

**Artículo recibido:** 07/03/2019

**Aceptado:** 15/11/2019

**María Cristina Mata**

Licenciada en Literaturas Modernas, es Profesora Consulta de la Universidad Nacional de Córdoba. Dirige la Especialización en Gestión y Producción de Medios Audiovisuales del Centro de Estudios Avanzados de la Facultad de Ciencias Sociales de esa universidad, donde antes de jubilarse creó y dirigió la Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea y el Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía. Ha sido docente e investigadora en carreras de postgrado de Argentina y otros países latinoamericanos y europeos. En el campo de la comunicación popular, acompañó a numerosas emisoras e instituciones en diferentes países de América Latina. Es autora de numerosos artículos y algunos libros individuales y en coautoría referidos a comunicación masiva, públicos, comunicación popular y comunicación y política. Correo electrónico: maritamata@gmail.com

# MARCAS DE GÉNERO EN LAS PRÁCTICAS Y ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN

María Cristina Mata

## Resumen:

El artículo recupera indagaciones y reflexiones desarrolladas en los primeros años de la década del 90 del siglo pasado, que dan cuenta de algunas búsquedas que por entonces se realizaban en torno a la comunicación desde una perspectiva de género. El eje central de esas investigaciones y proposiciones es el de la palabra femenina como lugar de expresión del sometimiento y, al mismo tiempo, como enclave de las posibilidades de resistencia y confrontación del orden patriarcal. El artículo se propone, además, motivar la recuperación de las diversas y ricas trayectorias suscitadas por esta problemática en América Latina, muchas de ellas vinculadas a los desarrollos de la comunicación popular pero también a iniciativas académicas que suelen desconocerse.

**Palabras clave:** Comunicación, Género, Lenguaje.

## GENDER BRANDING IN COMMUNICATION STUDIES AND PRACTICES

### **Abstract:**

The article recovers inquiries and reflections developed in the first years of the 90s of the last century, which account for some searches that were carried out at that time around communication from a gender perspective. The central axis of these investigations and proposals is that of the feminine word as a place of expression of submission and, at the same time, as an enclave of the possibilities of resistance and confrontation of the patriarchal order. The article also aims to motivate the recovery of the diverse and rich trajectories aroused by this problem in Latin America, many of them linked to developments in popular communication but also to academic initiatives that are often unknown.

**Keywords:** Communication, Gender, Language.

Cuando conocí la convocatoria para el actual número de *Viator* y la intención de incluir artículos que diesen cuenta de “investigaciones sobre comunicación, géneros y/o feminismos, ya sea desde el análisis de casos o la revisión del estado del arte, tanto localizados en una zona o región puntual como de colectivos sociales específicos”<sup>1</sup> celebré la iniciativa por las mismas razones en que la revista fundamentó esa decisión y me sentí llevada a mirar para atrás: a recordar los que fueron para mí –y para muchas otras mujeres comunicadoras e investigadoras del campo de la comunicación–, los primeros pasos en un territorio que las organizaciones feministas habían comenzado a construir en diálogo con espacios de educación y comunicación popular en diferentes países latinoamericanos como Perú, República Dominicana o Colombia, por nombrar sólo algunos, desde finales de la década del 70 del siglo pasado.

Ese mirar para atrás, me dije, no alentaba una actitud genealógica tratando de encontrar orígenes, marcas de continuidad o diálogos entre aquellos pasos y las actuales reflexiones e indagaciones sobre la articulación comunicación y género o, como también suele decirse, en torno a las actuales búsquedas y proposiciones en torno a la comunicación desde una perspectiva de género. Una tarea semejante me excedería y superaría los límites de este texto. Sin embargo, pensando que ésa tal vez sea una de las tareas que tenemos pendientes en nuestro campo –en el que tan a menudo temas y problemas aparecen a partir de fuertes motivaciones sociales o teóricas y desaparecen o mutan extrañamente sin saber muy bien por qué–, recordé las afirmaciones de Aníbal Ford: “No hay conocimiento crítico sin conocimiento concreto de la realidad concreta. Pero también de las nuevas, o viejas formas, en que conocemos” (Ford, 1999, p. 295). Y de ahí el interés en compartir sucintamente los lugares y modos en que, fruto de aquel caminar que supo ir entrelazando las prácticas comunicativas con la lucha por los derechos de las mujeres, se plasmaba a comienzos de los años 90 la reflexión y la investigación sobre esas cuestiones.

