



VACILACIONES DEL GÉNERO

Construcción de identidades en
revistas femeninas

María Magdalena Uzín



Editorial CEA ▶ Colección Tesis



UNC

Universidad
Nacional
de Córdoba

CEA

Centro de
Estudios
Avanzados

VACILACIONES DEL GÉNERO

Construcción de identidades en
revistas femeninas



UNC

Universidad
Nacional
de Córdoba

CEA

Centro de
Estudios
Avanzados

Colección Tesis

VACILACIONES DEL GÉNERO
Construcción de identidades en
revistas femeninas

María Magdalena Uzín

Editorial del Centro de Estudios Avanzados
Centro de Estudios Avanzados, Universidad Nacional de Córdoba,
Av. Vélez Sarsfield 153, 5000, Córdoba, Argentina.

Directora: Alicia Servetto

Responsables Editoriales: Eva Da Porta · María E. Rustán

Secretaria Técnica: Evelin Pineda

Comité Académico de la Editorial

María Cristina Mata

Pampa Arán

Marcelo Casarín

Javier Moyano

Facundo Ortega

María Teresa Piñero

Coordinador de edición: Matías Keismajer

Corrección de los textos: Mariú Biain

Diagramación de colección: Lorena Díaz

Diagramación de este libro: Fernando Félix Ferreyra

Responsable de contenido web: Víctor Guzmán

© Centro de Estudios Avanzados, 2013

Uzín, María Magdalena

Vacilaciones del género : construcción de identidades
en revistas femeninas . - 1a ed. - Córdoba : Centro de
Estudios Avanzados, 2013. E-Book.

ISBN 978-987-1751-12-9

1. Estudios de Genero. I. Título

CDD 305.4

*para lxs que estaban
para lxs que están
para Julia*

Índice

Prólogo a la edición impresa	13
Prólogo	15
Introducción	19
A. Formulaciones teóricas	
1. Una perspectiva sociosemiótica: Bajtín y Angenot	27
1.1. Teoría del discurso	27
1.2. En torno a la <i>doxa</i> , el <i>sentido común</i> y la <i>evaluación social</i> : entre Angenot, Gramsci y Bajtín	34
1.3. Algunos instrumentos metodológicos	38
2. La problemática del género. Perspectivas y categorías	47
2.1. Del feminismo a los estudios de género. Construyendo un campo disciplinario	47
2.2. El género como categoría	54
2.3. Beauvoir, Butler y Newman: género y lenguaje	59
2.4. Feminismo como práctica política: objetivos	63
2.5. Acerca del concepto de identidad	66
3. Las revistas femeninas como discurso del género	73
3.1. Revistas femeninas y modelo del sistema de géneros	73
3.2. Algunos trabajos sobre revistas femeninas	75
3.3. El lugar de los medios en la división del trabajo discursivo de los 90	84

B. Recorrido diacrónico: La revista *Máxima*

1. Una revista de fin de siglo	89
1.1. Los enunciados del corpus: una clasificación	90
2. Tópicos recurrentes	93
2.1. Relevamiento exploratorio	93
2.2. Distribución y jerarquización de los tópicos (año1)	97
2.3. Evaluaciones sociales subyacentes: lo doméstico, lo corporal, lo afectivo, lo público	98
2.4. Evolución de la jerarquización de tópicos en el resto del corpus	100
3. Circulación de ideologemas	103
3.1. Hombres y mujeres han cambiado. La transformación y sus conflictos	104
3.2. Por qué somos como somos: de la esencia a la cultura	113
3.3. La maternidad como fetiche	117
3.4. La pareja heterosexual: valor o meta final	119
3.5. Atributos viejos y nuevos	121
4. Una reformulación inacabada de las identidades	123
5. Las modalizaciones en torno al género	129
5.1. Hogar y trabajo	129
5.2. La identidad masculina	135
5.3. Maternidad y paternidad	140
6. Hacia una conceptualización del género como situación estratégica de poder	149

