

Crítica feminista y comunicación

María José Sánchez Leyva
Alicia Reigada Olaizola
(coordinadoras)

Michèle Mattelart
Elena Casado Aparicio
María-L. Ruido
Irene García Rubio
Cristina Vega Solís
Carmen Romero Bachiller
Vanesa Sáiz Echezarreta
María Cunillera



CS COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

pag. 5. W65
C 75
2007

Esta obra, tanto en su forma como en su contenido, está protegida por la Ley, que establece penas de prisión y multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeren, plagiaran, distribuyeren o comunicaren públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la preceptiva autorización por escrito del titular de los derechos de explotación de la misma.

1ª edición: 2007, Sevilla (España).
Diseño y producción gráfica: La Reserva. Servicios Editoriales, 2007.
Traducción del capítulo de Michèle Mattelart: Teresa Muñoz Sebastián

De esta edición:
COMUNICACIÓN SOCIAL EDICIONES Y PUBLICACIONES, sello propiedad de:
© by PEDRO J. CRESPO, EDITOR (2007)

c/ María Auxiliadora, 2, derecha 5º B. 41003 Sevilla (España).
Tlf & Fax: 980 588 175

c/ Escuelas, 6. 49130 Manganeses de la Lampreana, Zamora (España).
Tlf & Fax: 980 588 175

Correo electrónico: info@comunicacionediciones.com

Sitio Web: <http://www.comunicacionsocial.es>

ISBN: 978-84-96082-39-7

Depósito Legal: SE-4.863-2007
Impreso en España. Printed in Spain

Índice General

Revisitar la comunicación desde la crítica feminista. Notas introductorias. <i>M^a José Sánchez Leyva y Alicia Reigada Olaizola</i>	7
1. Mujeres y medios. Memorias de un pensamiento crítico. <i>Michèle Mattelart</i>	29
2. Orientaciones. Comunicación, cultura y sentido. <i>María José Sánchez Leyva</i>	56
3. La des/reconstrucción de la comunicación en las sociedades de la información. <i>Elena Casado Aparicio</i>	82
4. Just do it! Cuerpos e imágenes de mujeres en la nueva división del trabajo. <i>María L. Ruido</i>	110
5. Las mujeres y el trabajo en las series de ficción. Cambio social y narraciones televisivas. <i>Irene García Rubio</i>	136
6. Atender en lo personal. El trabajo afectivo en los servicios domiciliarios. <i>Cristina Vega Solís</i>	149
7. El exotismo de los cuerpos y la fetichización de la mirada en la producción de las «mujeres inmigrantes» como «otras». <i>Carmen Romero Bachiller</i>	186
8. Una construcción 'solidaria' de la subalternidad: mujeres en la publicidad de las ONGD. <i>Vanesa Saiz Echezarreta</i> ...	215
9. Mujeres devoradoras. Un recorrido del surrealismo a nuestros días. <i>María Cunillera</i>	245

- HARDING, Sandra (1996): *Ciencia y feminismo*, Madrid, Morata.
- HARDT, Michael y NEGRI, Antonio (2002): *Imperio*, Barcelona, Paidós.
- HOOBS, Bell (2004 [1984]): «Mujeres negras. Dar forma a la teoría feminista», en VV.AA., *Otras inapropiables. Feminismos desde las fronteras*, Madrid, Traficantes de Sueños, pp. 33-50.
- MÉNDEZ, Lourdes (2005): «Una connivencia implícita: «perspectiva de género», «empoderamiento» y feminismo institucional», en ANDRIEU y MOZO (coords.), *Antropología Feminista y/o del Género. Legitimidad, poder y usos políticos*, Sevilla, Fundación El Monte/FAAEE, / ASANA, pp. 203-225.
- MOHANTY, Chandra T. (2002) «Encuentros feministas: situar la política de la experiencia», BARRET y PHILLIPS (comp) *Desestabilizar la teoría. Debates feministas contemporáneos*, México, Paidós, pp. 89-106.
- NAROTZKY, Susana (2004): *Antropología económica. Nuevas tendencias*, Barcelona, Melusina.
- OLIVA, Asunción (2004): «Feminismo postcolonial: la crítica al eurocentrismo del feminismo occidental», Cuaderno de Trabajo nº 6, Instituto de Investigaciones Feministas de la UCM (<http://www.ucm.es/info/instifem/cuadernos/cuaderno%206.doc>).
- PEARSON, Judy (ed.) (1993): *Comunicación y género*, Barcelona, Paidós.
- SCOTT, Joan (1990): «El género: una categoría útil para el análisis histórico», ALEMANG y NASH (eds.) *Historia y género: las mujeres en la Europa moderna y contemporánea*, Valencia, Alfons el Magnanim, pp. 23-56.
- TANNEN, Deborah (1996): *Género y discurso*, Barcelona, Paidós.
- TURBET, Silvia (ed.) (2003): *Del sexo al género. Los equívocos de un concepto*, Madrid, Cátedra.
- YOUNG, Iris Marion (1996): «Vida política y diferencia de grupo: una crítica del ideal de ciudadanía universal», en CASTELLS (comp), *Perspectivas feministas en teoría política*, Barcelona, Paidós.

Mujeres y medios. Memorias de un pensamiento crítico.

Michèle Mattelart

Después de que Betty Friedan publicara en 1963, en Estados Unidos, *The Feminine Mystique (La mística de la feminidad)*, creo poder decir que el movimiento de las mujeres, con matices particulares según los contextos, comenzó a dar una importancia crucial a los temas y a las acciones articulados en torno a la representación de la imagen de la mujer en los medios de comunicación y de difusión cultural. El reconocimiento unánime de la legitimidad del tema Mujeres/Medios no significa de ningún modo que éste no haya sido trabajado por una pluralidad de tradiciones, de acercamientos heurísticos, de sensibilidades políticas y de estimaciones estratégicas expresados en el seno del feminismo. Este debate interno coincide desde hace algunos años con el que se libra sobre el escenario de la teoría crítica de los medios de comunicación. Las investigaciones feministas han tenido un impacto renovador sobre las nuevas problemáticas desarrolladas en torno a la cuestión del poder de los medios, de los modelos que éstos vehiculan, de la relación texto-sujeto, del estatus del sujeto receptor en la producción de sentido.

Es preciso subrayar la creciente complejidad del tema Mujeres/Medios, afectado por las alteraciones que han ido experimentando tanto el campo de la teoría crítica de los medios como el de las prácticas y los análisis feministas. Esto nos invita a reflexionar sobre las ambigüedades de las nuevas matrices conceptuales. Ambigüedades íntimamente relacionadas, en el contexto del post-estructuralismo, del post-feminismo y del post-modernismo, con la crisis de las utopías sociales, la crisis de las identidades y de los grandes relatos de emancipación, la crisis, en definitiva, de los modelos de legitimación de los saberes y de las acciones.

Una difícil legitimidad

He hablado de unanimidad en el reconocimiento de la importancia de esta problemática. Pero se constata rápidamente la existencia de

profundas diferencias según los contextos nacionales. En Francia nos encontramos con una singular ausencia de estudios, con la falta de un corpus consistente, dialógico, contradictorio, en este territorio concreto de los medios, que contrasta fuertemente con la situación en los países anglosajones, los países nórdicos e incluso Italia, España o América Latina. Es cierto que en todas partes los movimientos feministas han vivido con gran tensión su posición frente al saber y su relación con las instituciones académicas y la universidad. El prólogo al primer número de la revista *Signs* de la Universidad de Chicago, que iba a desempeñar un papel de primer orden en la difusión de los estudios feministas sobre los medios, daba en 1975 buena muestra de esa tensión (con ciertos tics idiomáticos de la época): «La estrategia de la revista *Signs* consistirá, sin dejar de establecer aunque sea fragmentariamente un nuevo corpus de conocimiento —un conocimiento inaugurado y programado por los movimientos feministas desde hace diez años— y sin salir de la universidad, en elaborar la descripción de las relaciones imaginarias y de las relaciones simbólicas que ligan a la mujer (ser parlante) con la sociedad de la que forma parte.» «*Sin salir de la universidad*». Lo subrayo. Numerosas investigadoras francesas han ofrecido testimonios acerca de las dificultades que han marcado desde el principio esta relación entre el movimiento de las mujeres y la institución universitaria. «Hacer una tesis estaba mal visto... Era como vender la lucha de las mujeres a la Universidad, recuperar el movimiento en términos de carrera». La ambigüedad de la empresa se enunciaba así: ¿cómo transformar un movimiento social y político importante en objeto de estudio, en un lugar competitivo? Desde los años setenta, sin embargo, en los campos de la literatura, la historia y la sociología, donde el paradigma feminista estaba muy maduro, se produjo una considerable acumulación de conocimientos. Dentro de esas disciplinas se crearon grupos de estudio y seminarios. Pero no hubo espacio para reflexionar sobre perspectivas comunes que entrañaban una crítica de los conocimientos establecidos. La cuestión de la multidisciplinariedad, percibida como primer rasgo específico de los estudios feministas (los cuales, según la opinión de sus protagonistas, no constituían una disciplina, sino un punto de vista), mostró con crudeza la dificultad que suponía organizarlos. La institución universitaria, en Francia como en otros países, reveló su rigidez oponiéndose a la articulación real de los campos disciplinares (Cedref, 1997).

Pero, más allá o más acá de esa constatación global, la notoria falta de estudios en Francia sobre el tema Mujeres/Medios constituye una auténtica cuestión por sí misma. Evocaremos más adelante algunos fac-

tores generales susceptibles de explicar en parte la especificidad de la situación francesa. Contentémonos por el momento con subrayar el tiempo que ha llevado en Francia reconocer e identificar los retos de una cultura cada vez más ligada a la industria y a la técnica. Uno de los escasos momentos en los que esta problemática es reconocida es el que señala en 1960 la creación del *Centre d'études des communications de masses* (Centro de Estudios de Comunicaciones de Masas, CECMAS) en el seno de la Escuela Práctica de Estudios Superiores, porque agrupó a destacadas figuras de la intelectualidad (Roland Barthes, Edgar Morin, Georges Friedmann), sin que por ello el tema de las mujeres recibiera una atención particular.

Tampoco en Gran Bretaña o en Estados Unidos fue fácil lograr el reconocimiento de este campo. Ann Kaplan (1986) recuerda con justicia la resistencia que opuso durante mucho tiempo el mundo académico a los estudios sobre mujeres y medios tanto en Estados Unidos como en Gran Bretaña, donde, al menos en esta última, las investigaciones sobre medios de comunicación fueron relegadas durante años a los institutos politécnicos. En estos dos países, los departamentos de estudios literarios y los de estudios cinematográficos (*Film Studies*) —el cine beneficiándose de su estatus de arte— fueron los primeros en acoger las investigaciones iniciales sobre las identidades de género construidas por los medios. A lo largo de los años ochenta se institucionalizó un programa de *Women's Studies* en la mayoría de las universidades de Estados Unidos.

La corriente británica de los *Cultural Studies*, nacida en los años cincuenta de una tradición de crítica literaria y del ardor por defender la cultura de las clases populares, y que se institucionalizó gracias a la fundación en 1964, en la Universidad de Birmingham, del *Center of Contemporary Cultural Studies* (Centro de Estudios Culturales Contemporáneos, CCCS), dió un impulso decisivo al tema Mujeres/Medios. Alrededor de este Centro van a desarrollarse en los años sesenta y setenta trabajos que analizarán, recurriendo a una semiología impregnada de marxismo y de estructuralismo, las dimensiones ideológicas de la programación radiofónica, de la información y de la ficción televisiva. La cuestión de las identidades sexuales será legitimada como instrumento de análisis de la cultura difundida por los medios.

Para los *Cultural Studies*, profundamente marcados por el espíritu de sus fundadores (Richard Hoggart, Raymond Williams y Edward P. Thompson), la reivindicación de la cultura de las clases populares era una estrategia cuyo objetivo era dotar a éstas de la energía necesaria

para sostener sus propios valores y su economía moral frente a las clases dominantes. Los *Cultural Studies* daban por establecida una estructura particular de dominación y de subordinación, y consideraban que la suya era una tarea ideológica de legitimización y de movilización. Esta empresa científica participaba de una lucha política más amplia. Largo tiempo fiel a esta primera intención, la originalidad del Centro radicó en el logro que supuso relacionar durante más de quince años sus trabajos (etnografía, lengua y subjetividad, y especialmente *Media Studies*) con las cuestiones planteadas por las «subculturas», las «culturas alternativas» y los movimientos sociales, entre ellos el feminismo.

La irradiación de los *Cultural Studies* hacia el mundo académico internacional, especialmente el norteamericano, contribuirá en gran medida a desarrollar estudios de género ligados al análisis de los medios, a riesgo de perder el sentido crítico del que eran portadores en su origen.

Según Charlotte Brunson, investigadora británica muy representativa de esta corriente, coautora con dos colegas americanas de una antología aparecida en 1997, *Feminist Television Criticism*, la etapa de formación de la crítica feminista de televisión se extiende desde 1976 hasta mediados de los años ochenta. La línea que delimita esta etapa es el paso de fuera a dentro de la Academia. Este paso se tradujo en un cambio de perfil de la «investigadora feminista». Mientras que en 1976 la crítica feminista escribe dirigiéndose en primer lugar a sus hermanas de lucha con un tono absolutamente hostil hacia los «mass media» y preocupada siempre por justificar la atención que presta a la televisión, a mediados de los años ochenta es a sus colegas a quienes se dirige, y sus trabajos empiezan a aparecer en antologías utilizadas a la vez en los cursos sobre comunicación y en los de *Women's Studies* (Brunson et al., 1997:114). El giro académico se sitúa en 1985, pero en 1990-1992 comienza un segundo período «todavía más académico», marcado por la proliferación de obras, antologías, conferencias. Las revistas especializadas se multiplican rápidamente, atestiguando el valor en aumento de los *Women's Studies* en el mercado editorial mundial (en lengua inglesa, se entiende).

La excepción francesa

Ahora bien, en Francia, en los primeros años del siglo XXI, todavía no se ha alcanzado ese momento académico. Los estudios de género están ciertamente en progresión. Pero esta progresión es lenta. «Al tiempo que asistimos actualmente a la multiplicación de debates, de formaciones, de estudios y de publicaciones sobre las mujeres, la diferencia de sexos, las

relaciones sociales entre hombres y mujeres y sus representaciones —se lee en un documento preparatorio de un programa de pluriformación, publicado en mayo de 2002, que lleva el título de *Género, Ciencia y Sociedad*—, en Francia este desarrollo es todavía poco visible, en virtud del pequeño número de departamentos, institutos y centros universitarios de estudios sobre las mujeres y/o feministas, y permanece atomizado.»¹

En medio de este auge, que sigue siendo precario, la cuestión Mujeres/Medios ocupa un lugar extremadamente marginal. El silencio sólo es roto por algunos artículos publicados en revistas, algunas tesis universitarias y por las intervenciones militantes provenientes de asociaciones de vigilancia como la *Association des femmes journalistes* (Asociación de Mujeres Periodistas, AFJ) y de grupos de movilización significativamente denominados «Chiennes de garde» («Perras guardianas») o «La Meute» («La Jauría», resultado de disidencias internas en el anterior) que se han encargado de hacer visible el combate contra la violencia sexista en los medios y, en particular, en la publicidad.

Para tratar de explicar las dificultades percibidas aún hoy en torno a la cuestión de género, conviene evocar los análisis de ciertas historiadoras que han señalado las particularidades del feminismo en Francia, recordando el contexto político y cultural en el que éste se formó. Ellas han mostrado cómo este feminismo francés, tal como fue elaborado a partir de la Revolución Francesa, en diálogo con el discurso republicano en construcción, está carcomido por la dificultad de conciliar dos imperativos: la afirmación de la identidad femenina por una parte y la adhesión al universalismo de la República por otra. Las mujeres deben a la vez afirmar y negar su diferencia sexual. La cultura política propia de Francia, enraizada en el republicanismo y el universalismo, ofrece poco espacio a los particularismos de cultura y de género. En Francia existe una tensión especialmente fuerte entre la necesaria adhesión al principio universalista y el no menos necesario reconocimiento de la diferencia para una emancipación plenamente democrática. La lucha de las mujeres oscilará hasta nuestra época entre estos dos polos, el universalista y el diferencialista. (Volveremos más adelante sobre esta disyuntiva). Y esto incidirá sobre la manera de entender la relación de las mujeres con las instituciones, incluidas las instituciones mediáticas.

¹ RING (Réseau interdisciplinaire et interuniversitaire national sur le genre, Red interdisciplinaria e interuniversitaria nacional sobre el género), Presentación del Coloquio «Le genre comme catégorie d'analyse», 24-25 de mayo de 2002, París, Université Paris VII.

Ya hemos insinuado que el contenido de los estudios «Mujeres/Medios» acusa la discriminación propia de dos objetos considerados socialmente secundarios e infravalorados intelectualmente. La Academia pondera los temas de estudio concediéndoles grados de importancia y relevancia: de este modo, hay temas nobles y otros que no lo son. Esta jerarquización está más acentuada en Francia que en otros países.

La filósofa Geneviève Fraisse confirma de una manera bastante radical la doble desvalorización que sufre este tema cuando defiende que la dificultad de dar a la cuestión de las mujeres un estatus dentro del ámbito del pensamiento apunta al carácter fijo de la representación imaginaria de las mujeres, consustancialmente ligada al universo mediático. De la mano, en efecto, de la configuración de un campo de reflexión sobre la diferencia de sexos, se presenta la cuestión de la relación Mujeres/Medios bajo la forma de la constatación de un vínculo privilegiado, «casi un vínculo intrínseco», entre las mujeres y la moda, constatación que la filósofa introduce para mostrar hasta qué extremo es difícil pensar la relación entre hombres y mujeres desde una perspectiva filosófica, puesto que en los prejuicios de los detentadores del pensamiento «las mujeres dependen de la apariencia y se hallan por consiguiente en el punto más alejado de la verdad» (Fraisse, 1996:6). No siendo la mujer más que apariencia, hablar de ella es propio de los medios. Poner énfasis en la cuestión de las mujeres es de hecho buscar un efecto mediático. Tratar esta cuestión es reducirla a lo que es, es decir, insignificante —siempre, por supuesto, según los prejuicios del «detentador del pensamiento». «Tal es la suerte que corresponde a la mujer: estar fuera del ámbito conceptual por una parte y bajo los focos de la representación imaginaria, como los de la moda, por otra» (Ibídem:7). La filósofa se contenta con apoyarse en ese vínculo definido por el sentido común, que confina a las mujeres bajo los focos de la representación imaginaria, para mostrar la distancia que ha de franquearse a fin de consolidar la cuestión de la mujer dentro del campo del pensamiento. Sin desarrollar más este tema, ella describe la asociación «mujer-universo mediático» como el síntoma de la dificultad para hablar con total legitimidad intelectual de la diferencia de sexos (noción, sea dicho de paso, que Geneviève Fraisse, y otras como ella en Francia, ha preferido siempre a la de «género»). Entretanto, la decisión de cualquiera, y de una mujer en particular, de aproximarse más a la cuestión de las mujeres y los medios, se ve desde el principio golpeada por una doble inconsistencia.

Así las cosas, puede resultar complicado para una mujer que reclama el estatus íntegro de intelectual, negociar la posición desde la que escri-

bir sobre esta cuestión. Esto nos conduce a la raíz del problema y nos impulsará a proseguir la investigación sobre las causas profundas del abandono real en el que el feminismo en Francia (en particular aquel ligado al mundo académico) mantiene la cuestión de la representación de la imagen de la mujer en los medios. Tal profundización desborda los límites de este artículo.

Digamos que empieza a surgir una inquietud sobre esta falta de movilización. «Existe una tendencia a percibir las discriminaciones relacionadas con las mujeres como una cuestión exclusivamente económica y política, y, en consecuencia, ampliamente consensuada en el seno de las corrientes de la 'izquierda progresista', escribe Ilana Löwy en su crítica a la obra de Pierre Bourdieu, *La domination masculine*, que, en cambio, le parece que —un elogio entre otros rasgos menos celebrados— da un lugar a esta otra forma de discriminación. «Se descuida el hecho de la inculcación permanente a las mujeres de un sentimiento agudo de indignidad corporal (a través de la marginalización de todos los cuerpos femeninos no conformes a los rígidos criterios del deseo masculino: demasiado feos, demasiado viejos, demasiado gordos) y las consecuencias de la internalización de esa mirada por parte de las mujeres. Un proceso reforzado por la imagen transmitida por los medios y la industria de la belleza que socava la confianza en sí mismas de numerosas mujeres» (Löwy, 1999:130).

¿Se podrá hablar durante mucho tiempo con total coherencia de paridad sin plantear la cuestión de la política de representación de la imagen de la mujer en los medios?

Ese descuido, patente en Francia, no significa de ninguna manera un desinterés general por el estatus de lo femenino. Al contrario. La problemática de género, incluso si no siempre es explicitada bajo esa etiqueta, está bien representada entre las semiólogas, las antropólogas, las filósofas, las sociólogas, las especialistas en literatura y, particularmente, entre las historiadoras, que han subrayado la necesidad de prestar atención a los sistemas simbólicos, es decir, a los modos en los que las sociedades se sirven de la representación del género para articular las reglas de las relaciones sociales o para constituir el sentido de la experiencia.²

² Siendo toda lista arbitraria, el riesgo asumido de cometer olvidos injustos es grande. Además de las citadas en el texto, mencionamos no obstante, sin distinción de disciplinas, a: Françoise Collin, Christine Delphy, Arlette Farge, Françoise Héritier, Michèle Le Doeuff, Nicole-Claude Mathieu, Francine Muel, Michelle Perrot, Michèle Riot-Sarcey, Eleni Varikas, etc. Más recientemente, Nathalie Heinich (1996) ha realizado una contribución interesante a la cuestión de la identidad femenina.

Desde los años setenta, época en la que el feminismo fue muy activo en Francia, asistimos dentro de él a una gran elaboración teórica, no exenta de controversias, sobre la cuestión de la diferencia, la cuestión de lo femenino y la del vínculo entre la sexualidad y lo simbólico, que ha inspirado mucho, y continúa haciéndolo, a la reflexión crítica en el mundo anglosajón. Basta examinar las investigaciones realizadas para darse cuenta. La pequeña frase de Simone de Beauvoir en *Le deuxième sexe* (*El segundo sexo*), publicado en 1949, «No se nace mujer: llega una a serlo», que puso de relevancia la construcción social de la feminidad, es acreditada como la primera en proponer la cuestión de «género» en su definición de «sexo social»: la expresión de lo masculino y de lo femenino en la sociedad. Las teóricas anglosajonas fueron inspiradas por esta corriente llamada «igualitarista» y «universalista», representada por Simone de Beauvoir. También lo serán por la corriente llamada «diferencialista» y englobarán, por otra parte apresuradamente, bajo la denominación de *French Feminism*, las reflexiones —fuentes perdurables de inspiración para ellas— de Luce Irigaray, Julia Kristeva y Hélène Cixous, quienes, a la hora de explayarse en torno a lo «femenino», no difieren menos considerablemente entre sí, ni siquiera claman pertenecer las tres al feminismo. Esas mismas teóricas colocarán —también apresuradamente— sobre estas referencias así englobadas la etiqueta de «esencialismo» (una concepción de aquel «otro» femenino fundamentado en la naturaleza, indisolublemente ligado a un valor ontológico). Numerosas feministas francesas, objeto también de referencia, rechazarán un «French Feminism» con tales connotaciones, argumentando adherirse por su parte a un punto de vista materialista.³

No se ha conferido verdadera importancia a tal creación de conceptos en los estudios franceses sobre Mujeres/Medios. En cambio, sí goza ésta de atención en Estados Unidos, en particular en el seno de los *Cultural Studies*, en ocasiones con un sentido del eclecticismo típicamente académico y una práctica exagerada de la amalgama, y no siempre en guardia contra la banalización, ni siquiera contra la distorsión de las propias nociones elaboradas por esta corriente.

³ Se expresaron claramente al respecto de esta cuestión, entre otras, Françoise Basch, historiadora, Christine Delphy, socióloga, y Monique Wittig, escritora residente en los Estados Unidos y fallecida en enero de 2003.

Una voluntad militante

Hasta aquí nos hemos centrado sobre todo en la falta de reconocimiento académico. Para las pioneras, esto no fue un problema. Los primeros estudios fueron elaborados con plena voluntad militante.⁴ Pienso tanto en Anne-Marie Dardigna, autora de dos obras, *Femmes, Femmes sur papier glacé* (*Mujeres, Mujeres sobre papel satinado*, 1974) y *La presse féminine. Fonction idéologique* (*La prensa femenina. Función ideológica*, 1978), como en Judith Williamson: *Decoding Advertisements. Ideology and Meaning in Advertising* (*Descodificando anuncios. Ideología y significado en publicidad*, 1976). Obras muy significativas en aquella época, inspiradas en el enfoque crítico sobre el discurso identificado con una ideología que impone normas de comportamiento y prescribe actitudes. Los títulos indican bien el tono de estos estudios.

