



ISSN 1850-2512 (impreso)  
ISSN 1850-2547 (en línea)

UNIVERSIDAD DE BELGRANO

# Documentos de Trabajo

Área de Ciencia Política

**Análisis de la representación de las mujeres en  
los medios de comunicación.  
"Chicas de tapa"**

N° 194

María Esther Isoardi

Departamento de Investigaciones  
Octubre 2007

Universidad de Belgrano  
Zabala 1837 (C1426DQ6)  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Argentina  
Tel.: 011-4788-5400 int. 2533  
e-mail: [invest@ub.edu.ar](mailto:invest@ub.edu.ar)  
url: <http://www.ub.edu.ar/investigaciones>

Para citar este documento:

Isoardi, María Esther (2007). Chicas de tapa. Análisis de la representación de las mujeres en los medios de comunicación. Documento de Trabajo N° 194, Universidad de Belgrano.

Disponible en la red: [http://www.ub.edu.ar/investigaciones/dt\\_nuevos/194\\_isoardi.pdf](http://www.ub.edu.ar/investigaciones/dt_nuevos/194_isoardi.pdf)

*"Entonces cuando me siento observado por el objetivo, todo cambia:  
me constituyo en actor al posar,  
me fabrico instantáneamente otro cuerpo, me transformo por adelantado en imagen".*  
**Roland Barthes en La cámara Lúcida**

*"La fotografía es, antes que nada, una manera de mirar.  
No la mirada misma".*  
**Susan Sontag en La fotografía**

En el año 1990, la revista *Noticias* de la ciudad de Buenos Aires, publicó en su tapa una fotografía de, la entonces Secretaria de Medio Ambiente del gobierno de Carlos Menem, María Julia Alsogaray, que marcó un antes y un después en la carrera política de esa mujer. Asimismo, se convirtió en un acontecimiento editorial (fue el número más vendido de la historia de esa publicación), condensó lo que después caracterizaría a esa etapa política, marcada por la farandulización, y definió una forma de retratar a las mujeres con actuación política que se mantiene aún hoy, 17 años después.

En este trabajo se analizarán las tapas de tres números de esa revista, la primera, en 1990, donde María Julia Alsogaray fue retratada envuelta en un tapado de piel, la segunda, en julio de 2004, una tapa donde se ve a Nina Peloso (Dirigente del Movimiento Piquetero de Jubilados y Desocupados) y la última, en febrero de 2006, una portada donde se retrató a Elisa Carrió, líder del Partido Afirmación para una República Igualitaria (ARI).

Tal como plantea Cháneton (Cháneton, 1994) este tipo de análisis interesa en la medida en que permite visibilizar los discursos sociales relativos al género. Estas representaciones competen al orden de la producción social de sentidos de género, un proceso colectivo e incesante. Se trata de la construcción social e histórica de significaciones relativas a las relaciones de feminidad/ masculinidad, cargadas estas de una fuerza y orientación diversa, aunque domine su significación una jerarquización en el marco de las sociedades patriarcales. Esta producción es discursiva, son los distintos discursos sociales y su trama compleja de relaciones los que producen las significaciones referidas a la feminidad/masculinidad.

### Objetivos:

- Analizar los procedimientos de connotación utilizados en la construcción de estos mensajes periodísticos.
- Analizar las diferencias y similitudes en el tratamiento de estas tres figuras de la vida pública argentina que proceden de clases sociales, ideologías políticas y trayectorias profesionales bien diferenciadas.
- Analizar cómo son "narradas" estas mujeres en estos casos particulares a partir de la concepción de patriarcado como sujeto y dueño del lenguaje.

### Material a analizar



### La imagen fotográfica

Para interpretar las fotografías en cuestión es necesario realizar un recorrido básico de los estudios de la imagen fotográfica como discurso. Existen diversas formas de interpretación, entre ellas las que propone la semiótica. Tomaremos algunos aspectos claves de esta tradición disciplinar para que nos ayuden a sistematizar el análisis de sentido de las fotografías propuestas.

El análisis de las imágenes ha sido un tema fundacional de la semiótica y, tal como lo explica Verón (1992), este interés por la fotografía como discurso enfrenta a la semiología con las limitaciones que le impone el estructuralismo lingüístico saussuriano, porque la supuesta universalidad de la teoría lingüística fue transferida en forma abusiva sobre objetos inseparables de sus prácticas sociales, obviando que “la imagen” no constituye un universo autónomo y cerrado en sí mismo, sino que como todo queda inscrita en las prácticas culturales y forman parte de las miles de dependencias de significaciones en el seno de las sociedades. Sin embargo la preocupación inicial por la fotografía se ha mantenido y el propio desarrollo de la disciplina permitió salir de las limitaciones estructuralistas y encontrar los conceptos y métodos más útiles para dar cuenta de la construcción de significados en el caso de los mensajes fotográficos.

Ahora bien, para comprender el entramado de significaciones y usos sociales de la fotografía es necesario entender el surgimiento y desarrollo del soporte (la fotografía) en el marco del individualismo moderno. Cuando nace la fotografía en el siglo XIX, es inmediatamente tomada por la sociedad y la cultura; se instala un uso que retoma los códigos pictóricos del retrato. De esta manera, una estrategia enunciativa asociada a un soporte (la pintura) pasa a otro soporte (la fotografía). En el caso del retrato, en ese pasaje, hay una transformación del sentido. En la pintura del Emperador, por ejemplo, hay una circulación de sentido que pertenece a lo público, el emperador es un notable, merece una pintura y la consumación de esta obra tendrá un lugar en un contexto público. La fotografía modifica esto, porque la imagen fotográfica es reproducible a voluntad, lo que significa una modalidad de apropiación privada de un elemento significante de orden público. Desde ese momento, la fotografía fue ligada en los medios al consumo privado de valores públicos. La existencia de la fotografía corresponde a un nuevo valor social, según Barthes, que es la publicidad de lo privado: lo privado es consumido públicamente. Dice Eliseo Verón que “poniendo en evidencia su aspecto privado, un valor público reencuentra en este estatuto un lugar de reconocimiento” (Verón, 1992: 6). Este mecanismo es fundamental para los medios de comunicación modernos. Aquí es el presente, lo que importa es “el estar allí”, no el “haber estado allí” al que hacía referencia Barthes al referirse al valor de documento de la fotografía.

