

## Representaciones de género en *La Voz del Interior* (1973)

Paula Bissón, Marianela Jiménez

Universidad Nacional de Córdoba

En esta oportunidad, nos proponemos estudiar cuáles y cómo son las representaciones de género presentes en artículos de cultura de la prensa gráfica en la Ciudad de Córdoba publicados durante el año 1973. Específicamente, analizamos el suplemento “Vida Social y Espectáculos” del diario *La Voz del Interior*.

Si bien entendemos que el principal objetivo de un periódico es el de informar, priorizando la función comunicativa del lenguaje, no podemos dejar de lado una segunda función modelizadora. Esta función es la que nos interesa, debido a que consiste en dar forma a las ideas y responde a la necesidad de estructurar el mundo que nos rodea, proponiendo así un modelo de realidad y no la realidad misma.

La categoría analítica “género” nos posibilita visualizar zonas o aspectos de la realidad para las cuales otras categorías no nos resultan suficientes. Teresa de Lauretis (1996) intenta superar las limitaciones que implica la definición de “diferencia sexual” (propia del discurso cultural dominante del pensamiento occidental) que asocia mujer con femenino, y sólo en oposición al varón- masculino. Este pensamiento supone una idea de “Mujer” universalizada y se olvida de las diferencias de cada mujer con *la* “Mujer”, y de las *mujeres* entre sí. Además, limita la posibilidad de pensar a los sujetos sociales como sujetos múltiples, constituidos en el género no solamente desde lo sexual, sino también por representaciones lingüísticas y culturales.

Consideramos que la construcción de sujetos sociales se sustenta a partir de diversos discursos institucionales que tienen el poder de controlar el campo de significación social, y de allí producir y reproducir representaciones, de entre las cuales nos interesamos por las vinculadas al género en tanto una de las relaciones primarias de poder.

Las propuestas de Pierre Bourdieu (1985) sobre el concepto de *performatividad*, nos permiten explicitar esto con mayor claridad. Cuando un discurso refiere al sistema de

relaciones sociales (y entonces propone una forma de percibirlo o representarlo), contribuye a su vez a construir la estructura de dicho sistema. La *eficacia simbólica* de las palabras radica en el poder de actuar sobre lo real influyendo en la representación que los demás agentes se hacen de esa realidad.

En este plano, destacamos la función de la prensa gráfica debido a su llegada masiva a la sociedad. Como dijimos, hacemos pie en Córdoba en 1973, un momento histórico particularmente tenso para la producción y difusión discursiva.

En el caso de un periódico oficial e históricamente legitimado como La Voz no existen dudas sobre su condición de portavoz autorizado ante gran parte de la sociedad, y ese consenso posibilita que su discurso sobre el mundo social se funde en términos de sentido común. Por esto, consideramos importante dimensionar el papel que juegan las notas que trabajamos en la construcción, reafirmación o negación de subjetividades. Así como la forma en que el diario denomina a los sujetos está determinada por tensiones de la estructura social (entre ellas el género), el discurso de los medios permanentemente legitima o desautoriza agentes sociales.

La determinación de identidades no es meramente descriptiva, sino que también atribuye lugares y funciones sociales de manera prescriptiva. Entonces, cuando un discurso de prensa escrita nombra a un sujeto al cual interpela, no sólo le está otorgando existencia como tal; además está asignándole un espacio, así como competencias y restricciones.

Nos interesa problematizar el lugar que se asigna a la mujer en estos sistemas semióticos. Intentar desnaturalizar los procedimientos del lenguaje, prestando especial atención al plano de lo “no dicho”. Pretendemos desentrañar sentidos ocultos y dilucidar elementos presupuestos, es decir, esos saberes no cuestionados que forman parte de la doxa.

No podemos ignorar la distinción objetividad/subjetividad a la hora de considerar esta construcción de mundo. Partimos de la base de que el “principio de verdad” con el cual se rige cualquier periódico debe ser entendido como un *efecto* de verdad. Es decir, no estamos frente a una verdad objetiva, la única verdad acerca de la realidad, sino que se nos presenta un modelo –uno entre otros- de la situación actual.