La obra de Judith Williamson, que es publicada en Londres y se convierte enseguida en un clásico que conocerá al menos seis reediciones, está ciertamente marcada, como la de Dardigna, por el paradigma estructuralista de denuncia de la violencia simbólica ejercida sobre el terreno de la representación. Tanto una como otra insisten en demostrar cómo la arbitrariedad de esa violencia sobre la imagen de la mujer es disimulada bajo la envoltura de una legitimidad presuntamente natural, ya se trate de revistas femeninas, ya de publicidad. Sin embargo, Williamson introduce una nueva sensibilidad que desplaza el tratamiento racionalista y su visión de un sujeto unificado, reconociendo las contradicciones personales que motivaron su investigación: «Yo misma no podía reconciliar lo que sabía con lo que experimentaba... y ésta es la raíz de la ideología», escribe, y añade «y de ahí proviene la dificultad de criticar el sistema ideológico de la publicidad. Sabía que estaba siendo engañada y explotada, pero el hecho era que me sentía atraída» (Williamson, 1976:9). Su investigación, fuertemente inspirada por Barthes y Lacan, denotará preocupación por analizar «cómo se produce el sentido». Dardigna elude esta cuestión del deseo del sujeto, adoptando una visión más mecánica del funcionamiento del discurso, que pudo marcar la época: «Somos el objeto manipulado sin darnos cuenta ni un solo instante» (Dardigna, 1978:7). Pero desde 1977 planea a través de la pluma de una de las pioneras del movimiento feminista francés, Liliane Kandel, un interrogante acerca del primer libro de Dardigna, considerado

⁴ Señalemos que, ya en 1966, la socióloga Evelyne Sullerot había publicado una de las primeras obras pertenecientes a este campo.

por otra parte excelente. «El cuerpo de las mujeres, ¿expuesto por todas partes, anunciado, vendido, objeto de consumo, libremente accesible, tanto en imágenes como en la realidad, a todos los hombres? Es preciso ir más allá de los habituales análisis sobre la 'mujer objeto'». Y Kandel evoca las estrategias de evasión y de resistencia, «la risa de las mujeres». «Algo se insinúa entre esas consumidoras tan consumibles, tan serviciales, tan dóciles. Algo como una toma de conciencia, de palabra, de cuerpo, común, colectiva y plural. Un desorden en el funcionamiento general del sistema cultural» (Kandel, 1977:25-6). Se introduce así la noción de una posible distancia entre el modelo de «mujer objeto» revelado por el análisis estructural y la manera en la que éste es percibido y recibido en la vivencia de las mujeres en lucha.

«Es una mujer quien os habla»

¿Y usted, que forma parte de esa generación? pueden preguntarme la lectora o el lector. Yo me vi movida a participar desde una posición singular, ya en los años setenta, en los debates que tuvieron lugar sobre Mujeres/Medios en el mundo anglosajón. Y siento la necesidad de referirme sucintamente a mis primeros estudios porque ocupan un lugar específico en la producción sobre este tema, dada la particularidad de la experiencia por mí vivida y del punto de vista adoptado en el análisis.

Comencé esos estudios en otra latitud, en Chile, en América Latina, región del mundo donde la producción y el consumo de masa de los géneros de cultura popular destinados, tanto bajo sus aspectos tradicionales como bajo sus aspectos modernistas, a una clientela femenina, ocupan un lugar importante en el espacio social de la comunicación. Dos estudios: el primero, sobre las fotonovelas, elaborado en 1969 (Mattelart, 1970). El segundo, «Notes sur la modernité: une lecture du magazine féminin» («Notas sobre la modernidad: una lectura de la revista femenina») realizado en 1971.⁵ Estos estudios fueron inspirados por los escritos de Barthes, especialmente por *Mythologies*, y por el enfoque estructural del análisis del discurso, que era una referencia insobornable en aquella época y ofrecía una alternativa a la estrechez de los análisis de contenido de la sociología funcionalista americana,

⁵ Mattelart, 1971 (Este estudio, publicado originalmente en español, fue traducido al inglés y publicado junto con otras contribuciones mías en M. Mattelart, *Women, Media, Crisis. Femininity and Disorder*, Londres, Comedia/Methuen, 1986).

definidos como «una descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones.»⁶ La aportación decisiva del estructuralismo fue precisamente investigar el sentido del proceso de comunicación en el nivel latente o subyacente del discurso. El «Orden del Corazón», con dos ayudas de campo, la Naturaleza y el Destino, organiza el primer corpus de fotonovelas y constituye el eje de las estrategias discursivas de dilución del conflicto social y de reabsorción de las desigualdades estructurales en el sueño del Amor. En cuanto al mito de la modernidad, subyace al sistema textual de las revistas, «naturalizando» un mundo social que opone sus disparidades a la «democracia del deseo» y a la euforia del consumo, en el centro del cual está situada la mujer, limando las asperezas de lo real y «recuperando» los aspectos subversivos de los movimientos de emancipación. En un tercer artículo, escrito en 1973-1974, a mi regreso a París tras el golpe de estado del 11 de septiembre de 1973, analicé el comportamiento de las revistas femeninas locales afiliadas a los sectores de la derecha chilena, cuando ésta, en su estrategia de oposición al presidente socialista constitucionalmente elegido, Salvador Allende, lanzó a la calle el potencial contra-revolucionario de su clientela femenina (Mattelart, 1975).

Es bastante raro ver que estudios escalonados en el tiempo encuentren tan pronto su ubicación en el curso de los acontecimientos. Porque fue la historia, cercana y lejana, de esa contrarrevolución, la que confirió a mis investigaciones su unidad dinámica. Mientras escribía los textos sobre aquellos dos tipos de publicaciones femeninas estaba lejos de suponer que la tragedia de un golpe de estado iba a encargarse de darles su sentido exacto y, al articular esos textos sobre una perspectiva histórica, de conferirles su significado político real. En efecto, sólo cuando por encima de las contradicciones de clase se organizó un movimiento de mujeres de derecha, y en la calle esas mujeres se pusieron a agitar pañuelos y a golpear cacerolas contra el régimen popular de Salvador Allende, se pudo calibrar, en medio del levantamiento, el peso específico de las inversiones políticas e ideológicas que, día tras día, la sociedad patriarcal había realizado en el campo de los valores, de las normas de comportamiento, de las aspiraciones y, sobre todo, de las representaciones normativas del género femenino, a través de los medios de comunicación, entre otros. Representaciones de género de las que, en tiempos de crisis, la oposición de los sectores conservadores iba a servirse.

⁶ Conforme a la definición dada por B. Berelson.

Estas manifestaciones callejeras revelaron, bajo una forma activa, los valores que los medios de comunicación tradicionales o modernos no habían dejado nunca de cultivar bajo su forma pasiva. Demostraban en medio de la violencia cómo el carácter privado, pasivo, atribuido a lo femenino, que las fotonovelas y las revistas habían acunado en el discurrir de los días con ensoñaciones sobre aventuras de deseo amoroso o deseo de consumo, podía perder esa aparente inercia dentro de la vida política para convertirse en un arma singularmente importante en las campañas de opinión contra un régimen popular constitucionalmente elegido y sus programas de reforma. Estas mujeres se transformaron en el mejor arma para el combate político, permitiendo dotar de inocencia la subversión, presentándola como la reacción del sector tradicionalmente apolítico de la opinión, preocupado únicamente por asuntos domésticos y maternos: «Es una mujer quien os habla» o mejor «Es una madre quien os habla». La prensa conservadora justificó el papel activo, sedicioso, de las mujeres que se alinearon en las filas de la oposición, sirviéndose de la interiorización de los estereotipos femeninos, defendiendo que ese papel público que ellas ahora asumían por el tiempo que fuera necesario, no era más que una imagen temporal de la función privada y maternal que les asigna la naturaleza.

Esta experiencia muestra la realidad profundamente política del sistema de representación del género. Más allá de la coyuntura chilena, muestra cómo la invocación al retorno hacia un estado que encarne la fuerza viril se dirige de manera privilegiada a la mujer, de la que se espera en periodos de crisis que legitime, como el ser débil y apolítico que es, una autoridad capaz de protegerla (Mattelart, 1977). La connotación sexual no está jamás ausente, en efecto, de esos discursos y de sus manifestaciones. Esto fue bien estudiado, precisamente en los años setenta, por aquellas estudiosas que se interesaron por la problemática de las mujeres bajo los regímenes fascistas europeos (MacCiochi, 1978).

En 1972, siempre durante ese agitado periodo en Chile, pude participar en un descubrimiento que iba a representar una ruptura importante, un cambio de paradigma para el análisis de los procesos de comunicación, inaugurado por un estudio de tipo etnográfico sobre la recepción de la programación de televisión entre los sectores populares (Mattelart; Piccini, 1974). Es propio de estos periodos de crisis cuestionar categorías cuya legitimidad parecía intocable en periodos de normalidad: por ejemplo, la concepción de programaciones establecidas a partir de un perfil de «público medio», bautizado con el término «popular», en una acepción inerte identificada con un estado de consumo establecido por los sondeos. Ese

concepto puede verse desestabilizado cuando el actor llamado popular comienza a hacer prevalecer activamente su punto de vista acerca de la construcción de una vida distinta. El estudio emprendido, con todo lo exploratorio que todavía era en el plano metodológico, poseía el interés de construir un conocimiento práctico sobre las modalidades de la hegemonía ejercida por los sectores tradicionalmente dominantes sobre las clases subalternas, y las respuestas que éstas ofrecían para la recuperación de una memoria y de una cultura. Se basaba, en gran parte, en la recepción por parte de las mujeres de ambientes populares de los programas que la industria televisiva local y subcontinental les destinaba, a saber, esas famosas telenovelas, versión latino-americana (para decirlo muy rápido) de las *soap operas*. Esas mujeres, cuya conciencia ya se encontraba movilizada como consecuencia de su participación en el movimiento popular, se revelaban capaces de efectuar una lectura crítica de dichos programas y de desmitificar especialmente el carácter ilusorio del ascenso social mostrado en esos folletines. Pero lo que resulta turbador es el placer que continuaban procurando esos programas a espectadoras que tenían una percepción crítica de su función alienante y reparaban en los mecanismos a través de los cuales ésta operaba. La cuestión que se planteaba era pues la siguiente: ¿cómo aprehender de una manera más justa y más compleja desde el punto de vista del público ese género televisivo que parecía responder a sus expectativas y conformar en parte una cultura popular femenina? Descubrí la necesidad de profundizar en la cuestión del placer experimentado por el público. Curiosamente, en el mismo momento en otros lugares, en contextos muy diferentes, otras investigadoras la descubrieron también, como veremos a continuación. Y estas convergencias, en un momento dado, se revelaron significativas en la evolución de las teorías críticas de los medios de comunicación y de su acercamiento a las culturas populares.

Imágenes y efectos de sentido

Retomando mi propósito al hilo del azar en la relación entre el movimiento feminista y la teoría crítica de los medios, querría, como punto de partida, confrontar dos acontecimientos acaecidos en fechas señaladas, tanto desde el punto de vista de la historia del movimiento de las mujeres como de la evolución del debate teórico sobre la cuestión de los medios de comunicación.

En noviembre de 1986 un vasto movimiento estudiantil invadió las calles de París para protestar contra un decreto que afectaba al proceso de selección en el acceso a la Universidad. Entre los líderes, muchas mu-

eres jóvenes que irrumpirán en los medios de comunicación con mucho aplomo. Comparecerán en todas partes para defender su movimiento: en la radio, en la televisión. Simultáneamente, en la pequeña pantalla, nunca antes los anuncios publicitarios han consagrado los papeles tradicionales ni utilizado el cuerpo de la mujer tanto con objeto de vender mercancías. Cómo no evocar en contrapunto ese otro movimiento estudiantil, el de mayo de 1968, cuyos líderes eran todos hombres. No aparecía ninguna figura femenina en primera línea de la escena pública, incluso si mayo de 1968 señala un momento crucial en la toma de conciencia de las mujeres y da un nuevo impulso a su movimiento. Pero bajo la influencia de la crítica estructuralista a la sociedad de consumo, se fulmina la ideología publicitaria y la mitología sexista de la modernidad mediática. En 1986, en cambio, esos anuncios publicitarios tan abiertamente sexistas —al menos según el discurso denunciador de los años sesenta— no son jamás objeto de una crítica organizada por parte de un movimiento feminista sumido en la crisis.

Ahondemos en esta confrontación. Mientras que la radicalidad del movimiento de mayo del 68 se expresaba a través de su rechazo a la institución mediática y de la creación de sus propios soportes de expresión (esencialmente escritos o gráficos), los jóvenes de 1986 se apropiaron de la escena mediática, a la vez cómplices y desligados de sus códigos y de su imaginaria. Con su actitud lúdica, que le llevó a adoptar y aderezar con mucho picante los juegos de palabras del mundo publicitario, 1986 firmó la sentencia de muerte de cierta idea política de la cultura militante. Esta preeminencia del juego muestra el abismo que separa la estrategia de dramatización de mayo de 1968 y las tácticas de desdramatización que caracterizan los acontecimientos de 1986, al tiempo que marca el advenimiento de cierta actitud pragmática.

Este escenario de confrontación me conduce a plantear la siguiente cuestión: ¿Qué hacen con esas imágenes, con esos anuncios publicitarios sexistas las jóvenes mujeres líderes del movimiento del 86? Planteando así la cuestión —«¿Qué hacen?»—, poniendo el énfasis en el «hacer» y en las actrices de ese «hacer», me hago eco del cambio en la mirada que se produjo a mitad de los años ochenta en el seno de la teoría crítica de los medios. Ésta, abandonando su comprensión de la llamada «masa de consumidores» como un objeto inerte y forzosamente manipulado, muestra hoy acuerdo sobre el estatus activo, productor de sentido del receptor-consumidor. Este retorno a los actores de la recepción cobra todo su sentido en contraste con los análisis de los efectos del poder que parten del mismo poder, de sus actos y de sus puntos de vista, y no de

aquellos que son objeto de él. ¿Qué hacen con esas imágenes sexistas las jóvenes mujeres portavoces del movimiento? Para definir el poder de la imagen, diría que éste se ejerce en un juego de vaivén que no funciona en el sentido exclusivo de la imposición de la norma mediática. Un juego de vaivén en el que intervienen los sujetos atravesados por las significaciones atribuidas al género por el sistema de representación dominante en una formación discursiva dada. Pero en este juego estos mismos sujetos intervienen también como actores socialmente situados, que viven experiencias, tienen una práctica específica y comentan mediante el gesto y el lenguaje la diferencia entre ambos sexos y las relaciones de dominación.

Decir esto, que nos permite definir el efecto de sentido como proceso de negociación efectuado por un sujeto, en la complejidad de su sociabilidad, no nos autoriza sin embargo a desatender la cuestión del poder de la imagen y de la representación sexista. La reacción de los mismos publicitarios debería bastar para convencernos; un anuncio particularmente degradante para la imagen de la mujer fue objeto, a comienzos de 1989 en Francia, de una demanda de retirada por parte de Yvette Roudy, antigua ministra de derechos de la mujer. El Consejo Superior de lo Audiovisual, instancia reguladora de las instituciones del ámbito audiovisual, no juzgó legítima la queja y rehusó prohibir el anuncio denunciado. El autor de este anuncio había basado su defensa en estos términos: «Las mujeres están ahora lo suficientemente liberadas como para no sentirse atacadas por una simple imagen publicitaria». Es ahí donde percibimos la ambivalencia de ese nuevo paradigma de retorno al consumidor, a su poder y a su libre arbitrio: cuando éste es manipulado por los guardianes del orden patriarcal en su componente liberal.

Al connotar el «género femenino» con características específicas, los medios de comunicación se convierten en agentes poderosos en la producción y la renovación constante del «significado imaginario» del sexo femenino. Significado imaginario que produce efectos concretos sobre las diversas prácticas sociales.

En los años ochenta se inicia un debate importante en el que hoy se continúa profundizando. Comienza a resquebrajarse la idea de la intangibilidad de las categorías «Mujer» y «Opresión femenina». Interrogándose sobre el «sujeto» del feminismo, pone en cuestión su posición esencialista. Lo que se rechaza es la idea de una división sexual original manifestada *a posteriori* en las prácticas sociales. Bajo esta nueva luz, la opresión de las mujeres no debería ya ser asumida como una categoría preconcebida, resida su origen en la familia o en el modo de produc-

ción económico; pero convendría analizar la autonomía y el desarrollo desigual de las diversas prácticas que construyen las formas concretas de subordinación. Las posiciones que me parecieron más convincentes en esta discusión fueron las que establecían que, si en un primer momento se puede admitir que la opresión de las mujeres no debe ya ser comprendida como categoría preconcebida, en un segundo momento parece necesario insistir sobre la estrecha correlación entre la «subordinación», como categoría general que informa al conjunto de significados que constituyen la «feminidad», y la autonomía y el desarrollo desigual de las diversas prácticas que construyen las formas concretas de subordinación.⁷

De esta «subordinación» entendida como categoría general que informa al conjunto de significados que constituyen la feminidad, hablaba, por ejemplo, la reacción de la cineasta brasileña Suzana Amaral, directora de la película *A hora da Estrelha* (*La hora de la estrella*), basada en la novela de la escritora de la misma nacionalidad Clarice Lispector. Cuando las mujeres del público celebraron su película como «una bella película de mujer», ella respondió, «No, es una película de *gente*», es decir, es la película de una persona. Ella se oponía así a que su película, en su valor de acto creador, cargara con la connotación de inferioridad del género «mujer», rechazando el sistema sexo/género existente en nuestras sociedades y en virtud del cual toda construcción de la diferencia sexual define lo femenino como un polo subordinado a lo masculino.

Una de las tareas del feminismo ha consistido en deconstruir esa pesada tendencia de la visión jerárquica de los sexos que traduce sistemáticamente diferencia por inferioridad.

Igualdad y diferencia

Feminismo de la igualdad y feminismo de la diferencia. Así se califican a menudo, de manera admitida como reductora, los dos polos entre los cuales oscilaría la lucha de las mujeres. Dos polos que tienen sus figuras y sus obras emblemáticas. Dos polos que se identifican con sucesivas generaciones feministas.

Combate de sufragistas de una parte o de feministas existencialistas de otra, la primera generación del movimiento de las mujeres aspira a

⁷ Esta crítica del esencialismo fue en un principio desarrollada por la revista *m/f* (Londres) durante sus ocho años de existencia (1978-1986). Cf. en particular los artículos de Parveen Adams, Elisabeth Cowie y Chantal Mouffe.

insertarse en el tiempo de la historia, del proyecto y de la acción. Las reivindicaciones políticas de las mujeres, la lucha por la igualdad de los salarios y de las funciones, por la asunción de poder dentro de las instituciones al mismo nivel que los hombres, ponen de relieve esta lógica de identificación que se acompaña, por necesidad, del rechazo a los atributos tradicionalmente reputados como femeninos o maternos. El socialismo occidental, sacudido desde sus comienzos por las exigencias igualitarias o diferenciales de sus mujeres, logró que éstas se desprendieran rápidamente de la parte que aspiraba al reconocimiento de la especificidad del papel femenino en la sociedad y en la cultura, para no retener, en el espíritu igualitario y universalista del humanitarismo de las Luces, más que la idea de una necesaria identificación de los dos sexos como único medio de liberación del «segundo sexo».

La otra generación, la segunda oleada, cualitativamente diferente de la primera, como bien analizó Julia Kristeva para el caso de Europa, incluso si reconoce ser deudora de la lucha de sus predecesoras por el reconocimiento sociocultural de las mujeres, no acepta ya sacrificar ciertos aspectos del ser femenino para acceder a una dimensión política. Ya no es (solamente) en pos de la igualdad como se entabla el combate, sino también en pos de la diferencia, de la especificidad. Y es en este punto preciso del recorrido cuando la nueva generación, «diferencialista», se topa de nuevo con la cuestión que podríamos llamar simbólica. La subversión feminista que aporta esta nueva generación se situará desde entonces sobre el terreno definido por la conjunción inseparable de lo sexual y de lo simbólico (Kristeva, 1979).

Las corrientes de análisis de los medios de comunicación que corresponden a esta nueva sensibilidad superarán el escollo de los análisis de contenidos de los programas mediáticos, que se contentaban con denunciar el sexismo enumerando las apariciones de papeles femeninos en las pantallas o en la prensa, calificando esas imágenes de «positivas» o «negativas» según éstas correspondieran a un perfil tradicional (negativo) o a un perfil de emancipación (positivo). Este tipo de crítica no decía nada, o decía muy poco, acerca del modo en que esas imágenes resultaban significativas. El esquema interpretativo (implícito o explícito) que subyace a este tipo de crítica tiende a funcionar según el modelo de comportamiento estímulo/respuesta que conduce la complejidad de los procesos de identificación y de proyección a un punto muerto. La idea de que las «imágenes de mujeres» pueden ser juzgadas en tanto que reflejo o distorsión de la realidad va a dejar paso a otro enfoque, para el que los medios de comunicación están profundamente implicados en la

definición de la realidad en sí y en la construcción de la representación de las mujeres.

Placer e identificación

En la confluencia de la teoría feminista del cine, la teoría estructural de la ideología, la semiología y el psicoanálisis van a surgir nuevas problemáticas que explorarán cómo los medios «construyen» (este término va a convertirse en una expresión clave) definiciones de la feminidad, y también cómo esas definiciones crean posicionamientos específicos del sujeto con los cuales las espectadoras, las oyentes o las lectoras pueden identificarse.

Aquí se sitúan en una relación dialógica los ensayos de Laura Mulvey y de Tania Modleski, que tuvieron una influencia considerable. En 1975, Mulvey publica en la revista *Screen*, «Visual Pleasure and Narrative Cinema» («Placer visual y cine narrativo»), donde trata de mostrar la función de la mujer en el inconsciente patriarcal a través de la narración clásica de las películas de Hollywood. En ellas, la mujer es representada como una persona «castrada» que no produce sentido en el orden simbólico. Es el hombre el que produce el sentido. La mujer sólo representa el sentido. A una mujer pasiva le corresponde un hombre activo. La mujer es una imagen. El hombre es, en el sistema de representación capitalista del que Hollywood es un emblema, la persona que controla la mirada, y este cine manipula el placer visual, lo identifica con el punto de vista masculino (Mulvey, 1975). Mulvey se interroga, en este iluminador artículo, sobre el hecho de que las espectadoras sean inducidas a compartir, de manera masoquista, ese placer.

Comprender el medio de comunicación como un sistema de representación implica plantear las cuestiones de la lectura cultural y de la lucha cultural por la creación de modos alternativos de narración, de producción y de distribución de la imagen. Esta determinación marcó esa época. Y se podrían citar muchos ejemplos, tanto de análisis teóricos como de realizaciones (de cine y de video), que pretendieron desvelar cómo nuestra mirada de espectadoras ha sido colonizada por el voyeurismo masculino, y que se propusieron con más o menos éxito dar una forma a esta parte de nuestra experiencia subjetiva acallada por los modos narrativos dominantes.

En el campo de los estudios sobre televisión se manifestó la necesidad de reevaluar la mirada sobre aquellos géneros que se beneficiaban de una gran aceptación por parte de las mujeres. Despreciadas como género

por la crítica precisamente por estar destinadas a este tipo de público, las *soap operas* eran no obstante, por esa misma razón, el género preferido de publicitarios y agencias de marketing, al ser el ama de casa el blanco inveterado de las estrategias comerciales. La segunda oleada de feminismo anglosajón va a interesarse, por motivos muy distintos, en las audiencias de las *soap operas* y de otros géneros de ficción igualmente despreciados, como la literatura sentimental. Considera el término «audiencia» de manera bien diferente: se trata de utilizar esos textos como territorio para explorar la subjetividad femenina, la cual, según mostró el pionero estudio etnográfico de Dorothy Hobson, está estructurada en función de su subordinación (Hobson, 1982).

Esta corriente estaba inspirada en todo momento por un esfuerzo y un deseo de reconciliación con la experiencia de la mujer ordinaria, por su vida cotidiana, con su propia temporalidad, sus placeres y sus tensiones. La revalorización de la atención prestada a estos géneros es señalada, en general, como una de las aportaciones de la investigación feminista sobre la cultura popular, en clara ruptura con la actitud anterior. La segunda aportación está relacionada con la problemática en torno a la audiencia «gendered». Desde entonces existe un nuevo interés ligado al contexto de recepción: la vida doméstica con sus ritmos, sus rutinas, las relaciones sociales familiares, la distribución de papeles y de poderes en el seno del espacio privado.

Hasta finales de los años setenta la mayor parte de los análisis críticos se propusieron, en el contexto del análisis de las ideologías, desmontar los numerosos y sutiles mecanismos activados en el juego entre forma y contenido en la prensa y en los programas de radio o de televisión destinados al público femenino. Mecanismos dispares pero aptos para la ocultación, la mistificación de la realidad vivida por las mujeres. Estas lecturas ideológicas, insisto, son siempre indispensables. Pero otros interrogantes han ido emergiendo: el placer experimentado, con sus propias ambivalencias, indica la necesidad de explorar el momento de la recepción.⁸

⁸ Este cambio de paradigma es ampliamente discutido en Mattelart A. et Mattelart M., *Penser les médias*, Paris, La Découverte, 1986. En la parte III titulada «La redéfinition d'un rapport: Intellectuels/Culture médiatique» confrontamos especialmente nuestras posiciones con las de la investigadora holandesa Ien Ang, que ha representado un papel importante en la legitimación del tema del placer a partir de 1985. Ver también *Le Carnaval des images. La fiction brésilienne*, Paris, INA/ La Documentation française, 1987.

