

Una mirada beauvoíriana a los asuntos de mujeres en la prensa. Del eterno femenino a la apropiación del mundo

A beauvoírian view to the women matters in the press. From the eternal feminine to the world's appropriation

Valeria Fernández Hasan

Argentina, doctora en Ciencias Sociales con mención en Comunicación Social, Magíster en Ciencia Política y Sociología y Especialista en Género y Políticas Públicas. Es Investigadora Asistente en el Instituto de Ciencias Humanas, Sociales y Ambientales (INCHUSA) del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) y docente en las cátedras de Epistemología de las Ciencias Sociales y Teoría de la Comunicación Social I en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, Argentina.

valeriaffhasan@gmail.com

Resumen

En 1995 se celebró en Beijing la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, estableciéndose doce áreas críticas como impedimento para la ciudadanía de las mujeres. En este trabajo revisamos específicamente lo referido a la responsabilidad social de los medios de comunicación en cuanto a la difusión de roles y estereotipos de mujeres y varones que resultan en obstáculos. Para nuestra discusión seguimos las pistas de Simone de Beauvoir a partir de su Segundo Sexo, que nos sirve de guía en espejo para analizar los discursos que predominan en la prensa gráfica, los temas que allí resultan controvertidos y las estrategias desplegadas por los diferentes medios para el refuerzo/instauración de una visión tradicional del papel de las mujeres en la sociedad.

Palabras claves: mujeres, espacio público, prensa gráfica.

Resumo

Em 1995, em Beijing aconteceu a Quarta Conferência Mundial sobre a Mulher, onde se estabeleceram doze áreas críticas como impedimento a cidadania das mulheres. Neste estudo revisamos especificamente no que diz respeito à responsabilidade social dos meios de comunicação na divulgação de estereótipos e papéis de homens e mulheres que se fazem obstáculos. Para a nossa discussão seguimos as pistas de Simone de Beauvoir, em seu Segundo Sexo, que serve como guia em espelho para analisar os discursos que dominam na imprensa, os temas que lá resultam controversos e as estratégias implantadas por diversos meios para o fortalecimento / estabelecimento de uma visão tradicional do papel das mulheres na sociedade.

Palavras chave: mulheres, espaço público, imprensa.

Abstract

In 1995 the Fourth World Conference on the Woman was celebrated in Beijing. There, twelve critical areas were established as impediment for the citizenship of the women. In this work we check specifically recounted to the social responsibility of the mass media for the diffusion of roles and stereotypes of women and males who result in obstacles in this way. For our discussion we continue Simone de Beauvoir's tracks in all that her Second Sex, which serve us, as a guide in mirror to analyze the speeches that prevail in the printing press, the topics that there turn out to be controversial and the strategies opened by the different means for the reinforcement / restoration of a traditional vision of the role of the women in the society.

Keywords: women, public space, printing press.

En 1995, con la presencia de 189 países, se celebró en Beijing la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer. Allí se definieron doce áreas críticas como obstáculo al avance de las mujeres, con el objetivo de elaborar una Plataforma de Acción. Esta plataforma era amplia e intentaba garantizar que políticas y programas reflejaran la perspectiva de género, incluyendo recomendaciones a los gobiernos como responsables de los objetivos estratégicos.

Lo que aquí nos interesa es lo señalado respecto de los medios de comunicación y su importancia en el desarrollo de las mujeres y su ciudadanía. Para el caso especial de los medios se recomendaba un trabajo diferencial sobre la lectura de las imágenes y posiciones de las mujeres. Las naciones participantes se comprometieron a garantizar la libertad de los medios de comunicación, promoviendo la participación plena y equitativa de las mujeres y a tomar medidas efectivas contra la pornografía y la proyección de la violencia contra las mujeres y las niñas/os en los medios.

La Plataforma de Acción indicaba que aunque ha aumentado el número de mujeres que hacen carrera en el sector de las comunicaciones, pocas han llegado a ocupar puestos directivos, o forman parte de juntas directivas y órganos que influyen en la política de los medios. La Plataforma sugería suprimir la proyección de imágenes negativas y degradantes de las mujeres, ya que ni los medios impresos ni los electrónicos ofrecen una imagen equilibrada de los diversos estilos de vida de las mujeres y de su aporte a la sociedad en un mundo en proceso de cambio.

