

A vueltas con la persuasión: la imagen de la actriz Emma Watson

M.^a Victoria Galoso Camacho / Alicia Garrido Ortega

1. Introducción

La comunicación es una actividad humana imprescindible en nuestra vida cotidiana. No obstante, las personas no somos conscientes de la complejidad del acto comunicativo. No solo basta con tener conocimientos sobre el uso del sistema lingüístico de una o varias lenguas, sino que también es necesario saber combinar y emplear tanto signos no verbales como verbales.

[Perloff \(2003: 55-56\)](#), explica que, como ya estudiara Aristóteles, la persuasión, entendida como un proceso comunicativo en el que se busca que la audiencia sufra un cambio en su mentalidad sobre un comportamiento o actitud ante un tema determinado, es uno de los procedimientos lingüísticos más esenciales del discurso.

En esta misma obra, insiste en que la comunicación persuasiva invade la sociedad de la información, y el avance de los medios y las redes sociales hacen cada vez más difícil marcar la frontera entre la comunicación persuasiva y la comunicación que no busca el cambio de actitud. Dicha comunicación se remonta a la antigüedad; Aristóteles era ya muy consciente de la importancia de la persuasión. Este gran humanista enumeró una serie de elementos claves para que se lleve a cabo una comunicación propiamente persuasiva, que servirán de estrategia de análisis en nuestra propuesta: cada hablante tiene que ser creíble e inspirar confianza en quienes reciben el mensaje comunicativo (*ethos*), controlar las emociones de la audiencia (*pathos*) y sustentarse en la lógica (*logos*). Así, se demostrará cómo el diseño de la nueva comunicación persuasiva, prácticamente superados los condicionamientos tecnológicos, tiene como reto localizar las motivaciones que determinan el cambio de actitud en los sujetos, cada vez menos homogéneos, del siglo XXI.

Por otro lado, a lo largo de la historia, mediante el uso del lenguaje verbal y no verbal, la comunicación ha determinado a las mujeres como el género débil, estado que ha sido producto de la proyección cultural de la sociedad. Los medios de comunicación son uno de los responsables de proyectar esa imagen, y la situación de desigualdad laboral refrenda la evidente realidad que perjudica a la mujer, manifestado todo ello en la imagen del género femenino.

[Samudio y Edda \(2016; 78-79\)](#) se refieren a la objetualización de la mujer en las distintas sociedades a lo largo de la historia del mundo occidental, que priorizaba las diferencias de género con base a la racionalidad, concedida al hombre y negada a la mujer. Ese argumento justificaba la estructura patriarcal, sustentaba la desigualdad femenina y, consecuentemente, su subordinación al hombre; ello privó a la mujer de una vida pública y limitó su mundo al escenario hogareño y su dedicación a la existencia familiar, ámbito privado, donde cumplía funciones 'propias de su sexo'. Ese planteamiento, bastante presente en nuestros días, fue esbozado desde el primordial dualismo ontológico de Platón, fundamento de uno antropológico; luego, Aristóteles, con su Antígona en su *Poética*, hasta Arthur Schopenhauer, entre otros, pasando por San Agustín, Santo Tomás de Aquino, el filósofo alemán Georg Wilhelm Friedrich Hegel y el filósofo liberal suizo Juan Jacobo Rousseau. Ya avanzado el siglo XVIII, Rousseau señalaba que: «Toda la educación de las mujeres debe referirse a los hombres. Agradarles, serles útiles, hacerse amar y honrar por ellos, educarlos de jóvenes, cuidarlos de adultos, aconsejarlos, consolarlos, hacerles la vida agradable y dulce: he ahí los deberes de las mujeres en todo tiempo, y lo que debe enseñárseles desde la infancia» ([Rousseau, 1995; 484](#)).