Por un lado, lo que un medio construye como actualidad está siempre marcado por circunstancias históricas generales y por intereses ideológicos particulares. Por otro, no creemos en la posibilidad de una representación fiel de lo que llamamos realidad, sino que adherimos a la idea de que siempre que se narra o se describe algo, entra en juego la interpretación.

A su vez, el periódico no dice *todo* acerca de la realidad (lo que por otro lado sería impensable) y por lo tanto realiza una selección de la información, un recorte que nunca es totalmente ingenuo. Son la perspectiva y los intereses los que influyen en cómo cada emisor jerarquiza lo que es digno de ser comunicado. Podemos afirmar que es cada medio el que construye lo noticiable y, en consecuencia, decide “lo que importa”.

Detengámonos en la construcción de destinatario y destinatario que se propone en el suplemento “Vida Social y Espectáculos”. Encontramos unos pocos casos en los que algunos periodistas o autores especializados escriben *para* La Voz del Interior, firmando sus notas con nombre y apellido. Pero dejando de lado estas excepciones, el resto de los artículos sobre vida social, cultura o espectáculos no están firmados.

Consideramos este punto de gran importancia debido a que, al no poder atribuir las notas a un sujeto individual, a una persona puntual, inmediatamente asumimos un enunciador colectivo. Si bien entendemos que todos los artículos están respaldados por el diario que decide publicarlos, en estos casos eso es mucho más evidente: quien habla es el medio.

Así, se refuerza la ilusión de objetividad disminuyendo las posibilidades de considerar a los artículos en tono de “opinión”, de “visión personal”. Esto favorece una idea: los sujetos representados y las valoraciones que se hacen de esos sujetos no corresponderían a las ideas subjetivas de un autor específico sino que serían verdades no cuestionables que todos asumimos como parte de nuestra realidad.

Se complementan una instancia de construcción con otra de auto-representación. De acuerdo al proceso que Althusser (1970) llama interpelación, los individuos llegan a asimilar subjetivamente la representación de sí mismos, identificándose con un grupo y naturalizándola como su realidad. De Lauretis habla del sistema de sexo-género para referir a esta relación entre algún individuo (o individuos) y una clase que lo preexiste y que actuará como grupo de pertenencia. En los artículos trabajados, percibimos una forma femenina (relacional), contrapuesta a una masculina (activa), y también la manera (heterosexual) en que los sujetos pueden o no relacionarse.

En cuanto al destinatario, en general se utiliza la tercera persona del singular “usted”, por lo que partimos de un tratamiento formal, sin diferenciación de género. Pero al avanzar en nuestra lectura, notamos una clara interpelación a sujetos sexuados. Leemos reiteradamente los atributos “femenino” y “masculino” cuando se relatan acciones o se describen vestimentas. Las profesiones u oficios muestran también una marca de género. Incluso algunos anuncios están encabezados por una foto que nos indica a quién están dirigidos.

Hay algunos artículos destinados a desarrollar temas de moda o estética femenina. Encontramos en estos casos, una caracterización de “La Mujer”, nombrada así literalmente. Desde una posición crítica, insistimos en la importancia de no limitarse a una imagen de Mujer universal, ignorando que cada mujer establece diferencias respecto del modelo y que, de hecho, éstas se diferencian entre sí. Ese singular universal que se transparenta en las notas al hablar de lo que “la mujer” necesita, lo que a “la mujer” le gusta, no es real. Es necesario contemplar todo un abanico, diversificado y complejo, de las distintas experiencias de “ser mujer”.

Nos abocamos ahora al análisis de artículos específicos. Lo primero que llamó nuestra atención fue el título del suplemento dentro del cual encontramos artículos relacionados a lo que nosotras denominamos bajo el adjetivo “cultural”. La sección se llama “Vida Social y Espectáculos”. No nos resultó un obstáculo comprender a qué refería “espectáculos” (encontramos la cartelera de cine, notas referidas a obras de teatro, eventos musicales, entre otros), distinto de lo que ocurrió con “vida social”. ¿Qué entiende el diario por vida social? ¿Qué es lo importante de la vida social?