Lo que nos interesa en este trabajo es revisar qué ha sucedido con la ambición de lograr estas modificaciones, teniendo en cuenta que las mujeres no podrán alcanzar el status de ciudadanas plenas hasta que no participen en igualdad de condiciones con los varones en la discusión de la cosa pública, en el establecimiento de los temas más relevantes para una sociedad y en el protagonismo respecto de la toma de decisiones.

En el cruce entre espacio público y modalidades de tratamiento y establecimiento de prioridades temáticas relativos a los asuntos de mujeres en la prensa gráfica, se ubica nuestra argumentación central en este artículo. Por un lado, el espacio público resulta una preocupación común, tanto para los estudios de género y la teoría feminista como para los estudios en comunicación. En este sentido, debemos acordar que el espacio público se ha transformado y/o ampliado como consecuencia de la massmediatización¹ de la sociedad y la cultura, y que

de este modo se ha vuelto un lugar imprescindible para las demandas de los diferentes sectores de la sociedad. Partiendo de la clásica definición de Habermas hasta llegar a las nuevas modalidades de lo público, virtual y democrático, es en el espacio público donde se plasma la participación de los ciudadanos, su inclusión y el debate por los asuntos que una sociedad estipula como más relevantes².

Por el otro lado, la distinción entre un ámbito público, propio de la razón, la política, el trabajo productivo y los varones; y un ámbito privado, de la vida íntima, lo doméstico, los afectos, el cuidado, el trabajo reproductivo y las mujeres; se encuentra puesta en cuestión desde teorías y puntos de vista disciplinares que discuten acerca de esta división, sus fronteras y alcances. La caracterización más tradicional de estos espacios nos servirá para analizar qué rol cumple la prensa gráfica en la producción y reproducción de discursos que inciden directamente en la ciudadanía de las mujeres. Para trabajar este segundo aspecto utilizaremos como principal aporte teórico el célebre ensayo *El Segundo Sexo* de Simone de Beauvoir (1999 [1949]), ya que constituye el más serio de los estudios acerca de lo que la filósofa francesa denominara “la mujer en situación”³, categoría que nos ayudará a entender cómo influye en el sentido común compartido por una sociedad, el refuerzo ejercido por parte de los medios de comunicación sobre la idea de la existencia de una esencia, instinto o ‘eterno’ femenino. Lo masculino y lo femenino no son solamente polos. En palabras de De Beauvoir, el hombre representa a la vez el positivo y el neutro. La consecuencia directa de esto es que las mujeres sean tratadas como una minoría subordinada. El varón es interpretado en este sentido como el Sujeto, lo Absoluto, mientras que las mujeres son lo Otro, lo inesencial. “Lo que define de una manera singular la situación de la mujer es que, siendo

como todo ser humano, una libertad autónoma, se descubre y se elige en un mundo donde los hombres le imponen que se asuma como lo Otro: se pretende fijarla en objeto y consagrarla a la inmanencia, ya que su trascendencia será perpetuamente trascendida por otra conciencia esencial y soberana” (DE BEAUVOIR 1999: 31). Como indica De Beauvoir, en la colectividad humana nada es natural y las mujeres son un producto elaborado por la civilización. Así, tras las huellas de *El Segundo Sexo* iluminaremos el espacio público actual y veremos que la mujer “en cualquier caso, no realiza aprehensión alguna del mundo, no se evade de su subjetividad; su libertad aparece mistificada [...]” (DE BEAUVOIR 1999: 672).