---

<sup>1</sup> <http://revista.fhycs.unju.edu.ar/revistaviator/index.php/viator/navigationMenu/view/5>

## Los desafíos del quehacer

Al presentar el libro *Mujer y Radio Popular* (Mata, 1995), la Secretaría Ejecutiva de ALER –la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica–, una institución que ya por entonces nucleaba a cientos de emisoras populares y educativas del continente, asumía una carencia que buscaba subsanarse:

Cuando en 1993 nos planteábamos la necesidad de comenzar a trabajar más sistemáticamente la problemática de la mujer en las radios populares estábamos reconociendo, de algún modo, que poco y nada habíamos hecho como asociación en ese terreno, a pesar de que en varias instituciones afiliadas hacía tiempo que se desarrollaban significativas experiencias destinadas a valorizar y expandir la palabra femenina (Mata, 1995, p. 7).

Ese reconocimiento derivó en la realización de un seminario en el que diseñamos una investigación que coordiné y desarrollamos junto con investigadoras-comunicadoras de diferentes países<sup>2</sup>. El estudio, que recogía y sistematizaba experiencias radiofónicas protagonizadas por mujeres pero que también indagaba acerca de la escucha femenina de radio, buscaba, como se expresa en la introducción del mencionado libro:

Identificar los temas o cuestiones que deberían centrar la reflexión acerca de la problemática mujer y radio desde una perspectiva de género, para que la asociación pudiera redefinir su trabajo en ese sentido (Mata, 1995, p. 9).

Hoy ese objetivo puede parecer casi banal. O al menos muy poco original. Pero nos lo planteábamos hace 26 años. Cuando, para citar algunos datos del estudio cuantitativo que integró la investigación, pudimos comprobar el lugar subsidiario ocupado por las mujeres en una muestra de emisoras

---

<sup>2</sup> Rosa María Alfaro (Perú), Fresia Camacho (Costa Rica), Dulce García (Venezuela) y María Helena Hermosilla (Chile).

afiliadas a ALER<sup>3</sup>. Sólo el 32% de quienes trabajaban en distintas áreas eran mujeres; pero más grave aún, sólo el 23% de los cargos directivos estaban ocupados por ellas; y sólo había mujeres en el 29% de los cargos de locución y en el 12% de los cargos de operación. Esas cifras reproducían la inequidad laboral existente en muchas otras instituciones y si bien resultaban alentadoras al compararlas con las mayores desigualdades típicas de los medios de radiodifusión comercial, eran preocupantes. Datos de anteriores investigaciones realizadas por ALER indicaban que la situación en las radios populares no se había modificado en una larga década. Por otro lado, más allá de la escasa presencia femenina, lo que perturbaba –en medios que se suponía hacían de la educación y la comunicación popular paradigmas orientadores–, eran lo que comenzamos a denominar las *marcas de género*: las mujeres se encargaban básicamente de tareas administrativas vinculadas al cuidado del orden de las emisoras –en una clara continuidad de su reconocimiento como guardianas del orden doméstico– y a la producción de programas educativos pero no por reconocer en ellas capacidades profesionales específicas sino en tanto se trataba de programas destinados a mujeres o niños y niñas. Es decir, en una clara asimilación a las clásicas figuras maternas y docentes asignadas a las mujeres. Y también registrábamos marcas en la negación de la diferencia. En el 53% de las emisoras no existían normas laborales específicas para hombres y mujeres. Bajo la remanida explicación “todos los trabajadores son iguales” se escondía la falta de reconocimiento de diferencias biológicas y asimetrías culturales y sociales que limitaban a las mujeres para ejercer su trabajo en las mismas condiciones que los hombres.

Datos como los anteriores hicieron que nuestro estudio profundizara especialmente el análisis de la experiencia de las productoras de radios. La indagación acerca de las motivaciones y procesos a través de los cuales decidieron seguir ese camino de toma de la palabra, los modos de ejercer derecho y profesión, fue tal vez la dimensión más enriquecedora del estudio

---

<sup>3</sup> 17 emisoras de 6 países, Bolivia, Guatemala, Ecuador, Perú, República Dominicana y Venezuela.

porque, de algún modo, fue capaz de revelarnos que, como decíamos en uno de los capítulos de aquel texto:

la búsqueda de una *palabra de mujer* no sólo aludiría al derecho femenino de expresarse en igualdad de circunstancias y similares condiciones de posibilidad que los hombres, sino a la elaboración de un discurso que, recuperando marcas nunca esenciales sino construidas histórica y socialmente, las reconozca como propias y valiosas. Un discurso que merece ser hablado públicamente aun cuando provenga del territorio privado, íntimo, personal o justamente por provenir de él recuperando así las ideas de integralidad de los seres humanos. Una palabra digna de ser pronunciada porque identifica –permite asimilarse a unas y distinguirse de otros– y desde la diferencia busca construir la igualdad (Mata, 1995, p. 35).