Con el desarrollo de la tecnología necesaria para fotografiar, esta ingresa rápidamente en la esfera de lo privado de cada ciudadano y así reemplaza, en la burguesía, al retrato pintado, permite fotografiar lo cotidiano y surge el álbum familiar. “Es aquí – dice Verón – cuando la fotografía adquiere el valor signifi- cante del haber estado allí: el álbum de fotos de la familia es la materialización cargada de nostalgia del tiempo que pasó” (Verón, 1992: 7) Así, la imagen fotográfica sirve de soporte – en el campo de lo privado – al surgimiento de un deseo de publicidad. La fotografía de los abuelos cumple al interior de cada familia la función de ejemplaridad, de la notoriedad pública que antes tuvo el retrato del Emperador. El soporte fotográfico hace posible la puesta en representación de aquello que lo privado tiene de comunitario.

En la actualidad, los medios proveen lo esencial de la “materia” por medio de la cual los individuos estructuran su singularidad. En el seno de esa materia, la fotografía juega un rol fundamental. Una de las consecuencias de la mediatización del soporte fotográfico es su inserción en contextos discursivos más amplios, que sobredeterminan el funcionamiento de la imagen. Verón analiza ciertas figuras propias de la imagen fotográfica de la prensa escrita, entre ellas dos formas que se contraponen y a veces se complementan: “la fotografía testimonial” y “la pose”.

En el caso de la fotografía testimonial, se trata de una foto tomada “en vivo” y que caracteriza a algunos medios. Su especificidad reside en que capta un instante del acontecimiento; es siempre espontánea. Cuando se consume por primera vez es “un haber estado allí” de hace algunas horas, de hace pocos días. Eliseo Verón, sobre la base de sus investigaciones, afirma que la prensa diaria hoy usa pocas fotos testimoniales y en el caso de las revistas semanales, se usan aún menos. Aparece el dibujo o el trucaje con la intención de “aclarar” que su intención no es mostrar la realidad sino decirnos que piensa de ella.

Por su parte, la pose “es un regalo del personaje fotografiado al fotógrafo” es lo opuesto a la foto tes- timonial. El texto que acompaña la imagen suele aclarar y remarcar que las fotos fueron producidas por y

para las revistas. “esa foto está firmada por la marca” (Verón, 1992: 9) Sin embargo hay, una articulación entre la foto testimonial y la de la pose y esa relación conecta “mi vida” (privada) con “la vida” (pública). Desde este punto de vista la pose indica el dominio, por parte de aquel que es representado de su propia estrategia enunciativa.

De acuerdo a las categorías establecidas por Verón, las fotografías de la revista Noticias, que son objeto de estudio de este trabajo, pertenecen a las que denominó “la pose”, es decir, aquellas que son consideradas por el autor como un regalo del personaje fotografiado, al fotógrafo. En estos casos el medio deja claro que fueron producidas y tomadas para y por la revista e indican que aquel que es representado define de su propia estrategia discursiva. Siguiendo esta línea conceptual, lo primero que se observa es que, en el caso de las tres fotos de tapa analizadas, se trata de fotos posadas, no testimoniales, por lo tanto debemos aceptar estas imágenes como el resultado de la estrategia discursiva de estas tres personalidades públicas. Queda pendiente la pregunta sobre el porqué estas mujeres provenientes de sectores sociales, profesiones e ideologías diferentes optan por la misma estrategia discursiva.

Verón concluye que ningún análisis inmanente, que sea fenomenológico, semiológico, hermenéutico o cualquier otro, puede captar la diversidad de modalidades de articulación entre producción y recepción, entre oferta y demanda, alrededor de una técnica puesta.

### **El contrato de lectura**

Para comprender cuales son las condiciones de interpretación de un soporte de prensa, Verón desarrolla el concepto de “contrato de lectura” (Verón, 1985) y señala que la relación entre un soporte y sus lectores son las dos partes, entre las que se establece un nexo, el de la lectura. Agrega que en el caso de las comunicaciones de masas, es el medio el que propone el contrato. El éxito de un soporte de prensa se mide en la capacidad de proponer un contrato que articule correctamente las expectativas, motivaciones, intereses y contenidos del imaginario de lo decible a través de lo visual y que sea capaz de hacer evolucionar su contrato de modo tal que pueda seguir la evolución sociocultural de los lectores para preservar ese nexo.

Es claro, a partir de las tapas seleccionadas, que el contrato que propone la revista Noticias al presentar mujeres con actuación política, es mostrar y remarcar aquellos aspectos que, estereotípicamente, se les atribuyen a las mujeres. Parecen decir “veamos a la “auténtica” mujer que se esconde detrás de “la mujer pública” y de este modo remarca los aspectos que desde el pensamiento androcéntrico definen lo “femenino”. Y también es evidente, por el éxito editorial y las repercusiones que estas tapas tuvieron en el momento de su publicación, que se articulan con lo decible visual en términos de imaginario social. El concepto de imaginario social en este caso alude al pensamiento de Castoriadis (Castoriadis, 1998) quien dice que la sociedad inventa significaciones y producciones de sentido. No sólo produce normas, valores y lenguaje para instituirse. En particular produce individuos. Estos reproducirán a su vez la institución de la sociedad. Las significaciones son imaginarias porque se crean y se inventan y son sociales porque son compartidos por todos los individuos de esa sociedad como un colectivo anónimo. Esto aplica entonces para describir, desde el concepto de imaginario social, a la sociedad como un sistema de interpretación del mundo y cualquier sistema que plantee algo diferente puede ser vivido como peligroso o amenazante para su identidad. Castoriadis acude al mito para referirse al modo que tienen las sociedades de darle un sentido a la vida de sus individuos. A través del mito se organizan las vidas de los hombres y mujeres, sus modos de pensar, valorar y actuar. Esto orientará y legitimará sus instituciones. Ana María Fernández (Fernández, 1999) afirma que los mitos sociales, al concebir una realidad que es entendida por todos los individuos como objetiva, organizan y definen todas las relaciones sociales, incluso las relaciones entre varones y mujeres. Se podría decir que el mito de “la mujer política vedetizada” tiene su origen en la revista Noticias y particularmente en la foto de María Julia Alsogaray.