1. Notas sobre el espacio público y las mujeres

Jürgen Habermas atribuye un importante papel a la imprenta en la delimitación del espacio público moderno. De este modo, la palabra escrita, manifestada en los semanarios críticos morales y los periódicos políticos de principios del siglo XVIII, jugó un papel determinante en la estimulación del debate entre los individuos particulares. Esta esfera pública política surge directamente de la esfera pública literaria, en los salones, cafés y periódicos. Su primera definición es ser un espacio en el que las personas privadas hacen uso público de su razón: la esfera de las personas privadas reunidas en un público. Esta comunicación postula una igualdad de naturaleza entre sus participantes. En este sentido, se establece a priori una igualdad entre los individuos que sólo distingue la mayor o menor evidencia y coherencia de los

argumentos esgrimidos. Resulta así, un espacio homogéneo y unificado que sólo acepta sus propios principios de diferenciación (CF. CHARTIER 1995). Sin embargo, las desigualdades culturales, educativas, económicas, etcétera, obstaculizaron entonces como ahora aquel ideal de participación universal. Como aclarara Chartier, el ‘público que lee’ no es toda la sociedad y quienes pueden producir un escrito son todavía menos. En este sentido, ya Condorcet (2001 [1792]) había esgrimido que la opinión pública, idealmente universal, debía adaptarse a la evidencia de las brechas culturales y que no resultaría sencillo hacer coincidir lo absoluto del concepto con las realidades del mundo social. En el mismo orden, Nancy Fraser (1992), ha señalado que el potencial utópico de la concepción burguesa de la esfera pública nunca se realizó plenamente en la práctica, sino que siempre existieron públicos rivales

Lo masculino y lo femenino no son solamente polos. En palabras de De Beauvoir, el hombre representa a la vez el positivo y el neutro. La consecuencia directa de esto es que las mujeres sean tratadas como una minoría subordinada.

donde las relaciones entre el público burgués y los demás públicos fueron conflictivas. Así, casi desde un inicio, diversos contrapúblicos contestaron las normas excluyentes del público burgués y elaboraron otros estilos de comportamiento político y normas alternativas de discurso público⁴. Chartier lo expresa claramente al relatar que la oposición entre lo público y lo popular constituye para algunos pensadores del siglo XVIII una dicotomía irreductible: el público no es un pueblo. En las últimas décadas del Antiguo Régimen la opinión pública estaba precisamente definida como lo contrario de la opinión de la mayoría. Opinión versus populacho en Condorcet, la opinión de los hombres de letras versus la opinión de la multitud en Marmontel, el público verdaderamente ilustrado versus la multitud engeguedada y

ruidosa en D’Alembert o la opinión de los hombres ilustrados que precede a la opinión pública y termina por dictar a ésta su ley versus la opinión popular, también en Condorcet (Cf. CHARTIER 1995). Para el caso especial de las mujeres, Thompson explica que su exclusión fue constitutiva de la noción de esfera pública ya que ésta era generalmente interpretada como un dominio de la razón y la universalidad de la que sólo los hombres estaban dotados, mientras que las mujeres, por su supuesta inclinación al particularismo, al remilgo y a una manera frívola de hablar, comúnmente fueron pensadas como conformes a la vida doméstica. En orden a esto, el carácter masculino de la esfera pública burguesa no fue un aspecto incidental. Fue una característica fundamental que, en esencia, estuvo formada por un conjunto de prejuicios profundamente arraigados

sobre las diferencias de género (Cf. THOMPSON 1998).

En las últimas décadas del siglo XX, con el auge de los medios masivos de comunicación y su instauración a nivel planetario, la situación cambia. No sólo es el público de la esfera pública el que se amplía sino sus posibilidades de participación. El crecimiento exponencial de las empresas mediáticas multinacionales y del impacto de los medios en la vida cotidiana de las personas, han favorecido la aparición de nuevas formas de interacción, maneras novedosas de visibilidad y nacientes redes de difusión, todo lo cual ha alterado el carácter simbólico de la vida social. Progresivamente, el fenómeno de la propiedad pública se ha desvinculado de la idea de una conversación dialógica en un lugar físico compartido y se ha convertido en des-espacializada y no dialógica (Cf. THOMPSON 1998)⁵.