Tanto es así que, en décadas pasadas, por ejemplo, el género femenino no recibía el reconocimiento de sus propios méritos, tal y como se manifiesta por la implicación de las

mujeres en el campo de la astronomía con el proyecto “Harvard Computers” (dirigido por Edward Charles Pickering) y en la criptografía con los códigos de la Alemania nazi.

En la actualidad, las mujeres están contribuyendo con logros muy importantes al desarrollo económico y la sostenibilidad de familias y sociedades en países emergentes ([Cenarro e Illion, 2014](#)), pero aún existen muchos tópicos que nuestra sociedad reproduce una y otra vez, como el desafortunado, pero significativo, apodo que los colegas de Pickering no tardaron en poner al nombre oficial del departamento antes citado “Harvard Computers”: el “Harén de Pickering”, en el que el reconocimiento profesional y personal de la mujer queda de nuevo en entredicho.

Es objetivo de nuestra propuesta definir la imagen de las mujeres del siglo XXI en la sociedad, analizar cómo el estereotipo que se tiene de ellas provoca la necesidad de la aplicación de nuevas tácticas, costosas económicamente, para el logro del cambio de actitud hacia las mismas. Se describirá el discurso femenino elaborado por mujeres que han alcanzado algún tipo de poder o liderazgo en los medios de comunicación: las estrategias argumentativas y de proyección de imagen empleadas, la reflexión sobre el lenguaje inclusivo y los posibles obstáculos a los que se enfrenta la mujer en la sociedad actual, a la vez que se analizará la representación discursiva de la mujer a lo largo de la historia.

Se ha seleccionado a Emma Watson, cuya imagen en los medios es representativa para demostrar cómo su habla se convierte en un lenguaje que alcanza el logro de conductas políticamente correctas como fomentar la igualdad o considerar igualmente respetables y valiosas todas las manifestaciones culturales, propiciar la protesta social o el abandono de determinados consumos e incluso fomentar la cohesión de un grupo concreto o la disparidad frente a otro.

2. Lengua, imagen y persuasión en Emma Watson en el cine

La actriz saltó a la fama por su papel del personaje Hermione Granger de la exitosa franquicia de Harry Potter. Su actuación la convirtió en un símbolo de mujer empoderada para la sociedad, asumiendo en la vida real la máxima que caracteriza a este personaje de la saga, etiquetada como «la bruja más brillante de su edad», según Sirius Black en Harry Potter y el prisionero de Azkaban (2004, 2:04:32).

Rompiendo con los moldes, este personaje femenino no se destacaba por su belleza, como ocurría usualmente con las mujeres en papeles protagónicos, sino que sobresalía por su inteligencia y carácter. Así, en las redes sociales se muestra el gran impacto reivindicativo que tuvo sobre la imagen de las mujeres, sirviendo de emblema en las manifestaciones en torno al 8 de marzo en numerosas ocasiones.

Fig. 1. Here

Esta sentencia es una variante de la frase pronunciada por otro de los personajes de la saga, Ronald Weasley, que afirma: «no duraríamos ni dos días sin ella», en Harry Potter y las reliquias de la muerte: parte 1 (2010, 24:34). Es interesante, por otro lado, que sea un personaje masculino quien diga esta frase: al integrar a los hombres en el reconocimiento de la labor del género femenino, se da una mayor normalidad y visibilidad al movimiento.

En lo referente a otros grandes proyectos conocidos por la reivindicación de las mujeres, en el que algún personaje persuada al público de la urgencia de una reforma de la percepción que se tiene de estas, destacamos la película *Mujercitas* (2019). La versión de 2019 es la más reciente adaptación cinematográfica de la sobresaliente novela de la estadounidense Louisa May Alcott y se le pretendió dar un toque más feminista que a versiones anteriores. En estas *Mujercitas*, Watson realiza el papel de Meg March, la mayor de las hermanas; teniendo en cuenta su forma de ser, su comportamiento y sus actitudes en la sociedad de la época, no parecía que iba a ser la

representante de la reivindicación en favor de las mujeres. Al tener como meta el casarse y tener hijos, al contrario que los sueños de su hermana Jo (que es considerada un símbolo feminista), es rechazada como mujer feminista por seguir los dictados sociales respecto a su rol. Sin embargo, a través del lenguaje, tanto el personaje como la actriz reforman la idea feminista que se tiene de Meg March. En concreto, le dice a su hermana Jo en esta nueva versión: «solo porque mis sueños no sean los mismos que los tuyos no los hace insignificantes» (Meg, 2019, 1:32:05).

