota la nostra mentalitat està dividida per dualitats –dos sexes, etc.–, però no pensem en altres categories que poden ser enmig d'aquests pols.

Quan pensem en la violència de gènere, sempre pensem en la violència de l'home cap a la dona; l'home com a agressor, i la dona com a víctima. Tot i que les parelles homosexuals (gais i lesbianes) són reconegudes, i des del 2005 fins i tot es poden casar a l'Estat espanyol, mai ningú pensa en la possibilitat que també puguin tenir casos de violència i maltractament. Això també entra dins l'espiral del silenci. La invisibilització i la discriminació (igual que la violència, es poden donar per efecte o per defecte) fan que no es pensi mai a crear recursos per a atendre la violència en tot tipus de parelles i en totes les direccions. De fet, la violència no és una qüestió de gènere, sinó que hi intervenen més coses; alguns autors diuen que és una qüestió de poder i control. Hi ha molts factors que interfereixen en el curs de la violència i és evident que històricament i tradicionalment la dona ha ocupat una posició sotmesa, cosa que ha facilitat que esdevingués víctima. No obstant això, cal reconèixer la violència en tot tipus de parelles.

És especialment problemàtic el cas de les parelles lesbianes, ja que per a molta gent la violència és impròpia de les dones i, per tant, no existeix. Quan es tracta de dos homes, les persones acostumen a pensar que estan en un equilibri de força i gènere i que, per tant, no és pot considerar violència, sinó una baralla

<sup>(3)</sup>Adopció de nens per part d'una parella homosexual.

entre iguals. Un altre estereotip molt arrelat en la nostra cultura és pensar que un fa d'home, que assumeix un rol més masculí, i que l'altre fa de dona i que té un rol més femení; passa el mateix amb una parella de dues dones. Aquest tipus de mites i estereotips obstaculitzen la visió de la parella, cosa que genera altres problemes, com el cas de la lluita per l'homoparentalitat<sup>3</sup>. Quan parlem de violència psicològica les coses es compliquen encara molt més.

La llei estatal sobre el tema es diu Llei de violència de gènere i, a Catalunya, Llei del dret de les dones a eradicar la violència masclista, de 24 d'abril del 2008. La sorpresa que esdevé per a moltes persones pensar en tot això evidencia quins són els estereotips que trobem sobre la violència i sobre la parella.

Dèiem que no és el mateix triar un terme o un altre per a referir-nos a un concepte, i el cas de la violència en la parella és un exemple que ho il·lustra molt bé. Es va començar lluitant per la visibilització de la violència domèstica; després es va considerar que el terme *violència domèstica* no era apropiat perquè deixava fora molts tipus de relacions i ho reduïa a un espai concret, el domèstic, i, per tant, es van voler incloure les parelles que, tot i no viure juntes, també tenien episodis de maltractament (és evident que un noi pot maltractar la noia amb qui surt, sense la necessitat que visquin plegats); d'aquesta manera s'inclouïen també les parelles més joves i es feia referència a la violència contra la persona amb qui es manté una relació sentimental.

Així doncs, es va començar a utilitzar el terme *violència de gènere*, que més tard s'ha qüestionat perquè té una direccionalitat determinada (l'home agressor cap a la dona víctima) i perquè exclou les parelles homosexuals. De totes maneres, la nostra llei es diu *de gènere* i així surt publicat en molts mitjans de comunicació.

El discurs subjacent comporta unes presumpcions, idees i creences implícites; per exemple, la complementarietat de gènere en la parentalitat i la idea soterrada que una bona mare cuida del seu fill però que, alhora, una bona mare no fuig del pare del seu fill. A més, ara es parla de les dones immigrants com un tot, però no té res a veure la dona senegalesa amb la dona colombiana, no es poden posar en un mateix grup anomenant-les simplement *dones immigrants*, cosa que denota també tot un discurs implícit pel que fa a la immigració.

En aquesta societat, tingui o no tingui Internet, hi ha un pensament més o menys únic sobre la manera d'entendre la vida: ciència equival a progrés, consum a benestar, la feina és el centre de la nostra vida, estudiem per a millorar, estalviem per a tenir un cotxe, una casa o unes bones vacances, ens casem i tenim fills i un llarg etcètera.

### **Reflexió**

Ara pensem: aquest pensament o imaginari que tots tenim sobre què és l'amor, què és una parella, què és la violència i què no ho és, etc. varia pel fet que hi hagi blocs, pàgines webs, fòrums virtuals que en parlin? Trenquem el silenci o reforcem aquestes idees? O

simplement, com ha passat sempre al llarg de la història, hi ha veus dissidents que queden amagades sota el pensament hegemònic d'una societat?

Què passa amb les minories religioses? Què ha passat fa poc al nostre país i, en general al món, amb la visió de l'islamisme? Es confon islamisme i fonamentalisme? Quina idea o preconcepció tenim sobre el vel, el gihad o el burka? Les narracions i els discursos no només donen sentit a la nostra vida i al món que ens envolta, sinó que creen aquesta realitat.

Afirmar que las diferencias sexuales son indisociables de las demarcaciones discursivas no es lo mismo que decir que el discurso causa la diferencia sexual. La categoría de "sexo" que es, desde el comienzo, normativa; es lo que Foucault llamó "ideal regulatorio". En este sentido pues, el "sexo" no sólo funciona como norma, sino que además es parte de una práctica reguladora que produce los cuerpos que gobierna, es decir, cuya fuerza reguladora se manifiesta como una especie de poder productivo, el poder de producir –de marcar, circunscribir, diferenciar– los cuerpos que controla. [...]

El "sexo" no es pues sencillamente algo que uno tiene o una descripción estática de lo que uno es: será una de las normas mediante las cuales ese "uno" puede llegar a ser viable, esa norma que califica un cuerpo para toda la vida dentro de la esfera de la inteligibilidad cultural.

Judith Butler (2002). *Cuerpos que importan: Sobre los límites materiales y discursivos del "sexo"* (pàg. 17-19). Barcelona: Paidós.