Esta sensibilidad enlazaba con el interrogante del marxismo heterodoxo sobre el contenido utópico y democrático de la cultura popular. Ya en los años treinta, el intelectual y político italiano Antonio Gramsci reflexionó acerca del folletín y las novelas populares. Junto a las ensoñaciones y la evasión que cultivan, Gramsci piensa que también responden a las aspiraciones democráticas (Gramsci, 1950). Más próximos a nosotros, Fredric Jameson (1979) y Richard Dyer (1981) intentaron demostrar que el entretenimiento de masas contiene invariablemente una componente de utopía; lo hicieron en artículos que llevan títulos ilustrativos, respectivamente: «Reification and Utopia in Mass Culture» («Cosificación y utopía en la cultura de masas») y «Entertainment and Utopia» («Entretenimiento y utopía»). En América Latina este paradigma se encontró con la cuestión formulada por Jesús Martín Barbero (1987), siguiendo al filósofo Mikel Dufrenne: ¿por qué las clases populares invierten deseo y extraen placer de una cultura que las niega como sujetos?⁹

Un ensayo muy famoso sobre las *soap operas* se inscribe en esta perspectiva. Titulado «Search for tomorrow in today's soap operas» («La búsqueda del mañana en las *soap operas* de hoy») aparece por primera vez en 1979. Su autora, Tania Modleski (1979), revisa la posición de Mulvey y trata de repensar la interacción de las espectadoras con, esta vez, un género televisivo «femenino». Estima que la estructura narrativa de la *soap opera*, consistente en una multitud de conflictos vividos por los diversos personajes, se corresponde con la posición de la madre dentro de la familia, situada ella también en el centro de una multitud de conflictos. La *soap opera* reafirmaría a la mujer en su convicción de que su fin es ver a su familia unida y le permitiría invertir placer en la condición central de su vida: esperar. La narración que se extiende indefinidamente, multiplicando las intrigas secundarias, colocando obstáculos cada vez más complejos entre el deseo y su consecución, haría de la anticipación del desenlace un fin en sí mismo. Contrariamente a la definición de drama de Aristóteles, según la cual éste debe incluir un inicio, un medio y un fin, la *soap opera* no tendría más que un medio que se extendería indefinidamente. En esto residiría la «espera». En contraste con el modo de narración clásico de la película, analizado por Mulvey, estructurado en torno a una figura central que ejerce el control y con quien el espectador puede identificarse, la *soap opera* presenta numerosos egos limitados que no pueden más que solicitar una identificación múltiple por parte del

⁹ Martín Barbero, 1987.

espectador, quien de alguna manera quedaría así despojado de poder. Es en esto en lo que Modleski ve un modo de narración alternativo, cuyas potencialidades deben ser exploradas para crear lenguajes audiovisuales que las mujeres puedan reivindicar como propios. El título contiene esta proposición: *Search for Tomorrow (La búsqueda del mañana)*. Este aspecto resultó sin embargo muy controvertido.

Puede resultar interesante advertir ciertas convergencias en el análisis de las características de este género (y otros similares) y en las hipótesis que buscan arrojar luz sobre el placer que provendría de las estructuras narrativas. Yo también elaboré en esa época una tentativa de explicar el placer proporcionado por las telenovelas, a partir de la estructura de temporalidad de esos relatos, emitidos de igual modo todos los días a lo largo de periodos muy largos (Mattelart, 1982). Me pareció importante utilizar los recursos de la economía política de la producción mediática, inseparable a mi juicio de la economía de los procedimientos de consumo, a pesar de que esta articulación necesaria es descuidada demasiado a menudo, cuando no ocultada en los estudios de recepción. La economía política permite examinar cómo la producción y la programación de esas series especialmente dirigidas a públicos femeninos son el resultado de la producción de mercancías para una audiencia ya segmentada por la división del trabajo, especialmente por la división entre el trabajo doméstico, trabajo «invisible», sin retribución económica, trabajo devaluado, y el trabajo que se realiza fuera del hogar. Esta división ilustra de modo ejemplar la discriminación entre la esfera privada y la esfera pública, el espacio de producción y el espacio de reproducción, con los estatus sociales y simbólicos que les son respectivamente atribuidos. Es necesario subrayar que la fragmentación de los productos de la industria cultural que abarcan los gustos y las preferencias de los diversos públicos, gustos y preferencias que son por lo demás calculados por los estudios de marketing, forma parte de las estrategias de valorización del capital en la producción de los bienes simbólicos. El auge del interés general por el paradigma del placer tendió a silenciar este aspecto decisivo de la maquinaria de la industria cultural. Después, habiendo pagado mi tributo a esta tradición investigadora y situándome esta vez en otro nivel, más próximo a la tradición del análisis del discurso, propuse un argumento conforme al cual una de las explicaciones decisivas del placer que las mujeres experimentan viendo tales programas reposa sobre el contexto de la relación entre la forma de éstos y la estructura profunda del inconsciente del grupo. Mi hipótesis era que las dos categorías del tiempo en el discurso, es decir, la repetición y la eternidad, el goteo coti-

diano de episodios y la larga duración de la espera hasta que se produce el desenlace, podían satisfacer las estructuras psíquicas del público. ¡Lo cual no estaba exento de cierto tono esencialista!

Los acercamientos a la relación texto/público que se multiplicaron a partir de entonces se enfrentaron a una cuestión que ha hecho correr mucha tinta (Morley, 1982; Kuhn, 1984). Ésta opone la concepción puramente discursiva del proceso de comunicación, que concede al texto el privilegio de establecer la producción de sentido y los posicionamientos del sujeto que el receptor puede adoptar, a la que ancla el proceso de comunicación en sus fundamentos institucionales, económicos y sociales. Esta última atribuye un papel determinante al contexto social y cultural, a los recursos, a las competencias de las que dispone el sujeto. Charlotte Brunsdon marcó un tanto para los *Cultural Studies* en este debate al afirmar en su estudio sobre las *soap operas*, *Crossroads* (1981): «El texto es social y el sujeto también lo es» y añadió: «Es preciso hacer una distinción analítica entre los posicionamientos del sujeto propuestos por los textos y el «sujeto social» que puede o no adoptar esos posicionamientos» (Brunsdon, 1981). La actividad de producir sentido está siempre socialmente ubicada.

Los estudios realizados en esa dirección se propusieron comprender cómo un «género» de vocación femenina definía su contrato de sentido con la espectadora a partir de las competencias femeninas tradicionalmente asociadas a la responsabilidad de administrar la esfera de vida personal. La trampa esencialista que consistía en sostener que tales competencias son intrínsecas a las mujeres es evitada en la medida en que estas últimas son vistas como construidas por la sociedad para poseer tales competencias a través de su inscripción en el marco ideológico y normativo de la vida sentimental, del matrimonio y de la vida familiar y doméstica.

Empowerment

Pero se produjo un deslizamiento, percibido por aquellas que fueron protagonistas de la corriente de revalorización de los estudios sobre géneros. Éste, además, se acentuó a medida que se multiplicaban los estudios de recepción, que adoptaron cada vez más los procedimientos de la encuesta etnográfica.

Citemos de nuevo a la americana Tania Modleski que en 1986 se interrogaba sobre la deriva que sufría el paradigma de retorno a la audiencia. Señala naturalmente la importancia que tuvo la Escuela de Birmingham. «Ésta produjo estudios muy interesantes sobre la com-

plejidad de respuestas potenciales de las audiencias a la cultura de masas, que revelan los modos en que las distintas subculturas negocian la cultura dominante, apropiándose de sus objetos y de sus símbolos para producir una unidad de grupo y una solidaridad de grupo. Pero hemos llevado demasiado lejos la idea de que las audiencias pueden apropiarse. En ciertos casos, la opinión de que las audiencias no son completamente manipuladas pero pueden apropiarse de artefactos de la cultura de masas para sus propias necesidades, se ha llevado tan lejos que parecería que la cultura de masas no representa ya un problema para ciertos críticos que continúan denominándose 'marxistas'» (Modleski, 1986:XI). Modleski hace alusión a la posición asumida por Lawrence Grossberg (1984), uno de los jefes de fila de los *Cultural Studies* versión americana, en un artículo de 1984 titulado «Rock and Roll, Pleasure and Power» («Rock and Roll, Placer y Poder»): el rock es *empowering*: otorga poder. Y Modleski prosigue: «La Escuela de Frankfurt (el estudio de Adorno sobre el jazz es un ejemplo de ello) estaba demasiado alejada de la cultura que estudiaba. Hoy los críticos parecen tener el problema inverso: están inmersos en esa cultura» (Modleski, 1986:XI).

Este concepto de *empowerment* (empoderamiento) es invocado insistentemente en los estudios sobre géneros televisivos femeninos que en los años ochenta se adhirieron al postulado de un receptor «resistente». Es así cómo la investigadora australiana Mary Ellen Brown (1990:210), como conclusión a la obra colectiva *Television and Women Culture. The Politics of the Popular* (*Televisión y Cultura de Mujeres. La Política de lo Popular*) que ella dirige, escribe: «Trato de encontrar un discurso femenino que tenga en consideración la subordinación de las mujeres y sin embargo les conceda poder (*empowers*), no necesariamente para cambiar el mundo, pero sí para desarrollar una imagen de nosotras mismas como autónomas y capaces. Pienso que los consumidores pueden utilizar los productos de una sociedad de consumo, en este caso la televisión, para producir, aunque vivan dentro del orden económico dominante, actos de resistencia».

El empoderamiento puede darse a la par con el sentimiento de falta de poder a condición de que sea compartido. Compartido con otras mujeres, con «aliadas», es posible un placer sin culpabilidad. «El registro emocional, combinado con el empoderamiento que proviene de la participación en el grupo de fans, es lo que constituye el placer» (Grossberg, 1984). La fuente de placer no es solamente textual sino contextual.

Es cierto que en ese punto tocamos las nuevas condiciones de la formación de identidades sociales en un contexto de declive de los grandes

referentes. En un contexto en el que las formas hasta entonces estructuradas de las identidades políticas, sociales, caen desheredadas, la cuestión de las recomposiciones identitarias se convierte en una apuesta de primer orden, y de rebote también el papel de los medios de comunicación y del funcionamiento del espacio público. «Ese espacio público que no es nunca un simple territorio de la razón donde se intercambian argumentos y puntos de vista, sino un verdadero mercado de identidades donde se ofrecen, a través del flujo de bienes culturales, proposiciones identitarias, principios de construcción del 'nosotros'» (Calhoun, 1991). Lo que no se puede dejar de subrayar es que este empoderamiento de las mujeres se reduce a asumir sin culpabilidad el placer que les procuran los géneros de la televisión comercial y a defender esta cultura contra la imagen desvalorizada que tienen de ellos los hombres y ciertas feministas y, en general, una opinión marcada por la jerarquización de los bienes culturales. Estamos lejos de la *Women's rage* (Rabia de las Mujeres). Estamos lejos también de la ambición de «cambiar el mundo» que habitaba Judith Williamson. La lucha cultural se reduce a un juego de espejismos y simulacros. El concepto de resistencia, tan vitoreado por esta corriente de investigación, parece más bien la adaptación al orden de cosas. «I am a resitant» (Soy una resistente) se ha convertido en una antífona sobre la que ironiza la australiana Meaghan Morris en un artículo sobre la banalización de los *Cultural Studies*, mientras que otras subrayan la inconsistencia teórica de esa invocación que pretende ser una profesión de fe política (Morris, 1988). Medida con este rasero, la *Women's Culture*, tal como la proponen los géneros televisivos denominados femeninos, se convierte en el horizonte de la cultura de las mujeres. Tenemos ahí la clausura de la utopía. Y también la apología del encuadre de mercado. Puesto que el mercado no sería a fin de cuentas ni más ni menos que el lugar natural donde se reencontrarían la estructura económica y la cultura a través del libre juego de la preferencia del público.

Es precisamente en la profundización del tema surgido del encuentro entre economía y cultura donde la investigación crítica podría mostrarse innovadora. No podemos sin embargo silenciar el hecho de que, en ciertos medios que han representado un papel de vanguardia en materia de investigación feminista, la propia noción de género es cuestionada tanto a nivel teórico como a nivel político. La historiadora Joan Scott, que fue la primera inspiradora de esta noción de «género» en un importante trabajo publicado a finales de los años ochenta, en el que el género era considerado una primera manera de significar las relaciones de poder, estima hoy que esta categoría ha perdido su

poder subversivo, prestándose cada día más a la mirada democrata-liberal sobre las diferencias sexuales y sociales (Scott, 1988). Por su parte, Judith Butler (1990) sitúa sus investigaciones en un feminismo subversivo con el objetivo declarado de deshacer el género en tanto que construcción social que conduce a un comportamiento caracterizado por la obediencia a las normas. En el seno, inicialmente, de un grupo de investigadoras anglo-americanas, se fundó así un importante corpus teórico que se interroga sobre las nociones de género, cuerpo, subjetividad, trabajando los desplazamientos conceptuales que, en la filosofía contemporánea, han desembocado en la crisis de la representación del Sujeto, y reflexionando sobre las implicaciones de los avances recientes de la informática y de la tecnología de las comunicaciones, de la ingeniería genética y de la manipulación de la vida.¹⁰ Estas posturas afectan incontestablemente al marco teórico referencial de nuestro campo de estudio, que no deja de afrontar los desafíos planteados por las corrientes marcadas por el post-feminismo y el post-modernismo, que tienen cierta tendencia a privilegiar el orden del discurso y a descuidar el de las prácticas sociales, pero que renuevan innegablemente la problemática del género. Es preciso comprender esos desafíos a través de enfoques transdisciplinarios en los que la economía política de la comunicación y de la cultura tenga un lugar tan destacado como la antropología y la historia.

Bibliografía

- ANG, I. (1985): «The Battle between Television and its Audiences: The Politics of Watching Television», en Drummond P. y Patterson R. (Coords.): *Television in Transition*, Londres, BFI.
- BRUNSDON, C. (1981): «Crossroads: Notes on Soap Opera», *Screen*, 22 (4).
- (1997): «Identity in Feminist Television Criticism», en Brunson C. et al. (Coord.): *Feminist Television Criticism: A Reader*, Oxford, Clarendon Press.
- BROWN, M.E. (Coord.) (1990): *Television and Women's Culture: The Politics of the Popular*, Londres, Sage.
- BUTLER, J. (1990): *Gender Trouble*, Londres, Routledge.
- CALHOUN, C. (1991): «Indirect relationships and imagined communities; Large scale social integration and the transformation

¹⁰ Haraway, 1985. Me he referido a este artículo en M. Mattelart, «Genero, Tecnología e Identidad», en Agustín García Matilla y Tiscar Lara Padilla (Coords.) *Convergencia Multimedia y Alfabetización Digital*, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense, Madrid, 2004.

- of everyday life», en Bourdieu P. y Coleman J. (Coords.): *Social Theory for a Changing Society*, Boulder, Wisconsin, Westview Press.
- CEDREF (Centre d'études, de documentation, de recherche pour les enseignements féministes) (2002): *Vingt-cinq ans d'études féministes. L'expérience Jussieu. Actes du Colloque du 14 novembre 1997*, Paris, Université Jussieu.
- DARDIGNA, A.M. (1974): *Femmes, femmes sur papier glacé*, Paris, Maspero.
- _(1978): *La presse féminine, fonction idéologique*, Paris, Maspero.
- DYER, R. (1981): «Entertainment and Utopia» en Altman R. (Coord.): *The Musical: a Reader*, Londres, Routledge and Kegan.
- FRAISSE, G. (1996): *La différence des sexes*, Paris, PUF.
- FRIEDAN, B. (1963): *The Feminine Mystique*, Nueva York, Dell Publishing Co.
- GALLAGHER, M. (1992): Dossier «Women and Men in the Media» *Communication Research Trends*, 12 (1).
- GRAMSCI, A. (1950): *Letteratura e vita nazionale*, Turín, Einaudi.
- GROSSBERG, L. (1984): «Rock and Roll, Pleasure and Power», *Enclitic*, VIII (1-2).
- HARAWAY, D. (1985): «A Manifesto for Cyborgs: Science, Technology and Socialist Feminism in the 1980s», *Socialist Review*, vol. 15, n°2.
- HEINICH, N. (1996): *Etats de femme. L'identité féminine dans la fiction occidentale*, Paris, Gallimard.
- HOBSON, D. (1980): «Housewives and the Mass Media» en Hall S. et al., *Culture, Media, Language*, Londres, Hutchinson.
- JAMESON, F. (1979): «Reification and Utopia in Mass Culture», *Social Text*, I, p. 130-148.
- KANDEL, L. (1977): «Femmes, modes, consommation», *Alternatives*, Paris, n° 1.
- KAPLAN, A. (1986): «Feminist Criticism and Television», *MedieKultur*, Copenhagen, n° 4.
- KRISTEVA, J. (1979): «Le temps des femmes», 34/44. *Cahier de recherche des sciences des textes*, Université Paris 7, n° 5.
- KUHN, A. (1984): «Women's Genres», *Screen*, 25 (1).
- LOWY, I. (1999): «La brèche», *Mouvements*, n°2.
- MACCIOCCHI, M.A. (1978) (Coord.): *Les femmes et leurs maîtres*, Paris, Christian Bourgois.
- MARTIN BARBERO, J. (1987): *De los medios a las mediaciones*, Barcelona, G. Gili.
- MATTELART, M. (1977): *La cultura de la Oposición Femenina*, México, Ediciones Era.
- _(1971): «Apuntes sobre lo moderno: una manera de leer la revista femenina ilustrada», *Cuadernos de la realidad nacional*, Santiago (Chile): n° 9.
- _(1975): «Chili: Le coup d'Etat au féminin», Paris, *Les Temps Modernes*, n° 342.
- _(1982): *Mujeres e industrias culturales*, Barcelona, Editorial Anagrama.
- _(1986): *Women, Media, Crisis. Femininity and Disorder*, Londres, Comedia/ Methuen.
- MATTELART, A. y MATTELART, M. (1987): *Pensar sobre los Medios*, Madrid, Fundesco.
- _(1987): *El carnaval de las imágenes. La Ficción brasileña*, Madrid, Akal.
- MATTELART, M. y PICCINI, M. (1974): «La televisión y los sectores populares», *Comunicación y Cultura*, Buenos Aires-México, n°4.
- MODLESKI, T. (1979): «Search for Tomorrow in Today's Soap Operas», *Film Quarterly*, 33 (1).
- _(coord.) (1986): *Studies in*

- Entertainment*, Bloomington, Indiana University Press.
- _(1984): *Loving with a Vengeance: Mass Produced Fantasies for Women*, Londres, Methuen.
- MORLEY, D. (1980): «Texts, Readers, Subjects» en Hall S. et al., *Culture, Media, Language*, Londres, Hutchinson.
- MORRIS, M. (1988): «Banality in Cultural Studies», *Discourse*, 10 (2).
- MULVEY, L. (1975): «Visual Pleasure and Narrative Cinema», *Screen*, 16 (3).
- RADWAY, J. (1984): *Reading the Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature*, Chapel Hill, University of North Carolina Press.
- Scott, J. (1988): *Gender and the politics of History*. Columbia University Press.
- SULLEROT, E. (1966): *La presse féminine*, Paris, Colin.
- VAN ZOONEN, L. (1994): *Feminist Media Studies*, Londres, Sage.
- WILLIAMSON, J. (1976): *Decoding Advertisements*, Londres, Marion Boyars.

Orientaciones. Comunicación, cultura y sentido.

María José Sánchez Leyva

Decir comunicación es decir *nosotros*, es nombrar lo político y su ejercicio. La definición de Aristóteles, que es sustento de nuestras democracias sobre la política (*el hombre es un animal político porque tiene palabra*, *Política*, 1253^a), nos obliga a reconocer que hay sujetos que nunca lo han sido porque sus *voces* no han sido consideradas *palabras*. Como las mujeres, expulsadas radicalmente de ese universal masculino con el que nos vemos obligados a expresar la comunidad como *nosotros*. Por eso, el compromiso de esta reflexión sobre comunicación asume con Rancière (2005) que la política no es en principio el ejercicio del poder y la lucha por el poder, es ante todo la configuración de un espacio específico, que llamamos público o común, la determinación de ciertos objetos, temas, preocupaciones o asuntos como comunes y que respondan a una decisión común, una decisión que atañe además a los sujetos considerados capaces de designar esos asuntos comunes y de argumentar sobre ellos. Frente a la idea difundida de que el espacio público es ese lugar donde todos en igualdad de condiciones expresamos nuestras necesidades y solucionamos nuestros problemas, es un hecho que la vida pública no es ciega para el sexo, la clase social, la raza, religión o edad. Tiene sexo, edad, clase y preferencias y el consenso no expresa las necesidades ni las preocupaciones de los ausentes, haciéndonos sus cómplices.

Aristóteles también señalaba que el hombre *es político porque posee el lenguaje que pone en común lo justo y lo injusto, mientras que el animal sólo tiene el grito para expresar placer o sufrimiento*. Toda la cuestión reside entonces en saber quién posee el lenguaje y quién solamente el grito. Como sostiene Rancière (2005:18) el rechazo a considerar determinadas categorías de personas como individuos ha tenido que ver siempre con la negativa a escuchar los sonidos que salían de sus bocas como algo inteligible. Los trabajadores, las mujeres, los inmigrantes... Múltiples

ejemplos a lo largo de la historia nos hablan de esta consideración de las mujeres como animales. Sobran.

Este rechazo —sostiene el autor (2005:18-19)— a considerar que ciertas personas tienen voz, tiene que ver con la constatación de su imposibilidad material para ocupar el espacio y el tiempo de los asuntos políticos. La «falta de tiempo» es de hecho la prohibición natural. Lo decía Platón y desde entonces es un argumento avasallador. Pues por eso mismo, la política sobreviene cuando aquellos que «no tienen» tiempo se toman ese tiempo necesario para convertirse en habitantes de un espacio común y para demostrar que su boca emite perfectamente un lenguaje que habla de cosas comunes y no solamente un grito que denota sufrimiento. La política consiste por eso en introducir sujetos y asuntos nuevos, en hacer visible aquello que no lo era, en escuchar como a seres dotados de palabra a aquellos que no eran considerados más que como animales ruidosos. Este es un proceso de creación de disensos frente a la presunción de que lo público, la política, lo social, son los espacios del acuerdo. El feminismo como movimiento emancipador ejerce el disenso haciendo con ello política en sentido pleno: ha introducido nuevos sujetos y nuevos asuntos haciéndolos visibles. No hablamos sólo del voto, sino de cuestiones como violencia de género, acoso en el trabajo, discriminación salarial, condena familiar al segundo sueldo prescindible, la violencia sobre nuestros cuerpos como la anorexia, la bulimia o las malditas dietas para caber en las marcas comerciales... que son hoy el centro de la vida pública.

La política surge, entonces, cuando los excluidos que no son contados como parte social, denuncian la injusticia de la igualdad que funda a la sociedad democrática, instituyendo el litigio, el conflicto. Hablar de comunicación es hablar de todas estas y muchas más cuestiones, de ahí el enfoque particular que le damos a las líneas que siguen.

Generalmente las investigaciones en género y comunicación se centran en la indagación de cómo los medios de comunicación contribuyen a la construcción de lo social siendo partícipes y, en ocasiones, protagonistas en la elaboración de un modelo de dominación masculino y patriarcal. En nuestra cultura de masas el discurso mediático no es el único orientado a la construcción y difusión de las denominadas «verdades sociales» (entre las que se encuentran la consideración de determinadas prácticas, lugares sociales, actitudes, valores o gustos generalmente atribuidos a lo femenino como jerárquicamente inferiores) pero no cabe duda de que los medios constituyen los lugares más relevantes para estas elaboraciones. Si puede decirse que el discurso mediático se entrelaza

en una compleja red de discursos, instituciones y prácticas de poder y producción simbólica, también es cierto que su importancia es decisiva en la configuración de lo social. Por ello han sido un objeto de estudio preferente en los trabajos feministas aunque no siempre se haya atendido a la especificidad de los procesos comunicativos como procesos de sentido y a la naturaleza de la cultura que contribuyen a generar.

Determinados prejuicios sobre la naturaleza de la recepción y la reducción de la comunicación a un acto de transmisión de información son aspectos cruciales que ciertas perspectivas y estudios sobre los medios de comunicación presuponen. Cuestiones epistemológicas al margen, pensamos que suponen una cierta limitación para la comprensión de la contribución de los medios a la elaboración de modelos sociales de dominación. El presente artículo se propone desentrañar ciertos aspectos de la comunicación, centrados en el sentido, que suelen ser marginados para ampliar la forma de aproximación a los discursos mediáticos y proponer una manera de mirar sus representaciones que atienda a la complejidad del fenómeno comunicativo, central para la consideración de lo social. Algunos artículos del presente volumen se centran en la descripción de las representaciones y las estrategias discursivas que ponen en funcionamiento los medios, en el presente, nos centraremos en la indagación de los procesos de sentido que facilitan el que dichas representaciones y estereotipos se comuniquen masivamente. Es decir, trataremos de explicar el aspecto *consensuado* y *normalizado* de ciertas representaciones, que permite que sean constantes en el intercambio comunicativo (representaciones no siempre elaboradas por los medios pero siempre difundidas por ellos), incidiendo en su carácter de construcción discursiva. El consenso como presuposición y los procesos comunicativos de normalización de configuraciones discriminatorias para las mujeres serán los aspectos que destacaremos en la consideración de los medios desde la perspectiva del sentido.