2. Entre el eterno femenino y la ciudadanía de las mujeres en la prensa

Definido de este modo el escenario cultural y massmediático cabe ahora que nos ocupemos de la relación entre los medios y las mujeres. Dentro de la Academia, se ha vuelto una recurrencia discursiva sostener que la presencia de las mujeres en los medios viene condicionada por prejuicios culturales y una naturalización respecto de cómo son las mujeres, qué quieren y qué pueden hacer como mujeres y como ciudadanas (Cf. FERNÁNDEZ HASAN 2006). El neoliberalismo ha potenciado estas 'creencias' en virtud de sus intereses. Los estudios centrados tanto en los discursos de los medios como en sus efectos, señalan que, alternativamente, los medios oscilan entre el sensacionalismo y una relectura tradicional, con argumentos conservadores, bajo un formato algo aggiornado en relación al rol de las mujeres (Cf. FERNÁNDEZ HASAN 2006). Los estereotipos más fuertes que se observan dividen a las mujeres en buenas y malas, cuerpo reproductor = madre y cuerpo como fuente de placer para otros = mujeres fatales/vampiresas; en otras palabras, lo que predomina resulta lo más exacerbado del discurso conservador en el intento de preservar los valores tradicionales.

El pacto patriarcal estatuye para los medios de comunicación otro pacto, esta vez, de silencio/ ocultamiento/ desconocimiento⁶. Las estrategias desplegadas en razón de este pacto por los diferentes medios varían de acuerdo a sus contratos de lectura, sus públicos, el estilo de comunicación que los caracteriza, sus intereses particulares y toda la

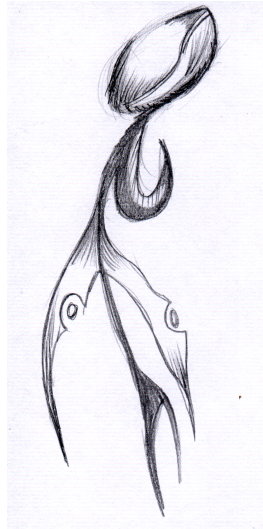
cadena de alianzas establecida para sostener y/o reproducir el discurso dominante, en algunos casos, o para contraponerle uno opuesto y construir hegemonía, en otros.

Una revisión al modo de tratamiento más extendido en la prensa en cuanto a titulación, copetes, bajadas, modalidades de enunciación, voces autorizadas más utilizadas, distribución espacial y por secciones, respecto de los temas referidos a mujeres hace transparente lo antes dicho. La ya vieja tesis de Simone de Beauvoir (1999: 207) "no se nace mujer, se llega a serlo. Ningún destino biológico, psíquico o económico define la figura que reviste en el seno de la sociedad la hembra humana; es el conjunto de la civilización el que elabora ese producto intermedio entre el macho y el castrado al que se califica de femenino", parece tener que reactualizarse en cada nueva observación de las mujeres en los medios.

Si es verdad que los medios de comunicación configuran el mundo, abren las ventanas a la distancia y la diversidad de culturas, tradiciones y visiones alternativas, también lo es que la imagen que de las mujeres muestran sólo reproduce un discurso de sometimiento, aceptación y defensa del status quo, diversidad de mujeres pero no igualdad, en un mundo cada vez peor distribuido y más inaccesible para amplias mayorías.

En el caso de la ciudadanía de las mujeres, la discusión gira principalmente en torno al dilema de su consideración como mujeres o como individuos, constituidas como ciudadanas, sobre el modelo del individuo varón. Es decir, la tensión opera entre el reclamo por ingresar dentro del marco de la ley (como espacio de reconocimiento en los regímenes políticos modernos) en los términos de individuo autónomo o como perteneciente a un grupo, las

mujeres (Cf. FERNÁNDEZ HASAN 2006). En este sentido, los medios, en nuestro caso especialmente la gráfica, se debaten en los últimos años entre reforzar el rol histórico de madres abnegadas, esposas dedicadas y amas de casa sacrificadas o darle lugar a una agenda (especialmente impuesta por los organismos internacionales y producto de un proceso de emergencia que contempla viejos actores, como los organismos y los Estados, y nuevos actores como las organizaciones no gubernamentales de mujeres) referida a mujeres y desarrollo, violencia contra las mujeres, salud mental y salud sexual y reproductiva, mujeres y trabajo; entre las problemáticas más destacadas y de mayor aceptación para su tratamiento. La presión ejercida desde lo que se ha denominado la *internacionalización de los derechos* es vista por feministas como Virginia Vargas como la posibilidad de un nuevo espacio para la construcción de la ciudadanía que, excediendo las fronteras de los espacios nacionales, permitiría a los y las sujetos/as excluidos/as y subalternos/as visibilizar sus demandas y formular sus reclamos en un contexto supranacional, dando así nacimiento a una suerte de ciudadanía global en el marco de una nueva sociedad civil global (Cf. VARGAS 2002:). Lo cierto es que estos escenarios internacionales considerados como lugares de empoderamiento para las mujeres, en la mayoría de los casos, se encuentran obstaculizados por la enorme brecha que existe entre las declaraciones formales y la real puesta en práctica de los postulados emanados de las convenciones, los acuerdos, las plataformas y las leyes.