A partir de la teoría de la enunciación, Verón (1985) distingue dos niveles en el funcionamiento de cualquier discurso: el enunciado y la enunciación. El nivel del enunciado es aquel de lo que se dice (en una primera aproximación corresponde al contenido del mensaje) y el nivel de la enunciación se relaciona con las modalidades del decir. Por el funcionamiento de la enunciación, un discurso construye una cierta imagen de aquel que habla (el enunciadador), una cierta imagen de aquel a quien se habla (el destinatario) y en consecuencia, un nexo entre estos dos “lugares”. El análisis del contrato de lectura permite de este modo determinar la especificidad de un soporte, destaca las dimensiones que constituyen el modo

particular que tiene de construir su relación con los lectores. Lo que dice la teoría de la enunciación es que el contenido no es más que una parte de la historia y que en ciertos casos (muy frecuentes entre los medios de comunicación), es la parte de menor importancia.

La enunciación es una dimensión que afecta a todos los elementos del funcionamiento del discurso. El contrato de lectura afecta también a las imágenes.

Eliseo Verón (1985) al analizar el contrato de lectura de los semanarios "News" y "Paris Match" tomando como objeto las imágenes de personajes notorios retratados en sus portadas, establece que existe una diferencia profunda entre estos dos medios, en cuanto a la relación que el enunciador establece con el destinatario, a propósito de la realidad de la cual habla. Mientras "News" utiliza imágenes del tipo testimonial, "Paris Match" utiliza más fotos del tipo de "pose". Así en la modalidad de la "pose" la imagen expresa un personaje que posa, trata de hacer ver, no el accidente anecdótico, sino su carácter. De este modo el semanario transforma esa imagen en acontecimiento, en evento: lo que se anuncia en tapa es que "esta semana" el personaje en cuestión habla en la revista, que esta presente, aquí y ahora, especialmente para los lectores de la revista. De esta manera, en la cobertura "Paris Match" no señala su interpretación de la realidad, la presenta.

Por analogía, se puede afirmar que el modo en que Noticias presenta a sus personajes es similar al analizado por Verón acerca de Paris Match, en estos casos los personajes posan, intentan hacer ver, no lo anecdótico, sino su auténtico carácter. Así Noticias, como Paris Match, convierte la foto en acontecimiento. La pose y el tapado de piel de María Julia Alsogaray es el acontecimiento, seguramente más recordado de su carrera política y como funcionaria pública (que refuerza la imagen final de su gestión, juzgada y sentenciada por corrupción en la gestión pública). La bombacha de Nina Peloso, es un acontecimiento del mismo orden, sino mayor que las huelgas de hambre de su compañero en prisión y el escote de Elisa Carrió es el acontecimiento que nos permite entrever la "humanidad" de la opositora.

Tal como lo explica Cháneton "una vez construido como acontecimiento por el discurso massmediático, el hecho alcanza una dimensión de experiencia social compartida colectivamente que antes no tenía" (Cháneton, 1994) Esa actualidad es materia discursiva – tanto como lenguaje escrito, icónico o audiovisual – y hay que pensar en ello, no como reflejo de "la realidad" sino como realidad social producida ella misma, en un sentido positivo y autónomo.

El acontecimiento ingresa entonces en la red de los discursos sociales, una máquina regulada por ciertas condiciones de producción: el aquí y ahora de la palabra y la imagen. La sociedad habla del hecho y en tanto el mismo se convierte en tema de discusión abre la posibilidad de nuevas significaciones.

Afirma Verón que "lejos de ser extrañas al contrato de lectura, las imágenes son uno de los lugares privilegiados donde éste se constituye, donde el enunciador teje el nexo con su lector, donde al destinatario se le propone una cierta mirada sobre el mundo (Verón, 1985). Aquí hay que señalar que el autor remarca la necesidad de completar el análisis semiológico con el estudio de campo para comprender cuales son las interpretaciones de los lectores respecto de los significados propuestos por el enunciador. Este aspecto no ha sido contemplado en este trabajo, aún cuando somos concientes de su utilidad. Para completar el análisis recurrimos a un ensayo de Roland Barthes donde el autor apela a una explicación de tipo hermenéutico, con el objetivo de hallar argumentos que permitan enriquecer el análisis.

En *La Cámara Lúcida* (Barthes, 1980), el semiólogo francés se detiene en la experiencia de la lectura fotográfica, como experiencia individual, subjetiva. Algunas de sus reflexiones de lo que significa ser fotografiado y de lo que significa ver/mirar una fotografía serán de mucha utilidad a la hora del análisis de las tapas de las revistas.

Dice Barthes "la foto jamás se distingue de su referente (de lo que ella representa), o por lo menos no se distingue en el acto o para todo el mundo... percibir el significante fotográfico no es imposible (hay profesionales que lo hacen) pero exige un acto secundario de saber o de reflexión. Por naturaleza la fotografía tiene algo de tautológico: en la fotografía una pipa es siempre una pipa, irreductiblemente." (Barthes, 1980: 32). Con este punto de partida, el autor señala la naturalización de la representación, el lector no ve en las fotos de estas mujeres, fotos de mujeres, si no a las mujeres mismas. Son María Julia Alsogaray, Nina Peloso o Elisa Carrió. Son ellas de modo irreducible.

Barthes se plantea a sí mismo como medida del “saber” fotográfico y se pregunta “¿Qué es lo que sabe mi cuerpo sobre la fotografía? Observé que una foto puede ser objeto de tres prácticas (o de tres emociones, o de tres intenciones): hacer, experimentar, mirar. El *Operator* es el fotógrafo. *Spectator* somos los que compulsamos en los periódicos, libros, archivos, colecciones de fotos. Y aquél o aquello que es fotografiado es el blanco, el referente, una especie de pequeño simulacro, de eidolon emitido por el objeto, que yo llamaría de buen grado *Spectrum* de la Fotografía porque esta palabra mantiene a través de su raíz una relación con “espectáculo” y añade ese algo terrible que hay en toda fotografía: el retorno de lo muerto.” (Barthes, 1980: 38-39). El no se ocupa del *Operator* (no lo es y hay mucha fotografía por fotógrafos) y se dedica a las otras dos experiencias (la del sujeto mirado y la del sujeto mirante).