La cultura de masas como argumento. Argumentos contra la feminización de la cultura

Preguntarse por cómo este sentido se construye en la comunicación masiva supone indagar en nuestro mundo social, ya que la cultura de masas es el «tipo de sociedad contemporánea».

Sánchez Noriega (1997:277) observa que la expresión cultura de masas «a la vez que indica un tipo de cultura popularizada, extensiva a todas las clases sociales, propia de las sociedades desarrolladas y opuesta a

la cultura de élite, también se refiere a la sociedad de masas, es decir, cultura como tipo de sociedad, de un modo más general que el régimen sociopolítico o el sistema social». En este sentido, podemos definirla como un nuevo tipo de organización social. Esta nueva organización social es producto de la progresiva industrialización, el desarrollo de los transportes y el comercio, la difusión de los valores abstractos de igualdad y de libertad de fines del siglo XIX. Estos cambios obligan a instaurar nuevas formas de pertenencia que sustituyan las anteriores, centradas en la comunidad y el vínculo, y con esta búsqueda nace la modernidad como respuesta a un nuevo tipo de experiencia, la de la masa ciudadana, que carecía de una personalidad propia pero se sabía partícipe de una experiencia común. Estos *paraísos artificiales* precisaban de la creación de *relatos, mitos y ritos*, y a ello se dedicaron los discursos de los medios de comunicación masiva. Estos nuevos discursos fueron producto de la necesidad de inventar una nueva identidad que conformara un ámbito de pertenencia social. Sin embargo, lo que, en principio, fue producto de un esfuerzo de innovación e interpretación, terminó constituyéndose en una poderosa instancia para la legitimación de un nuevo orden social que seguía anclándose en sistemas de dominación.

A pesar de todo, es importante destacar que la cultura de masas puede ser afrontada también desde una perspectiva que la piense en tanto *tipo de sociedad contemporánea* gestada como respuesta a un proceso de cambio inevitable y, desde este punto de vista, entendemos que, como cualquier tipo de sociedad, normativiza. No puede reprochársele a la masiva que suponga un tipo de cultura que presuponga reglas sociales y hábitos interpretativos que deben observar los sujetos que la componen. Cualquier cultura, en este sentido, los precisa. Otra cuestión bien distinta es la naturaleza de esas reglas, el lugar social y los actores de las que emanan, así como sus implicaciones para la organización del mundo que promueven. Si atendemos a estas cuestiones, que implican la de los sistemas de significación, encontramos un espacio de crítica más fructífero para la explicación de los procesos de exclusión de las mujeres, que no sólo atañe a las representaciones sino también a las condiciones materiales de vida y a la conformación de la propia subjetividad como sujetos sociales diferenciados.

Planteamos, entonces, una comprensión general, teórica y metodológica, de la cultura de masas como vínculo de esta nueva organización social. Aunque efectivamente veamos en este proceso histórico de constitución, la oportunidad perdida de crear *otro mundo posible* que anule las diferencias en términos de justicia social, también pensamos que no

puede seguir considerándose esta cultura como una *amenaza*. Creemos, entonces, que la crítica a la cultura de masas no debe centrarse exclusivamente en su omnipresencia, ya que como nuevo tipo de vínculo social esta ubicuidad es una característica que se le presupone. Preferimos centrar nuestra crítica en un aspecto fundamental para las mujeres: en su carácter totalizador que dificulta e incluso llega a usurpar la experiencia. Esta perspectiva señala los procesos de significación como procesos sociales determinantes y permite trasladar la discusión sobre lo masivo hacia la crítica a lo que se ha dado en llamar «feminización de la cultura».

Por ello, nos interesará observarla no tanto bajo la demoledora perspectiva de la Escuela Crítica de Frankfurt, común en la literatura sobre los medios de comunicación y que, pese a la importancia de sus aportaciones es una perspectiva profundamente masculinista y elitista, centrada en la *vulgarización* de sus productos y la manipulación. Las consideraciones hoy popularizadas sobre la serialización, homogeneización, estilización, estereotipación, eclecticismo, transversalidad, devaluación de los productos culturales masivos, implican la mirada de un sujeto autónomo, universal y abstracto que es masculino. El único sujeto que puede resistirse a la manipulación con distancia crítica frente a una cultura y una sociedad *feminizadas*.

Las teorías sobre las industrias culturales trabajadas por los críticos de Frankfurt han tenido una enorme y decisiva influencia en los estudios sobre medios de comunicación de masas y la cultura que decisivamente colaboran a conformar. Para huir de la identificación de la noción de cultura de masas con una cultura que nace espontáneamente de la gente como tipo de arte popular, Adorno y Horkheimer proponen el concepto de industria cultural para sugerir que la masiva es un tipo de cultura impuesta por quienes poseen y utilizan las industrias. Para estos autores, el capitalismo del siglo XX activa una unión entre economía y cultura que subsume esta última a la primera y así reorganiza los significados culturales ajustándolos a la lógica de la mercancía. Toda cultura, desde este punto de vista, es homogeneizada, asimilada, estandarizada para servir como instrumento de control social.

Señala Andreas Huyssen (2002:47), que la influencia de la Escuela Crítica ha dado lugar a dos perspectivas, frecuentes también en los trabajos feministas sobre el problema de la relación entre género y comunicación: una perspectiva orientada hacia la afirmación de la cultura popular y, la otra, orientada a condenar la manipulación de las conciencias por un aparato mediático en manos del poder y el capital. Podemos citar entre los trabajos de la primera orientación los de Sonia Muñoz y

su reivindicación del melodrama y la telenovela y, entre los de la segunda, los de Margaret Gallagher sobre el estereotipo como instrumentos de dominación masculina.

Es preciso atender al contexto histórico y teórico en el que los frankfurtianos proponen esta teoría, que no puede verse mutilada y reducida a la idea de manipulación, sin embargo se hace preciso hoy contemplar esta crítica, precisamente criticando tres aspectos fundamentales. Por un lado, no puede ignorarse que el sentido constituye también la vida social, por lo que la reducción del producto masivo a mercancía es simplificadora en tanto que obvia la especificidad de estos productos. Especificidad que es necesario tener en cuenta en cualquier análisis que pretenda ir más allá de la constatación y la descripción, sobre todo en lo que atañe a las mujeres, como diremos más adelante. Por otro, la implícita consideración del receptor que supone la perspectiva frankfurtiana como masa pasiva sin criterio. Este es un aspecto central en las investigaciones recientes en comunicación, que también afecta y es primordial en las investigaciones feministas que cuestionan nuestro papel de meros receptáculos de mensajes. Se hace necesario atender a las estrategias de significación de estos productos culturales masivos que le son específicas, así como la trama de gratificación, desplazamiento de sentido y deseos que ponen en juego tanto en su producción como en su consumo. Como dice Carol S. Vance (1990:40), es preciso confrontar la mirada con la conexión entre placeres. No puede verse esta cultura simplemente como una amenaza, hay que observar cómo actúa para la identificación, qué espacios abre y cierra, cómo desarrolla estrategias de identidad, dinamiza lugares de encuentro social. De estos aspectos derivamos el tercero: la crítica feminista no puede asumir el punto de vista masculino según el cual la degradación de la cultura masiva encuentra su origen en que se han incorporado géneros, formatos, asuntos, estéticas fundamental e históricamente adscritos a lo femenino.

Esta inscripción histórica de lo femenino en la noción de cultura de masas es problemática por el persistente encasillamiento de lo femenino en lo que está devaluado. El caso paradigmático en la elaboración de este imaginario, señalado constantemente en los estudios, es el de Emma Bovary, ávida lectora de novelas rosa, que encarna, como señala Huyssen, la representación de la ecuación mujer-cultura de masas como una amenaza para la *modernidad culta*. Si se sostiene que la mercantilización de la cultura lleva a la disolución del *yo*, la demanda de identidad propia de nuestras sociedades desde la Ilustración se ve dificultada y anulada por la acción de los medios. Sólo el *individuo*, ser humano autónomo

que mantiene relación de resistencia crítica frente a lo embrutecedor de la cultura de masas puede enfrentarse al mundo contemporáneo respondiendo al ideal de sujeto. Este individuo es un varón y mientras la masa se abandona este sujeto masculino no, porque resiste. De este modo, como lo expresa Rey Chow (1990:78), el lugar ocupado por la mujer, por las clases bajas, es el del exceso, justo lo *otro* diferenciado y opuesto a la definición que de lo público, político y moderno promueve el pensamiento dominante.

Desde este punto de vista, las críticas a los *talk-shows*, programas del corazón, *reality-shows*, géneros que han proliferado en los últimos años en nuestros medios y a los que se les atribuye la degeneración cultural y política de nuestras sociedades se inscriben en esta consideración de la cultura masiva como lo contrario a la cultura de lo político-público masculina, de la razón, la originalidad, la argumentación. Así se feminiza como lugar de lo emotivo, lo pasional, la reproductibilidad que vacía de contenido todo producto cultural. Debemos tener cuidado de no asumir esta feminización de los productos mediáticos como causa de degradación y hacer el esfuerzo de considerar la crítica sin manejar modelos patriarcales que determinan que sólo lo adscrito a lo masculino es lo socialmente *adecuado*.

Mucho se ha escrito y reflexionado acerca de la constitución del sujeto ilustrado, fundamento de nuestras democracias y central en los procesos de construcción de la subjetividad, como sujeto masculino. En esta aportación el problema se retoma a la luz de los presupuestos que subyacen en torno al sujeto comunicativo y al sujeto lingüístico. Patricia Violi aboga por una reflexión sobre las formas específicas de la subjetividad femenina como siguiente fase a los estudios centrados en la crítica y deconstrucción del pensamiento y subjetividad masculina considerados como fundamento universal de la teoría y de la cultura. Violi dirá que (1990: 127) «no se puede reflexionar sobre el lenguaje sin presuponer al mismo tiempo una teoría implícita o explícita del sujeto. Desde nuestro punto de vista se trataría de ver qué tipo de sujeto y qué forma de subjetividad subyace en las diversas teorías del lenguaje y en qué modo tales teorías permiten o no la inscripción de un sujeto femenino en su interior. Cualquier teoría del lenguaje es también una teoría del sujeto». Identificado en (1990:135) el *ego* trascendental o en el *cogito* cartesiano, el sujeto que se delinea en los modelos lingüísticos parece siempre reducible a análogos presupuestos epistemológicos: «principio de síntesis y de racionalidad trascendental fundado en la consciencia, éste se presenta como la única categoría del ser y de ello deriva su estatuto de

universalidad». Así caracterizan los dos rasgos que determinan el sujeto presupuesto en las teorías lingüísticas contemporáneas. Reivindica Violi para la reflexión feminista la aproximación de pensamiento y experiencia para rechazar todo pensamiento descorporeizado y abstracto que nos impida a las mujeres ser sujetos lingüísticos y sujetos comunicativos, es decir, sujetos políticos.

Junto a las reivindicaciones (alguna tan bellas como las de la escritora Adrienne Rich) de buscar un lenguaje común que no exprese la exclusión, son ya conocidas las críticas de algunas feministas al «giro lingüístico» operado por el postmodernismo, que llegan incluso a señalar un conflicto entre postmodernismo y feminismo en términos de filosofía y crítica social. Desconfían estas autoras, como Nancy Fraser y Linda Nicholson, de los marcos filosóficos abstractos de estos autores que, como Deleuze o Derrida han tenido tanta influencia en los trabajos de feministas como Rosi Braidotti o Judith Butler. Podemos decir que los conflictos a cerca de lo que constituye lo social es un punto de controversia entre feminismo y postmodernismo. La consideración de que ya no es posible asumir un marco transparente y universal de realidad sino versiones del mundo que está en la base del pensamiento postmoderno, es criticado por estas feministas *ilustradas*, para quienes está claro que lo social está siempre marcado por la desigualdad entre varones y mujeres. Pensamos que la mediación del género en cualquier consideración de lo social es algo común a ambas aproximaciones, por ello no vemos conflicto entre estos feminismos en lo que respecta a considerar la opresión de las mujeres como objeto fundamental de cualquier reflexión. Apelar a las versiones del mundo y desvelar los procesos discursivos que se encuentran en la base de esta estrategia no es en absoluto incompatible con la denuncia de las condiciones materiales de opresión de las mujeres. En este sentido, pensamos que hay un cierto reduccionismo a la hora de afrontar las cuestiones del sentido, ubicándolas como aspectos secundarios o *accesorios* y como *lujo irresponsable especulativo*. Desde la perspectiva comunicativa que planteamos, los procesos de significación son centrales para la comprensión del mundo de desigualdades contemporáneo, y permite un marco de observación distinto para los discursos masivos, marco que permite contemplarlos como los procesos que determinan la constitución de la cultura de masas en fundamento del orden social en tanto que dispositivo de legitimación.

Aunque suponga ya un tópico mencionar el clásico estudio de Berger y Lukmann acerca de los procesos sobre los que la realidad social se construye, queremos mencionar cómo, desde nuestra perspectiva, los

medios de comunicación y la cultura de masas de la que son en gran medida artífices suponen uno de los mecanismos de legitimación de los órdenes sociales que los autores mencionan. Cuando aluden (1991:120) a los universos simbólicos, los definen como marcos generales de integración y productos de procesos de objetivación: los significados socialmente contruidos son experimentados por los sujetos como hechos que ocurren dentro de esos universos simbólicos. Estos universos son producto de una historia y originados por acumulación de conocimientos y posteriores a los procesos de objetivación. Como universos significativos bajo los que se ordenan las realidades cognoscibles, ordenan y ubican dentro de una unidad coherente los hechos sociales porque establecen una memoria que, además, como proceso de legitimación produce nuevos significados. La construcción mediática de la *independencia* como valor añadido para las mujeres es un ejemplo de estas prácticas. Procedimientos de integración, de configuración de lo *mismo* frente a lo *otro* —como señalaron ya Adorno y Horkheimer (2001)— estos universos simbólicos se gestan en gran medida en la comunicación mediática, que en este sentido es el lugar de la mediación.

Thompson (1998:42-52) se refiere a estos universos simbólicos producidos por la comunicación de masas para el consumo y la cohesión social como mediadores, y aunque compartimos el espíritu de sus apreciaciones preferimos la aproximación ecológica de Abril (1997) porque, si bien la diferenciación operada por Thompson entre lo simbólico y el producto masivo es metodológica y no epistemológica, la de Abril permite contemplar el proceso semiótico en toda su completitud. La constatación de que al hacernos ver el mundo, los discursos masivos no sólo divulgan los objetos representados sino también las reglas que rigen la representación y la interpretación, ubica la actuación de los medios en el plano del conocimiento, dimensión que es la que nos interesa focalizar en este artículo. El análisis de la difusión de la pareja marido/ esposa o señora/ señorita, estudiadas por Lakoff (1995:77), ilustra en qué medida los medios promueven hábitos de experimentación del mundo mediante la divulgación de ciertas representaciones.

La comunicación como proceso de significación

Los medios nos suministran conocimiento sobre el mundo, es más, podemos decir que en una sociedad globalizada como la nuestra son el principal vehículo de transmisión de conocimientos y generación de identidades. Pero además nos indican el modo en que debemos or-

ganizar y categorizar esos conocimientos, de tal manera que podemos decir con Abril (1997:110) que «por poseer esa capacidad de organizar el modo en que la gente experimenta su relación con el mundo, con los demás, con el espacio y el tiempo, los medios de comunicación masiva coinciden con otras instituciones modernas y premodernas». Y con ello decimos que esta capacidad es la capacidad de argumentar el mundo de sentido común. Así, la observación de la mediación cultural operada por los medios de comunicación desde esta perspectiva nos lleva a considerarlos los principales constructores y portavoces de *mitos, relatos y ritos* de la sociedad contemporánea. Esta mediación no siempre opera contra las mujeres, el caso del rechazo generalizado a ciertas prácticas como la ablación o el chador está unido a estos procesos que señalamos, a través de los que no sólo se nos presentan los acontecimientos sino que estos aparecen ya valorados. Sin embargo, para cuestiones menos flagrantes, esta mediación enclaustra a las mujeres en relatos discriminadores.

Es, desde este marco, metodológico y epistemológico, como entendemos la comunicación como un sistema de significación, es decir, como un proceso en el que los sujetos compartimos sentidos. La necesidad de manejarnos en un mundo que nos es común, y que compartimos con otros, nos hace interaccionar de acuerdo a la presunción de que compartimos determinados significados sobre el mundo, y que disponemos de un lenguaje que vehicula *limpiamente* esos significados o representaciones. Aquí es donde situamos la eficacia simbólica de los medios en su configuración o mantenimiento de representaciones profundamente sexistas que conforman un mundo de exclusión para las mujeres. Con ello rebatimos cierta concepción dominante sobre la determinación de cómo se produce el fenómeno comunicativo.

El modelo que tradicionalmente ha servido para explicar o describir los hechos comunicativos es presupuesto no como una mirada hegemónica entre otras sobre la comunicación, sino como la única posible. Canónicamente este modelo suele representarse mediante el diagrama en el que un emisor transmite una información a través de un canal a un receptor gracias a un código común. *Comunicar* sufre una modificación y *compartir* es desplazada a un segundo plano para privilegiar *transmitir*. La interpretación de este modelo explicativo pone de manifiesto dos debilidades fundamentales que comentan hasta la saciedad distintos autores. La primera es que es un modelo construido sobre la base de un concepto de código muy simple e ingenua, ya que *olvida* que los sujetos no enfrentamos los mensajes activando códigos

sino competencia comunicativa, lo que nos permite, por ejemplo, reconocer las insinuaciones y presupuestos que se activan cuando en ciertos mensajes se emplea la palabra *mujer* o alguna representación estereotipada de lo femenino, como la *maruja* o la *divorciada* publicitarias. Este concepto engloba y rebasa ampliamente el de competencia lingüística e incluye, como sostiene Abril (1997), los conocimientos y aptitudes necesarios a un individuo para que pueda utilizar todos los recursos que están a su disposición como miembro de una sociedad cultural dada. Se trata del conocimiento implícito y explícito de las reglas psicológicas, culturales y sociales presupuestas por la comunicación, es la capacidad de producir e interpretar mensajes de forma razonable y contextualizada.

La segunda limitación señalada es que se trata de un esquema simétrico que da idea de que la acción del emisor (codificar un mensaje) es simétrica a la del receptor (descodificar), de este modo se postula que siempre el mensaje emitido es igual al mensaje recibido. Y, lo que es más importante, que las relaciones sociales son horizontales, que los sujetos siempre se comunican en igualdad de condiciones. No es necesario detenernos en lo absurdo de esta afirmación.

A pesar de estas carencias, sin embargo, este esquema analítico es constante en los estudios comunicativos donde suele aparecer en distintas versiones o con diferente terminología. También es frecuente en los trabajos feministas sobre las representaciones mediáticas. Sin duda, esta concepción de la comunicación ha sido determinante para que la acción de los medios haya sido observada como una acción poderosa, unilateral e impositora de directrices de pensamiento. En el caso de las mujeres (como para el resto de los receptores) esta concepción implica asumir el prejuicio de que los sujetos no reflexionamos ni reaccionamos ante determinados mensajes, supone sostener que somos meros receptáculos a los que los medios manejan a su antojo.

Basta apelar a nuestra experiencia como sujetos comunicativos para comprobar lo inaceptable de esta manera de entender la comunicación. El destinatario no siempre puede ni quiere hacer con el mensaje aquello que el emisor pretende, el mensaje emitido no es igual al mensaje recibido, se produce un desfase que es debido a la no *literalidad* de los mensajes, no podemos afirmar la correspondencia ni la simetría como base de la descodificación. Además, es una experiencia constante para las mujeres, no todos los actores comunicativos se encuentran en igualdad de condiciones para el proceso comunicativo. Por ello, es preciso concebir los procesos de interpretación desde una perspectiva

inferencial, porque los agentes comunicativos, «más que codificar o descodificar mensajes, proponen hipótesis, llevan a cabo inferencias contextuales, anticipan estratégicamente las respuestas y razonamientos (a su vez estratégicos) de sus interlocutores. Aun cuando sólo sea para ratificar que es precisamente el valor convencional del acto de discurso y no otro el que conviene dar por bueno en determinado contexto» (Abril, 1994:429).

Partir de una visión que eluda el compromiso *conductista* de la acción de los medios proporcionada por el esquema canónico no implica en absoluto sostener que no tienen efectos, sino ubicarlos en otro lugar. Sostener que, por ejemplo, el aumento de la violencia en televisión es determinante para el aumento de violencia entre los niños o contra las mujeres, que las telenovelas refuerzan el rol de género femenino impidiendo la emancipación, es una simplificación. Los sujetos *hacemos cosas* con los mensajes, no los interiorizamos sin más. Lo curioso es que cuando se hacen estas críticas no nos incluimos a nosotras mismas como receptoras comunes, sino diferenciadas, posición ciertamente elitista. Algunos estudios feministas ignoran este asunto y llegan a dibujar, en su crítica a los productos mediáticos, unas receptoras o consumidoras como sujetos carentes de criterios y capacidad de reflexión. Los estudios más contemporáneos desmienten este tipo de simplificación que tanto daño hace a las mujeres, ya que se inscribe en una concepción de la cultura de masas que, como hemos dicho, asimila lo popular a lo masivo, adscribiéndolo a lo femenino. Además, es preciso revisar las teorías sobre el poder de los medios a la luz de las revisiones sobre el ejercicio y las formaciones discursivas del poder hoy, tal como hacen magistralmente Foucault o Butler.

Representación y mediación

Esta concepción simplificada de la comunicación y de los medios se apoya en una concepción representacionista o correspondencialista del lenguaje que es la que afirma la adecuación de las representaciones al mundo. Desde este punto de vista, por ejemplo, la *feminidad* tendría su correlato en el mundo y no expresaría más que aquello que nos distingue a las mujeres. Pero también esta concepción es el argumento bajo el que les pedimos a los medios *objetividad*. Por ello y porque olvidamos que son empresas. Los medios, más allá o junto a la labor, propiciada por la división social del trabajo, de informar, decir la *verdad*, también desean obtener beneficios económicos. Esas plusvalías involucran

la movilización de un modo de entender el mundo. Por ello, pedirles objetividad y centrar la polémica en este aspecto no nos beneficia a las mujeres. Cuando las mujeres reivindicamos que los medios sean *objetivos* y que *reflejen la realidad* de nuestro papel en el mundo social y sobre nuestra identidad, presuponemos que hay una realidad que reflejar, que es tanto como decir que existe un lugar social desde el que nombrar verdaderamente el mundo. Las feministas, mejor que nadie, sabemos que ese lugar no existe, de ahí la misma noción de género, que es la negación de un punto de vista universalista que no es más que masculino aunque se presenta como verdadero, negando la posibilidad de un debate sobre ciertas cuestiones y términos. Hannah Arendt insistía (2003:362) en que en la esfera de la política nos hallamos en el dominio de la opinión, de la *doxa*, y cada esfera tiene sus propios criterios de validez y legitimidad (en este caso la argumentación y la verosimilitud). Así, pedirles a los medios «ajustes a lo real» es asumir una lógica que sólo refuerza la *comprobación* de ciertas construcciones identitarias que los medios ofrecen de las mujeres, con lo que se legitima una visión de consenso en torno a la naturaleza de ciertos fenómenos (como la definición de lo femenino) que niega la complejidad de los problemas sociales y reduce las posibilidades de comprensión de los *otros sociales* que constituimos las mujeres.

La acción de los medios hay que ubicarla en otro sitio: su capacidad de suministrar conocimiento y organizarlo, es decir, nos suministran el conocimiento necesario para desenvolvernos en el mundo contemporáneo, pero también la manera de categorizar esos conocimientos, con lo que nos instalan en sistemas de valores determinados (y no sólo porque doten de existencia a unos objetos y no a otros o porque distorsionen la realidad o porque silencien determinados aspectos estructurales de nuestro sistema social) que suponen una visión del mundo. Esto hace que suministren esquemas de interpretación del mundo, mediación que les convierte en instancias ineludibles cuando de lo que se trata es de considerar la naturaleza social y moldeada de nuestras representaciones sobre lo real. Representaciones que son decisivas, ya que constituyen anclajes para la acción y nos moldean la experiencia, por ello colaboran en la construcción o mantenimiento de ciertos modelos de exclusión y dominación.