C. Corte sincrónico: Análisis comparativo de las revistas femeninas

1. Panorama de las revistas para mujeres	157
1.1. El dispositivo de enunciación	158

2. La mujer en el espacio público	163
2.1. Público y privado	163
2.2. Tópicos recurrentes	175
2.3. Circulación de ideologemas	178
2.4. Marcas evaluativas	183
2.5. Un mapa de las diferencias	186
3. La masculinidad en los 90	193
3.1. La construcción de la masculinidad	193
3.2. Tópicos recurrentes	199
3.3. Circulación de ideologemas	204
3.4. Marcas evaluativas	212
3.5. Los contradictorios varones de los 90	214
4. La construcción del espacio doméstico	223
4.1. De lo privado a lo doméstico	223
4.2. Tópicos recurrentes	228
4.3. Circulación de ideologemas	231
4.4. Marcas evaluativas	234
4.5. El hogar: del trabajo invisible a la plusvalía estética	239
5. Las vacilaciones del género	243
Epílogo	249
Apéndice. Índice de artículos de revistas citados	253
Bibliografía	257

Prólogo a la edición impresa

Este libro refleja un trabajo de investigación que se desarrolló en los últimos años de la década de los 90 y del siglo XX. Esa investigación, dirigida por María Teresa Dalmaso, contó con el apoyo de la beca de investigación del entonces CONICOR (Consejo de Investigaciones y Ciencia de la Provincia de Córdoba), y se enmarcó en el proyecto grupal del Centro de Estudios Avanzados *Discurso social. Lo visible y lo enunciable*, entre los años 1996 y 2000, evaluado por Secyt. Una versión parcial y abreviada de algunos capítulos, con el título «La construcción del género en las revistas femeninas», se publicó en el libro *Discurso Social. 2. Sujeto: normal/transgresión*, compilado por María Teresa Dalmaso y Adriana Boria (1999).

El tiempo transcurrido entre el desarrollo de este trabajo y su publicación genera por cierto una distancia en todos los aspectos: con el corpus trabajado, con el marco bibliográfico, con algunas de las conclusiones. Al volver a éste después de varios años, sin embargo, encuentro que su aporte sigue siendo válido, ya que el objeto abordado, el universo de las revistas femeninas, es aún muy poco analizado en la investigación académica. El discurso de los medios masivos, el de los «saberes dóxicos», de las publicidades, los programas cotidianos de TV, que no se engloban en los discursos prestigiosos como el discurso político, o el literario, o el discurso de la ley, es todavía poco abordado, aunque su estudio va ganando un espacio valioso (al menos en nuestro medio).

En cuanto al corpus analizado, la crisis del 2001 tuvo un efecto profundo, y el universo de publicaciones femeninas se transformó cuantitativa y cualitativamente. Si comparamos las revistas de los 90 con las actuales, encontraremos sin dudas cambios en los tópicos recurrentes,

pero las modalidades enunciativas siguen siendo similares, y los presupuestos fundamentales siguen casi inalterados.

En relación al desarrollo teórico, la mayor distancia se genera con la concepción de los estudios de género presentada, que apenas reconocía la emergencia de la teoría *queer*, y mantenía en muchos pasajes un heterosexismo acrítico que seguía sosteniendo un binarismo excluyente *hombre/mujer*. Sin dudas contribuía a ello el hecho de que en las revistas analizadas, el sistema de géneros se entiende como binario y heterosexual, sin que la homosexualidad y otras identidades sexogénicas encuentren una expresión relevante en sus páginas. He intentado subsanar esta dificultad, especialmente en el desarrollo teórico, pero sin sumar a esta versión elementos teóricos que no estaban presentes en el momento de su primera formulación, y sin entorpecer más de lo necesario el desarrollo y la exposición del análisis del corpus.