Esa fue la razón por la cual dedicamos el segundo capítulo de aquel libro a reflexionar sobre las vinculaciones entre género, lenguaje y comunicación. Un intento de problematizar lo dado cultural y socialmente en torno al habla y los hablantes que nos permitiera, desde ese cuestionamiento, transitar en los procesos de formación de comunicadoras radiofónicas articulando proposiciones del pensamiento feminista con dimensiones específicamente comunicativas.

Lo que sigue son parte de aquellas reflexiones elaboradas al tiempo que avanzaba nuestra investigación colectiva y que de manera íntegra difundí en 1994 en una publicación de AMARC –la Asociación Mundial de Radios Comunitarias<sup>4</sup>–, y que ese mismo año, en versión inglesa, integró bajo el título “Being Women in the Popular Radio” un volumen colectivo que la editorial Sage dedicó al papel de las mujeres en la comunicación popular<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> En los dos apartados siguientes transcribo de manera textual partes de ese artículo indicando cuando corresponde las omisiones de párrafos [...].

<sup>5</sup> Women in Grassroots communication. Furthering Social Change. Riaño, Pilar (ed). Thousand Oaks, USA.

## Palabra de mujer

Numerosas aproximaciones feministas al tema nos indican que la paradójica asimilación de la figura de la mujer con un sujeto silenciado no es tal. El chisme, los cuentos de mujeres y los relatos infantiles, los consejos de viejas y los de las brujas y curanderas, el parloteo entre comadres –en la puerta de las casas, en los mercados y en las puertas de las iglesias– son equiparables temática y enunciativamente a un habla menor. Aquélla que se despliega en el espacio doméstico y sus extensiones y cuyos referentes se sitúan en la esfera privada: la tópica familiar, afectiva y personal; cuando más, la de los sueños, las creencias, las ilusiones. Un habla cuya minusvalía remite a la existencia de otra valorada, la que nombra los temas públicos, conectados con la razón, el poder y el saber socialmente legitimados y cuyos ámbitos de realización son los foros que cada sociedad reconoce como escenarios de construcción de la opinión, las normas, las decisiones.

Si como señalan Moser y Levi "el género nos remite a lo que es socialmente esencial en el hecho de ser hombre o ser mujer", al modo como se construyen socialmente las relaciones entre ambos (1988, p. 45), bien podría afirmarse que no existe una única lengua –el castellano, el inglés, el francés o cualquier otra normada en tanto sistema– que acepta usos genéricamente diferenciados a la manera de lo que ocurre con las hablas de grupos sociales particulares, las jergas o incluso los dialectos. Lo que existiría en cada caso serían dos lenguajes, el femenino y el masculino, y tal como ocurre con los géneros "el uno no existe sin el otro...van siempre en pareja..." (Scott, 1986), revelando así su mutua incompletitud, su complementariedad, sin que de allí pueda naturalmente inferirse cualquier tipo de jerarquización entre ambos.

En un provocador análisis acerca de la destrucción de la sociedad articulada en función de los géneros y su sustitución por el económicamente indistinto pero profundamente injusto sistema industrializado y sexista, Iván Illich señala que:

la percepción de la realidad, distintiva de género, encuentra su expresión en el lenguaje. A la edad de cinco años niños y niñas suenan

por lo general distinto, aunque no se haya encontrado diferencia anatómica en sus órganos del habla. Al pasar del balbuceo al habla, adoptan la forma y el estilo apropiados a su género, incluso cuando juegan entre sí. (1990, p. 149).

Sin embargo, y como él mismo hipotetiza, "el lenguaje común de la era industrial resultó carente de género..." (1990, p. 11) tendiéndose a la imposición de un lenguaje a-genérico, el lenguaje neutro o humano, que "consistentemente domina el habla masculina" (1990, p. 152).

Toda una serie de estudios –muchos de ellos citados justamente por Illich– dan cuenta de las diferencias genéricas en el lenguaje o de su desaparición bajo la ilusoria e ideológica creación de una lengua única que instaurará la desigualdad asimétrica –la dominación– donde antes podía reconocerse la ambigüedad y la desigualdad complementaria: la de voces particulares nombrando lo real desde su peculiar adscripción social a uno de los géneros constitutivos de lo humano. De ese conjunto de reflexiones y de otras que no provienen del campo lingüístico sino histórico y político, nos interesa retener las que nos ayudan a pensar el lenguaje femenino como lengua menor –en el sentido ya indicado– y consecuentemente como lenguaje sometido o reprimido.