Si una característica constitutiva de la comunicación es que, de acuerdo a las diferentes posiciones socioculturales, poseemos reglas de interpretación y normativas distintas, que los esquemas de interpretación son variables según las situaciones comunicativas diversas en las

que interactuamos, podemos decir que nuestros modos de aproximarnos a los mensajes de los medios no son perfectamente coincidentes (entre los sujetos y respecto a la *intencionalidad* del emisor). Pero es una constatación que, como dice Peñarín (1989), las diferentes perspectivas y sistemas de significatividades se articulan en acuerdos. Nos comunicamos presuponiendo un acuerdo basado en un conjunto de abstracciones o estandarizaciones comunes, categorizaciones que «establecen los límites —difusos— de un campo de sentido necesariamente ambiguo» pero efectivo. Estas representaciones compartidas no suponen la idea de unas reglas de interpretación fijas e inmóviles, son pautas que se modifican con su uso (por ello la representación de las mujeres en los medios se ha transformado durante los últimos tiempos) pero ciertamente podemos sostener la idea de que son pautas decisivas cuyo origen es social y colectivo y que median entre nosotros y nuestra experiencia del mundo.

Estas abstracciones, en cierto modo estereotipadas, poseen una naturaleza social ya que son generadas en el diálogo y la convivencia y no sólo elaboradas unilateralmente por los medios, son las que permiten que nos comuniquemos. Las críticas de algunas investigaciones a los estereotipos femeninos no suelen contemplar el hecho de que estas representaciones son precisas, no ya para la comunicación, sino para la elaboración de los mensajes (la publicidad debe contar en pocos segundos unos relatos que no serían posibles sin estos estereotipos). Evidentemente, el problema no es su uso sino su conformación, es decir, cómo y quiénes han elaborado estas representaciones que suponen el lugar necesario desde donde poder comunicarnos socialmente.

A pesar de que se ha producido cierta transformación en la representación de las mujeres, ésta no es suficiente ni ha modificado el modelo patriarcal. No deja de ser chocante cómo la globalización ha producido la liberalización de todo excepto de los conceptos de mujer. Evidentemente la acción de los medios ha sido determinante: la globalización ha impuesto un mundo de conexiones (Boltanski y Chiapelo, 2002) en el que el capitalismo genera una sociedad que crea diferencias para después poder conectarlas a su antojo. Pero para que esta movilidad y conexión global pueda existir es necesario que algo permanezca quieto. Es aquí donde las mujeres y las naciones nos convertimos en lugares de fijación, nos precisan estables. La información es sin duda ese vínculo que precisa el capitalismo globalizado para conectar lo fragmentado y construir la emoción de sentirse *parte de*, elabora ámbitos de pertenencia. Para las mujeres esto supone la cons-

trucción, o mejor, el reforzamiento de un ámbito de pertenencia que ya existía: la identidad femenina.

Esta identidad como ámbito de pertenencia se configura y refuerza mediante diversas estrategias, como son el mantenimiento de estereotipos, la seccionalización, el lenguaje, la tematización, el sesgo de la agenda pública, el humor... Si hemos dicho que las representaciones se modifican en el diálogo de los medios con lo social, también hemos subrayado cómo este cambio es lento y no siempre real. Una estrategia fundamental es la de asumir que hoy la discriminación de las mujeres no es un problema real sino algo superado (tanto que podemos olvidarnos de la *corrección política*, que se plantea hoy como una forma de censura). En la medida en que los cambios legislativos y políticos, que han sido muchos, en defensa de las mujeres han proliferado, se ha hecho posible que las reivindicaciones de las mujeres y su visibilidad disminuyan. Aunque el cambio haya sido más aparente que real, el alcance de los logros de las mujeres va pareciendo cada vez menos necesario, bajo el argumento de que la igualdad está ya conseguida. Esto permite que, como señala Saltzman (1992), se tematizen no los problemas estructurales que persisten sino los «costes del cambio». Informativamente esto se traduce en la proliferación de mensajes sobre las consecuencias negativas del cambio social: sistemáticamente se habla de la doble jornada laboral, la disolución de la familia, la feminización de la pobreza, el aumento de la violencia masculina. Es decir, aunque el cambio no haya sido extenso se tematizan los problemas derivados y así se definen los llamados «nuevos problemas sociales»: los abusos y abandono de menores (son insistentes los videos de cuidadoras golpeando a los niños a su cargo dado que la madre se encuentra fuera del hogar...), ancianos abandonados en residencias o dejados morir solos en sus casas, las familias desestructuradas como germen de la violencia de género (que lleva a hablar de la violencia como una rémora del pasado que persiste, propia de *enfermos* y *obreros* —criminalización de la clase trabajadora— porque *la igualdad* ya está conseguida).

Estas informaciones, que son las consecuencias de los logros de las mujeres, generan un clima de opinión que dificulta la introducción de otros discursos que pongan de manifiesto que la discriminación persiste y la igualdad no es real. A este clima contribuye sin duda durante los últimos años otro aspecto crucial: la irrupción de un discurso público y mediático que opondrá a las mujeres *autótonas* frente a las inmigrantes. En una investigación reciente realizada por el GRUPO PICNIC titulada *La representación mediática de las mujeres inmigrantes*

en el discurso informativo televisivo y su relación con los discursos sociales de la población española* se destaca este proceso que hoy es argumento para la exclusión. Los discursos políticos y mediáticos sobre las mujeres inmigrantes tienden a devolvernos una imagen de *nosotras* idealizada y pervertida que estratégicamente sólo sirve para estigmatizar a las *otras* y tranquilizarnos a *nosotras*. La representación de las mujeres inmigrantes se construye en torno a la amenaza —motivo fundamental que impide posibles alianzas entre nosotras y ellas— y en torno a la idea de involución: las percibimos como parte de una realidad atrasada, por lo que su imagen nos hace considerar que *sus* problemas *nosotras* ya los hemos superado. Evidentemente, la naturaleza patriarcal de esos problemas no se tematiza. De este modo, *nuestras* reivindicaciones de mujeres autótonas se desvían hasta el punto de enfrentarnos no con otros puntos de vista sino con otras mujeres, cuando no para involucrarnos en discusiones sobre el progreso que no benefician en absoluto las luchas de las mujeres.

Pensamos que ante este nuevo contexto de argumentaciones y justificaciones de la exclusión se precisan nuevas miradas *asertivas*, como las denomina Valcárcel. Sin embargo, los estudios que trabajan las representaciones de las mujeres en los medios suelen detenerse en un no, y ésta constituye, pensamos, su mayor carencia.

En otro lugar (1999a y 1999b) ya hemos comentado cómo los estudios sobre medios de comunicación llegan una y otra vez a la conclusión de que persisten los estereotipos tradicionales sobre el rol del género femenino, que las mujeres son presentadas como objeto, madre, ama de casa, paciente de los deseos y voluntades de otros. Una mujer que sólo es presentada como agente si se subraya mediante marcas culturales que reúne lo femenino. Es decir, la principal crítica focaliza el que se siga inscribiendo a las mujeres dentro del ámbito de lo privado, deformando su actuación pública. Al mismo tiempo estos análisis señalan cómo la presencia de las mujeres en los medios es escasa respecto a los varones (entendidos como colectivo unitario y no como una construcción que también excluye a muchos varones). Ausencia referida tanto a las mujeres como asuntos, como profesionales, como expertas o como reserva de la agenda periodística, como puestos de responsabilidad, en las páginas o minutos informativos.

* Proyecto de I+D financiado por el Instituto de la Mujer dentro de las actividades del Instituto de Investigaciones Feministas de la Universidad Complutense de Madrid.

Junto a estas críticas que se han convertido ya en un tópico, los estudios apuntan que si bien el panorama es desolador, en los últimos años se ha producido una transformación y una evolución, cuantitativa y cualitativa respecto a la presentación de las mujeres en los medios. Este cambio señalado afecta fundamentalmente a que aumenta la presencia de las mujeres en lo público y se configuren cada vez más imágenes y representaciones vinculadas a ese lugar. Éste es sin duda un hecho saludable pero no suficiente, la redefinición del papel de las mujeres respecto al ámbito de lo público no supone una sustancial redefinición del rol de género. Este planteamiento sigue inscribiéndose en una escisión y jerarquización de los ámbitos sociales, de tal modo que sigue considerando sólo lo definido como público como algo importante para la realización humana, y esto tiene graves consecuencias para las mujeres, ya que implícitamente supone una continuación de la mirada androcéntrica sobre la realidad.

Contemplar la redefinición del papel de las mujeres sólo desde una perspectiva que subraye la ascensión de lo privado a lo público es, aunque legítimo, continuar con una lectura patriarcal de la realidad. Lectura que permite que sigan siendo muchos los actores, las prácticas, los valores, los hechos y los lugares sociales que se excluyen de la definición de lo político y de lo social y que, sin pretenderlo, tiene como consecuencia la pertinaz adscripción de las mujeres al *exceso*. Lo que está en juego es la definición de lo público que manejan los medios, y este es un problema epistemológico que es necesario abordar en nuestros ámbitos, ya que además las teorías sobre las democracias contemporáneas lo han situado en el centro de los debates políticos.

La categoría de género puso de manifiesto cómo la subjetividad femenina estaba atravesada por una construcción social que delimita la experiencia y la expresión, ver la categoría mujer como un constructo que sirve para la subordinación de las mujeres puso de manifiesto la necesidad de resituar las características de nuestra identidad de género en el mundo social político-público de los varones. Esto supuso como dice Violi, el reconocimiento de que si bien no hay temas, valores, tópicos o prácticas políticas sexuadas, es evidente que hay razones históricas que justifican su adscripción sexual. Este reconocimiento debe conducir a la equiparación de estas prácticas, actitudes, deseos, formas de expresión... en el mundo de lo social, para ampliar su definición y conformación, no para sostener el ámbito reducido de lo público-político.

Los trabajos en género y comunicación han pasado por etapas: de la hegemonía a las representaciones y de éstas a las identidades. Pensamos

que la última es la perspectiva más interesante en tanto que propone la identidad en diálogo con la norma, preformativa en su comunicarse y coyuntural en el *nosotras* femenino. Son estudios que abarcan una comprensión de la comunicación extensa y omnicompreensiva, que permiten verla como una relación social y no sólo como acto de transmisión e imposición. Estudian el lenguaje, las relaciones interpersonales, las prácticas sociodiscursivas y la identidad en tanto experiencia y expresión de una subjetividad individual en diálogo con lo colectivo. Nos resulta la aproximación más fructífera porque desentraña la normalidad de ciertos significados sociales y los procesos discursivos que hacen posible que ciertas representaciones adquieran un carácter consensuado, nos parece el siguiente paso necesario a la constatación de que se movilizan estereotipos opresores en los medios. A este respecto son interesantes las reflexiones de Carmen Romero y Silvia G. Dauder (2003) en torno a «las saturaciones identitarias», porque nos permiten ver cómo las representaciones contemporáneas de mujeres en los medios, que nos visibilizan como en ningún otro momento histórico, resultan mecanismos para la invisibilización de la normatividad para la elaboración de subjetividades normalizadas (la *mujer mujer*), que, como ya hemos mencionado, nos construyen como lo otro social jerarquizado y postula lo masculino como universal.

El barniz de consenso y la invisibilidad de los dispositivos de normalización de la exclusión

Los procesos de significación que tratamos se observan de una manera más «espectacular» en las teleseries, la publicidad o los relatos cinematográficos, sin embargo son igualmente interesantes en el género informativo. Las informaciones se presentan como relatos, aunque los acontecimientos no se presentan como tales. Las cosas suceden y es quien narra el que introduce un orden y lo convierte en estructura significativa. El discurso informativo dota a los acontecimientos de una unidad que no tienen como mera secuencia. Se asimilan unos casos a otros para construir el problema, homogeneizando cuestiones. Esta capacidad de asimilar y articular un conjunto de acontecimientos bajo el mismo orden de significación exige un principio articulador. En el caso de la violencia de género, por ejemplo, esta estrategia discursiva aparece de una manera clara cuando los relatos periodísticos se articulan en torno a ciertas *explicaciones*. El relato de los hechos procura articular un porqué y eso hace que se intente atribuir la violencia a ciertas caracterís-

ticas psicológicas o sociológicas tanto de los varones agresores como de las agredidas, a pesar de que se haya demostrado hasta la saciedad que aunque haya factores de riesgo en ningún caso son decisivos. El discurso impone una coherencia imaginaria que da por supuesto un consenso de los ciudadanos, lo que hace que los argumentos partan de este supuesto y los relatos no puedan sino constreñirse a este margen (que, en nuestro ejemplo, supone la exclusión mediática del argumento de que esta violencia es un problema estructural). Se determina la exclusión de sujetos, espacios, perspectivas, prácticas sociales que propician un desplazamiento del discurso hacia ciertos *topos* incuestionables, como *la igualdad conseguida*, cuyo abandono implica ser interpelada y excluida de la discusión pública por dogmatismo: la clara idea del *feminismo* y la *feminista* en el margen del consenso que se promueve desde ciertos géneros y productos mediáticos.

Este consenso se ampara en el argumento de *lo real* o en la correspondencia de los términos con la realidad, y en la *normalidad* de ciertas representaciones sociales como *adecuadas*. Verdad, realidad y lenguaje se articulan para mantener cierto acuerdo respecto a las mujeres. Sin embargo, «el lenguaje no se establece entre algo visto (percibido) y algo dicho, sino que va siempre de algo dicho a algo que se dice». Estas bellas consideraciones de Deleuze y Guattari (2000:82) permiten decir que todo discurso es, en este sentido, discurso indirecto. Usar el lenguaje es transmitir, contradecir, posicionarse, dialogar con lo que otros han dicho, la intersubjetividad es inherente a su naturaleza, supone algo que ya han dicho otros con los que discutimos cuando lo usamos. Por ello precisamos entender las representaciones como evocadoras de ese diálogo y señales de la apropiación del sujeto que las utiliza y que les otorga su acento. Esta intersubjetividad se dirime discursivamente, por lo que los usos y los *acentos* van modificando el sentido de ciertos términos y representaciones, es decir, podemos intervenir, y de hecho lo hacemos, en la construcción de un nuevo imaginario que no sea injusto ni excluyente. La acción de los movimientos y las teóricas feministas ha sido y es decisiva en esta intervención para la modificación de la presentación de las mujeres en los medios de comunicación.

Decir que el lenguaje es el diálogo con lo que ya han dicho otros no quiere decir que todos los diálogos sean iguales ni que sea intencional, ni que todos los sujetos participen. Si el lenguaje, como decía Barthes, «es fascista» no es porque *uno sea hablado por el lenguaje* sino porque no todos los sujetos participan, sólo algunas de estas voces implicadas en el diálogo social pasan a ser convencionalizadas en la determinación de

la orientación de las representaciones y de los marcos de sentido que autorizan, de las explosiones de sentido legitimadas. Por ello los signos (imágenes, encuadres, palabras, colores, músicas...) son territorios de luchas semióticas, luchas por introducir nuevos acentos, modificar los estabilizados, mantener los dominantes, luchas de las que resultan las versiones del mundo en que habitamos y con las que pensamos. Con Goodman (1995:54) sostenemos que una representación «es una criatura de una versión construida en un sistema simbólico y participa de ella, de un modo parecido a una interpretación musical», por ello, «las formas y las leyes de nuestros mundos no se encuentran ahí, ante nosotros, listas para ser descubiertas, sino que vienen impuestas por las versiones del mundo que nosotros inventamos» (1995:43). Si pensamos que lo que hay consiste en lo que hacemos, necesitamos una perspectiva que nos permita determinar cómo los signos son *estrategias para restaurar el recuerdo* de lo que ha sido dicho y que se muestran a la vez como lo acordado, lugar de consenso. Por ello, podemos afirmar que las representaciones funcionan como argumentos de una versión del mundo y a la vez son los instrumentos para argumentar otros mundos posibles.

Estas consideraciones conducen al rechazo del objetivismo en cualquiera de sus vertientes, fundamentalmente la que reivindica el representacionalismo para el lenguaje, rechazo que obliga, como hemos señalado, a trasladar la reflexión sobre la objetividad a otros lugares. Lakoff y Johnson (1995:239) insisten en cómo la verdad es siempre relativa a sistemas conceptuales. Para estos autores el objetivismo como tradición filosófica occidental, fundamentada en un mito que no se reconoce como tal, es compartido por racionalistas y empiristas, por la síntesis kantiana y por los positivistas lógicos, la tradición fregeana, la tradición de Husserl y la lingüística neorracionalista de tradición chomskiana. Frente a este mito y su complementario, el subjetivismo, los autores defienden una síntesis experiencialista para argumentar cómo la objetividad a que nos autoriza el lenguaje es muy distinta a la correspondencia entre las palabras y las cosas. Sostendrán que tanto el sentido como el valor de verdad aparecen engarzados en coordenadas de interacción. Es una evidencia constatar que los objetos también están constituidos por nuestras proyecciones sobre ellos, que las propiedades que les atribuimos son producto de convenciones intersubjetivas e interaccionales y que las categorías con las que los clasificamos, y que nos permiten reconocerlos y entender el mundo, proceden de una *versión*.

Basta apelar a la introducción de la categoría de género en las ciencias sociales para reconocer que las propiedades que les atribuimos a los ob-

jetos no les son inherentes, y que las palabras y categorías que describen el mundo, al ordenarlo, tienen un origen social (que explica que sean lugares de encuentros y desencuentros científicos). Por ello nuestro problema con el objetivismo es también un problema de género. No hay más posibilidad de referirse al mundo sino a través de la carga asociativa de las representaciones: la categoría de género nos habla de la relación entre lo masculino y lo femenino, es una construcción respecto de otra cosa realizada de acuerdo a las oposiciones que establece nuestra cultura, por lo que se podrá hablar de la categoría de género articulada como la relación entre lo masculino y lo femenino, pero no de la categoría de lo femenino *estricto sensu*. Lo femenino como categoría nos habla inevitablemente de las oposiciones en que se encuentra ordenada nuestra cultura, así se movilizan las asociaciones de sentido. Esto al margen de la intención.

Tal como la describen Greimás y Courtés, la *intencionalidad* deja de ser un problema vinculado al de la correspondencia entre las intenciones del hablante y los efectos de sentido de su enunciado. Estos autores (1990:145) sostienen que el mecanismo de la enunciación se distingue de otros actos por la *intencionalidad*. Frente a la intención, que reduce la significación a la dimensión consciente («intención de comunicar»), la intencionalidad es interpretada como una «concepción del mundo», una relación orientada «gracias a la cual el sujeto construye el mundo en cuanto objeto, a la vez que se construye a sí mismo». Al margen de las cuestiones empresariales relativas a intereses económicos o ideológicos, los medios de comunicación, los actores comunicativos, los líderes de opinión, muchas veces expresan la estructura patriarcal al emplear categorías o construir enunciados que traslucen un punto de vista sexista, puede no ser su intención consciente pero el resultado son discursos que reproducen o recrean los sistemas de dominación masculinos. En estos casos el análisis de la visión del mundo y del sujeto discursivo que la promueve se revela como un instrumento mucho más útil que la acusación (fácilmente refutable, por otro lado, haciendo explícita que *esa no era la intención*) de tener un interés particular o corporativo en proponer representaciones discriminatorias de las mujeres.

Todos en algún momento podemos emplear expresiones, representaciones o categorías con las que no estamos de acuerdo (este plural masculino), puede que no sea nuestra intención movilizar la carga asociativa que vehiculan, pero necesitamos emplearlas (como lugar común comunicativo) en determinadas situaciones. Pero también en ocasiones ni siquiera reparamos en que las usamos, el hecho de haberlas apren-

dido y de su necesidad para la comunicación hace que necesitemos un esfuerzo reflexivo para darnos cuenta de qué significan *en realidad*. Y es que la lengua es portadora de un horizonte ideológico-verbal. Es un hecho indiscutible que el individuo se apropia del aparato de la lengua para comunicar sus ideas, sensaciones, valoraciones... pero también que la lengua es un hecho social en cuanto código compartido, convencionalizado, por una colectividad. Así, lo social y lo individual son mutuamente interdependientes, ya que la acción individual implica procedimientos interpretativos de origen social y colectivo. Como sostiene Peñamarín (1984:118) «el contacto con los datos de la experiencia se realiza mediante una serie de esquemas cognitivos —categorías adquiridas culturalmente y compartidas por los miembros de una comunidad cultural—. De modo similar se puede pensar la relación del sujeto con la lengua. El habla individual significa algo para alguien en la medida en que acierte a engarzarse en la red de conocimientos, experiencias, supuestos comunes con el interlocutor». El individuo-que-habla nunca habla sólo. La polifonía es ese fenómeno por el cual varias voces hablan en todo discurso y un factor esencial que explica la pluralidad de voces con las que nos vemos impelidos a expresarnos. De ahí las reivindicaciones de una lengua que sea de todos, para que esas voces no impliquen que las mujeres seamos ajenas.

No negamos tales cosas como la posibilidad de la experiencia o la existencia *real* del objeto, lo que sostenemos es que a veces incluso cuesta imaginar hasta un sistema emotivo que no esté organizado socioculturalmente. Los trabajos sobre la experiencia femenina que tematizan los procesos sociales mediadores en la construcción de la subjetividad ponen de relieve este problema. Por ello, planteamos aquí la dificultad de *observar sin textualizar*, sin la mediación de discursos sociales. Aunque estas operaciones por las que interpretamos el mundo y nos lo comunicamos mediante configuraciones socioculturales no sean extensivas a todos y cada uno de los miembros de una sociedad, sí podemos afirmar que al menos son propios y comunes a comunidades hermenéuticas. Esto nos habla de procesos intersubjetivos en continuo diálogo y negociación. El alcance de esta reflexión es pensar la experiencia mediada por estas representaciones compartidas: no nos enfrentamos a los otros, al mundo ni a los discursos sin la presencia de los relatos sociales que constituyen. Relatos que son el lugar donde la indagación del sentido se muestra más fértil para observar las dinámicas de construcción de lo social y de las mujeres por parte de los medios de comunicación.

La invisibilidad de lo que hemos denominado *mecanismos de normalización* a través de los que se promueven imágenes *normalizadas* de las mujeres que tienden a frenar e imposibilitar nuevas maneras de representarnos, tiene su anclaje precisamente en esos relatos. Las *sociologías de la vida cotidiana* los analizan en tanto relatos de sentido común, viendo la producción de sociedad como esfuerzo mantenido, consciente y realizado por personas que al actuar activan sus conocimientos de lo social. Por ello se preocupan por el estudio de lo dado por supuesto, del mundo de sentido común que (re)producimos al actuar, y ven en el lenguaje un factor cimentador de la forma social. Estas perspectivas suponen para Wolf (1988:17) «un rompimiento de lo privado, un signo de primacía de lo público, de lo social, que se expande por todas partes, penetra incluso en los episodios intrascendentes, rigiéndose bajo el signo de una competencia, socialmente adquirida y exigida para interactuar».

Goffman estudia las reglas que rigen los encuentros sociales en la vida cotidiana prestándole atención a las labores que llevamos a cabo constantemente para que un encuentro (sea) parezca normal. Si nos interesa esta dimensión normativa es porque se activa bajo la forma de presupuestos en los discursos de los medios de comunicación y porque constituye una parte de la competencia que los sujetos deben poseer para interactuar y comunicarse de forma *apropiada* a las situaciones y contextos, así como porque revelan la intersubjetividad de los procesos comunicativos.

Para el autor, en los encuentros se construye, realiza y expresa un orden social por lo que la construcción de la realidad social se desarrolla mediante un flujo continuo de definiciones de situaciones que son las respuestas a las preguntas explícitas o implícitas sobre lo que está sucediendo. Esta actividad es doblemente convencional porque tales definiciones no se crean en cada encuentro comunicativo sino que poseen una rigidez y una estabilidad propias y además, todo el trabajo de la definición se basa en el *como si* hubiese un acuerdo real y verificable, entre las personas que interactúan, con respecto a lo que sucede. Este *barniz de consenso*, como lo denomina Goffman, es lo que nos interesa, ya que estas actividades que mencionamos son las que se activan en los discursos mediáticos, en gran medida para facilitar el reconocimiento. El ejemplo más claro es la publicidad, que precisa de una economía discursiva que la reproducción de ciertas definiciones de situaciones le facilita. Esta operación, sin embargo, tiene como consecuencia (muchas veces por simple falta de creatividad) reforzar la *normalidad* de ciertas situaciones. Los ejemplos son numerosos: las escenas familiares en las que las madres

preparan el desayuno, mujeres nerviosas ante una inminente cita en la que parece que se dirime su futuro, la competitividad en la belleza, los corros de cotillas en los lugares de trabajo...

Podemos decir que si bien la representación de las mujeres ha variado el hecho de que la mayor parte de las veces esta representación se inserte en una *definición normal*, impide poder afirmar que efectivamente se haya operado un cambio sustancial. Ciertos contenidos sobre las mujeres se mantienen incólumes, dado que no varía el conjunto de presuposiciones, es decir, el conjunto de contenidos que se dan por sabidos, supuestos o compartidos y que suponen el marco cognitivo que sirve de soporte al diálogo, a la relación comunicativa, y hacen la comunicación coherente. Aquello sustraído a la polémica. Si en la elaboración de representaciones que pretenden ser *nuevas* se activa todo un conjunto de presupuestos que no son sino los mismos de anteriores representaciones discriminatorias, el sentido discriminatorio no varía. Muchas veces el hecho de que sea necesario que la comunicación se desarrolle en un universo de referencias compartido por los interlocutores, hace que se apele a la necesidad de un sistema sociocultural de referencia (incluso para los efectos más banales del intercambio informativo) que no es más que una excusa para seguir manteniendo una imagen de *normalidad* cuya referencia no es el mundo social ni las formas de vida, ni siquiera el aspecto de las mujeres. Determinados discursos mediáticos dicen partir de un acuerdo de los interlocutores respecto a ciertos elementos implícitos que no poseen esa naturaleza consensuada.