La propia actriz compartía la misma opinión, tal y como indica Watson en una entrevista para la revista *Vogue* en diciembre de 2019: Meg representa «la elección feminista», ella tiene claros sus sueños y está dispuesta a perseguirlos. El tipo de sueños no es lo importante, sino seguir los deseos sin ninguna limitación, con independencia de si se acercan más o menos a la visión tradicionalista de las mujeres.

En relación con más actuaciones realizadas por la actriz que afecten a la representación de la imagen de las mujeres, a través de la adición de nuevos elementos persuasivos a las películas, también se debe resaltar su participación como Bella en la adaptación no animada del clásico de Disney, *La bella y la bestia* (2017). Después del impacto que supuso su rol como Hermione, la actriz era consciente de su posición como modelo de referencia para las jóvenes, lo que la llevó a proponer una serie de modificaciones en esta versión, de tal modo que la imagen de una Bella más feminista mostrara la necesidad de cambiar la representación del género femenino en la sociedad actual.

Continuando con el análisis semiótico de las apariciones de Emma Watson en el cine, podemos detenernos en la ropa. En una entrevista para la revista de moda *Women's Wear Daily*, Jacqueline Durran, la diseñadora a cargo del vestuario de la película *La bella y la bestia*, resalta la iniciativa de Emma para realizar modificaciones que, por ejemplo, evitarán el uso de corsés,

debido a que esta prenda ha sido considerada, en los estudios feministas, como una forma de opresión. Además, se agregaron bolsillos al vestido para hacerlo más práctico para su rutina diaria, sugiriendo que no son simples elementos decorativos. Del mismo modo, también transmite esa cualidad de “agency”, que ya hemos mencionado, a través de su calzado: unas botas para poder montar a caballo y cuidar del jardín.

Con fines persuasivos, Watson continúa modificando más detalles de la imagen de Bella que no tienen que ver solo con el vestuario. La actriz ha decidido seguir siendo persuasivamente reivindicativa con otros cambios en favor de la imagen de la mujer. Emma dialogó sobre este tema también en una reunión con *Entertainment Weekly* en febrero de 2017, mencionando que pidió que Bella fuese inventora, como su padre, creando algo similar a la lavadora. La actriz quería buscar una historia de trasfondo para Bella, algo más allá de su afición por los libros. Asimismo, su invento permitía a la protagonista dedicarles más tiempo a los libros y desentenderse de la tarea del hogar de lavar la ropa. Es lo que se entiende como representaciones culturales desde la construcción discursiva del rol femenino.

La sociedad suele reconocer los roles atribuidos a la feminidad y a la masculinidad, una jerarquía invisible en la que lo femenino está por debajo de lo masculino, y especialmente se entiende que el proceso de masculinización en apariencia y actitudes incrementa el prestigio personal y que, al contrario, la feminización implicaría un descenso en cuanto al prestigio. Este discurso estereotipado tiene que ver con los estímulos internos y externos, especialmente en la moda y la publicidad, que, como ya se ha mencionado, son aspectos que la actriz ha intentado regular.