María Milagros Rivera recuerda que:

la famosa primera epístola de Pablo a los Corintios mandando callar a las mujeres en la Iglesia, no es más que un eslabón en la cadena en la cual las frases de Aristóteles sobre el silencio que deben guardar las mujeres son también, simplemente, otro eslabón más antiguo (1991, p. 129).

Por su parte, Celia Amorós indica que en el pensamiento griego "la mujer aparecía como la excluida del logos, el espacio del *aner agathos*<sup>6</sup> portador del discurso articulado que intercambia razones" (1990, p. 19).

---

<sup>6</sup> Expresión que denomina al varón perfecto.

Revisando la tradición judía, la del cristianismo helénico y paulino y posteriormente la de la Ilustración, la propia Celia Amorós va a tender un puente entre la exclusión de la mujer como sujeto de la palabra trascendente y de la razón. En el pensamiento ilustrado, concluye, la mujer no es sujeto social,

su voluntad está contenida antes de todo pacto, o sea precontenida en el pacto. Es un espacio precívico que requiere la mediación de otro intérprete que no es ella misma, sino el portador del logos que es el sujeto del pacto social entre los diversos intérpretes del logos: los patriarcas y cabezas de familia" (1990, p. 28).

La trayectoria que desde la antigüedad hasta la instauración de la sociedad capitalista burguesa hace del hogar y el mundo privado el *reino* de la mujer, es inseparable de la que convierte al lenguaje femenino en íntimo y doméstico, afectivo y práctico, en contraposición con el discurso racional, público y especulativo que se adjudicará a los hombres pero que, borradas las marcas del género, se asumirá socialmente como la lengua garante de toda comunicación entre sujetos sociales autónomos.

En este sentido, el silencio femenino no es pensado como ausencia de palabra, sino básicamente como exclusión de un determinado espacio y como veto: descalificación para nombrar lo que excede el campo asignado socialmente a las mujeres y para expresarse en él. De ahí que la reivindicación de la palabra femenina y los movimientos por su apropiación sean, en muchos casos, búsquedas tendientes a ampliar el universo de hablantes públicos, a conquistar un nuevo espacio social y obtener el reconocimiento de la mujer como individuo pleno, cívicamente igualitario, actor per se y sin necesidad de ampararse o de ser amparado por el intérprete o el mediador-varón.

El ejercicio de la palabra como vía de recuperación de la dignidad, como paso de la condición de ser reificado a la de sujeto de pleno derecho, es un ejercicio de entrada en la escena pública, de extensión de las competencias lingüísticas socialmente determinadas, de construcción de una nueva identidad: la de la mujer que asume roles tradicionalmente asignados a los

hombres en términos de representación y dirección social, en términos de participación y liderazgo.

Ahora bien, ¿es esa pugna por acceder al dominio de la lengua instaurada como norma a-genérica la condición de posibilidad de una nueva identidad femenina, liberada de la opresión del varón y de la auto-marginación que toda situación de esa índole provoca? ¿Es la indiferenciación discursiva el objeto deseado de esos múltiples intentos por quebrar el silencio y proferir una palabra propia? En ciertos casos –prácticas y reflexiones inspirados en lo que se ha dado en llamar el "feminismo de la igualdad" (Amorós,1990, pp. 37 y sgtes.)– sí. Pero en muchos otros no tan lisa y llanamente. "En lo que respecta a nosotras, divididas entre la timidez de entrar en un movimiento de liberación de mujeres y el sentimiento de un camino sin regreso, balbucíamos disculpas, explicaciones, justificaciones. ¿En qué lengua hablar?" (Darcy de Oliveira y Harper, 1980, p. 40). Preguntarse por la lengua es el modo de escapar a la asimilación al mundo masculino como única garantía de poder ser sujeto social re-conocido. Es decir, el modo de escapar a

la tradición secular pagana y luego cristiana que sostenía que las mujeres, para hacerse visibles en la sociedad y por tanto en la historia, tenían que convertirse en hombres. Es decir, pasar a ser lo que el pensamiento clásico y patrístico denominó *mulier virilis*, "mujer viril", combinación de sexo de mujer y género masculino, ser liminar inclasificable y, en cuanto tal, mucho menos peligroso para el orden patriarcal que un modelo de género nuevo (Rivera,1991, p. 128).