Habermas es, en la actualidad, una referencia ineludible cuando se abordan estas cuestiones de intersubjetividad, *normativización*, comunicación y sentido. Su explícito empeño en elaborar «una teoría de la sociedad planteada en términos de teoría de la comunicación» y centrada en los problemas del sentido (1997:19) es central en la perspectiva que proponemos. No podemos extendernos sobre este aspecto y la complejidad del pensamiento habermasiano, aunque no podemos dejar de aludir a su definición de acción comunicativa: «interacción simbólicamente mediada, orientada por normas obligatorias que definen expectativas recíprocas de comportamiento y que tienen que ser entendidas y reconocidas al menos por dos sujetos agentes. Las normas sociales vienen corroboradas por sanciones. Su contenido semántico se objetiva en expresiones simbólicas y sólo es accesible a la comunicación en el medio del lenguaje ordinario (...) la validez de las normas sociales viene asegurada por un reconocimiento intersubjetivo fundado en el entendimiento o en un consenso valorativo» (1997:27).

Podrían replantearse las consideraciones de Habermas a la luz de una pregunta que Bourdieu traslada al ámbito sociológico: «¿cómo las conductas pueden ser regladas sin ser el producto de la obediencia de las reglas?» (2000: 72). En el sentido de que entendemos que esas normas de las que habla Habermas se han fijado en la enunciación mediante discursos y son activadas reflexivamente en los encuentros comunicativos, legitimando con ello instancias de enunciación con las que podemos no estar de acuerdo. Ésta es también una preocupación de Habermas cuando sostiene que en su proyecto de explicación de la sociedad como proceso generativo tratará de responder a quién es el sujeto de ese proceso (1997:26), aunque sostendrá que es la activación o asunción en la enunciación por parte de los sujetos lo que permitirá el consenso y lo social.

Es evidente que esta ética comunicativa habermasiana parte de un presupuesto muy criticado por el pensamiento feminista: su concepción dialógica de la razón normativa presupone un punto de vista imparcial que no es más que el *ilustrado* masculino. Si el consenso es el punto de partida para el diálogo, es necesario advertir que en ese conjunto de acuerdos sociales que fundamentan la dinámica democrática no han participado los sujetos o colectivos marginados y excluidos, entre los que nos encontramos las mujeres. Benhabid, Fraser o Young de manera muy diferente critican esta comprensión universalista de la razón que considera que las normas deben expresar intereses compartidos y partir del acuerdo. El hecho de partir de la universalidad de ciertos intereses y presupuestos comunicativos que no son sino masculinos oculta las relaciones de poder, a las que el lenguaje le presta materialización y los medios de comunicación difusión. La *imparcialidad*, como viene señalando repetidamente el pensamiento feminista, supone la eliminación de la *otredad* y la imposición de un punto de vista (interés público, opinión pública, voluntad general) unilateral. De este modo, como dice Young (1998) el discurso de lo público exige que no pueda funcionar más que reivindicando el monopolio de la legitimidad y para ello instituye otro, que es la parte que le ha sido necesario sacrificar para construirse una identidad. De esta manera, y a través de complejos mecanismos, el discurso de lo público no tiene relación con lo otro como tal sino con una traducción y representación de ese otro como reverso negativo. La vida pública entonces aparece como ciega para el sexo, la religión, la raza, la edad... parecería que todos entramos en la discusión en igualdad de condiciones, con la misma legitimidad, que el peso de nuestras voces e intereses están equiparados. Nada más alejado de la experiencia de las mujeres.

De aquí la radical importancia que otorgamos a la comunicación como proceso y al lenguaje como instrumento para construir otro mundo, que es posible. La resistencia feminista a pensar que este es el único modo posible de habitar el mundo, a pensar que el lenguaje obliga a la exclusión y la unanimidad, sigue siendo el motor de las transformaciones más importantes de nuestro tiempo. Alejandra Pizarnik decía

Un *no*, a causa de ese no todo se desencadena.
He de contar en orden este desorden.
Contar desordenadamente este extraño orden de cosas.

Bibliografía

- ABRIL, G.: *Teoría general de la información*. Madrid, Cátedra, 1997.
- ARENDT, H.: *Entre el pasado y el futuro*. Península, Barcelona, 2003.
- BARTHES, R.: *Mitologías*. Madrid, Alianza, 2000.
- BERGER, P.L. y LUCKMANN, T.: *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Amorrortu, 1991.
- BOLTANSKI, L. y CHIAPPELLO, E.: *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid, Akal, 2002.
- BOURDIEU, P.: *Cosas dichas*. Barcelona, Gedisa, 2000.
- DELEUZE G. y GUATTARI, F.: *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*. Valencia, Pre-Textos, 2000.
- GOFFMAN, E.: *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires, Amorrortu, 1971.
- GOODMAN, N.: *Maneras de hacer mundos*. Madrid, Visor, 1990.
- GREIMÁS y COURTÉS: *Diccionario de semiótica*, Madrid, Gredos, 1990.
- HABERMAS, J.: *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*. Madrid, Cátedra, 1997.
- HORKHEIMER, M. y ADORNO, H.W.: *Dialéctica de la ilustración*. Madrid, Trotta, 2001.
- HUYSSSEN, A.: *Después de la gran división. Modernismo, cultura de masas, posmodernismo*, Adriana Hidalgo Editora, BBAA, 2002.
- LAKOFF, G. y JOHNSON, M.: *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid, Cátedra, 1996.
- PEÑAMARÍN, C.: «Lo dialógico en el lenguaje o de cómo el lenguaje vino a perturbar nuestras ideas sobre la comunicación» en CIC, nº 1, 1984, pp. 115-125.
- : «Ironía y violencia» en *la balsa de la medusa*, nº 10/11, 1989, pp. 23-51.
- RANCIÈRE, J.: *Sobre políticas estéticas*, Barcelona, MACBA, 2005.
- SÁNCHEZ NORIEGA, J.L.: *Crítica de la seducción mediática*. Madrid, Tecnos, 1997.
- SALTZMAN, J.: *Equidad y Género*, Madrid, Cátedra, 1992.
- THOMPSON, J. B.: *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós, 1998.
- WOLF, M.: *Sociología de la vida cotidiana*. Madrid, Cátedra, 1988.
- YOUNG, I.M.: *La justicia y la política de la diferencia*, Madrid, Cátedra, 2000.

La des/reconstrucción de la comunicación en las sociedades de la información¹

Elena Casado Aparicio

No creo en cosas; creo en relaciones.
Braque

La comunicación es una aventura arriesgada y sin garantías.
Durham Peters

Proponer la des/reconstrucción de la noción de comunicación en un libro de teoría feminista podría llevar al equívoco de interpretar que lo que se va a encontrar en las páginas siguientes es una revisión de las aportaciones que desde el feminismo se han hecho en los últimos años a este campo disciplinar.² Sin embargo, la relación que se propone aquí es algo menos explícita y algo más sinuosa, pues lo que defiende es la necesidad de des/reconstruir la noción de comunicación cuando ésta se perfila como noción central en las sociedades contemporáneas, llámense del riesgo, globalizadas, postmodernas o de la información, al calor de algunas de las quiebras epistemológicas impulsadas, entre otros lugares, desde la teoría feminista.

El punto de partida es la revisión de algunos de los presupuestos de esta noción y su plasmación en las ciencias sociales, fundamental-

¹ Este texto se inscribe en el proyecto de investigación iniciado en 2005 gracias a una beca de la Fundación Complutense-Del Amo que me permitió permanecer varios meses en la Universidad de California en Santa Cruz. Quiero dar las gracias a Herman Gray y el resto de colegas del departamento de Sociología de dicha universidad, que me ayudaron discutiendo lo que entonces no era más que un esbozo, y a quienes, como Rosalinda Fregoso o Shelly Chan, me acompañaron calurosamente en el proceso. Mi agradecimiento también a los estudiantes de Sociología de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad Complutense de Madrid con quienes he seguido profundizando en él.

² Para una revisión de ese tipo, véase por ejemplo Rakow y Wackwitz (2004).

mente en la sociología; una noción que se ha venido definiendo como el *intercambio* entre *humanos* valiéndose de *signos* con la finalidad última de alcanzar, cuando menos, cierto *entendimiento*. La segunda parte se ocupa precisamente de presentar críticamente esos *topoi* o presupuestos de la comunicación: la retórica del intercambio, la noción de representación y el antropocentrismo para, en una revisitación híbrida de propuestas y conceptos, postular en su lugar las nociones de *traducción*, *performatividad* y *artefactualismo* cuestionando, en última instancia, la teleología tácita que se le atribuye a la comunicación —y el carácter instrumental que se le presupone— en donde parece desalojarse el conflicto en tanto que ruido o amenaza que aquélla debe desactivar si funciona correctamente.

3.1. La comunicación como cuestión social y sociológica

Pero ¿por qué ocuparnos de la comunicación a principios del siglo XXI? Más en concreto, ¿por qué y cómo hacerlo, en particular, desde la teoría sociológica? En los últimos años, reavivando una tradición no por no explícita inactiva, parece que la comunicación portara poderes balsámicos en sí misma. Es como un mantra que se repite rítmicamente, una especie de salmo popularizado para todo tipo de males y amenazas, más aún ante las incertidumbres, desafíos, quiebras y riesgos de las sociedades contemporáneas. Así, se apela a la comunicación como vía de resolución de los problemas de pareja, de las diferencias intergeneracionales o de los retos planteados en las denominadas sociedades multiculturales. La comunicación, se dice, incrementa la eficiencia y la integración en las organizaciones formales, ayuda a mejorar el clima y las relaciones laborales; se la invoca como vía legítima y adecuada de resolución de conflictos en el confuso y desordenado orden mundial de principios de siglo (aunque lamentablemente sin mucho éxito) o en las disputas en torno a la convivencia de identidades nacionales diversas y su redefinición política en un país como el nuestro. De modo que, como se afirmaba de manera inspiradora en un chat: «en los sesenta todo lo que se necesitaba era amor; en los ochenta, dinero y, ahora, parece que todo lo que necesitamos es comunicación»³ (Trevor Baten, *The Video Mix Project: Preconference Chat*, message 1384).

Los atributos supuestamente balsámicos de la comunicación no son nuevos en absoluto —no en vano la comunicación se ha presentado

³ La cita parafrasea la conocida canción escrita por Lennon *All you need is love*.

con frecuencia como condición de posibilidad para la democracia—⁴ El problema de base es la concepción trascendental de la comunicación como bien.⁵ Es más, esa noción mítica de la comunicación es coherente con algunos lugares comunes en su conceptualización, como veremos. No obstante, se constata cómo en la actualidad se ven interpelados con mayor intensidad, lo que parece coherente con la necesidad de dar respuesta a unas sociedades que desde finales de los años ochenta vienen calificándose primero como del riesgo (Beck, 2002), posteriormente como sociedades red (Castells, 2000), configuradas precisamente en torno a nodos de mayor capacidad y densidad comunicativa y, desde finales de los noventa, como sociedades de la información (Castells, 2000), sociedades líquidas (Bauman, 2003) o fluidas (García Selgas, en prensa). Unas sociedades además que simultáneamente han visto cómo algunos de los conflictos articulados en consonancia con las cosmovisiones, narrativas y condiciones del siglo XX, se han desarticulado como tales en las últimas décadas, dando lugar, por ejemplo, a nuevos riesgos que ya no cabe afrontar desde los parámetros heredados y que se despliegan de forma violenta por desordenada (Wieviorka, 2004). De modo que la(s) comunicación(es) aparece(n) simultáneamente como condición de posibilidad y necesidad imperiosa de las sociedades globalizadas.

Y, sin embargo, llama la atención el contraste entre, digamos, la popularidad social de la comunicación como tópico y la escasa atención que ha merecido su conceptualización en las ciencias sociales, donde poco menos que se trata de una caja negra, como tal, poco analizada y casi clandestina. Las razones de esa distancia entre su recurrencia en nuestras conversaciones cotidianas y su carácter difuso en nuestras disciplinas son de diversa índole. Para empezar, precisamente su popularidad junto

⁴ Y así no es de extrañar que, por ejemplo, el desarrollo de los denominados medios de comunicación masivos coincida históricamente con la difusión de la democracia y los intentos de los diversos agentes por situarse lo mejor posible en el campo de fuerzas que con ésta se despliega.

⁵ Como señala Durham Peters (1999: 6): «La comunicación es buena; la mutualidad es buena: cuanto más se comparte mejor». Parecen afirmaciones obvias; no se examinan. Ojalá fuera fácil encontrar argumentos para defender estas posiciones explícita y rigurosamente. La comunicación se convierte así en propiedad de políticos, burócratas y terapeutas» —recordemos el significativo título de la película de Almodóvar *Hable con ella*—. Incluso quienes intentan teorizarla acaban con frecuencia formalizando su consideración popular, de modo que a veces encontramos más respuestas e inspiración en quienes no utilizan el término.

con su carácter mundano contribuyen a dificultar su aprehensión teórica. En otros términos, hasta tal punto forma parte la comunicación de nuestro sentido común —adjetivo con el que no en vano comparte raíz— que apenas queda espacio para reflexionar críticamente sobre ella, asentándose así como presupuesto incuestionado e incuestionable.

Pero además, topamos con la polisemia del término, más aún en las sociedades contemporáneas. Por expresarlo con un ejemplo, si alguien nos dice que trabaja en temas de comunicación ¿se refiere al campo de la telemática, la ingeniería, el comportamiento humano, los medios de comunicación, la antropología lingüística? Una polisemia que en las ciencias sociales, sobre todo en los últimos años, tiende a disolverse bajo la hegemonía de unos medios de comunicación cuyo desarrollo ha sido espectacular en tan sólo unas décadas. Williams (1978) y Hall (1980) ya detectaban ese problema en los años setenta; un problema que tiene varias consecuencias. En primer lugar, la comunicación es uno de los ámbitos que más profundamente se han transformado en el siglo XX, y lo ha hecho a gran velocidad. Este proceso constante ha consumido gran parte del tiempo y la energía de los científicos sociales, pendientes de los vaivenes producidos por los despliegues tecnológicos, sus aplicaciones e implicaciones prácticas y sus manifestaciones en los diversos ámbitos de lo social. El impulso empiricista ha restado peso a las inquietudes teóricas, que sucumben, una vez más, a la inmediatez requerida por la intervención y, por qué no decirlo, a las modas académicas y las demandas de un sector económica y socialmente relevante.

En segundo lugar, esa particularización de lo comunicativo en el hacer de los medios de comunicación ha supuesto en gran medida la reducción de la noción de comunicación al identificarla, implícita o explícitamente, con una praxis comunicativa particular. Pero, además, en esa particularización del objeto de estudio ha pesado y pesa aún demasiado el análisis de los efectos con el que los funcionalistas estadounidenses de la *Mass Communication Research* (Lasswell, Lazarsfeld...) se comprometieron en el turbulento contexto internacional de entreguerras y que, en décadas recientes, se reaviva al calor tanto de las necesidades de sociedades de consumo —que requieren de la publicidad para la orientación y motivación del deseo y la acción de compra consecuente— como de las preocupaciones ligadas al progresivo papel socializador de los medios de comunicación —que se traducen, por ejemplo, en el interés por las consecuencias que pueda tener el que jóvenes e infantiles vean escenas violentas en televisión o las protagonicen en los video-juegos o sobre la amenaza percibida de una potencial sustitución de las relaciones cara a

cara, míticamente consideradas «inmediatas», por las relaciones virtuales a través de diversos interfaces tecnológicos.⁶

Simultáneamente, el marco teórico implícito en esos planteamientos y la centralidad de los medios de comunicación ha favorecido cierta asunción, consciente o no, de concepciones positivas del poder, que lo convierten en un objeto, en algo que se tiene o no, en lugar de considerarlo una relación y por tanto interrogarse por cómo se ejerce (Foucault, 1995), dejando el campo abonado a visiones unilaterales. Así, el hecho de que estos medios de comunicación hayan sido calificados como «de masas» ha oscurecido los procesos y dinámicas de diferenciación y segmentación de las audiencias y, más importante aún, la centralidad de los procesos de mediación y descodificación, subsumidos bajo un poder cuasi-absoluto otorgado a la codificación por parte de las industrias mediáticas —nominación ésta que subraya su carácter capitalista e ideologizante en tanto que legitimadoras de las relaciones de poder y sostén para las posiciones de privilegio existentes. En otros términos, la calificación de «masivos», conforma la problemática (Althusser, 1980; Callon, 1980), limitando de partida las preguntas posibles a cuestiones como, de nuevo, los efectos de los media, ya sea en clave funcionalista o crítica —traducidas en este caso en términos de manipulación— ignorando el carácter activo de las audiencias.

Sin embargo, a pesar de este protagonismo de los *media* y del aparente silencio de las ciencias sociales en torno a la comunicación en tanto que concepto básico, parece que algo ha estado rondando esa noción. En las últimas décadas términos como *discurso*, *actos de habla*, *dialogismo*, *enunciado*, etc. se han extendido por nuestras disciplinas; términos todos ellos que comparten campo semántico con una comunicación que no suele ser explícitamente nombrada más que, en ocasiones, subsumi-

⁶ No entro aquí a cuestionar las rígidas fronteras que se presuponen entre un tipo de contactos y otros o, yendo aún más lejos, el carácter inmediato que se le atribuye al hecho de compartir tiempo y espacio. Toda práctica comunicativa está mediada; otra cosa es el análisis de los diversos tipos de mediación, que puede servirnos, también, para analizar el despliegue de los medios de comunicación masivos como hace Thompson (1998). Es más, ¿cabe establecer una diferencia tan clara entre lo real y lo virtual? ¿Acaso no nos relacionamos en lo virtual con personas distantes con las que en algún momento hemos compartido tiempo y espacio? ¿Acaso muchos de los contactos que se inician en el mundo virtual no mantienen la expectativa, frustrada o no, de encontrarse posteriormente sin el interfaz de la pantalla? Y, ¿aunque no lo hicieran, acaso esos contactos no son reales, al menos en sus consecuencias?

da bajo la figura de uno de sus contenidos posibles: la *información*. Es más, en las escasas ocasiones en que ésta se ha abordado en tanto que tal lo ha hecho de un modo excesivamente comprometido con el marco (dicotómico) moderno en un mundo que ya no lo es. Una muestra de ello es el debate entre la comunicación sistémica de Luhmann y la racionalidad comunicativa de Habermas, en donde volvemos a toparnos, en última instancia, con versiones actualizadas de debates clásicos en torno a la primacía de lo estructural-normativo *versus* lo comunitario-volitivo y a la distinción entre diferentes tipos y nociones de racionalidad. Debates que son expresión también de la relación paradójica que vincula a la comunicación con los procesos de modernización, hoy de globalización, convertidos simultáneamente en amenaza y promesa para las estructuras materiales y simbólicas comunitarias, de modo que ambas son al mismo tiempo lo que se erosiona bajo la fuerza, por ejemplo, de la multiplicación y diversificación de códigos y estructuras o de la individualización y la racionalidad instrumental, y la base para su reinención en términos estructural-sistémicos o, sobre todo, comunitario-consensuales.

3.2. Comunicación, información y cultura

3.2.1. Dos concepciones de la comunicación

En el siglo XIX la invención de sistemas técnicos de comunicación y la implantación del principio de libre cambio favorecieron la interpretación de la comunicación como factor de integración social, en un momento de eclosión de las metáforas organicistas. Pero, como señalaba, esas interpretaciones han de ser repensadas en tiempos de lo *post*. Parece pues conveniente reconsiderar cómo se ha definido la comunicación en las ciencias sociales al hilo de su historia más reciente. Para ello me voy a referir a dos grandes enfoques clásicos⁷ a los que subyacen planteamien-

⁷ Ambos enfoques tienen en común su inspiración religiosa. La noción de comunicación como contacto inmaterial entre almas, por medio de fluidos más o menos esotéricos, es propia del XIX —siendo S. Agustín, Locke y el movimiento espiritualista algunas de sus fuentes más relevantes—, si bien, como señala Durham Peters (1999), su imaginería y arquitectura intelectual se fraguan antes. Desde los primeros sueños de la comunicación a distancia, el susurro de los ángeles ha sido un potente ideal comunicativo, hábilmente rescatado por la publicidad inicial de compañías como *AT&T* o *Deutsche Gramophon*.

tos dicotómicos que nos son familiares. El primero considera la comunicación en clave de *transmisión de información*; mientras que el segundo la interpreta en términos de *(re)creación ritual de una comunidad cultural*. Muestras de la primera acepción son los cuadros reiterados en los manuales y que responden fundamentalmente a modelos matemáticos (Shanon), luego cibernéticos (Weaver), o lingüísticos (Jakobson), y que en la medida en que se prima lo formal, desconsiderando el trasfondo de un acto de habla previamente aislado en tanto que condición de posibilidad de la práctica comunicativa, quedan, a pesar de su recurrencia, cuando menos sesgados y cortos para una perspectiva que pretenda dar cuenta de lo social. La segunda interpretación, por su parte, la que subraya la dimensión ritual y comunitaria, puede ligarse a planteamientos más específicamente sociológicos de la mano tanto del estructuralismo de inspiración durkheimiana como del interaccionismo simbólico de inspiración meadiana.

Al margen de otras consideraciones de partida, conviene tener en cuenta que ambas visiones han tenido un desarrollo y un énfasis desigual en Europa y en Estados Unidos, lo que ha orientado también de manera diferencial la organización disciplinar, los debates y críticas abiertas en torno a esta cuestión. Estados Unidos ha sido la cuna, por así decirlo, de la visión de la comunicación como transmisión de información, defendida y puesta en práctica por los enfoques funcionalistas desde los años 20 y 30 y su análisis de los efectos de los media, así como por los primeros planteamientos cibernéticos desde la segunda mitad de siglo XX. En la Europa de postguerra, por otro lado, el desconcierto al que se hubieron de enfrentar los teóricos de la Escuela de Frankfurt se traduce, desde sus perspectivas teóricas, en el cuestionamiento de una racionalidad instrumental que con frecuencia parece encontrar en lo comunicativo su contraparte mítica.⁸ De modo que, en un movimiento compensatorio, si el pensamiento crítico estadounidense a partir de los años setenta pasa por el cuestionamiento del marco funcionalista y por movilizar, frente al positivismo liberal, una noción de comunicación interpretada en términos de *cultura* —explícitamente enunciada en el título del libro clásico de Carey (1989)— que permita reintroducir el trasfondo y, con él, las relaciones de poder, en Europa se produce el

⁸ La ampliación que aquí se propone de la noción de comunicación, como se verá, hace implosionar la distinción entre ambas racionalidades, en gran medida al resignificar las nociones mismas de instrumentalidad a favor de una visión más artefactual y menos humanista.

movimiento contrario, recurriéndose a la noción de *información* —no ya en términos positivistas, como en el funcionalismo norteamericano, sino, bien releýndola en términos sistémicos como contrapunto a escomramientos demasiado humanistas y voluntaristas, o bien situándola en la trama de relaciones de poder-saber de corte más discursivo— como contrapunto a la visión ritualista y su comunidad armónica e igualitaria fundacional.

Pero, ¿qué sucede con esas dos tradiciones en la consideración de la comunicación en la actualidad? Como señala Carey (1989), si la comunicación entendida como transmisión de información privilegia la dimensión espacial en tanto que se centra en la producción y circulación de mensajes, la visión ritualista pone en primer plano la dimensión temporal al focalizarse en el mantenimiento diacrónico del vínculo social-comunitario. Ahora bien, ¿qué sucede en el contexto de la globalización y el informacionalismo, cuando nuestras nociones y experiencias del tiempo y el espacio se modifican profundamente? ¿Qué sucede cuando la extensión de los mensajes no sólo se refiere al espacio sino que se convierte en pieza esencial en la organización y vivencia del tiempo?⁹ Y, sobre todo, ¿qué sucede cuando el mantenimiento ritual de lo social no sólo ha de afrontar el desafío del paso del tiempo sino también el de un espacio que ya no se corresponde con comunidades purificadas?¹⁰ Más

⁹ Muestra de ello puede ser la producción *just-in-time*, que también nos advierte que no estamos ante un nuevo ejemplo de determinismo tecnológico, pues su antecedente japonés ya funcionaba en *Toyota* a finales de los años 40. La innovación constante es una clave fundamental de su éxito. Y para ello es esencial que la información circule por diversas redes: entre compañías, entre marcas del mismo grupo, redes internas, redes personales, redes computerizadas, etc. (Castells, 2000). Buen ejemplo de esas prácticas es la firma textil *Inditex*, que renueva más del 50% de sus existencias cada dos semanas y lo que no se ha vendido se rearticula, se recompone, en función de los gustos detectados en las tiendas y vuelve a ponerse en circulación.