Lo primero que advertimos al abrir estas páginas es la foto de una novia. Rápidamente notamos que ésta es una sección constante en el suplemento, denominada “Galería de novias”. Otras notas que pueden atribuirse a lo que el periódico llama “Vida Social” están referidas a egresos, conmemoraciones, nacimientos, cumpleaños de quince, niños disfrazados, moda femenina.

Es oportuno aquí retomar lo que mencionamos anteriormente referido a cómo los medios construyen “lo que importa”. Probablemente, este tipo de artículos no resultaba extraño a los lectores y lectoras de los '70, porque precisamente estaba naturalizado. Por el contrario, a nosotras nos resultó de gran impacto, podríamos decir que tuvo el efecto contrario, en tanto “no nos importa”, no nos resulta relevante. Esto sucede seguramente por la distancia temporal que nos separa de estas publicaciones y nos hace ajenas a esa experiencia de la doxa.

El emisor de un discurso siempre tiene presente a quién destina su enunciado. Todo comunicador es consciente de qué es “lo decible” y qué no en el grupo social al cual se dirige, y emplea estrategias que le permitan ser autorizado como portavoz de la información. Más allá de esta intención explícita, existe una contemporaneidad entre La Voz del '73 y sus lectores que los lleva, en algún sentido, a hablar un mismo idioma, lo cual no se cumple en el caso de nuestra lectura del diario.

Esta multiplicidad de imágenes de novias inmaculadas nos advierte sobre la fuerza del matrimonio como institución social. Sabemos, en primer lugar, de la importancia conferida al artículo o imagen que encabeza cualquier medio gráfico de comunicación. Entonces, si lo que encabeza la “Vida Social” es cada nuevo matrimonio, sobran palabras para comprender el lugar que esta institución ocupa en la concepción de mundo del diario y sus lectores.

A su vez se nos devela la prepotencia de la norma heterosexual en la medida en que es importante exhibir quién de ellas se casa con esa forma de ser mujer. Resaltamos la exclusión absoluta de cualquier posibilidad de vínculo sentimental o unión civil no conformado por la suma de mujer más hombre. Por otro lado, no es inocente la aparición mayoritaria de fotos de la novia sola, frente a una minoría de fotos de la pareja durante la ceremonia. No quedan dudas de que es ella la protagonista de esta historia.

Distinto ocurre con los hombres, que no aparecen en las fotos por más que son participantes en igual medida del casamiento que se anuncia. Pertenece al orden de “lo no dicho” que quien cambia significativamente su rol en la sociedad es ella. Es ella quien cambia su apellido y cambia también su apelativo, deja de ser señorita para ser “señora de”, destaquemos siempre el posesivo que lo acompaña. Él no necesita un anillo para ser un “señor”. Es ella – y no él- quien luce un vestido blanco que simboliza la pureza que la acompaña hasta el momento de la noche de bodas.

En cuanto a lo que podemos leer como cultural de este suplemento, lo que se lee mayoritariamente son artículos sobre música, artes plásticas, cine y teatro. En relación a estos últimos, debemos mencionar que son de carácter predominantemente narrativo, haciendo mayor énfasis en el argumento de la obra presentada que en su análisis o interpretación. Entonces, lo que trabajamos son las valoraciones e interpretaciones del enunciador con respecto a la trama de lo que se narra, porque no se destina este espacio a realizar una apreciación de los actores o autores como sujetos sociales.

El hecho de contar las obras, como quien cuenta un cuento, cumple con un efecto de realidad específico. Es decir, presenta la película o la obra teatral como si aquello que se narra fuese una descripción fiel, y no una nueva narración, y por tanto una nueva significación de la primera. Cuando por el contrario, una obra es explícitamente analizada, con herramientas teóricas pertinentes (en relación a la actuación, la escenografía, el libreto, la iluminación) es evidente que lo que se construye es una interpretación, una lectura, y por lo tanto sólo una posible versión. Cuando la obra es

contada “tal cual es” se crea una ilusión de correspondencia que invisibiliza el contenido subjetivo e interpretativo de este nuevo relato.

El enunciador de las notas realiza contundentes atribuciones a los personajes en relación a las actividades que realizan o pueden realizar, a la ropa que visten o deberían vestir de acuerdo a su calidad de “femenino” o “masculino”.