Sistematizando una experiencia educativo-comunicativa desarrollada con señoras peruanas migrantes, Rosa María Alfaro se refiere al sentimiento de *no saber hablar* de esas mujeres y a su deseo de aprender de otras –de ellas, las promotoras universitarias– para poder ingresar al dominio exclusivamente masculino. Al respecto señala:

La dominación así asumida se relaciona con la oposición entre los espacios públicos y los privados. La palabra familiar de la mujer sí es considerada valiosa, incluso es gritada. En el propio mercado y en el hogar, la palabra femenina es expresiva y bullera. Se hace escuchar en

el ámbito del litigio personal y en la relación exclusiva entre cliente y vendedor. Pero en las asambleas, allí no, la palabra es del hombre. La participación femenina se limita a su presencia y al voto, como también al comentario de persona a persona (1987, p. 239).

Pero, como puede inferirse a partir de otros tramos de su reflexión, la posibilidad de expresión propia de esas mujeres cuestiona las nociones de igualitarismo e instrumentalidad. No se trata de acceder a un nuevo saber técnico, al dominio de un código y de ciertas reglas de comportamiento social, sino de encontrarse a sí mismas en su habla y desde allí fundar las posibilidades de interlocución en la escena ampliada:

Pues la palabra privada es silencio social y la liberación exige cuestionar aquella barrera que la empuja a la aventura pública, sin tomar en cuenta el valor adquirido en la experiencia cotidiana. Por ello, esa palabra privada debe convertirse en palabra social. No se trata de otra, la pública, sino de ampliar y complejizar la fuerza social y política de la vida cotidiana y su enseñanza (1987, p. 144).

La experiencia femenina es, desde esta óptica, el territorio desde el que puede pronunciarse una nueva palabra. Pero siendo esa propia experiencia negación de lo femenino como valor productivo, territorio de la reproducción y el servicio a otros, él mismo se constituye como territorio a re-nombrar. De donde la *palabra de mujer* no es mera verbalización positiva sino acto creador que debe desbrozar, destruir, recomponer, hacerse, en definitiva.

Como todo hacer –aún el del lenguaje– es obra de individuos multidimensionales, insertos en contextos específicos, en tiempos y espacios particulares. La noción de "posiciones de sujeto" (Mouffe, 1983) que nos ayuda a superar reduccionismos y sustancializaciones en extremo simplificadoras, el reconocimiento de que cada quien está comprometido en un juego múltiple de identidades, nos alertan contra la tentación de reflexionar en torno al habla femenina como si ella no fuese también –y siempre al mismo tiempo– habla de mujeres que se reconocen en otros

referentes: en un determinado sector social, en un color de piel, en una cultura nacional y epocal.

Si el silencio y su contrario, como hemos tratado de indicar [...] parecen marcar genéricamente los esfuerzos femeninos por la conquista de una identidad valorada, no es menos cierto que otras restricciones y opresiones se conjugan de diversa manera complejizando la cuestión (Sojo,1988). Para las mujeres populares, el habla pública será, en ese sentido, doblemente ajena: por mujeres y mal habladas, por domésticas y poco o nada instruidas, por intuitivas, afectivas, irracionales y pobres, por compartir con sus hombres las lenguas conquistadas o que se intentaron históricamente conquistar y sobreviven y una común opresión económica y social.

### Mujeres y radios populares

Diversos estudios realizados acerca de las radios populares latinoamericanas<sup>7</sup> indican que las mujeres reconocen en ellas medios que les han ayudado a *perder el miedo a hablar*. En todos los casos que esto ocurre, el atreverse aparece ligado a dos dimensiones básicas de la labor desarrollada por dichas emisoras. Por un lado, la incorporación temática de aspectos consustanciales a la vida cotidiana de las mujeres, sus actividades de amas de casa, esposas y madres, como temas dignos de ser compartidos masivamente. Por otro, su incorporación al discurso radiofónico como agentes de transformación social, como actrices de procesos que desde lo cotidiano –las necesidades más básicas ligadas a la sobrevivencia familiar– las equipara a los hombres al desarrollar prácticas organizativas de carácter poblacional y productivo.

En el primer caso, sea en programas destinados a mujeres y conducidos por ellas, o en espacios educativos menos específicos referidos a temas de salud, agricultura o problemas sociales, el día a día femenino popular, hecho de

---

<sup>7</sup> En especial, para estas reflexiones hemos tenido en cuenta los resultados de investigaciones realizadas con la cooperación de ALER acerca de la práctica de Radio Enriquillo (República Dominicana), La Voz de la Selva y Cutivalú (Perú), Radio Yungas (Bolivia) y otros estudios impulsados por la Asociación de Comunicadores Calandria, de Perú.

rutinas y dificultades es transformado en materia de reflexión: las características de esa vida a menudo oscura son objeto de análisis y propuestas por parte de *expertos* en la cuestión, pero también por parte de las mujeres cuya experiencia es igualada al saber profesional. Señoras entrevistadas en los mercados acerca de cómo cocinarán el producto que compran masivamente por ser más económico, esposas y madres que a través de sociodramas comparten sus maneras de enfrentar el autoritarismo masculino, descubren en las radios populares que sus asuntos, éstos conversados entre parientas y amigas y sin ninguna trascendencia a nivel de las agendas informativas, son materia del decir. Y hablar se torna más sencillo cuando el micrófono no implica la necesidad de ingresar al campo del saber de los *otros*, en el cual históricamente sólo se ha callado o se ha balbuceado.