¹⁰ La inmigración transnacional, por ejemplo, y su análisis desde enfoques post-coloniales y multiculturalistas pone en cuestión esa visión comunitarista ritualmente unificada. Pero también lo hacen la centralidad que han ido adquiriendo las prácticas identitarias —de género, étnicas, sexuales, religiosas...— y, con ellas, el cuestionamiento de las relaciones de poder que las atraviesan y las exclusiones sobre las que el orden moderno se fraguó, o la fragmentación de mercados y audiencias frente a la homogeneidad estigmatizada e irracional sugerida por el término «masas», y en un plano más teórico la irrupción de la metafísica de la diferencia a manos por ejemplo del postestructuralismo francés.

aún, ¿podemos seguir dando por buena la distinción entre la circulación de información y la recreación de vínculos sociales tras el giro performativo?¹¹ En otros términos, si el primer enfoque se ha tendido a leer en términos de control mientras que el segundo lo ha hecho en términos de construcción y reconstrucción de lo común, ¿cómo obviar por ejemplo las aportaciones críticas de la teoría feminista y postcolonial sobre las implicaciones y fundamentos epistémicos y políticos de esa construcción de «lo común» y sus pretensiones universalistas y normativistas? ¿O cómo seguir pensando el «control» en tanto que imposición externa sin tomar en consideración los procesos de encarnación, ya sea en términos de *habitus* (Bourdieu) o de disciplinamiento biopolítico (Foucault)?

3.2.2. Los repertorios de la información, la comunicación y la cultura

Los términos *información* y *cultura*, como ejes de esas dos visiones paradigmáticas salpican los títulos de textos recientes o la organización del saber en departamentos universitarios, más aún desde finales de los años noventa. Pero, ¿qué sucede con la noción de *comunicación* misma? ¿Qué sentidos le atribuye nuestro sentido común? En primer lugar, hay una conexión etimológica con *comunidad* que puede ser resbaladiza y tramposa, pues una comunidad siempre lo es, por ejemplo, en tanto que grupo de miembros a su vez cualificados que se atribuyen el derecho de dictaminar quién es miembro y quién no lo es, como bien han mostrado la teoría feminista y postcolonial con respecto a las naturalizaciones y los universalismos modernos. *Comunicación* y *comunidad* remiten etimológicamente a una misma raíz que remite a lo *común*, ya se defina en términos simbólicos en sintonía con la tradición durkheimiana o en términos intersubjetivos en sintonía, por ejemplo, con el interaccionismo simbólico o la etnometodología. Sin embargo, no creo que ello implique necesariamente que en nuestros enfoques teóricos contemporáneos lo común haya de ser ni el punto de partida presupuesto en tanto que

comunidad armónica de la que quedan desalojadas las tensiones, ni la teleología implícita en tanto que consenso o búsqueda de la homeostasis funcional. Es más, considero preciso interrogarse justamente por los procesos de constitución de lo común y de su propia conceptualización, lo que nos llevará más adelante, a cuestionar el representacionalismo, el humanismo y la lógica del intercambio subyacentes en detrimento de la negociación, la mediación y la articulación de entidades heterogéneas en un campo móvil inestable.

Por otro lado, el sentido de comunicación engarza con la relación que se le presupone con otros términos centrales para la modernidad como son razón y *racionalidad*; comunicación y racionalidad que se leen, en un camino de progreso evolucionista, como cualidades intrínsecamente humanas, si bien paradójicamente es preciso cultivarlas frente a la siempre presente amenaza del barbarismo (de «los otros» que en ese movimiento quedan constituidos como tales), del bestialismo (de los no-humanos, ese espejo a veces cercano y fuente para analogías esencialistas, a veces peligroso) o de las huellas de un pasado por desterrar. Tanto la razón como la competencia comunicativa o, mejor aún, la relación entre ambas se presenta ya en Descartes como la esencia última de la humanidad, negando así las exclusiones sobre las que ambos términos se construyen. «Si hubiera otras máquinas semejantes a nuestros cuerpos y que imitasen nuestras acciones cuanto fuere moralmente posible —escribe Descartes en su *Discurso del Método*—, siempre tendríamos dos medios seguros de reconocer que no por eso eran hombres verdaderos. El primero sería que jamás podrían usar de las palabras ni de otros signos compuestos de ellas como hacemos nosotros para declarar a los demás nuestros pensamientos. Pues se puede concebir que una máquina esté hecha de tal manera que profiera palabras pero no que arregle las palabras de diversos modos para responder según el sentido de cuanto en su presencia se diga como pueden hacer aun los más estúpidos de los hombres. La segunda manera de diferenciar las máquinas de los hombres es que por más que las primeras sean capaces de realizar determinadas cosas, en ocasiones incluso mejor que algunos de nosotros, no podrán hacerlo en otras, por lo cual descubriríamos que no actúan debido a un conocimiento sino simplemente de acuerdo a la particular disposición de sus partes».

Esa relación entre comunicación y razón permite a Kant, por ejemplo, establecer una jerarquía que sitúa a unas lenguas (y, con ello, unas comunidades) por encima de otras, siendo, por ello, sus hablantes inmediatamente más racionales y, por tanto, su ejercicio del poder más

¹¹ Recordemos que ya Austin desafía la distinción entre enunciados realizativos y constatativos haciendo convivir ambas en tanto que funciones de un mismo acto de habla (locucionaria, ilocucionaria y perlocucionaria) (Austin, 1981). Las lecturas posteriores de Derrida, Bourdieu o Butler, más allá de sus diferentes consideraciones sobre de dónde emerge el poder del preformativo (Butler, 1997), inciden en ese cuestionamiento de lo informativo vs. lo simbólico-comunitario. No en vano el verbo informar tiene esa doble acepción de transmisión y dar forma.

legítimo. Es ésta una de las expresiones del universalismo y de las trampas de un lenguaje pretendidamente común; una representación basada en una relación supuestamente neutral, inocente, inmediata, unívoca y transparente entre el representante y lo representado, en lugar de considerarla resultado más o menos precario tras pugnas por la articulación y la representación o, en términos de la teoría del actor-red, como prácticas complejas de traducción entre actantes diversos y heterogéneos. Es ése «seamos razonables» que suele ponerse sobre la mesa en una negociación, habitualmente por parte de quien ostenta el baremo de la racionalidad. El conflicto queda así oscurecido; y su versión desestructurada, la violencia, se convierte en término de una mítica oposición a ese «seamos razonables» que, reforzado por las narrativas de progreso, remite como su contraparte estigmatizada a un estado de naturaleza que precede a nuestra constitución como seres sociales y, de este modo, humanos, en una distinción esencial con respecto a los bárbaros y a los animales. Los seres humanos son, pues, capaces de encontrar formas de resolver los conflictos sin recurrir a la violencia, al menos entre «los nuestros», siendo precisamente ése el espacio en el que se destilan las cajas negras de la creencia en el progreso y la razón, pues en ocasiones es preciso utilizar la violencia para imponer orden sobre quienes no son suficientemente racionales —y, por ende, humanos— para apreciar y alcanzarlos por sí mismos.¹² Un desalojo aparente de la violencia —en ocasiones ligada no ya a la irracionalidad, sino a una racionalidad instrumental vaciada de valores— a manos de la racionalidad comunicativa y el progreso que sigue firmemente asentado en el sentido común a pesar tanto de los acontecimientos socio—históricos —con las guerras mundiales a la cabeza o las amenazas contemporáneas tanto en el campo de las relaciones internacionales como en el de los intercambios económicos o en los riesgos ecológicos o, en el ámbito de las relaciones de género, a pesar de la persistencia y recreación de una violencia específica contra las mujeres— como de sus cuestionamientos teóricos, desde Freud a sus relecturas en la Escuela de Frankfurt.

¿Por qué, entonces, abogar por retomar la noción de comunicación si está cargada de prenociones problemáticas? No creo que se trate de un debate nominalista ni puramente semántico. Hay argumentos a favor y en contra de recurrir a *información*, *cultura* o *comunicación* como formas de etiquetar algunas de las prácticas y modelos de aprehensión de lo social contemporáneo. Las tres recrean repertorios problemáti-

¹² La noción kantiana de *paz perpetua* creo que no es ajena a todo ello.

cos al tiempo que son fuentes potenciales de revisión y crítica de la modernidad. Así, la noción de *información*, por ejemplo, al reinsertar nuestras prácticas en las redes de poder-saber, puede funcionar como antídoto frente a unas asunciones humanistas que, además de postular un antropocentrismo cuestionable, evacuan el conflicto al hacer desaparecer las diferencias bajo la presión de la homogeneidad, el universalismo y la comunidad. Pero también puede acabar recreando ecos objetivistas y sistémicos, como bien ha señalado la crítica al funcionalismo en Estados Unidos. Algo parecido puede suceder con la noción de *cultura*. Obviamente, su reconfiguración a manos de los Estudios Culturales, revisados a su vez al calor de los debates y análisis de la teoría feminista y de los enfoques postcoloniales, ha supuesto una fuente importante de cuestionamiento de las visiones liberales de la comunicación, al situar, por ejemplo, el poder y la producción de diferencias y similitudes, de presencias y ausencias, en el centro; sin embargo, puede contribuir a recrear la división entre lo cultural (o lo simbólico) frente a lo material (o más «real») en un mundo en el que tal cosa parece cada vez más difícil e incluso inadecuado, perdiendo así parte de su potencial como herramienta crítica tal y como algunos de sus representantes han advertido.¹³ De hecho, la afirmación de la materialidad de las prácticas simbólicas y el carácter cultural de las materialidades constituidas como tales es sin duda una de las aportaciones de la teoría feminista a la teoría social contemporánea, que, por ejemplo, en su revisitación de las nociones de sexo-género, pone de manifiesto la producción material de los universos simbólicos (el género mismo o los modelos de masculinidad y feminidad) y la producción semiótica de lo corporal-material mediante prácticas, por ejemplo, de recitación preformativa.¹⁴

En todo caso, y como señalaba más arriba, no me interesan las disputas terminológicas, sino los procesos y dinámicas contemporáneas, así como repensar y reinventar herramientas conceptuales que nos permi-

¹³ Éste es un debate actual en el ámbito de los *Cultural Studies*. Véase, por ejemplo, Grossberg *et al.* (1992).

¹⁴ Las propuestas de Butler son ilustrativas en este punto; por ejemplo, su consideración de la constitución del género como resultado de una estilizada repetición de actos internamente discontinuos, una imitación sin mito original, que en tanto que dependientes de su iteración están inherentemente sometidos a la indeterminación. Es decir, el género y sus identidades son productos performativos, ficciones reguladoras, en las que el cuerpo aparece como situación y como conjunto de posibilidades para la praxis.

tan dar cuenta de ellas. Desde esta perspectiva creo, como señala García Selgas (1996), que es, cuando menos, problemático seguir pesando con conceptos modernos un mundo que ya no lo es. Es más, considero que toda visión disciplinada, basada como no podría ser de otra forma en la constitución de relaciones y elementos significativos a partir de su extracción de la compleja red de relaciones en que están insertos, ha de visitar críticamente sus fundamentos si no quiere quedarse anquilosada reificando una experiencia que la desborda. Utilizando el símil de Nietzsche (1990: 28) «si alguien esconde una cosa detrás de un matorral, a continuación la busca en ese mismo sitio y, además la encuentra, no hay mucho de qué vanagloriarse en esa búsqueda y ese descubrimiento». Podemos continuar, pues, buscando mensajes, diferencias, comunidades, intereses, tradiciones, audiencias, emisores y receptores, ruidos y significantes, pero no creo que haya mucho de lo que congratularse en un hallazgo que nos dice poco sobre los procesos, las relaciones y los flujos. Más aún, como vengo insistiendo, las transformaciones habidas en las últimas décadas son de tal magnitud que hacen que nuestras asunciones se tambaleen, animándonos a repensar los conceptos y marcos con los que trabajamos y a resituar las comunicaciones, en plural, como articulaciones, flujos o conexiones, y no como trascendental de la especificidad humana, en el centro de nuestro quehacer. Comunicaciones, pues, como elemento significativo para el análisis de la praxis de principio de siglo.

3.2.3. Informacionalismo y globalización

Pero, más allá de disputas e interpretaciones semánticas, creo que hay argumentos, socio-históricos, contextuales, para apostar por las comunicaciones como concepto cardinal de las ciencias sociales en la actualidad frente a la noción más específica de información o a la más difusa de cultura. Me centraré en la primera, dado que los debates y las transiciones más interesantes se producen precisamente entre *información y comunicación*. Ya desde finales de los años ochenta autores como Bell o Touraine pusieron la información en primer plano, al tiempo que la noción de sociedades de conocimiento empezaba a asentarse y que *IBM* y *Microsoft* ocupan las primeras páginas de la prensa económica, abriéndose las reflexiones sobre las nuevas desigualdades (Schiller, 1996) en lo que luego se denominará la brecha digital. Todo ello concuerda con una aceleración tecnológica que hace que lo digital pase a primer plano, modificando importantes esferas del mundo de

la vida, si bien en un primer momento son las dimensiones más claramente materiales las que se privilegian en el análisis. Así, empieza a hablarse del tránsito de sociedades industriales a sociedades de la información en las que la acumulación (capitalista) ya no pasa primordialmente por la propiedad de los medios de producción, sino por el acceso al conocimiento. Ciertamente el protagonismo que adquiere la información como elemento definitorio de las sociedades contemporáneas supone un primer paso hacia lo que hoy se denomina en la literatura al uso *el informacionalismo*.

Ahora bien, no es ésta la única dinámica que empuja a la centralidad de la comunicación o, mejor aún, de las comunicaciones en la actualidad. Es precisamente la conjunción de ésta con la otra gran transformación contemporánea, la globalización, la que nos da dos coordenadas básicas del mundo contemporáneo frente a las sociedades de la información de la que nos hablaron los teóricos de finales de los ochenta, que seguían demasiado comprometidas con los límites establecidos por el Estado-nación y sus comunidades, experimentadas significativamente como más o menos homogéneas y estables. Y es, insisto con Lash (2005), la comunicación lo que aparece en la intersección entre esos dos procesos fundamentales, el informacionalismo y la globalización, en los que se enmarca hoy nuestra experiencia. De modo que, si la globalización nos ubica, por así decirlo, en flujos constantes de capital, personas, sentidos, relaciones, información, imágenes, etc. que se extienden y despliegan de manera específica y diferencial a lo largo y ancho del mundo rearticulando de manera diferencial lo local y lo global, el informacionalismo hace referencia al tránsito de sociedades industriales a sociedades del conocimiento y la información. Un informacionalismo que afecta a las figuraciones con las que damos sentido al mundo que nos rodea —un mundo además que reinterpreta lo local desde lo global y viceversa— y a nosotros mismos en él.

Las implicaciones para la teorización social son claves. No en vano estamos en un momento en el que se suceden las modelizaciones que nos permitan dar cuenta de dinámicas y procesos complejos de lo social contemporáneo. De entre todas ellas, en los últimos años la imagen de lo fluido, de los flujos, ha cobrado protagonismo. La centralidad de la comunicación que aquí propongo no se opone ni mucho menos a ella, sino que lo que subraya es que dicha fluidificación de lo social implica una mayor extensión, profundización y densificación comunicativa, en tanto que una mayor necesidad de articulación y traducción de elementos y actantes heterogéneos. El imperio de lo contingente y

precario, frente a la trascendentalidad y estabilidad de los meta-relatos y las filosofías ilustradas, no es que nos aboque necesariamente a relativismos (habitualmente tan trascendentales como el holismo al que pretenden cuestionar) sino que anima a prestar atención a las conexiones, a lo procesual y relacional y, por ende, a las comunicaciones.

3.2.4. Medios y mediación

Efectivamente, con la puesta en cuestión de los esencialismos y sustancialismos, sobre todo a partir de los años noventa —recordemos que éste fue uno de los nodos del manido debate entre modernidad y postmodernidad y al que los diversos feminismos no han sido ajenos a uno y otro lado de las disputas—, lo relacional y lo procesual pasan a primer plano. Si el estructuralismo lingüístico de Saussure fue clave para abordar lo relacional, el énfasis en la necesidad de preguntarnos por el «cómo» puede emparentarse con las críticas marxistas a la fetichización de la mercancía a partir de su lectura de Hegel y releídas por el construccionismo social y posteriormente por las perspectivas desconstruccionistas. En ambos desplazamientos la mediación pasa a reconsiderarse no ya como fruto de la relación de dos entidades previamente existentes, sino como el proceso mismo por el que dichas entidades se conforman como tales. Frente a las dicotomías con las que hemos venido ordenando nuestra experiencia, la mirada ha de volverse precisamente sobre ese agujero negro que engulle los trascendentales (Haraway, 1999). De nuevo la teoría feminista se convierte en una fuente de inspiración, pues es en ella donde encontramos algunas de las aportaciones más sugerentes a la noción de mediación y su contextualización a finales de los años ochenta, cuando los movimientos de mujeres y sus teóricas se enfrentan a lo que suele presentarse como la eclosión de las diferencias en la comunidad de mujeres.¹⁵ El feminismo topaba así con la necesidad de mediar entre las representaciones unitarias que había recreado en su lucha contra la dominación mas-

¹⁵ Eclosión ésta que dejaba al descubierto las trampas de la representación y abría así las puertas al cuestionamiento de su lógica y sus presupuestos, además de apuntar a la complejidad de las dinámicas identitarias en donde clase, etnia, prácticas sexuales, etc. intersectan. Véase, como una de las primeras muestras de este debate, el volumen editado por el Combahee River Collective (1982) significativamente titulado *All The Women Are White. All The Blacks are Men. But Some of Us Are Brave: Black Women's Studies*.

culina y las encarnaciones concretas de dicha dominación, atravesadas a su vez por otras *diferencias*, sin querer renunciar a la posibilidad de seguir apostando por una política feminista.¹⁶

Pero la noción de mediación remite también a otros referentes que salpican la literatura contemporánea. Son los espacios intermedios del hibridismo de García Canclini, el tercer espacio de Soja, el *in-between* o los márgenes de los que nos habló la teoría feminista de fin de siglo. Pero son también los interfaces que saltan los muros de las disciplinas técnicas y se instalan en las nuestras precisamente cuando la distinción entre la ciencia y la tecnología se derrumba (Haraway, 1999). Es más, la progresiva centralidad de la mediación y de todos esos referentes emparentados corre paralela al cuestionamiento de los presupuestos de la constitución moderna y que, como señala Latour (1993), estableció una nítida distinción entre *naturaleza* y *sociedad* o *cultura* y entre *nosotros* y *ellos*, sancionando la distinción entre un sujeto, humano, inmanente, y un objeto, no humano, trascendente, distante, dócil. El antropocentrismo encumbrado por la Ilustración entraba también en juego, convirtiendo a los objetos en medios para la satisfacción de sus necesidades instrumentales y expresivas. Medios, pues, para fines. Pero también esta distinción —y el imperialismo de la racionalidad instrumental subyacente ya cuestionada por la Escuela de Frankfurt— estalla a finales del siglo XX.¹⁷ La conocida afirmación de McLuhan de que el medio es el mensaje es tan sólo una de sus expresiones posibles. La retomo aquí por dos razones. En primer lugar porque me sugiere el contraste entre los medios masivos de comunicación previos a la globalización y el informacionalismo apuntalando la idea de que nos encontramos ante un cambio de dimensiones significativas y, en segundo lugar y en consonancia con ello, porque me sirve para presentar mi apuesta por una sociología de los medios, de la mediación, en tanto que comunicaciones más allá de la sociología de los medios de comunicación que la antecedió.

¹⁶ Este debate se enreda con disputas antiesencialistas, en el que cobra éxito el término *politics of location* en la teoría feminista en tanto que práctica de mediación y afiliación. Es la tensión a la que se refiere Rich con el contraste entre *mi* cuerpo y *el* cuerpo, donde si el determinante esencializa su objeto mediante la universalización, el posesivo desencanta las esencias mediante la particularización (Rich, 1986).

¹⁷ Expresiones de ello podemos encontrar en la redefinición de las prácticas políticas en los debates, por ejemplo, sobre el uso de la violencia política.

Decía que la focalización de las ciencias sociales en los medios de comunicación ha detraído esfuerzos a la teorización y puesta en cuestión de los presupuestos de la comunicación. Sin embargo, algunos de los análisis más inspiradores desde ese ámbito preludivan la importancia de lo comunicativo más allá de las empresas de la información, sus prácticas de modificación y las transformaciones espacio-temporales que han acelerado. La sociología y sus nociones clave tienen sentido en el contexto socio-histórico que la vio nacer, pero también en el que éstas se despliegan posteriormente. Así, el tránsito de las sociedades industriales nacionales al informacionalismo y la globalización han dinamitado el aquí y el ahora de la acción social. La imprenta inició la quiebra, pero la era digital los está redefiniendo por completo, de modo que la acción social requiere redefinirse también o, incluso, sustituirla por las comunicaciones en tanto que intermediación, interfaces, tránsitos y traducciones que posibilitan y dan sentido a la vida social. Una vez que la comunicación y lo fluido se sitúan en el centro en lugar de la acción social y la estructura/institución la sociología puede convertirse poco a poco en una especie de mediología. «La sociología —escribe Lash (2005:343)— tiene que ver con la lógica de lo social que surgió en su plenitud en la sociedad industrial madura y encontró su propia voz con Durkheim y Weber. La mediología tiene que ver con la lógica de los medios y las comunicaciones. [...] La sociología se ocupa de las re-territorializaciones de lo social, de las instituciones y estructuras modernas de la sociedad industrial. La mediología se consagra a las reterritorializaciones de la sociedad red originadas en la solidificación de los flujos.» Ahora bien, dados los presupuestos de la noción de comunicación, parece conveniente detenerse en algunos de ellos para al menos atisbar y apuntalar el alcance de la apuesta.

3.3. Los *topoi* de la comunicación: representacionalismo, humanismo e intercambio

Empezaba este capítulo aludiendo a la popularidad de la comunicación en las sociedades contemporáneas y su escasa teorización en las ciencias sociales. Nuestras disciplinas, y la sociología en concreto, siguen atrapadas entre el formalismo abstracto de los modelos técnicos y las concepciones más inmediatistas y psicologicistas de la interacción cara a cara, con lo que se reproducen problemáticas dicotomías que han venido marcando la teoría sociológica (estructura/acción, identidad/alteridad, individuo/sociedad...). Comprobamos así cómo, si

bien la modernidad entró en crisis a finales de los años ochenta,¹⁸ encuentra en la comunicación, en tanto que noción alojada en nuestro sentido común y en la teorización social —escasa, formalista y/o excesivamente particularizada en los medios de comunicación como objeto—, un reducto desde el que resistir, clausurándose así la potencialidad de una pragmática de la comunicación que permita dar cuenta de la praxis en tanto que campo en que las relaciones sociales se actualizan, se recrean; esto es, si se quiere, un campo donde, a cada instante, se fundan de nuevo los vínculos, afinidades y estructuras, si bien de un modo mucho más precario, contingente, híbrido e inestable de lo que estábamos habituados.

En este último apartado voy a ocuparme de algunos de los *topoi* de la comunicación, no porque considere que sean los que estén «en el fondo» de la cuestión, sino porque creo que son útiles en esa estrategia de desvelar la comunicación como lugar de resistencia de lo moderno —momento, si se quiere, *desconstructivo*—, paso previo inevitable para rearticularla en aras de vislumbrar algunas otras posibilidades de intentar dar cuenta de lo social contemporáneo, en sintonía con la apuesta de entender la sociología del siglo XXI como mediología, orientada al análisis de las comunicaciones en tanto que mediaciones constitutivas, estructuradas y estructurantes (momento *reconstructivo*).

Ya he señalado en algún momento que los presupuestos básicos en el acercamiento popular y «experto» a la comunicación presuponen que la comunicación consiste en un *intercambio* entre *humanos* valiéndose de *signos*.¹⁹ *Intercambio* o juego del valor, *humanismo* y *representacionalismo* son en sí mismos grandes temas que requerirían una atención mucho más precisa, pero voy a limitarme a bosquejar algunos de los problemas básicos y a presentar someramente algunas herramientas

¹⁸ No me detengo aquí en el análisis de esa crisis ni de sus elementos. Para un repaso interesante de diversos temas y perspectivas en torno a esta cuestión véase García Selgas y Monleón (1999).

¹⁹ Se delimita así una problemática que parte de la fragmentación del proceso y el aislamiento de sus componentes, para reordenarlos y naturalizarlos posteriormente, como se ve en los modelos formalistas. Obviamente la cuestión es más compleja, insisto, pero son los ejes sobre los que se fundamenta la capacidad de resistencia de la comunicación como reducto moderno. No obstante, considero que incluso en los enfoques más «complejos» alguna combinación entre esos tres elementos se mantiene, si bien admito que habría que revisar más detalladamente las interpretaciones sistémicas de inspiración luhmanniana que aquí quedan un tanto difuminadas.

teórico-conceptuales que puedan servirnos en la reinención de alternativas teóricas.