En el caso de los medios, el umbral de tolerancia para el tratamiento de los diversos temas varía, como ya dijimos, de acuerdo a los contextos particulares y los pactos de lectura que cada uno de ellos tenga con sus lectores/público. En este sentido, sobre el telón de fondo de cierto consenso en relación a lo que resulta 'políticamente correcto' respecto del espacio y el tiempo dispuestos para el tratamiento de algunos temas puntuales -como los mencionados más arriba-, los discursos que los medios privilegian respecto de las mujeres en la sociedad y sus roles en ella, perpetúan la visión esencialista más tradicional. En otras palabras, las apelaciones, invitaciones publicitarias y noticias consideradas por los medios como destinadas a las mujeres resultan espejos de la visión predominante respecto de las mujeres. Veamos algunos títulos y bajadas ilustrativos. De la mano de los dichos de Simone de Beauvoir pondremos la discusión en situación.

Dice De Beauvoir (1999: 269-270): "Ella espera al hombre [...] El matrimonio es la única forma de realización que han conocido las mujeres por siglos. La conquista de una marido no es siquiera una acción, es una entrega pasiva al amo".

Dicen los medios:

Diario Clarín Veintipico y hormonas de mujer, 12/2/09

Sobre la felicidad y sus matices

Las mujeres somos animales emocionales, capaces de desfallecer en la ilusión de que nuestro objetivo deseado nos ame a la misma magnitud de nuestra fascinación por ellos durante meses, años, décadas... no nos cansamos de especular, soñar y anhelar. Absolutamente todas soñamos alguna vez con el vestido blanco, el arroz y las campanitas; esto es lo único que no varía en nuestra fantasía, porque los hombres que nos esperan en el altar en esas alucinaciones parecen ir pasando por una puerta giratoria.

De Beauvoir (1999: 220) señala: "Para el varón, su manera de existir para otro lo anima a platearse para sí mismo. Efectúa el aprendizaje de su existencia como un movimiento hacia el mundo, rivaliza en dureza e independencia con los otros niños y desprecia a las niñas. Toma su cuerpo como medio para dominar la naturaleza y como instrumento de combate".

Los medios señalan:

Mi pediatra, octubre de 2006

VERDADES y MENTIRAS sobre niñas y niños

¿Las niñas son tiernas y conciliadoras y los niños duros e inquietos? ¿Se debe a razones biológicas (diferencias de sexo) o de educación (diferencias de género)? Un poco de las dos.

MOVIMIENTO: *Los niños son más activos, impulsivos y exploradores, las niñas, más tranquilas y pacientes, sobre todo en los primeros años. VERDADERO. Las niñas suelen ser menos movidas por factores biológicos y hormonales, pero también porque jugamos de forma más física con ellos y más delicada con ellas.*

INTELIGENCIA: *Las niñas son más listas. FALSO. Es verdad que ellas hablan antes y sacan, en general, mejores notas, pero esto no es debido a que sean más inteligentes, sino a que hablamos y razonamos más con las niñas, y les inculcamos un mayor sentido de la responsabilidad y del esfuerzo, aunque sí es cierto que cada sexo demuestra capacidades diferentes según el área de conocimiento.*

AFECTIVIDAD: *Las niñas son más cariñosas que los niños. FALSO. Los dos pueden ser igual de cariñosos y afectuosos, lo que ocurre es que a ellas les prodigamos más besos, sonrisas y caricias y con ellos tendemos más a reprimirlos y reprimirlos.*