Por último, quiero reiterar el agradecimiento a la directora de la tesis, Marité Dalmasso, y a lxs integrantes del equipo de investigación sobre el *Discurso Social*, que acompañaron todo el camino recorrido en este trabajo. Y agrego el agradecimiento a lxs tesistas de grado que dirigí desde entonces, que llevaron más allá lo que aquí se planteaba, y a Adriana Boria y lxs integrantes del *Programa de Género* del CEA, que siguen impulsando el debate, la reflexión y la discusión, construyendo en conjunto un saber siempre dinámico y abierto.

Prólogo

En los comienzos de mi carrera académica tuve la oportunidad de formar parte de un grupo de investigación que se proponía analizar el discurso social argentino contemporáneo, lo que implicaba seleccionar un tipo de discurso, un corpus y un problema particular. Desde mis inicios en la tarea de investigación, en mis últimos años como estudiante de grado, me había inclinado por los géneros «menores» de la literatura, como el policial, y por los productos culturales de circulación masiva, como las telenovelas. Mi tesina de licenciatura no se alejaba de este interés, ya que me ocupé en ella de un autor que se caracteriza por la recuperación y reelaboración de estos géneros menores y masivos: Manuel Puig. Por otro lado, la lectura de Puig (en *Pubis angelical* y *El beso de la mujer araña*, en especial) conjugaba también otro tipo de reflexiones en las que me interesaba de manera creciente el campo de los estudios de género. La construcción textual de las identidades femeninas y masculinas en las revistas «para mujeres» fue el tema que surgió de la conjugación de esos intereses con el deseo de explorar el terreno de los discursos no literarios, no ficcionales, mediáticos. Ese proyecto inicial fue revelando su vastedad y su riqueza en los primeros intentos de abordarlo, y se convirtió finalmente en la Tesis de Maestría en Sociosemiótica.

Por lo general, «¿por qué analizar las revistas femeninas?» es la pregunta obligada al explicar de qué se trata este trabajo; el presupuesto que subyace es «¿para qué?, si son todas iguales, sólo reproducen estereotipos femeninos, refuerzan los valores tradicionales», etc., etc. –según la perspectiva de quien opine–. Las revistas para mujeres tienen una cualidad de transparencia: la mirada se desliza sobre ellas retenida por el atractivo de las imágenes publicitarias o las atraviesa direc-

tamente y sin escalas hasta los valores sociales que se supone que refuerzan, pero en muy contados casos se presta atención a lo que hay en ellas más allá de la publicidad y la reproducción de estereotipos.

Algo debe haber, porque no son meros catálogos de avisos comerciales. No pretendo asumir una postura apologética y negar que estas revistas, como todos los medios masivos, reproducen imágenes estereotipadas y parciales de la mujer (y del hombre: lo uno no es independiente de lo otro), demasiado ligadas a los roles tradicionales establecidos por la modernidad. Esto ha sido y sigue siendo seriamente analizado y demostrado, como veremos al recorrer otros trabajos sobre el tema. Pero lo cierto es que las revistas femeninas son un producto periodístico prolífico, persistente y muy adaptable. Si su interés es exclusivamente comercial, tienen muy en claro que deben conquistar a su público, las mujeres, y que eso no se logra sólo con avisos llamativos y recetas de cocina (ambos infaltables, por otra parte). De hecho, estos dos últimos se encuentran igualmente en los suplementos dominicales de los diarios y en revistas de actualidad o información general no marcadas genéricamente. La «receta» de una revista femenina exige un tipo de comunicación especial con las lectoras; es un tipo de discurso periodístico que no pone el énfasis en la información ni promueve necesariamente el consumo; está impregnado de enunciados «reflexivos» o «indagatorios» que plantean situaciones problemáticas (en general referidos a la afectividad o las prácticas cotidianas que se suponen compartidas por las lectoras), sobre las cuales ofrecen diversas perspectivas y proponen cursos de acción: reúnen elementos informativos, persuasivos, argumentativos y expositivos. En ellos no se presenta *información*, en el sentido de ofrecer datos o conocimientos que el destinatario no posee para que se apropie de ellos mediante la lectura; en general, el punto de partida es lo que se podría llamar *comentario*, es decir, la presentación de una situación problemática que ya es conocida por la destinataria, porque forma parte de su experiencia vital y porque se presupone que comparte esa experiencia con otras lectoras y con el enunciador del artículo. Lo que el enunciador brinda es, por una parte, la posibilidad de compartir una vivencia más o menos conflictiva, mostrándose como semejante y cómplice de otras mujeres; y ocasionalmente, información destinada a solucionar el problema.