En el segundo caso, dada la importancia que las radios populares confieren a los procesos organizativos de base y a su autodefinición como canales para la difusión y fortalecimiento de experiencias colectivas, las prácticas exclusivamente femeninas –las desarrolladas por grupos de madres– o el desempeño de las mujeres en movimientos y organizaciones de carácter vecinal, ocupan un lugar relevante en términos informativos. La igualación de las mujeres en tanto actoras en el terreno público cobra incluso, muchas veces, dimensión histórica: en numerosas emisoras populares comienza a leerse el pasado desde el papel que jugaron mujeres particulares o colectivizadas como "campesinas", "palliris"<sup>8</sup> o "madres" en momentos cruciales de la vida de cada país y región. Y hablar es más fácil cuando, por minúscula que sea la acción que se desarrolla, esa palabra se pronuncia en un espacio en el cual las mujeres –aunque no dirijan las emisoras– no son relegadas a la cocina o al tocador.

Pero la pérdida del miedo a hablar, y el ingreso de temáticas y voces femeninas a las emisoras, no equivale siempre y necesariamente a la presencia de esa *palabra de mujer* a la que nos referíamos en un comienzo. El

---

<sup>8</sup> En las minas bolivianas es el nombre que reciben las mujeres viudas o abandonadas que trabajan por su cuenta en los desmontes recogiendo las piedras de desecho que contienen partículas de mineral.

mundo privado y el público permanecen escindidos en la mayoría de los casos. A las mujeres se las interpela como habitantes de uno u otro, pero muy difícilmente como sujetos que transitan de manera peculiar los dos terrenos. En muchos casos, especialmente cuando las emisoras no están vinculadas a grupos u organizaciones de mujeres que conjugan la identidad sectorial con una perspectiva de género, el peso de las determinaciones económicas y de clase en la construcción de las relaciones sociales anula o minimiza el peso que tiene el modelo sexista predominante. En otros, o a veces al mismo tiempo, la representación fragmentaria del ser mujer se produce a partir de la imposición y/o la adopción de la lógica comunicativa valorada en las emisoras por su eficacia comunicativa y política: la de la argumentación refractaria a toda otra posibilidad enunciativa que no se asocie al ejercicio de la razón.

Participar en la radio no es fácil, más aún para las mujeres, no sólo porque no estamos acostumbradas, sino porque nos han hecho creer que nuestra palabra no vale, que sólo pueden hablar los cultos, los instruidos y los hombres. Por eso que muchas veces no queremos ser dirigentes, porque no sabemos hablar, ni usar palabras difíciles que impresionen. Y siempre tenemos miedo y preferimos que otros hablen por nosotras. Por esa actitud pasiva, alguna gente se aprovecha y sin consultarnos habla por nosotras...Pero nosotras tenemos que saber qué queremos, qué buscamos y hablar, porque así podemos estar seguras que no nos utilicen y controlar bien lo que estamos diciendo y cuándo nos conviene callar. Es decir, ser dueños de nuestra palabra. Para ello tenemos que hablar como somos, sencillamente. La sabiduría no se dice con palabras difíciles ni imitando a los de otras clases, porque así se nos ve ridículas y nos distanciamos de nuestro pueblo [...]. Entonces tenemos que partir de lo que sabemos hacer. Y somos muy buenas dramatizando, contando nuestros problemas con sociodramas; lo hacemos con tanta emoción que convencemos. Poco a poco, a partir de esos sociodramas que los pueden escuchar muchas personas, podemos empezar a valorar nuestra palabra, a perder el miedo y comunicar nuestra vida. Aunque también tenemos que hablar en asambleas, hacer noticias, denuncias, etc. Pero siempre

relatando, porque sabemos hacernos escuchar así. Nuestros hijos son testigos de que sabemos relatar y dramatizar" (AAVV, 1987, p. 40).