De Beauvoir le otorga a la cultura y a la educación una enorme responsabilidad en la situación de las mujeres. "En la niña hay conflicto entre su existencia autónoma y su ser otro. Se le enseña a ser para agradar, hay que hacerse objeto. Entonces, renunciar a su autonomía. Se la trata como a una muñeca y se le rehúsa la libertad. Cuanto menos ejerza su libertad para comprender, captar y descubrir el mundo que la rodea, menos recursos hallará en sí misma" (DE BEAUVOIR 1999: 220)

Veamos qué indican los medios al respecto:

Revista Hoy Mujer, 11/3/09

Controlar los impulsos

¿Te sientes incapaz de dejar de hacer algo que deseas, aun cuando sabes que va a resultar perjudicial para ti o para los demás? ¿Estallas con facilidad? ¿Eres víctima de tu incontinencia emocional? Revisa cómo puedes poner límites a esa actitud.

De Beauvoir (1999: 276) se pregunta: "¿Qué es ser

femenina?: adornarse, reprimirse, asumir su destino de mujer, pasiva, dócil [...] La joven no sólo tendrá que mostrarse, adornarse, sino también reprimir su espontaneidad y sustituirla por la gracia y el encanto estudiados que le enseñan sus mayores".

Los medios en consonancia insisten:

MDZ, 10/3/09

La mujer muñeca

"Siempre todo justificado, por supuesto, con los ideales de la mujer muñeca: las feas para ser lindas, las lindas para ser más lindas y las envejecidas para verse más jóvenes"

Revista Telva, 11/3/09

La moda que viene

Esta primavera puedes ser quien quieras: una inocente ninfa del bosque, una sofisticada mujer, una niña traviesa, una femme fatale

En cuanto a las posibilidades de realización a través de un trabajo o de los estudios, De Beauvoir (1999: 310) asegura: "Aún cuando elija la independencia [la mujer] no por ello hace menos sitio en su vida al hombre, al amor. En todo caso, la mujer que trabaja quiere conciliar su éxito con triunfos puramente femeninos [...] esto implica que sus intereses vitales queden divididos".

La prensa, por su lado, a tono con los tiempos, rescata a las mujeres profesionales y trabajadoras, pero sin dejar de lado su rol primordial y anterior a cualquier otro: la maternidad.

Diario Los Andes, 11/3/09

Distinguieron a la policía que amamantó a Candela

"Nos sirve de ejemplo para que los ciudadanos vean el compromiso que ejerce toda mujer, toda mamá y, en este caso, una policía" [...]

Diario Los Andes, 8/3/03

Día de la Mujer: tres mendocinas ejemplares.

Desde el lugar tradicional que ocupaban en el hogar hasta el paso por la universidad y los cargos de poder, las mujeres –que hoy celebran su día internacional– han escrito su parte de historia. Como las que hoy narran una universitaria, una docente y una promotora solidaria.

3. Palabras de cierre

La duda que atraviesa todo *El Segundo Sexo* se traduce en palabras de De Beauvoir en estos interrogantes: “¿Cómo puede realizarse un ser humano en la situación de la mujer? [...] ¿Cómo encontrar la independencia en el seno de la dependencia? ¿Qué circunstancias limitan la libertad de la mujer? ¿Puede ésta superarse?” (DE BEAUVOIR 1999: 31). Nuestra pregunta, en cambio, tiene que ver con la responsabilidad social de los medios, en tanto configuradores del sentido común compartido, en la construcción de la ciudadanía de las mujeres. ¿Cuál ha sido y es el papel de los medios de comunicación en el establecimiento de los denominados ‘temas de mujeres’? ¿Cuáles de ellos han podido ingresar a su agenda? ¿Qué discurso ha prevalecido? ¿Qué imágenes han sido elegidas para acompañar las transformaciones de la fracción de la sociedad que representan las mujeres? ¿Cómo han acompañado, si es que lo han hecho, los avances legales, tanto a nivel internacional como nacional? Finalmente, ¿qué modelo de mujer ayudan a difundir? ¿Qué idea reproducen respecto de la igualdad y de la ciudadanía de las mujeres?