3.3.1. Representacionalismo

Desde foros diversos —los estudios culturales o la sociología de la ciencia, por ejemplo—²⁰ ha venido cuestionándose en los últimos años lo que podemos denominar la lógica de la representación, ligada a distinciones como sujeto-objeto y lenguaje-mundo —o, en términos de Foucault, *palabras-cosas* (1984)—. El mundo moderno consagró la distinción clásica, además, entre la representación de las cosas, ámbito específico de la ciencia, y la representación de los humanos, espacio propio de la política. Ahora bien, desde finales del siglo XX hemos asistido al cuestionamiento de dicha distinción; en otros términos, el cómo se defina qué son las «cosas» o lo humano configura quién puede hablar legítimamente por ellas, al tiempo que es configurado por ese papel ventríloco de sus portavoces privilegiados.²¹ De nuevo la teoría feminista ha sido una fuente de cuestionamiento fundamental del inmediatismo presupuesto a la representación, al tiempo que permitía atisbar la relación entre representación ontológica y política. Ése es uno de los núcleos de los debates iniciados a finales de los ochenta al calor del emerger de la diversidad en el seno de la comunidad de mujeres, ya sea esa diversidad planteada en términos raciales o de opción sexual —caso de EEUU— o de posicionamientos políticos en torno al placer y la sexualidad —caso de los debates en nuestro país sobre fantasías sexuales, pornografía o prostitución—. El feminismo puso en cuestión el universalismo atribuido a lo masculino desvelando al varón —heterosexual, de clase media, con formación, blanco, etc.— que se ocultaba tras el «individuo» aparentemente neutral de los discursos modernos. Ahora bien, para cuestionar el naturalismo atribuido al sexo, la atribución diferencial de papeles a varones y mujeres en función de un supuesto materialismo biologicista diferencial —esto es, la creencia de que si hombres y mujeres tenemos cuerpos naturalmente diferentes nos corresponden funciones, ámbitos y responsabilidades diferentes— y las relaciones de poder entre los géneros que empiezan a experimentarse como tales, el feminismo contribuye a la construcción de un sujeto Mujer

²⁰ Véase como muestra del primer caso Gray (2004), y como ejemplo del segundo campo el ya clásico análisis de Woolgar (1991) de lo que denominó el modelo de separación e inversión.

²¹ A este respecto véase Haraway, 1999.

que, si bien sirvió como palanca para la acción, en la medida en que tiene éxito, destila también una universalidad que se cuartea. En otros términos, desde finales de los años ochenta, no faltan quienes plantean que ese Mujer pretendidamente universal y homogeneizador es, también, una representación que evacua y reproduce relaciones de poder —esconde, de nuevo, una mujer blanca, heterosexual, de clase media, con formación, etc.— que, además, puede servir de trampolín a planteamientos nuevamente esencialistas y normativistas²² que, mediante el silenciamiento de las representadas asegura la portavocía de las representantes.²³

A este tipo de críticas, que desvelan el carácter ontopolítico de toda representación, se le suman además los debates que se vienen produciendo en el ámbito de la lingüística y la corriente postsemiótica, que lo que cuestiona es precisamente la solidez de la creencia en dos mundos, el de las palabras (*signos*) y el de las cosas (*referentes*), o el de las palabras (*significante*) y las ideas de las cosas (*significados*) (Stewart, 1995 y 1996). Una creencia sólida, digo, a pesar de las propuestas de autores como Peirce o Bakhtin, Wittgenstein o Nietzsche, que presupone unos sujetos, humanos, que utilizan el lenguaje como instrumento para comunicarse, ponerse en relación y aprehender el mundo (externo, positivo). El lenguaje, pues, se percibe como instrumento por excelencia que nos permite comunicarnos —a unos sujetos cuya especificidad biológica se ha erigido sobre su capacidad de utilizar instrumentos y, sobre el *logos*, sobre la razón comunicativa— y, simultáneamente, dominar o al menos intentar mantener bajo control el mundo en que vivimos. Dejando para más tarde nuestra singularidad «humanidad», hay dos cuestiones clave para la desconstrucción de los *topoi* de la comunicación: en primer lugar, la crítica a la hegemonía de lo lingüístico como metonimia de lo semiótico e incluso de lo comunicativo y, en segundo lugar, marcado por dicha hegemonía, el representacionalismo referencialista, una de las piedras de toque de la metafísica moderna, que marca en gran medida el acercamiento a lo

²² A esta representación ontopolítica del sujeto mujer subyacen la retórica de la vanguardia, la falsa conciencia y, en última instancia, la distinción entre ideología y verdad que remite a trascendentales e ideales de pureza.

²³ Piénsese por ejemplo en los debates sobre prostitución, donde desde posiciones abolicionistas —claro ejemplo de esas retóricas a las que me refería más arriba— se homogeneiza a las mujeres que la ejercen bajo la etiqueta de mujeres *prostituidas*, reduciéndolas así a objeto de atención e intervención, sin capacidad de acción ni de expresión, y reforzando, dicho sea de paso, su estigmatización.

lingüístico y por ende a nuestra relación con el mundo.²⁴ Ahora bien, ¿qué sucedería sin pensáramos el lenguaje, en lugar de cómo un sistema (instrumental) de símbolos que representan el mundo o nuestras ideas sobre el mundo, como sinónimo de comunicación en el sentido de contacto articulado? (Stewart, 1995).²⁵

Bosquejados los puntos nodales del ejercicio desconstruccionista que propongo, queda apuntar al menos dos herramientas conceptuales con las que abordar el movimiento reconstruccionista de la noción de comunicación: la articulación y la performatividad. De nuevo ambas han sido teorizadas, si bien no exclusivamente, desde la teoría feminista. Así, en el primer caso, Haraway, frente a la semiótica política de la representación nos propone una semiótica política de la articulación, que se sabe no inocente y siempre impugnada, y en la que, de este modo, se quiebran los trascendentales: «En inglés antiguo, articular significa alcanzar términos de acuerdo. Quizá deberíamos volver a vivir en ese mundo «obsoleto» y amoderno. Articular es significar. Es unir cosas, cosas espeluznantes, cosas arriesgadas, cosas contingentes. Quiero vivir en un mundo articulado. Articulamos, luego existimos» (1999:150).²⁶ La articulación aparece así como una conexión entre elementos heterogéneos que no es necesaria, sino que requiere de unas condiciones de existencia particulares y de procesos que la sustenten y la renueven constantemente o la reconviertan en nuevas articulaciones.

La articulación es, pues, una de las herramientas básicas para la reconstrucción de la noción de comunicación en consonancia con los tiempos de quiebra de la modernidad. Una segunda herramienta que la teoría feminista ha contribuido a configurar es la noción de perfor-

²⁴ Así, en los manuales de Sociología de la Comunicación al uso, es frecuente encontrar referencias a la comunicación no-verbal, pero obsérvese cómo incluso su denominación se hace por negación de la que se sitúa como la norma, la comunicación lingüística, verbal.

²⁵ Encontramos aquí un punto de conexión con tradiciones fenomenológicas (Merleau Ponty) o hermenéuticas (Gadamer) revisitadas para las que el lenguaje existe sólo en su uso. Se rompe así con la visión de la interpretación en términos productivos pasando a leerla en clave transformacional.

²⁶ Otras fuentes importantes para la elaboración del concepto de articulación son Hall (1991) y Laclau y Mouffe (1987), si bien en ambos casos sigue pesando excesivamente lo discursivo en un mundo en el que su imperio está puesto en cuestión como planteé al inicio del texto. Para una interesante visión también del cuerpo como articulación desde una perspectiva feminista, véase Balsamo (1996).

matividad, en paralelo a otras relecturas contemporáneas de la noción austriaca (Derrida, Bourdieu). Sin duda, la referencia clave aquí son las propuestas de Butler, que ya a finales de los años ochenta afirmaba que «el que el cuerpo generizado es performativo sugiere que carece de status ontológico al margen de los actos diversos que constituyen su realidad» (1989: 336). No se trata tanto de apropiarnos acríticamente de la performatividad butleriana,²⁷ sino de profundizar en el carácter performativo del lenguaje y de todo acto de representación y de repensarlo en tiempos en los que, como señalaba al principio del capítulo, lo discursivo se fragmenta y precariza.

3.3.2. Humanismo

La centralidad del sujeto humano en la autoría de la comunicación es un segundo nodo clave para abordar la des/reconstrucción de la noción de comunicación en tanto que espacio de resistencia a la crisis de la constitución moderna.²⁸ Las fuentes de cuestionamiento del antropocentrismo son múltiples; más aún con la entrada en escena de las sociedades tecnocientíficas, en las que la noción de post-humanismo, si bien confuso por reconstruir en ocasiones inadvertidamente algunos de sus presupuestos bajo la órbita de la diferencia,²⁹ empieza a convertirse

²⁷ Algunas de las líneas de posible crítica a su propuesta ya se presentaron en otro lugar (Casado, 2003).

²⁸ Podría argumentarse que los enfoques sistémicos quedan al margen de este nodo o que incluso son una primera fuente para su crítica. Sin negar la potencialidad de los planteamientos de Luhmann en el cuestionamiento del humanismo ilustrado y sus ecos contemporáneos, considero que, como sucede en otras dicotomías modernas, dicho cuestionamiento puede considerarse la otra cara de la moneda. Así, pareciera que la conceptualización del sistema, en su búsqueda de homeostasis, incorpora rasgos antropomórficos o al menos comunes con el humanismo. Puedo, pues, compartir el diagnóstico en lo relativo a su crítica a la primacía de la teoría del lenguaje y a la intersubjetividad, pero no la prescripción que a partir de ahí se deriva y que las sustituye por un concepto de un sistema de comunicación cerrado y autorreferencial.

²⁹ Así, bajo la etiqueta post-humanista, y con la estabilización y estancamiento de la metáfora del *cyborg*, en ocasiones se reproduce e incluso se acentúan algunos presupuestos modernos en torno a la identidad y la diferencia. Un análisis interesante y original de hasta qué punto la atracción contemporánea por lo no-humano cuestiona el humanismo o reafirma el antropocentrismo, es Badmington (2000).

en un lugar común.³⁰ En este caso, el ejercicio deconstructivo pasa al menos por cuestionar la frontera entre lo humano y lo no humano (ya sea lo animal o lo maquínico), ubicándose lo humano como medida de todas las cosas, y, como resultado en parte de ese primer movimiento, repensar algunas de las prenociencias asociadas a la consideración de lo humano, como su carácter autogestado o su vinculación con nociones como intencionalidad.

De nuevo recorro a Haraway y a su reapropiación en este caso de la noción de *actante*³¹ para postular el artefactualismo como contrapunto.³² Para ella (1999: 139) los actantes son «entidades colectivas que hacen cosas en un campo de acción estructurado y estructurante». Su artefactualismo subraya el carácter heterogéneo de los actantes que intervienen en la producción de artefactos al tiempo que cuestiona su lectura en términos productivistas —vía habitual de reentrada no siempre advertida de la centralidad de lo humano— como parece desprenderse de algunas interpretaciones constructivistas. Su propuesta es considerar el artefactualismo en tanto que «tecnología reproductiva de la que podría resultar algo diferente a la imagen sagrada de lo idéntico, algo inapropiado, impropio, y por tanto, quizá, inapropiable» (*Ibid.*: 126).³³ El cuestionamiento del par sexo-género —paralelo a la dicotomía naturaleza/cultura— según el cual el primero es natural, inmutable y al margen de la significación, mientras que el segundo es cultural, maleable y pleno de sentido, tras haber servido para tematizar las relaciones entre los géneros como relaciones de poder frente a funcionalismos y esencialismos biologicistas previos, desvela las purificaciones sobre las que se ha construido. Naturaleza y cultura implosionan en los cuerpos sexuados desvelándose fruto de una constitución moderna que encuentra en la frontera entre el nosotros/as y frente a los/as otros/as su segunda gran fractura (Latour, 1993), precisamente cuando asistimos a la producción

³⁰ Para una revisión del post-humanismo en relación con la ética y la posibilidad de creación de nuevas solidaridades, véase Calonge (2005).

³¹ Véase también la reapropiación del concepto de *actante*, propuesto por Greimas en el ámbito de la lingüística, en Latour (1992).

³² Artefactualismo que Haraway conecta al carácter corporal, encarnado, de la teorización (1999: 125).

³³ La consideración del artefactualismo en esta clave permite profundizar simultáneamente en algunos de los débitos humanistas que la crítica al representacionalismo pudiera reintroducirnos en función de algunas de las referencias teóricas más recurrentes.

social de lo natural y al control tecnonatural de lo social (García Selgas, 1996: 101).

La apuesta artefactualista como contrapunto al humanismo puede ser así una vía por la que profundizar el cuestionamiento de los trascendentales, inaugurando un camino más complejo en la consideración, por ejemplo, de la alteridad que los sugeridos por la metafísica de la diferencia a la que me he referido más arriba, apostando en su lugar, si se quiere, por interrogarse por la política de producción de la presencia (Fregoso, 2006) de todo tipo de actantes, en consonancia con la articulación y la performatividad. Un artefactualismo que, simultáneamente, quiebra, desordena y fluidifica la verticalidad y la horizontalidad de las relaciones sintagmáticas y paradigmáticas del estructuralismo que, si bien aciertan a subrayar el carácter relacional de lo aparentemente sustantivo, no deja de hacerlo en unas coordenadas demasiado lineales.

3.3.3. La lógica del intercambio

El tercer topos de la comunicación que considero pertinente desconstruir es su compromiso epistemológico con las narrativas del intercambio entre individuos aislados que pueden superar su solipsismo esencial mediante la comunicación, de modo que sólo así llegan a ser sociales y, por tanto, completamente humanos. Un intercambio que, de partida, y sin querer entrar a la crítica del economicismo referencial que destila, presupone la existencia previa de las entidades que lo protagonizan y de un código compartido, ya sea en expresiones coherentes con un mayor énfasis en lo estructural-normativo —como sucede en las diferentes formulaciones formalistas, ya sea en términos lingüísticos o cibernéticos— o en lo intersubjetivo.³⁴ Si la centralidad de un código común en tanto que condición de posibilidad para la comunicación desaloja la diferencia, en un sentido similar juega la conceptualización del «ruido» en tanto

³⁴ Para una crítica de ambas consideraciones, véase Voloshinov (1992), aunque si bien sus planteamientos pueden ser sugerentes para abordar la retórica del intercambio, no se zafa del repertorio humanista. Las nociones de heteroglosia o de pugna por la significación permiten, como señala Zavala (1992: 14) en su prólogo a ese texto, «imaginar el lenguaje como una red de protagonistas donde los personajes se disputan la legitimidad de las palabras que se reivindicán como razón o identidad». De modo que aunque la imagen nos permite ubicarnos en un campo en liza más fluido y precario, no se rompe con el humanismo del actor ni con las retóricas a él asociadas.

que interferencia y amenaza externa con respecto a una comunicación idealizada, abstraída de su contexto de producción. Desde esta retórica, la comunicación se representa como el encuentro entre el yo y el otro, entre lo que permanece idéntico y lo que se nos presenta como diferente. Topamos aquí con una noción típicamente moderna de la mediación vinculada a la noción de reconocimiento³⁵ que subsume la alteridad. Ese desalojo es denunciado por el postestructuralismo francés y por la teoría feminista contemporánea, si bien en no pocos casos reconstruye la trascendentalidad por la metafísica de la diferencia (Lash, 2005).

Ahora bien, para radicalizar la noción de mediación, complejizándola y despejándola de bases transcendentales, podemos invertir la teleología tácita de la comunicación, al menos como ejercicio, y pensar que es la imposibilidad de la comunicación lo que permite que ésta emerja. En otros términos, la comunicación no puede no tener lugar³⁶ si, lejos de ser el resultado del intercambio entre agentes purificados, pasamos a interpretar la como la praxis de la que resultan tanto sus agentes o actantes como los sentidos por medio de conexiones múltiples. No en vano la característica fundamental de esos actantes es su esfuerzo constante por existir, lo que en un contexto de contingencia, procesualidad y relacionalidad, pasa por su radical conectividad. Entrar a formar parte de relaciones e incitar la conectividad es la expresión de su deseo de conectar, pues sólo así pueden seguir existiendo (Brown y Capdevila, 1999: 41).

Es aquí donde la noción de traducción, como mecanismo por el que toma forma el mundo al hacer equivalentes dos o más entidades resultando de él una situación (contingente) en la que unas ejercen control sobre otras y sobre la situación misma (Callon, 1986; Law, 1999), puede ser útil como alternativa a esa retórica del intercambio.³⁷ La noción

³⁵ Así los modelos interlocutivos de la comunicación, a caballo entre la lingüística pragmática, la sociología y la psicología social, señalan que la comunicación es la primera forma de reconocimiento entre los seres humanos y, por tanto, el campo donde se funda la intersubjetividad, pues el Yo sólo se reconoce en su alocución al Tú.

³⁶ Aquí resuena el principio enunciado por la Escuela de Palo Alto según el cual es imposible no comunicarse (Watzlawick *et al.*, 1983). Sin embargo, de nuevo, es la centralidad otorgada a lo humano lo que marca el cambio de perspectiva.

³⁷ Sería conveniente analizar la relación de esta noción de traducción con las teorías del valor del estructuralismo sausseriano o marxista para reconsiderar la centralidad de lo relacional sin caer necesariamente en la linealidad y el universalismo que ambas comparten en tanto que estructuralistas.

de traducción puede servir pues, para subrayar la radical relacionalidad y para evitar tanto el representacionalismo como la metafísica de la diferencia. Quizá pueda ser éste un último paso hacia una noción de comunicación o, mejor aún, de comunicaciones que permita dar cuenta de cómo lo social se hace perdurable (o no) por medio de esa conectividad y traductibilidad, reinventando relaciones de poder y trasfondos que ya no cabe aplanar bajo el peso de comunidades míticas o intercambios inmediatos, y huyendo de planteamientos dicotómicos entre una materialidad aparentemente desnuda y un manto simbólico aparentemente inmaterial. Pues los símbolos requieren de artefactos que les proporcionen durabilidad y las materialidades no son tales si no entran a formar parte de conexiones significativas. Lo que quiero subrayar en este último paso es que limitarnos a escribir un guión entre lo simbólico y lo material puede acabar recreando la frontera que se pretende suspender. Y ello es importante en este contexto porque hoy no podemos seguir presuponiendo que la comunicación es un proceso fundamentalmente simbólico, protagonizado por unos individuos, humanos, aislados, que son capaces de relacionarse en términos instrumentales para perseguir sus metas. Mi apuesta es, por el contrario, que nos arriesgamos a pensar las comunicaciones en plural, como traducciones, como articulaciones artefactuales; esto es, como conexiones parciales, múltiples y contingentes en el orden global de la información que, precisamente por su carácter parcial, múltiple y contingente, son más significativas que nunca. Desde ese marco, el análisis de lo social pasa por el análisis de los procesos de comunicación a través de los cuales se describe, se comparte, se modifica y se conserva la propia práctica social, esto es, los sentidos en liza, los campos de fuerzas, los corpus y los cuerpos que se densifican y fluidifican cobrando existencia en dicha práctica. La comunicación desborda así el estrecho marco en que antes se recluía y nos aventura por un terreno más inestable y arriesgado, pero mucho más prometedor.

Bibliografía

- ALTHUSSER, L. (1980): *Lenin y la filosofía*. México DF. Era
- AUSTIN, J. (1981): *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona. Paidós
- BADMINGTON, N. (2000): *Alien Chic. Posthumanism and the Other Within*. London, New York. Routledge
- BAUMAN, Z. (2003): *Modernidad líquida*. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.
- BECK, U. (2002): *La sociedad del riesgo global*. Madrid. Siglo XXI
- BROWN, S. y CAPDEVILA, R. (1999), «Perpetuum mobile. substance, force

- and the sociology of translation», en LAW, J. y J. HASSARD (eds.), *Actor Network Theory and After*. Oxford. Blackwell Publishers/The Sociological Review
- BUTLER, J. (1997): *Excitable Speech. A Politics of the Performative*. New York and London. Routledge
- _(1990): «Performative Acts and Gender Constitution. An Essay in Phenomenology and Feminist Theory», en S.E. CASE (ed.) *Performing Feminism. Feminist Critical Theory and Theatre*. Baltimore and London. The Johns Hopkins University Press
- _(1989): «Gender Trouble, Feminist Theory, and Psychoanalytic Discourse», en L.J. NICHOLSON, (ed.), *Feminism/Postmodernism*. New York and London. Routledge
- CALLON, M. (1986): «Some elements of a sociology of translation. domestication of the scallops and the fishermen of St Brieuc Bay», en J. LAW, *Power, action and belief. a new sociology of knowledge?* London. Routledge
- _(1980): «Struggles and Negotiations to Define What Is Problematic and What Is Not. The Socio-logic of Translation», en K. KNORR *et al.* (eds.), *The Social Process of Scientific Investigation*. Dordrecht, London & Boston. Reidel Publishing Company
- CALONGE, F. (2005): «Post-humanismo y ética. Reflexiones para la reconstrucción de solidaridades en la sociedad moderna avanzada», *Foro Interno*, n. 5.
- CAREY, J.W. (1989): *Communication as culture. Essays on Media and society*. Winchester, MA. Unwin Hyman.
- CASADO APARICIO, E. (2003): «La emergencia del género y su resignificación en tiempos de lo post», *Foro Interno*, n. 3
- CASTELLS, M. (2000): *La era de la información. economía, sociedad y cultura*. Vol 1. *La sociedad red*. Madrid. Alianza Editorial.
- CHANG, B.G. (1996): *Deconstructing Communication. Representation, Subject and Economies of Exchange*. Minneapolis. University of Minnesota Press.
- COMBAHEE RIVER COLLECTIVE (eds.) (1982): *All The Women Are White. All The Blacks are Men. But Some of Us Are Brave. Black Women's Studies*. Westbury, New York. Feminist Press
- DURHAM PETERS, J. (1999): *Speaking into the Air. A History of the Idea of Communication*. London. Chicago University Press
- FOUCAULT, M. (1995): «El sujeto y el poder, en O. TERÁN (comp.), *Discurso, poder y subjetividad*. Buenos Aires. Ediciones Al cielo por asalto
- _(1984): *Las palabras y las cosas*. Madrid. Siglo XXI
- FREGOSO, R.L. (2006): ««Las queremos vivas!» Colectividades y cultura de los derechos humanos», en GARCÍA SELGAS, F.J. y ROMERO BACHILLER, C., *El doble filo de la navaja. Violencia y representación*. Madrid. Trotta
- GARCÍA SELGAS, F.J. (en prensa): *Cartografía de la fluidez social*. Madrid. CIS
- _(1996): «La teoría social en la postmodernidad. Ciencia y Feminismo», en A. PÉREZ-AGOTE e I. SÁNCHEZ DE LA YNCERA (eds.), *Complejidad y Teoría Social*. Madrid. CIS
- GARCÍA SELGAS, F.J. y MONLEÓN, J. (1999): *Retos de la Postmodernidad*. Madrid. Trotta
- GROSSBERG, L.; NELSON, C.; TRIECHLER, P. (eds.) (1992): *Cultural Studies*. London & New York. Routledge
- GRAY, H. (2004): *Cultural Moves. African Americans and the Politics of Representation*. Minneapolis. University of California Press

- HALL, S. (1991): «Signification, Representation, Ideology. Althusser and the Poststructuralist Debates», en R.K. AVERY y D. EASON (eds.) (1991), *Critical Perspectives on Media and Society*. New York and London. The Guilford Press
- HALL, S. *et al.* (1980): *Culture, Media, Language*. London. Hutchinson
- HARAWAY, D.J. (1999): «Las promesas de los monstruos. una política regeneradora para otros inapropiados/bles», *Política y Sociedad*, n. 30.
- LACLAU, E. y MOUFFE, Ch. (1987): *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Madrid. Siglo XXI.
- LASH, S. (2005): *Crítica de la información*. Buenos Aires. Amorrortu.
- LATOUR, B. (1993): *Nunca hemos sido modernos*. Madrid. Debate.
- _(1992), *Ciencia en acción. Cómo seguir a los científicos e ingenieros a través de la sociedad*. Barcelona. Labor.
- LAW, J. (1999): «On recalling ANT», en J. LAW y J. HASSARD (eds.), *Actor Network Theory and After*. Oxford. Blackwell Publishers/The Sociological Review.
- NIETZSCHE, F. (1990): *Sobre verdad y mentira en sentido extramoral*. Madrid. Tecnos.
- RAKOW, L. y WACKWITZ, P. (2004): *Feminist Communication Theory*. London. Sage.
- RICH, A. (1986): *Blood, Bread and Poetry*. New York. W.W. Norton.
- SCHILLER, H.I. (1996): *Infomation Inequality*. New York. Routledge.
- STEWART, J. (ed.) (1996): *Beyond the Symbol Model. Reflections on the Representational Nature of Language*. Albany. State University of New York Press.
- STEWART, J. (1995): *Language as articulate contact. Toward a post-semiotic philosophy of communication*. New York. SUNY.
- THOMPSON, J.B. (1998): *Los media y la modernidad. una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona. Paidós.
- VOLOSHINOV, V. (1992): *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Madrid. Alianza.
- WATZLAWICK, P.; BEAVIN, J.H.; JACKSON, D.D. (1983): *Teoría de la Comunicación Humana. Interacciones, Patologías y Paradojas*. Barcelona. Herder.
- WIEVIORKA, M. (2004): *La violence*. París. Balland.
- WILLIAMS, R. (1978): *Los medios de comunicación social*. Barcelona. Península.
- WOOLGAR, S. (1991): *Ciencia. Abriendo la caja negra*. Barcelona. Anthropos.