En este contexto, el autor describe, con absoluta lucidez y no poca poesía, lo que significa ser fotografiado. “Entonces cuando me siento observado por el objetivo, todo cambia: me constituyo en el acto de posar, me fabrico instantáneamente otro cuerpo, me transformo por adelantado en imagen. Dicha transformación es activa: siento que la Fotografía crea mi cuerpo o lo mortifica, según su capricho” (Barthes, 1980: 40) y recuerda, como ejemplo de este poder mortífero, como ciertos partidarios de la Comuna pagaron con su vida su complacencia en posar junto a las barricadas: vencidos, fueron reconocidos por los policías de Thiers y casi todos fusilados.

Es interesante seguir las reflexiones de Barthes al transmitir la experiencia de ser fotografiado, “Posando ante el objetivo (quiero decir: siendo consciente de posar, incluso de forma fugaz) yo no arriesgo tanto (al menos por ahora). Sin duda mi existencia la extraigo metafóricamente del fotógrafo. Por más que esta dependencia sea imaginaria (y de lo más puro de lo Imaginario), la vivo con la angustia de una filiación incierta: una imagen – mi imagen – va a nacer: ¿me parirán como un individuo antipático o como un “buen tipo”? ¡Ah! si yo pudiese salir en el papel como en una tela clásica, dotado de un aire noble, pensativo, inteligente, etc. Yo quisiera en suma que mi imagen, móvil, sometida al traqueteo de mil fotos cambiantes, a merced de las situaciones, de las edades, coincidiera siempre con “yo” (profundo como es sabido); pero es lo contrario de lo que se ha de decir: es “yo” lo que no coincide nunca con mi imagen; pues es la imagen lo que es pesada, inmóvil, obstinada (es la causa por la que la sociedad se apoya en ella), y soy “yo” quien soy ligero, dividido, disperso y que como un ludió, no puedo estar quieto, agitándome en mi bocal: ¡ Ah, si por lo menos la fotografía pudiese darme un cuerpo que no significase nada! Por desgracia estoy condenado por la fotografía, que cree obrar bien, a tener siempre un aspecto: mi cuerpo jamás encuentra su grado cero, nadie se lo da.” (Barthes, 1980:41-42)

Si como Barthes, las mujeres de las que se ocupa este análisis, se plantearon “una imagen – mi imagen – va a nacer” no les interesó como al autor aparecer dotadas de atributos tales como la nobleza, la inteligencia y el pensamiento (atributos históricamente adjudicados a lo masculino) sino más bien como mujeres sensuales, bellas y atractivas, atributos culturales tradicionales vinculados a lo femenino. Frente al temor que surge en muchas mujeres, que ocupan lugares habitualmente desempeñados por varones, de perder su identidad sexual (Burin, 2004), aquí está la imagen hiper femenina que necesita para compensar. Estas mujeres necesitan afirmar, “no por política soy menos mujer”.

Según el semiólogo francés, el ***Studium*** y ***Punctum*** son dos elementos cuya co-presencia definen el interés particular por una fotografía. El ***Studium*** tiene la extensión de un campo, que se percibe bastante familiarmente en función de un saber, de una cultura; ese campo puede ser más o menos estilizado, o más o menos conseguido, según el arte o la suerte del fotógrafo, pero remite siempre a una información clásica. Toma esta palabra del latín porque no quiere decir, por lo menos inmediatamente, el “estudio”, sino la aplicación a una cosa, una suerte de dedicación general, ciertamente afanosa, pero sin agudeza especial. (Barthes, 1980: 63-64). El ***Punctum***, por su parte, es el elemento que viene a dividir o expandir el *studium*. “Esta vez no soy yo quien va a buscarlo..., es el quien sale de la escena como un flechazo y viene a punzarme.”(Barthes, 1980: 64) Esta palabra del latín designa la herida, el pinchazo, la marca hecha por un elemento puntiagudo y es también pinchazo, agujerito, pequeña mancha, pequeño corte y también casualidad. “El *punctum* de una foto es ese azar que en ella me despunta (pero también me lastima, me punza)” (Barthes, 1980:65)

“Reconocer el *studium* supone dar fatalmente con las intenciones del fotógrafo, entrar en armonía con ellas, aprobarlas, desaprobarlas, pero siempre comprenderlas, discutir las en mí mismo, pues la cultura (de la que depende el *studium*) es un contrato firmado entre creadores y consumidores. El *studium* es una especie de educación (saber y cortesía) que me permite encontrar al *Operator*, vivir las miras que

fundamentan y animan sus prácticas, pero vivirlas en cierto modo al revés, según mi querer de *Spectator*.” (Barthes, 1980:67) Esta idea alude a lo que años después Verón desarrolla en su noción de contrato de lectura, que se explicó anteriormente. En este nivel se inscriben las funciones de la fotografía: informar, representar, sorprender, hacer significar, dar ganas. “En cuanto a mi, *Spectator*, las reconozco con más o menos placer: dedico a ello mi *studium* (que nunca es mi goce o mi dolor). (Barthes, 1980:67)

El *studium* de las fotografías de Noticias, nos permite identificar los objetos (artefactos según la terminología de la comunicación no verbal) con los cuales aparecen ataviadas estas mujeres: tapado de piel, minifalda, remera escotada, maquillaje, peinados, *bijouterie*, etc., que funcionan en el procedimiento de connotación por transferencia de sentido, redundando para fortalecer el concepto de belleza, cuidado del cuerpo, sofisticación, moda, sensualidad. El *studium* pone a estas mujeres claramente en el contexto de la feminidad tradicional. El *punctum* es más difícil de definir, porque como lo indica Barthes pasa por la experiencia subjetiva y no todas las fotos tienen un *punctum*. Sin embargo, en el caso de la bombacha de Nina Peloso, funciona como *punctum*, salta como un puntazo, ya que apela al límite de la trasgresión. Que se le vea la bombacha, no es lo mismo que mostrar la bombacha. Hay algo del pudor mancillado, algo del orden de lo humillante que lo aleja de la connotación erótica, que puede tener una mujer en ropa interior, tan frecuentes en las revistas de actualidad.

### El mensaje lingüístico

Tal como lo explica Barthes (1970) a nivel de comunicaciones de masas, el mensaje lingüístico está presente en todas las imágenes: como título, como epígrafe, como artículo de prensa, etc. y cumple dos funciones bien definidas en relación a la imagen: la de relevo y la de anclaje.