De Beauvoir indicaba que para ser un individuo completo, las mujeres necesitaban tener acceso al mundo masculino, pero que esto no podría lograrse en tanto las exigencias para unas y otros no fueran las mismas. En este sentido sostenía que lo que determinaba las diferencias entre varones y mujeres tenía que ver con su historia y el contexto de su vida. Por ello aclaraba “cuando empleo las palabras ‘mujer’ o ‘femenino’ no me refiero, evidentemente, a ningún arquetipo, a ninguna esencia inmutable [...] Las vagas nociones que se tienen de una ‘esencia femenina’ son plasmaciones de prejuicios culturales [...] no hay determinismos [...]” (DE BEAUVOIR 1999: 207). En los medios de comunicación, superados supuestamente esos determinismos, lo que aparece con mayor frecuencia es el refuerzo constante del discurso tradicional dominante en relación a la maternidad como función social básica y como destino. En algunos casos esto se logra bajo las modalidades de la alusión y la elusión, es decir, se intenta una neutralización de aquellos temas más conflictivos ideológicamente -aborto, derechos sexuales y reproductivos, violencia contra las mujeres- a través de un tratamiento en paralelo donde se alude a la temática a nivel de los contenidos pero se elude el verdadero destinatario de los mensajes. De este modo se construye un mensaje cifrado dirigido al enemigo político: el feminismo.

En otros casos, lo que predomina como estrategia es la no superación de cierto umbral de tolerancia que permite el tratamiento de ciertos temas apelando a voces autorizadas, información estadística y las convenciones internacionales dentro del marco del derecho internacional. Esta

modalidad permite que se cuelen datos, discusiones y exposiciones que resultan enriquecedoras para el debate en torno de los derechos de las mujeres y de su ciudadanía, y se propician grietas por las cuales pueden ingresar voces y discursos alternativos.

Finalmente, una tercera estrategia de ingreso de los asuntos de mujeres en los medios es quizás la menos instalada. Se trata del establecimiento de un espacio contradiscursivo, escasamente visto en la prensa gráfica tradicional (ejemplo de ello es el Suplemento *Las /12* del diario *Página /12* de Argentina) pero cada vez más difundido on line. En estos casos se responde a intereses ideológicos muy definidos, sostenidos por la aparición de personalidades y especialistas en la temática y por la disponibilidad de un espacio para la discusión y el debate en torno de la ciudadanía de las mujeres.

Como puede apreciarse, las interpelaciones en tanto ciudadanas son minúsculas. No hay un escenario configurado por los medios de comunicación dispuesto para ello. A pesar de que “engendrar, amamantar, no constituyen actividades, son funciones naturales, ningún proyecto los afecta [...]” (DE BEAUVOIR 1999: 65), la maternidad sigue siendo la forma más efectiva de apresar la vida de las mujeres a la obediencia, la sumisión y el mantenimiento del orden establecido; y esto también a través de

imágenes y discursos que los medios instauran y extienden perpetuando la condición subalterna de las mujeres. Tal como lo señala el legado beauvoriano, solamente cuando podamos “apropiarnos del mundo del que hemos sido excluidas” el espacio público podrá ser también ocupado por mujeres en tanto que individuos con derechos.