Este tipo de artículos es el que diferencia a las revistas definidas por su género («femeninas», «de/para mujeres») de las que, al no definirse genéricamente, se pretenden a la vez universales y masculinas. En esos artículos encuentran su lugar la afectividad, los problemas laborales, la sexualidad y la problematización de las identidades de género (por lo general bajo el nombre de «roles sexuales»). Allí se acude al saber de los especialistas (los que poseen un saber legitimado: psicólogas/os, médicas/os, sociólogas/os), pero sobre todo se despliega ese saber común, ese conjunto de valoraciones compartidas socialmente que aseguran nuestra comunicación y la aceptabilidad de nuestros discursos.

Lo que analizo aquí, entonces, no es el conjunto de las relaciones de poder que configuran el sistema de géneros de los 90 como prácticas sociales, políticas o privadas; no pretendo trazar un cuadro o un panorama de la «situación de la mujer en la Argentina de los 90». No es mi objetivo describir las maneras en que las revistas femeninas, como la mayor parte de los productos mediáticos, reproducen estereotipos femeninos limitados al mundo confinado en los ejes «Belleza, Amor, Hogar» (en especial a través de la publicidad directa o indirecta): esto ya ha sido dicho y demostrado.¹ Lo que quiero mostrar es la manera en que estas publicaciones construyen las identidades femeninas y masculinas como espacio inestable, en proceso de transformación; cómo se manifiestan en ellas las incertidumbres, las contradicciones y las resistencias que circulan en la doxa como resultado de los cambios generados por los movimientos feministas y de liberación femenina en las últimas décadas del siglo XX. Por eso mi análisis se centró en ese tipo de enunciados «reflexivos» o de «comentario», en los que esas transformaciones en los roles genéricos se presentan, se comentan, se discuten. Es allí donde aparecerán las contradicciones entre la búsqueda de nuevas posibilidades de construir la identidad mujer (u hombre) y las resistencias y conflictos que las concepciones tradicionales generan al enfrentarse al cambio.

Notas

¹ Si bien no abundan los análisis sobre revistas femeninas, destaco cuatro trabajos importantes (en un capítulo subsiguiente desarrollaré el comentario y la comparación

entre ellos): el de Juana Gallego acerca de la prensa femenina española (1990); el de Pamela Stoll Dougall sobre revistas británicas (1994); el de July Cháneton (1995) que aborda las revistas femeninas argentinas; y el de Mercedes Charles, sobre revistas mexicanas (1993).