Toda imagen es polisémica; implica, subyacente a su significante, una cadena flotante de significados, entre los cuales el lector puede elegir algunos e ignorar otros. La polisemia da lugar a una interrogación sobre el sentido que es siempre disfuncional para el mensaje periodístico, por lo tanto en todas las sociedades se desarrollan técnicas diversas destinadas a fijar la cadena flotante de significados, de modo de combatir la angustia que generan los signos inciertos. Cuando el mensaje lingüístico guía no sólo la identificación, sino la interpretación, constituye una suerte de tenaza – dice Barthes (1970) – que impide que los sentidos connotados proliferen hacia regiones demasiado personales o bien hacia valores disfuncionales. Esta es la función “de anclaje” del mensaje lingüístico en relación a la imagen y se cumple siempre en la comunicación de masas. La función de relevo, que implica la complementariedad de sentido, es decir no se entiende el texto sin la imagen, ni la imagen sin el texto (por ejemplo la historieta, el cine, etc.), no es una función habitual en la prensa escrita.

A partir de esta clasificación funcional del texto en relación a la imagen como anclaje de la polisemia fotográfica se analizarán los titulares y bajadas, que acompañan a las fotografías en la tapa de la revista.

En el primer caso, la tapa de María Julia Alsogaray ataviada con un tapado de piel que sugiere que es lo único que tiene puesto, lleva el título “REINA PERO NO GOBIERNA” y una volante que dice “María Julia y su romance con el presidente” Buen anclaje, por si quedaban dudas acerca de que una mujer política, que posa semidesnuda en la tapa de una revista, no tiene otra función que la decorativa, el texto aclara “Reina, pero no gobierna” y además se permite llamarla por su nombre de pila, lo que refuerza la simetría entre el enunciador y la funcionaria y sugerir un romance con el Presidente de la Nación, con lo cual la ubica en el lugar de la “querida”, “favorita”, “cortesana”, lugar histórico del poder femenino que llega a tener incidencia en lo público, por su influencia sexual sobre el poderoso.

En cuanto a la fotografía de Nina Peloso el titular anuncia “El destape de la EVITA piquetera”, una volante que dice “Nina Castells. Verdadera líder de los duros” y un copete o copy que adelanta el contenido del reportaje y expresa textualmente: “El costado desconocido de la mujer que aterroriza a los McDonald’s y a las privatizadas, y es capaz de sitiarse ciudades en horas. Quiere tomar el gobierno y convertirse en Primera Dama. Denuncias, dinero, clientelismo. Cómo pasó de campesina a ser la ideóloga del marido y del movimiento que conmociona a los argentinos”. El titular condensa fuertes significaciones sociales del acervo histórico de los argentinos: Evita (en mayúsculas) la mujer política por excelencia, mito en el que confluyen “la puta y la santa”, inmortalizada a nivel nacional e internacional por su nombre de pila y en diminutivo; el destape que alude a la liberación sexual, pero sobre todo a la expansión de la pornografía



en la España post-franquista y en la Argentina de los ochenta, cuando se habla de destape, se significa mostrar lo que estaba oculto y reprimido. La denominación “piquetera” que para los medios de comunicación en nuestro país asume, de modo oscilante, los estereotipos de “héroe” o de “villano” (Isoardi, 2003: 243). En función del desarrollo del copete, se puede afirmar que Noticias la ubica en el lugar del “villano”, en este caso “villana”. Todo en una sola frase.

Ahora bien, la descripción textual de Nina Peloso (que la nota llama Castells, apellido de su compañero) se contradice con la imagen. Esta mujer descrita por el enunciador como la “peligrosa” ideóloga del movimiento que “conmociona a los argentinos” aparece sentadita de lo más sumisa, luciendo una minifalda, que deja ver sus bombachas. Evidentemente, no es la imagen de una contestataria. O en todo caso es la contestataria burlada.

El en caso de la tapa protagonizada por Elisa Carrió, el titular anuncia “Carrió ÍNTIMA”, la volanta dice: “El lado desconocido de la opositora Nº 1” y el copete que adelanta las declaraciones de la dirigente expresa: “Por primera vez acepta hablar de su vida privada, sus amores y sus miedos. La verdadera relación con su familia. Se define hermosa, malcriada e inútil. El test de inteligencia que le dio mal. El día que lloró con Susana Giménez. Porque quiere morir en Punta del Este”. Y destacado (Además, denuncia: “Sigue la cleptomanía en el Gobierno”).

En cuanto al titular “Carrió INTIMA” es un cliché de las publicaciones de espectáculo para titular notas en las que el personaje entrevistado acepta hablar de sus cuestiones más personales o privadas, el titular ya nos dice que estamos frente a una nota farandulera, en este caso, realizada a una dirigente política. El anuncio “El lado desconocido de la opositora Nº 1” es otro lugar común de venta de notas que prometen revelar aspectos personales, otro clásico de las revistas del “corazón”. En cuanto al copete, resume una serie de significaciones que contrastan con la imagen proyectada por Carrió en el espacio político. Una dirigente cuyo discurso se centró en la autonomía, la inteligencia, la reflexión y la denuncia de actos de corrupción, aparece narrada como una mujer que se define como “hermosa, malcriada e inútil”, a la que un test de inteligencia le dio mal, que llora con una diva de la televisión argentina y que quiere morir en Punta del Este, lugar que representa el espacio de ocio más requerido por la clase dominante, donde se combinan el poder, con el glamour y la frivolidad. La función de anclaje está aquí para reforzar la significación de una imagen donde se ve una mujer, sonriente, bronceada, bien maquillada, despreocupada y frívola.

## **El patriarcado como sujeto y dueño del lenguaje**

El artículo de Cristina Molina “*Género y poder desde sus metáforas. Apuntes para una topografía del patriarcado*” (Molina, 2003) resulta de suma utilidad a la hora de interpretar la construcción de estereotipos. Este análisis del patriarcado como “Topo-poder” y “Todo-poder”, como contrapunto de la noción de género como máscara o “performance”, permitirá profundizar en la lectura del material analizado (que no es otra cosa que discurso) y lo más importante, complementar la descripción con la interpretación

Molina afirma que aquellas versiones débiles del género que lo definen como representación personal o subjetiva y que en la versión sociológica lo describen como definición de rol o apropiación de normas de los femenino, ocultan la organización social de poder que ello implica, “...a saber – y para seguir con la metáfora del teatro, el carnaval o el circo – el poder de escribir los guiones y asignar los papeles”. (Molina, 2003: 123)

A la autora le interesa la distinción analítica entre género y patriarcado a los efectos de demostrar “*la fundamental dimensión de poder*” (Molina, 2003:124) que tiene el género como construcción interesada, venciendo la tentación constructivista postmoderna de reducir el género a su producción discursiva como un libreto y a su consiguiente representación de roles genéricos.