Como referente femenino en el cine, ha utilizado su propia posición con la intención de incidir en la situación de la mujer dentro del cine. La actriz fue sometida en varias ocasiones a

preguntas sobre el trato de las actrices en la industria del cine, sobre todo en Hollywood, entorno muy cuestionado en los últimos tiempos por su asimetría en dicho tratamiento. Cuando se le pregunta sobre la disparidad salarial en las películas de la saga de J.K. Rowling, sentenció rápidamente: «no creo que nunca hubiera soñado con quejarme sobre mis circunstancias personales» (Watson, 2015). Al utilizar el término absoluto “nunca”, no da pie a la duda de que se le haya entregado menos dinero que a sus compañeros. No obstante, rápidamente, advierte que la desigualdad entre el salario de las actrices y los actores es un hecho real y problemático que necesita desaparecer.

A pesar de sus vivencias, convence al público de que la primera parte de su discurso no tiene importancia y es una excepción («...circunstancias personales») al seguir con un «pero» que introduce la proposición focalizada (Allen, 2018). Esta conjunción adversativa enfoca la atención de la audiencia en la parte del enunciado que lo sigue: «pero, sí, este es un gran problema en mi industria, en la industria del cine en la que trabajo en este momento»; es decir, sí existe desigualdad salarial en el cine.

Tampoco perdió la oportunidad de exponer su rechazo al panorama actual del mundo del cine cuando *Variety*, en la alfombra roja de los Globos de Oro 2018, quiso saber su perspectiva sobre el creciente número de denuncias. En dicha entrevista, expresó que sufrió «el espectro completo del acoso sexual». Con ese «completo» da a entender a la audiencia que no fue una leve experiencia pasajera o un incidente menor, sino que fue mucho más grave. Además, Watson enfatiza que «no son las únicas»; en otras palabras, es un fenómeno muy común no solo en el campo del cine, sino también en cualquier ambiente cultural o social. Apoya este argumento el gran porcentaje de mujeres que han experimentado acoso sexual en el rango de dieciocho a veinticuatro años. Asimismo, estos datos se ven respaldados por su experiencia personal

([Douglas y Carless, 2009](#)) con las personas de su entorno y por su largo recorrido en el sector actuarial: «Lo que es sorprendente es que mis experiencias no son únicas, las de mis amigos tampoco lo son. Ni las de mis colegas. El problema del abuso a las mujeres es tan sistémico, estructural».

Watson se basa en su recorrido en el mundo de la actuación para demostrar que la audiencia debe desligarse de la idea de que la opresión que sufren las mujeres en el panorama cinematográfico provenga solo por parte de los hombres. La actriz comenta que «algunas de las mejores feministas que he encontrado son hombres, como Steve Chbosky, quien me dirigió en *The Perks of Being a Wallflower*, y el director James Ponsoldt, con el que estoy trabajando en este momento (*The Circle*). Algunas mujeres pueden tener increíbles prejuicios contra otras mujeres».

Esta reflexión que realiza Watson sobre el círculo de los actores resulta un tanto problemática; parece que sus declaraciones recuerdan la discusión que McRobbie presenta en su *Feminism and the Politics of Resilience* ([2020](#)). En concreto, tras esta afirmación sobre los directores, Watson parece un claro ejemplo de lo que McRobbie denomina “conservative feminism”.

En esa misma entrevista en *The Guardian* (2015), precisamente incide en la hegemonía que tiene el género masculino en el cine. Watson informa que ha trabajado con «diecisiete directores hombres y solo en dos ocasiones mujeres» de diecinueve directores en total. Del mismo modo, de los productores afirma que «13 han sido hombres y solo una ha sido mujer». A través de los datos expone al público su propia experiencia de la existencia de dominación simbólica masculina en el cine.

A continuación, se va a ejecutar un análisis semiótico, pero de una de las publicaciones de las redes sociales en las que se utiliza a Emma Watson como instrumento persuasivo. En este ejemplo, Watson fue cuestionada de forma denigrante y despectiva, sirviéndose de un detergente de Reino Unido, OMO. Unos internautas rechazan la idea de que las mujeres puedan llevar el cabello tan corto, adjudicando la imagen de este nuevo corte de pelo a una nueva identidad sexual. Con esta publicación, se detecta que estas personas no distinguen los conceptos de sexo y género, a la vez que la imagen de la actriz queda condicionada por su orientación sexual.