La reflexión realizada por un grupo de promotoras de comunicación de diferentes barriadas limeñas, pone de relieve algunos elementos que suelen estar ausentes en el habla radiofónica de las mujeres populares. Constreñidas por formatos típicos de la radiodifusión –el noticiero, las revistas, las entrevistas articuladas en base a preguntas de opinión, los debates, entre otros– y por las formas expresivas derivadas de las metodologías de corte racionalista que han predominado en el campo de la educación popular –ver, juzgar, actuar, por ejemplo– las mujeres requieren *moderar* la expresión de sus sentimientos, sustituir las anécdotas por nociones, formular opiniones claras y distintas y desechar intuiciones, precisar las fuentes negando valor a la que generalmente recurren como lugar de su saber: la conversación con otros.

Las constricciones a que nos referimos no sólo dificultan en las emisoras populares la participación de la mujer al desvalorizarse los que culturalmente han sido configurados como rasgos del pensar y el decir femeninos, como rasgos esenciales de su identidad. Lo que dificultan es la asunción de la diferencia como requisito de presencia plena de la mujer en el medio masivo y, por extensión, en la escena pública. Pero además, este recorte de la *palabra de mujer* revela una de las limitaciones más típicas no sólo de las radios, sino en general de las prácticas de comunicación popular, fruto de una restrictiva y reduccionista mirada acerca de los sujetos populares.

La representación radiofónica de lo popular en esas radios durante mucho tiempo privilegió, entre los múltiples actores populares, un protagonista: la clase social; entre los variados contextos de representación, es decir, entre los variados ámbitos donde los actores populares desarrollan su existencia, unos recortados escenarios: los delimitados por las relaciones laborales y las prácticas organizativas; entre los múltiples conflictos –afectivos, familiares, generacionales, etc. – que recorren la vida popular, uno de carácter económico social: la contradicción entre capital y trabajo o entre burguesía y proletariado. Al analizar los contenidos de múltiples programaciones de

emisoras populares es posible constatar, temáticamente, el predominio de los temas económicos, políticos y sociales. El mundo de los sentidos y los sentimientos, las cuestiones ligadas con las dificultades para construirse como individuos y relacionarse con otros, el campo de los deseos y expectativas personales, sólo aparece ocasionalmente. Al corazón sólo se le destinan los horarios nocturnos, los de la música melódica que como ocurre en cualquiera de las restantes radiodifusoras, suelen ser conducidos por locutores de encantadora voz. La emoción, la ensoñación, la expansión afectiva, se reservan al espacio privado y los temas que tradicionalmente se incluyen en él, como si en la esfera pública los seres humanos –populares o de cualquier otro sector social– no actuásemos (e incluso el pensar dentro del actuar) también guiados por pasiones, aspiraciones, creencias.

Indudablemente, empiezan a desarrollarse hoy, en América Latina, propuestas que cuestionan esos modos de representación y construcción radiofónica de lo popular. También comienzan a impugnarse los discursos articulados únicamente en función de matrices racionales e ilustradas que no dan cuenta de las dimensiones simbólicas, míticas y dramáticas que operan en la cultura de los sectores populares y en la cultura femenina. Sin embargo, todavía las mujeres –y significativamente también los jóvenes– sienten que en muchas de esas radios están ausentes buena parte de sus inquietudes, sus ensueños, sus problemas o lo que no es lo mismo pero igualmente fragmentador, su modo peculiar de pensarlos y sentirlos.

No cabe duda que con desniveles, con mayor o menor presencia de las mujeres como productoras de espacios referidos a ellas, las radios populares de América Latina han contribuido a legitimarlas como hablantes aunque la voz propia, capaz no sólo de nombrar lo femenino sino de nombrar desde allí el mundo entero en diálogo con la palabra masculina, sea todavía un susurro. El acceso a los micrófonos y los formatos, el dominio de los recursos imprescindibles para utilizar el medio masivo iguala técnicamente a hombres y mujeres de los sectores populares. Pero es una igualación que, borrando las diferencias, perpetúa la injusticia, la supremacía masculina. Por eso, como en la vida, ser mujer es todavía hoy en las radios populares latinoamericanas una tarea costosa: supone horadar las barreras que escinden lo público y lo privado como esferas privativas de uno u otro

género restituyendo a lo humano su complejidad y a las mujeres y hombres una dignidad complementaria.

### Otras voces

Hasta aquí las reflexiones realizadas por entonces. Ese modo de finalizarlas dialogaba con significativas palabras masculinas y femeninas que por aquellos años retomaban los aportes iniciales, realizados en nuestro continente durante los años 80 por investigadoras como Adriana Santa Cruz, Mercedes Charles Creel, Viviana Erazo, Rosa María Alfaro, Paula Edwards, María Helena Hermosilla, Jean Franco, entre otras<sup>9</sup>.