En este sentido el patriarcado se define, en su dimensión generizante o productora de espacios de género, “*como el poder de asignar espacios no sólo en su aspecto práctico colocando a las mujeres en lugares de sumisión, sino en su aspecto simbólico, es decir nombrando y valorando esos espacios de las mujeres como “lo femenino”*”. (Molina, 2003:124). Más allá de su dimensión genérica, el patriarcado consiste en este poder de nombrar, de establecer la diferencia entre él y lo que no es él, de establecerse como diferencia y como referencia, como sujeto y dueño del lenguaje.

Esta perspectiva puede ayudar a comprender lo que se define como “estrategia discursiva” de las dirigentes políticas fotografiadas, ellas se colocan en el espacio simbólico tradicional definido como “lo femenino” y la máscara asumida es la de la feminidad como encanto, seducción y sensualidad.

El patriarcado sería una suerte de “topo-poder” del varón sobre la mujer donde él se sitúa en el centro (androcentrismo) de cualquier lugar, de cualquier deseo y de cualquier referencia de lo humano. El topo-poder se confunde con el todo-poder (que sería su primer análogo). Por ejemplo, el Dios bíblico, separa la luz de las tinieblas, el ser del no ser, lo positivo de lo negativo. Valorando pone las cosas en su sitio, quedándose él con las más valoradas y definiendo el espacio de “lo masculino”. Así, el género sería la operación y el resultado de ejercer ese poder de asignar los espacios de lo femenino y mientras se constituye lo masculino desde el centro, como lo que no tiene más límite que lo negativo, lo abyecto o lo poco valorado.

El género se transforma así en una construcción del patriarcado que produce “lo femenino” (desde el poder de nombrar y asignar los espacios) y que, por otra parte, en la medida en que así es descubierto, permite – o ha permitido – a las mujeres reales reconocer el carácter fundamentalmente artificial e ideológico de la construcción genérica.

El género, según esta autora ha de tomarse como una expresión, no la única, del poder del patriarcado y como una categoría analítica – en el mismo sentido que la clase – que permite descubrir esas relaciones de poder, ese subtexto genérico en los espacios adscriptos a lo femenino, donde se pone de manifiesto la exclusión de las mujeres.

En su dimensión histórica, el patriarcado va cambiando y aunque siempre atento a sus intereses, va adaptándose a las condiciones del momento. Así, puede cambiar igualmente los lugares y los nombres de lo “femenino” aunque (y para que) se sigan manteniendo las jerarquías.

Molina prefiere referirse al patriarcado como explicación de las relaciones de poder que están detrás del género para posibilitarlo y formarlo. Es el patriarcado omnipresente el que asigna espacios en cuanto tiene el poder de asignarlos.

Que Alsogaray, Peloso y Carrió aparezcan representadas de la misma manera – en términos generales- da cuenta del poder del patriarcado de nombrar, de asignar espacios y de valorarlos. Independientemente del poder institucional de cada una, de las diferencias ideológicas y del lugar político que ocupan, las tres fueron retratadas como mujeres y las tres eligen “la pose” más tradicional femenina (cuerpo/objeto/modelo).

Cristina Molina critica el pensamiento de Butler, que considera al género como una mera producción discursiva. Según la autora, para Butler no hay guión escrito previo a los géneros, no hay más poder que el del discurso, el del texto. Dice Molina que las metáforas estéticas y lúdicas son las que mejor se ajustan a la descripción y a las estrategias discursivas del género en esta vertiente discursiva. “La metáfora de la máscara invita a cambiar de identidad de modo sencillo. Pero no es tan simple el asunto. Pero disfrazarse, ponerse o sacarse las máscaras no es un signo de liberación. Quienes tienen puestas las máscaras de la restricción tienen que contar con el poder para arrancárselas. Butler puede animarnos para sacarnos el disfraz, pero para ello hay que estar “de vuelta” de la revolución” (Molina, 2003:135)

Pareciera que en el universo simbólico de los medios de comunicación en la Argentina, no hay diversidad de máscaras entre las cuales elegir. Prueba de ello es que tres mujeres de características tan distintas, eligen la misma máscara a la hora de pensarse como imagen. Esto puede relacionarse con la falta de referentes femeninos en lugares de liderazgo, pero también expresa claramente quién tiene el poder de nombrar.

Estas mujeres representan visiones del mundo diferentes. Alsogaray, aun cuando representa al pensamiento liberal que acepta la paridad de géneros, a partir de su actuación se puede interpretar que adhiere a una distribución de roles genéricos tradicional, donde ella expresa la excepción. Sin embargo en esta imagen, elige ser como todas “sólo una mujer”. Por su parte, Nina Peloso representa en por su accionar, la mujer combativa, que parece comprender claramente las diferencias de clases y lucha de clases. Aún cuando en su discurso y accionar no de cuenta de tener un particular interés por las reivindi-

caciones de género, su trayectoria (como dirigente piquetera) expresa una visión crítica en relación a lo establecido. Aún así a la hora de pensarse en imagen necesita reafirmar “solo soy una mujer” o quizás: “no he dejado de ser una mujer”. En cuanto a Lilita Carrió, que en su carrera política ha expresado clara conciencia de la problemática de género, de las tres dirigentes es la que más ha fijado posiciones tendientes a desnaturalizar la construcción genérica, sin embargo para Noticias, aún cuando es la que menos ha “farandulizado” su aspecto, elije presentarse como “solo una mujer” (como se autodefine en el cuerpo de la nota *hermosa, malcriada e inútil*). Parece que ninguna de las tres tiene el poder de elegir otra máscara. Es importante recordar que durante mucho tiempo, Elisa Carrió fue severamente juzgada por los medios de comunicación por su aspecto desaliñado y su figura excedida de peso. La foto que aquí se analiza, fue tomada después de un intenso trabajo de imagen llevado a cabo por la dirigente del ARI. Por su parte María Julia Alsogaray, era considerada una mujer fea, fría y muy masculina (ingeniera) y Nina Peloso, en su condición de piquetera, no representaba justamente el glamour. Este es un antecedente a considerar, porque las tres, cada una con su trayectoria, se habían corrido del lugar tradicional y habían sido juzgadas en términos negativos. Estas tres fotos, las colocan en “su lugar”. Lo que indica que no es tan sencillo sacarse el disfraz tal como lo plantea Judith Butler.