Fig. 2. Here

Su nuevo corte de pelo fue un tema tan controvertido que incluso la revista *Glamour* (2012) le preguntó al respecto años después, momento que aprovechó la actriz para influir también en las ideas de la sociedad. En su entrevista, expresa que gran parte de los varones de su entorno comentaron: «¿Por qué te has hecho eso? Es un error». Ante esta reacción de los hombres, ella comenta que «nunca me había sentido tan confiada como con el pelo corto, me sentí realmente bien en mi propia piel». Con estas palabras, rechaza los estereotipos físicos de las mujeres (la imagen) al utilizar el adjetivo valorativo “confiada”. Además, inteligentemente, utiliza términos absolutos para desacreditar cualquier duda razonable “nunca” (Allen, 2018). Igualmente, convence al público a salirse del estereotipo de la mujer por la confianza en sí misma que acompaña al cambio.

Fig. 3. Here

Continuando con una investigación persuasiva de las publicaciones en las redes sociales, hemos encontrado la publicación de Julia Hartley-Brewer. La presentadora del programa de radio de desayuno *talkRADIO* critica la portada de Emma Watson para la revista de moda *Vanity Fair*. En su twitter, Hartley-Brewer pretende que las personas se escandalicen ante este posado y que se den cuenta de su supuesta hipocresía. Al considerarse Watson una mujer feminista, no

entiende su decisión de no llevar sujetador debajo de la ropa en la portada. Considera que este posado es un caso de sexualización de la mujer e intenta persuadir a la población de que Watson no es un buen ejemplo de mujer feminista.

Ante toda la polémica que causó esta portada, y tal y como sucedió con el pelo corto, se vio obligada a expresar su postura sobre este debate para enmendar falacias del término feminismo. La actriz manifestó a Reuters en marzo de 2017 que «el feminismo va de permitir que las mujeres tomen sus propias decisiones. El feminismo no es un palo con el que golpear a otras mujeres. Es sobre la liberación, la libertad y la igualdad. No entiendo qué tiene que ver con mis pechos. Es muy confuso». Watson pretende deslegitimar falsas creencias sobre el feminismo, asociándolo con tres conceptos que son del agrado tanto de hombres como de mujeres (liberación, libertad e igualdad). Precisamente, estos tres sustantivos que aparecen enumerados en su descripción de feminismo serán pilares claves en su discurso en favor de los derechos del género femenino que Emma Watson realiza como embajadora de la ONU Mujeres y fundadora de la campaña HeforShe. Esta lucha por un cambio social debe reflejarse en el lenguaje, en cualquiera de sus modalidades: escrita, oral, semiótica, etc. Aunque este ejemplo es muy problemático, parece que la discusión es lo que McRobbie define como “conservative feminism”:

I am arguing that privileged middle-class women will aim for leadership jobs in order to crash through the glass ceiling, while also showing themselves to excel in parenting and in creating and maintaining a beautiful home. Their working-class and materially disadvantaged counterparts must prioritize earning a living and taking care of their children as best they can (2020: 6).

3. Conclusiones

Las actividades profesionales, en general de profundas raíces históricas, fundan sus orígenes en sociedades patriarcales coactivas y son ejercidas en sociedades democráticas donde la tradición patriarcal convive tensamente con los avances en igualdad y la popularización del feminismo. El lenguaje es heredero de inercias sexistas que, aun siendo denunciadas por numerosas personas alineadas con los principios de igualdad, inclusión y justicia social, continúan reconociendo a los hombres como centro y medida de las profesiones, decisores, opinadores y observadores privilegiados.