Leamos algunos de estos argumentos:

El día 2 de enero hay una nota del musical Cabaret “...Otro cambio de Fosse fue trasladar a Sally como eje del relato (...) con el ánimo de dar forma a un fresco alegórico de esa Europa Central alegre, patética, ligeramente histérica que sentía aproximarse la tragedia...” Y más adelante: “...También aparece un tremebundo maestro de ceremonias (...) suerte de gran costurero que va enhebrando historias y que se reserva el rol de gran espectador, de supremo e irónico testigo...”.

En esta primera nota se describe cómo un personaje femenino es utilizado por el director para conferir determinado carácter a su obra: histeria, patetismo, tragedia... A su vez se elige un personaje masculino para asumir la función (intelectual en contraposición a lo emocional) de desentrañar los hilos de la historia.

El día 9 de enero hay una nota sobre la película *Reina Cristina* “...crece como un muchacho: cabalgatas, ropa de hombre, dominio de la espada, lenguaje de tono subido. Pasa el tiempo y Cristina advierte que ha llegado el tiempo de casarse...”

El 17 de marzo, en el Gran Rex se presenta *La Mujer del Verano*: “... Ser femenina, pretender amar, exigir ser amada, participar en la lucha política y bregar por la reconquista del marido parece ser para cualquier mujer un camino demasiado espinoso...”

En estos dos artículos se lee una definición explícita de lo que corresponde a “vivir una vida de mujer”. Estos textos proponen una enumeración de enunciados que hablan de una forma de ser, aceptada como natural y libre de objeciones. Las actividades de la *Reina Cristina* no se corresponden con las esperables para una joven, ¿qué es lo que se espera para una mujer? ¿Cuál es el “deber ser” que la obliga a abandonar su infancia “viril”?

Con respecto a esto, citamos las palabras de Simone de Beauvoir: “El destino que la sociedad propone tradicionalmente a la mujer es el matrimonio. La mayor parte de las mujeres, todavía hoy, están casadas, lo han estado, se disponen a estarlo, o sufren por no estarlo. La soltera se define con relación al matrimonio, ya sea una mujer frustrada, sublevada o incluso indiferente con respecto a esa institución” (De Beauvoir, 2007: 373) Diversas notas del suplemento nos revelan la vigencia de este “ser mujer” definido en torno a una serie de actividades específicamente femeninas que culminan necesariamente en el matrimonio o en la falta de él.

En este sentido, si recordamos la “Galería de novias” que inaugura cada sección, podemos comprender a qué nos referimos cuando hacemos alusión a “lo no dicho”. Sin estar explicitado, hay un deber ser y un deber hacer que subyace a estas páginas. Ante la repetición de imágenes de jóvenes blancas y radiantes, recordamos el concepto de cadena de citas que propone Judith Butler, a partir de la cual se repite y actualiza un conjunto anterior de “prácticas autorizantes” (Butler, 1993: 318) ya existentes, que se congelan en el tiempo y se naturalizan en el cuerpo como una forma natural – e incluso

necesaria- de ser (Butler, 1999: 67). A partir de esto, entendemos que un vestido blanco por día es suficiente para sustentar el mandato.

Se genera así un efecto performativo, determinando lo real desde la forma de representarlo. En *El género en disputa*, Butler dice: "(...) no hay una identidad de género detrás de las expresiones de género; esa identidad se construye performativamente por las mismas 'expresiones' que, según se dice, son resultado de ésta" (Butler, 1999: 58). La fuerza de estos actos performativos radica en poder encubrir las convenciones constitutivas que los movilizan y disimular su historicidad acumulada.

Nos resultó significativo también el análisis de algunas publicidades de los diarios que consultamos. El Domingo 6 de mayo, se publica la publicidad de un centro de estética. El texto de presentación dice lo siguiente: "Cada arruga tiene su historia" y luego se enumeran las razones de cada una de las arrugas de la mujer: el nuevo ascenso de Tomás, las facturas de la modista, los problemas de Bárbara, los estudios de los chicos". Entendemos que esta mujer no tiene una sola arruga generada por méritos personales. Los cambios en su cuerpo están relacionados con el ámbito laboral de su marido, con la microeconomía que está a su alcance (la modista), los problemas de alguna amiga o pariente y, finalmente, sus hijos, que completan definitivamente su identidad de "mujer" en tanto simbolizan su deber hacer, es decir, sus competencias y restricciones, lo que la sociedad espera de ella.