Notas

1. La massmediatización aparece como fenómeno relacionado con la instantaneidad y simultaneidad en los contenidos de los mensajes, imponiéndose el predominio de la imagen, la fragmentariedad, el alto impacto y la deshistorización. La contemporaneidad que producen los medios remite, por un lado, al debilitamiento del pasado, a su reencuentro descontextualizado, reducido a cita; y por otro lado, a una ausencia de futuro que nos instala en un presente continuo. No es tanto lo que los medios dicen sino las prácticas que producen: goce de forma privada y descomprometida, triunfo del espacio sobre el tiempo, ruptura de la secuencialidad y de la atención (Cf. FERNÁNDEZ HASAN 2007:).
2. De acuerdo con Habermas, entre la esfera de la autoridad pública o el Estado, de una parte, y la esfera privada de la sociedad civil y las relaciones personales, de la otra, emergió durante la modernidad una nueva esfera de lo público: una esfera pública burguesa cuyos individuos particulares se reunían para discutir la regulación de la sociedad civil (Cf. HABERMAS 1989:).
3. La pregunta de De Beauvoir acerca de qué es ser una mujer descarta el nominalismo que se responde ‘un ser humano’. Para ella, todo ser humano concreto está singularmente situado y para el caso de las mujeres, De Beauvoir explica que lo que denomina ‘la situación’ de las mujeres revela lo que se ha entendido como su carácter o esencia.
4. En este punto los/as teóricos/as coinciden. Así, según Fraser, la ilusión de una plena accesibilidad del público burgués nunca se realizó en la práctica: las mujeres de todas las clases y etnicidades fueron excluidas de una participación política oficial en base a su género mientras que los hombres plebeyos fueron excluidos formalmente por los requerimientos de propiedad. En el mismo sentido, mujeres y hombres de todas las clases y de etnicidad distinta, fueron excluidos por razones raciales (Cf. FRASER 1992:).
5. Bajo la idea moderna de espacio público, un acontecimiento esencialmente dialógico, se convertía en público al presentarse ante una multitud de individuos físicamente presentes en el momento en que acontecía.
6. Al tipo de sociedad en la que el poder/saber/tener está en manos de los varones se la denomina patriarcal. Supone formas de vida familiar y social basadas en un sistema estructural y cultural de dominación en el que es el varón quien detenta el poder, en todos los ámbitos sociales. Implica no sólo la sexualidad sino la totalidad de las relaciones de reproducción social, por medio de las cuales se reproducen dentro de un modo de producción determinado las relaciones de sujeción/ subordinación de las mujeres.

Bibliografía

1. CONDORCET, Jean Antoine (2001 [1792]). *Cinco memorias sobre la instrucción pública y otros escritos*. Madrid, Morata.
2. CHARTIER, Roger (1995). *Ilustración y revolución. Revolución e Ilustración*. En *Espacio público, crítica y desacralización en el siglo XVIII*. Barcelona, Gedisa.
3. DE BEAUVOIR, Simone (1999 [1949]). *El segundo sexo*. (Traducido por Juan García Puente). Buenos Aires, Sudamericana.
4. FERNANDEZ HASAN, Valeria. (2007). *Medios de comunicación, mercado y cultura. ¿Qué lugar para la ciudadanía?* Revista de Temas Sociales Kairos (Revista electrónica) N° 20 . Disponible en <http://www.revistakairos.org/>
5. FERNÁNDEZ HASAN, Valeria (2006). *La construcción mediática del sentido común: Imágenes sobre los procesos de ciudadanización de las mujeres. Análisis desde una perspectiva de género. 1985/2003*. Tesis doctoral inédita. Mendoza, UNCuyo.
6. FRASER, Nancy (1992). *Repensando la esfera pública: una contribución a la crítica de la democracia actualmente existente*. En CALHOUN, Craig (comp.). *Habermas y la esfera pública*. England, The MIT Press.
7. HABERMAS, Jürgen (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Massachussets, MIT Press, Cambridge
- THOMPSON, John (1998). *Los media y la modernidad*. Madrid, Paidós.
8. VARGAS, Virginia (2002). *Globalización, feminismo y construcción de las ciudadanías*. Seminario *Democracias, ciudadanía y Estado en América Latina en el siglo XXI: Análisis de género de los caminos recorridos desde la década del 80 y futuros posibles*. Buenos Aires, PRIGEPP-FLACSO.
9. Revista Hoy Mujer. Disponible en <http://www.hoymujer.com>. Consulta realizada el 11 de marzo de 2009.
10. Diario MDZ. Disponible en <http://www.mdzol.com>. Consulta realizada el 10 de marzo de 2009.
11. Revista Telva. Disponible en <http://www.telva.com>. Consulta realizada el 11 de marzo de 2009.
12. Diario Los Andes. Versión impresa. Disponible en <http://www.losandes.com.ar>. Consulta realizada el 11 de marzo de 2009.
13. Diario Los Andes. Versión impresa. Disponible en <http://www.losandes.com.ar>. Consulta realizada el 8 de marzo de 2003.
14. Diario Página /12. Versión impresa.

Recibido: 12/03/2009
Aceptado: 30/04/2009