De tal forma, lo que ocurre en el mundo ha sido y es todavía contado, representado y valorado desde una mirada masculina a la que se le presupone, además, la cualidad lingüística de la objetividad. Simone de Beauvoir decía: «La representación del mundo, como el mundo mismo, es el mundo del hombre, ellos lo describen desde su punto de vista, el cual confunden con la absoluta verdad». Sin embargo, los medios de comunicación, la lengua y la imagen intervienen en la propia sociedad, la (con)forman y contribuyen a moldear nuestro imaginario colectivo, nuestro sentido común compartido, las tendencias, transformaciones y regresiones en la opinión pública e, incluso, nuestras formas de pensar y actuar, de identificarnos y relacionarnos. Es decir, los medios de comunicación reproducen y también producen nuestra realidad. Es por ello por lo que este trabajo expone y argumenta la irresponsabilidad mediática y periodística respecto al principio de igualdad, que debe guiar su trabajo y sus contenidos, puesto que difunden y legitiman una idea popular de lo que debe significar.

Al decir que la gente, en última instancia, se persuade a sí misma, nos surge el planteamiento de que somos en parte responsables si nos dejamos engañar. Las personas son

capaces de deshacerse de los grilletos de los mensajes peligrosos y encontrar formas positivas de vivir sus vidas. La comunicación benéfica o maléfica puede aprovechar las herramientas de la auto-persuasión. No siempre es fácil para las personas notar la diferencia. La influencia social puede verse como un continuo, con la coerción en un extremo y la persuasión en el otro.

Referencias

Allen, S. (2018). *Técnicas prohibidas de persuasión e influencia usando patrones y lenguaje y técnicas PNL* (2ª ed.). CeateSpace Independent Publishing Platform.

Beauvoir, S. de (1949). *Le deuxième sexe*. París: Galimard.

Bourdieu, P. (1999). *Meditaciones pascalianas*. Barcelona: Anagrama.

Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.

Cenarro, A. e Illion, R. (eds.) (2014). *Feminismos. Contribuciones desde la historia*. Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza.

Douglas, K. y Carless, D. (2009). Abandoning the performance narrative: Two women's stories of transition from professional sport. *Journal of applied sport psychology*, 21 (2), 213-230.

Emma Watson Haters. (s.f.). "Omo sexual" (11/03/2013) [Publicación de Facebook]. *Facebook*.

Disponible en: <https://www.facebook.com/Emma-Watson-Haters-470441076355963/>

[Fecha de consulta 10/02/2022].

Hartley-Brewer, J. [@JuliaHB1] (2017, 1/3). "Feminism, feminism... gender wage gap... why oh why am I not taken seriously... feminism... oh, and here are my tits!" [Tweet]. *Twitter*.

Disponible en: <https://twitter.com/juliahb1/status/836873834414366720?lang=es> [Fecha

de consulta 10/02/2022].

McRobbie, Á. (2020). *Feminism and the Politics of Resilience. Essays on Gender, Media and the End of Welfare*. Madrid: Ediciones Morata.

Mundy, P. (2007). A review of joint attention and social-cognitive brain systems in typical development and autism spectrum disorder. *European Journal of Neuroscience*, 19, 1-18.

Perloff, R. M. (2003). *The dynamics of persuasion: Communication and attitudes in the 21st century (2nd ed.)*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Rousseau, J. J. (1995). *Emilio o de la educación*. Madrid: Alianza.

Samudio A. y Edda O. (2016). El acceso de las mujeres a la educación superior. La presencia femenina en la Universidad de Los Andes. *Procesos Históricos*, 29, 77-101.

Fig. 1. Sin Hermione, Harry habría muerto en el primer libro

Fig. 2. Publicidad discriminatoria de Emma Watson por su imagen

Fig. 3. Emma Watson: «Feminismo, feminismo... brecha salarial de género... Por qué, oh por qué no me toman en serio... feminismo... oh, ¡aquí están mis pechos!»