Simone De Beauvoir profundiza en el lugar que le corresponde a la mujer una vez dentro de la institución matrimonial. Así como la función del hombre es productiva, la de la mujer es reproductiva. "Si, en tanto que esposa, no es un individuo completo, sí lo es en tanto que madre, su hijo es su alegría y su justificación. A través de él termina de realizarse sexual y socialmente; así, pues, por mediación de él, adquiere la institución del matrimonio su sentido y logra su finalidad" (De Beauvoir, 2007: 463).

El 10 de junio, con motivo del día del padre a realizarse la semana siguiente, vemos una publicidad que consiste en una viñeta en la que un niño le pregunta a su madre: "¿mami te dio papi la plata para regalarle el pantalón "perfecta lew" que me dijo que quería?" Detrás de la madre se lo observa al padre cómplice. Días después, otra viñeta le da continuidad a esta propuesta. Esta vez el niño le entrega el regalo envuelto al padre al tiempo que exclama "papi acá está la perfecta lew que me pediste y que mamá compró con tu plata, y que yo te regalo con todo mi cariño".

El problema que claramente subyace a estas publicidades es el uso del dinero y su consecuente ostentación del poder al interior de la pareja.

Si pensamos desde la propuesta de Michel Foucault (1999), entendemos el poder como una red capilar que se filtra en todas las relaciones sociales. No es sólo una fuerza negativa que se impone, que limita la capacidad de acción de los sujetos, sino una dimensión inmanente a toda relación, de carácter recíproco, que habita todo el complejo social. Vemos en esta publicidad esa dimensión cotidiana, sutil, que sirve para el tejido y constitución de otra: una forma general del poder, que da cuenta de pautas de relación implícitas entre hombres y mujeres. Claro está que ambas viñetas buscan causar un efecto humorístico en el receptor. Pero siempre para que un chiste tenga sentido, alguna relación con el referente -al menos paradójica- debe tener

Para concluir entonces nos interesa volver sobre una idea que trabajamos al comienzo de este trabajo. Pierre Bourdieu afirma "Instituir, asignar una esencia [social], una

competencia, es imponer un derecho de ser que es un deber ser (...). Es *significar* a alguien lo que es y significarle que tiene que conducirse consecuentemente a como se la ha significado. El indicativo es en este caso un imperativo” (Bourdieu, 1985: 81).

El valor de descubrir esta red de significaciones que subyace al discurso de los medios radica en revisar qué espacios, qué competencias y qué restricciones se le otorgan a la mujer a partir de esta función modelizadora del lenguaje. Nos preguntamos cuán vigentes están en nuestra contemporaneidad estas representaciones no tan lejanas en el tiempo. Creemos que, una vez que saquemos a la superficie estos modelos de subjetividad, será posible comenzar a discutir con ellos.

### **Bibliografía**

- Althusser, L. (1970) *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*. Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires.
- Angenot, M. (1998) “Las ideologías no son sistemas” en *Interdiscursividades, de hegemonías y disidencias*. UNC. Córdoba.
- Benhabib, S. y otros (1990) *Teoría feminista y teoría Crítica*, Valencia, Ediciones Alfons El Magnanim.
- Boria, A; Uzin, M; Bustos, G; y otros (1997) *1973. Córdoba: Tiempos Violentos (El Discurso Social)*, Córdoba, Dirección general de publicaciones de la UNC.
- Bourdieu, P. (1985) *¿Qué significa hablar?*, Madrid, AKAL.
- Butler, Judith (1993) *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del “sexo”*, México, Paidós.
- \_\_\_\_\_ (2002) *El género en disputa*, México, Paidós
- De Beauvoir, S. (2007) *El segundo sexo*, Buenos Aires, Ediciones de Bolsillo.
- De Lauretis, T. (1996) “La tecnología del género”, en *Mora*, Nº2, Noviembre, Pág. 6-34
- Foucault, M. (1999) *Historia de la sexualidad I. La voluntad de sabe*, Madrid, -----Siglo XXI.