En ese sentido, una expresión acabada de la significación que alcanzaba la problemática del género en el campo de la comunicación fue la edición, en 1996, del número 28 de la revista *Signo y Pensamiento*, de la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá (Colombia). Su temática central, “Formas de mujer”, era presentada por el editor del número, Omar Rincón, como “otra propuesta para reconstruir la subjetividad, hacer la comunicación y producir la cultura de este final de siglo” (p. 8). Esa otra propuesta –delineada a través de los diversos artículos de docentes e investigadoras e investigadores de América Latina– resalta de variados modos lo arduo del camino para producir modos de pensar lo femenino y la mujer en los medios y escenarios de comunicación. Modos de pensar que recuperasen lo sensible como categoría de comprensión de intercambios y procesos (Rincón, 1996), que reivindicasen el silencio femenino no necesariamente como condición de dominación sino como signo de resistencia (Riaño, 1996), que se atreviesen a pensar en estéticas femeninas para leer/ver desde allí las producciones culturales antiguas y contemporáneas (Gutiérrez, 1996; Ramírez, 1996). Modos de pensar que seguramente hoy se encuentran multiplicados y enriquecidos por el decidido quehacer político e intelectual de los movimientos feministas y por

---

<sup>9</sup> Un destacable aporte bibliográfico sobre la labor de estas investigadoras y otras constituye el artículo “El espejo de Venus: una mirada a la investigación sobre mujeres y medios de comunicación” de la propia Charles Creel, citado en la bibliografía.

la labor académica desplegada desde aquellos tiempos hasta ahora en el campo de la comunicación y que seguramente se expresarán en este número de *Viator*.

## Referencias Bibliográficas

- AAVV. (1987). *Palabra de Mujer. La experiencia de ser promotora popular de comunicación*. Lima, Perú: Calandria – Tarea.
- Alfaro, R. M. (1987). *De la conquista de la ciudad a la apropiación de la palabra*. Lima, Perú: Tarea.
- Amorós Puente, C. (1990). *Mujer. Participación, cultura política y Estado*. Buenos Aires, Argentina: Ed. De la Flor.
- Charles Creel, M. (1996). El Espejo de Venus: una mirada a la investigación sobre mujeres y medios de comunicación. *Signo y Pensamiento*, 15(28), 37-50.
- Darcy de Oliveira, R. y Harper, B. (1980). As mulheres em movimento. Ler a própria vida, escrever a própria história. En Freire, P., de Oliveira, R. D. y de Ceccon, M., *Vivendo e aprendendo. Experiencias do IDAC em educacao popular* (pp. 38-45). Sao Paulo, Brasil: Brasiliense.
- Ford, A. (1999). *La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea*. Buenos Aires, Argentina: Ed. Norma.
- Gutiérrez, E. (1996). Para pensar la comunicación: Metáforas femeninas. *Signo y Pensamiento*, 15(28), 9-14.
- Illich, I. (1990). *El género vernáculo*. México Df, México: Joaquín Mortiz/Planeta.
- Mata, M. C. (1994). Being Women en the Popular Radio. En Riaño, P. (ed.), *Women in grassroots communication. Furthering social change* (pp. 192 - 211). Thousand Oaks, USA: Sage Publications.
- (coord.). (1995). *Mujer y radio Popular*. Quito, Ecuador: ALER.

- Moser, C. & Levi, C. (1988). Género, capacitación y planificación. En Barrig, M. (ed.), *De vecinas a ciudadanas. La mujer en el desarrollo urbano* (pp.43-68). Lima, Perú: Sumbi.
- Mouffe, C. (enero, 1983). *Por una teoría para fundamentar la acción política de las feministas*. Trabajo presentado en Jornadas de feminismo socialista, Madrid, España, Instituto de la Mujer.
- Ramírez, F. (1996). Imagen es un nombre de mujer. *Signo y Pensamiento* 15(28), 15-18.
- Riaño, P. (1996). El género en la comunicación: las contribuciones de las mujeres. *Signo y Pensamiento*, 15(28), 51 - 66.
- Rincón, O. (1996). Mujeres de comunicación: "si lloviera un día de ternura". *Signo y Pensamiento*, 15(28), 19 - 36.
- Rivera, M. M. (1991). La historia de las mujeres y la conciencia feminista en Europa. En Luna, L. (comp.), *Mujeres y sociedad. Nuevos enfoques teóricos y metodológicos* (pp. 123 - 140). Barcelona, España: Universidad de Barcelona.
- Scott, J. (1986). Gender, a useful category of historical analysis. *The American Historical Review*, 91(5), 1053 - 1075.
- Sojo, A. (1988). *Mujer y política. Ensayo sobre el feminismo y el sujeto popular*. San José, Costa Rica: Departamento Ecuménico de Investigaciones.