La concepción performativa del género en Butler remite a una metáfora lingüística en el sentido de Austin (Molina, 2003). Las performances, según Austin son expresiones ejecutivas, frente a las que simplemente cuentan algo. Se hace algo al usarlas. Son expresiones que intentan promover algo.

“Es cierto que desde cualquier paradigma de pensamiento hoy se acepta – dice Molina (Molina, 2003: 137)- que todos estamos insertos en una narrativa previa, en discursos que nos preceden” y agrega que Benhabib define la identidad con relación a una red de interlocución. “Yo soy con relación a ciertos interlocutores, con ciertos partenaires en mi conversación. La respuesta a la pregunta de “quién soy yo” simplemente implica la referencia adónde estoy, desde donde o a quien hablo o puedo hablar”. Tener una identidad – sigue Molina– es insertarse a sí misma en una red de interlocución, saber cómo contestar cuando se dirigen a una y aprender a dirigirse a otros. Nuestra capacidad de agencia –concluye- consiste en tejer esa narrativa. Desde este planteamiento, Benhabib (Benhabib, S: 1999), reconociendo el texto previo que nos encontramos escrito, da cabida a la elección, al modo de insertarse en esa narrativa.

Estas mismas consideraciones deben ser pensadas en relación a las tres mujeres de este análisis, que al posar para la tapa de una revista de distribución masiva, se sienten interpeladas desde la opinión pública y se definen en relación a una red de interlocución que no permite muchos matices en cuanto a representaciones genéricas, más allá que en el accionar individual y en escenarios no tan masivos, se permitan ciertas trasgresiones. Justamente por su condición de políticas, no pueden permitirse una representación que ponga en cuestión la red de interlocución, porque corren el riesgo de no ser comprendidas, romper el contrato, el pacto simbólico con aquellos a los que deben representar y de los que dependen.

La consideración del género desde su construcción discursiva no debe hacernos perder de vista que el discurso se impone por el poder y que el mismo discurso es posible porque se puede hablar y hacer callar a otros.

La pregunta clave sería si en la realidad una puede cambiarse de máscara, de forma voluntaria e individual; o si hace falta el mismo poder de quien coloca la máscara para arrancarla y cambiarla por otra. Molina afirma que sin desvalorizar el discurso, ni los efectos y estructuras del lenguaje, le interesa poner el acento en las relaciones de poder. Por eso para ella el patriarcado es el poder que organiza los sistemas de género, los sistemas de sexo y la variedad de prácticas del deseo. La metáfora teológica y espacial le parece pertinente en tanto definiría al patriarcado como el poder de nombrar y como el poder de asignar espacios. (Molina, 2003: 140)

Patriarcado es entonces el poder de negar la palabra a las mujeres y asignarle límites. Es el poder de naturalizar los sitios de género y de mantener estos límites de lo femenino a fuerza de ideología, de discursos y de negar y desautorizar la palabra de ellas con la fuerza de un pacto de fraternidad entre ellos.

El todo poder se caracteriza así, de un lado, por la capacidad de que la voluntad de nombrar se haga realidad, de que el discurso sea creación, de que el verbo se haga carne, de que el deseo se traduzca en posesiones y en recursos, y por otro, por la capacidad de asignar espacios a todo lo existente. Es la propia dinámica del todo-poder la que necesita de la concurrencia de la voluntad (o el deseo) del mandado, para seguir manteniéndose.

El patriarcado no actúa en una dirección única: se necesita el reconocimiento y la complicidad, en cierto modo, de las mujeres. Hay que considerar el poder que tengan o puedan tener las mujeres, para salir de la esencialización victoriana de lo femenino como lo dulce, lo virtuoso y lo impotente. (Molina, 2003: 143)

Esta forma de comprender el patriarcado con su poder de nombrar y asignar lugares permite explicar la representación estereotipada de dirigentes políticas en revistas de actualidad. Aquí encontramos la respuesta que permite comprender la unicidad de la estrategia discursiva, las tres quedan reducidas a lo femenino en este caso a “lo bello, lo sensual, lo atractivo”.

No sólo en Argentina, la cada día más fuerte presencia femenina en el ámbito de lo público, lleva a las primeras tapas de revistas de actualidad a las protagonistas, que de un modo u otro, quedan involucradas en estrategias tradicionalmente femeninas. Vestimenta de alta costura, *lifting*, *glamour*, etc. Ocurrió en España con las ministras del gobierno de Zapatero<sup>1</sup>, ocurrió en México con candidatas a la legislatura<sup>2</sup>. Es frecuente, en el ámbito de la comunicación de masas, ver a mujeres que llegan a las tapas de las revistas por su actuación política convertidas, en versiones mejor o peor logradas, en vedettes, en modelos, en estrellas o actrices. Se ajustan al lenguaje mediático y allí quedan atrapadas en el “guión” tradicional del patriarcado. En este plano, el simbólico, el de las representaciones sociales, es donde resulta más difícil dar la batalla por la igualdad, porque como dice Susan Sontag (2007:136) “en la manera de mirar moderna, la realidad es sobre todo apariencia, la cual es siempre cambiante. Una fotografía registra lo aparente. (...) Puesto que somos modernos (y si tenemos la costumbre de ver fotografías somos, por definición, modernos) sabemos que todas las identidades son construcciones. La única realidad irrefutable – y nuestro mejor indicio de identidad – es cómo aparece la gente”

A modo de conclusión se retoman algunas de las ideas que expresa Molina (2003:144) como estrategia para modificar esa distribución de poder que les otorga a los varones la capacidad de nombrar y asignar los espacios simbólicos. “Es importante que los hombres se sientan discursados, que se sientan objetos de discurso, que se sientan mirados, nombrados y criticados: si la mirada del otro nos ha constituido en objetos, tenemos que mirarlos ahora, para ocupar la posición de sujetos”. El fin buscado no sería la supresión de los géneros, sino la destrucción de los binarismos, la desestabilización de las categorías genéricas, la igualdad de valor para cada género, para cada sexo, para cada máscara, para cada juego. No se quiere romper el juego, sino que haya muchos juegos valorados de la misma manera.

Pero estas estrategias serán una parodia vacía si se obvia el tema del poder: No se puede salir sin más del sistema del poder, pero quedan huecos de resistencia y resignificación, que es la forma política de “renombrar” o resignificar. La capacidad simbólica no es independiente de las relaciones de poder: no simboliza quien quiere sino quien puede, pero “Butler – dice Molina (Molina, 2003: 148) -habla de las que ya pueden jugar en paz. De modo que sus propuestas no pueden ser tomadas en cuenta, ni resultar emancipadoras para la mayoría de las mujeres, sino para ciertos grupos de elite” y agrega que mientras para Celia Amorós, el marco normativo sería la justicia por medio de la igualdad, el de Butler – si pudiera hablarse de una normativa - sería la libertad a través de las deconstrucciones de género. Por eso, concluye la autora, Butler promueve la transgresión, mientras Amorós es partidaria de la vindicación. La una habla en clave ética, la otra en clave estética.

Para terminar, se puede pensar con Susan Sontag (Sontag, 2007: 135) “mirar la realidad a la luz de determinadas ideas unificadoras tiene la ventaja innegable de darle contorno y forma a nuestras vivencias. Pero también – así nos instruye la manera de mirar moderna – niega la diversidad y la complejidad infinita de lo real. Por lo tanto reprime nuestra energía, nuestro derecho a la realidad, de refundar lo que deseamos refundar: a nuestra sociedad o a nosotros mismos. Lo que libera, se nos dice, es notar cada vez más cosas.”

1. Clarín: “Polémica en España: las ocho ministras de Zapatero, acusadas de frívolas por una foto. Posaron para la revista “Vogue”. Las feministas las critican y el PP aprovecha el revuelo. 20/08/04.

2. Clarín: “México: candidatas para las próximas elecciones posan con “poca ropa” para una revista masculina. 27/04/2006.

## Bibliografía

- Adorno, Theodore**, "Televisión y cultura de masas". Eudecor. Córdoba. 1966
- Barthes, Roland y otros**, "Retórica de la Imagen" en Comunicaciones. Tiempo Contemporáneo. Buenos Aires. 1970
- Barthes, Roland**, "La Cámara Lúcida". Paidós Comunicación. Barcelona. 1980
- Benhabib, S**, Sexual Difference and Collective Identities: The New Global Constellation, Signs, vol.24, 2, 1999
- Burin, Mabel**, *Género y Psicoanálisis: Subjetividades femeninas vulnerables*. En Foros temáticos, Género, estudios feministas y Psicoanálisis. <http://www.psicomundo.com/foros/genero/subjetividad.htm>
- Butler, Judith**, *Problemas de los géneros, teoría feminista y discurso psicoanalítico*. En Feminismo/ Postmodernismo, Feminaria Editora, Buenos Aires, 1992
- Castoriadis, Cornelius**, "El estado del sujeto hoy" en Psicoanálisis, proyecto y elucidación, Nueva visión, Bs. As., 1998.
- Cháneton, July**, "Las relaciones peligrosas: prensa y política de género" en *Travesías*, Año 2, N° 2. Buenos Aires. Octubre de 1994.
- Flax, Jane**, *Postmodernismo y relaciones de género en la teoría feminista*. En revista Feminaria, Año III, N° 5, Buenos Aires, 1990.
- Fernández, Ana María** *Orden Simbólico ¿Orden Político?* En Foros temáticos, Género, estudios feministas y Psicoanálisis. <http://www.psicomundo.com/foros/genero/subjetividad.htm>
- Fernández, Ana María**, *La mujer de la Ilusión*, Editorial Paidós, Buenos Aires, 1999.
- Gomariz, E.**: *Los estudios de género y sus fuentes epistemológicas: Periodización y perspectivas*. En Fin de Siglo, Género y Cambio civilizatorio, Ediciones de la Mujer, Isis Internacional, Santiago de Chile, 1992.
- Isoardi, María E.** *¿Silenciosas o silenciadas? La invisibilidad de la mujer en el espacio público, en La Democracia y sus laberintos*. Comp. Marta Fernández. Tierra Firme. Buenos Aires. 2003
- Meler, I.**: *Construcción de Género. Debates teóricos: sus correlatos clínicos y políticos*. Trabajo presentado en la V Jornada de Actualización del Foro de Psicoanálisis y Género (APBA)
- Molina, C.**: *Género y poder desde sus metáforas*. Apuntes para una topografía del patriarcado. En Tubert, S (comp.). *Del sexo al género. Los equívocos de un concepto*. Ediciones Cátedra. Madrid, 2003
- OSullivan, T. ; Hartley, J. ; Saunders, D.; Montgomery, M. ; Fiske, J.** *Conceptos claves en comunicación y estudios culturales*. Amorrortu Editores. Buenos Aires. 1995.
- Sau, Victoria**, *Ser mujer: el fin de una imagen tradicional*. Icaria. Barcelona. 1986.
- Sontag, Susan**. *La fotografía*. En *Al mismo tiempo. Ensayos y conferencias*. Literatura Mondadori, Buenos Aires, 2007.
- Verón, Eliseo**, *Espacios Públicos en Imágenes. París 1992*. Gedisa. Barcelona 1997. [http://www.geocities.com/biblio\\_sociologia/Eliseo\\_Veron\\_Espacios\\_Publicos\\_en\\_Imagenes.doc](http://www.geocities.com/biblio_sociologia/Eliseo_Veron_Espacios_Publicos_en_Imagenes.doc).
- Verón, Eliseo**, "El análisis del contrato de Lectura" un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media, en "Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications", IREP, París, 1985. [http://www.geocities.com/horror\\_misfits/Veron\\_Eliseo\\_Analisis\\_del\\_contrato\\_de\\_lectura.rtf](http://www.geocities.com/horror_misfits/Veron_Eliseo_Analisis_del_contrato_de_lectura.rtf).