Introducción

Un principio básico que funciona como *presupuesto* implícito en el desarrollo del trabajo, es el que sostiene que el *método*, el conjunto de instrumentos metodológico-conceptuales y las reglas de su «aplicación» o trabajo sobre el corpus no pueden ser previos a la aproximación al corpus y al objeto. Mi práctica parte de la convicción de que esos instrumentos conceptuales son un «puente» entre la *teoría* –en este caso, podría señalar como síntesis mínima la concepción del discurso como globalidad interactuante, acontecimiento social e histórico, que configura una distribución de prácticas, valores y atributos de acuerdo a la asignación de un género sexual– y el *corpus* –las revistas femininas–. De ese encuentro surge en primer lugar la delimitación del *objeto*: no es mi preocupación analizar las características de la revista femenina para definirla como género discursivo, sino analizar *cómo construyen esos discursos las identidades de género en los 90*. En segundo lugar, debo plantear qué elementos de la teoría puedo poner en relación con qué elementos del corpus, y qué instrumentos conceptuales me permitirán hacerlo. Pero esa elección no es previa a la práctica del análisis: se hace en cada una de sus etapas, como respuesta a las necesidades que se plantean desde la teoría y desde el corpus; a su vez, cada precisión en los instrumentos conceptuales exige volver sobre lo ya hecho, revisarlo, reformularlo y avanzar nuevamente en el trabajo. Para construir mis bases teóricas he acudido a propuestas de Marc Angenot, Mijaíl Bajtín, Michel Foucault: se trata de propuestas teóricas que no imponen pautas metodológicas rígidas. En la búsqueda de ser coherente con estas concepciones teóricas, la selección de instrumentos metodológicos (la noción de tópico, la de ideograma, la de modalización) me llevó a recurrir a esquemas disciplinarios tal vez disímiles, pero perti-

nentes a la hora de relevar en el corpus aquello que delimitara como objeto.

Presento aquí entonces un conjunto de búsquedas y respuestas abiertas a la reformulación, una aproximación a un objeto móvil, confuso y multifacético, que conjuga las problemáticas del discurso y del género (sexual) como dimensiones indisociables. Es ante todo el diseño de un camino que no es recto, sino que está abierto a volver sobre su recorrido, recuperando o descartando lo hecho. Por ello las indagaciones sobre la especificidad de lo discursivo se alternarán con indagaciones sobre la especificidad de la problemática del género (sexual) y ambas confluirán en la construcción del objeto: las identidades genéricas como construcciones discursivas, teniendo como objetivo contribuir al debate y reconocimiento en nuestro medio, desde mi perspectiva y especialización profesional, de una problemática que considero de profunda significación social; la configuración de las identidades de género como una situación estratégica de distribución de poder.

La primera formulación del problema tenía como premisa fundamental la hipótesis de que las concepciones sociales acerca del sistema de géneros se manifiestan en los textos como construcciones que condensan los valores, prácticas y atributos adjudicados a los sujetos de acuerdo a su género sexual. En el análisis de la manera en que las concepciones socialmente admitidas de lo femenino y lo masculino se configuran textualmente en enunciados complejos como las revistas femeninas, mi punto de partida fue la perspectiva teórica de Bajtín, desde su concepción dialógica del *enunciado* hasta la noción de *evaluación social*. Esta perspectiva es también uno de los fundamentos teóricos de las propuestas de Angenot, quien desarrolla el concepto de *hegemonía discursiva* y reformula la noción de *presuposición*, tomado de la escuela analítica inglesa. En este punto, la *identidad* se entiende como una construcción que sintetiza las asignaciones socialmente definidas de valores, prácticas y atributos a una parte de la sociedad, distinguida en este caso por su género sexual. Esta identidad, expresada en juicios y opiniones propios del sentido común (la *doxa* en términos de Angenot), no se reduce a un estereotipo, porque puede admitir elementos contradictorios, heterogéneos, que no se resumen en una imagen unívoca, sino que intentan englobar todas las posibilidades del individuo dentro de su posición socialmente definida.

Este trabajo se divide en tres partes. La primera, «Formulaciones teóricas», incluye la síntesis de los recorridos teóricos realizados como marco y fundamento para la investigación. El primer capítulo presenta en especial mi lectura de Bajtín y Angenot, en la cual he puesto énfasis en la concepción del lenguaje que surge de estos autores y del discurso caracterizado por una interacción generalizada. Me detengo luego en comparar y poner en relación los conceptos de *doxa* (Angenot), *sentido común* (Gramsci) y *evaluación social* (Bajtín), como la dimensión del conocimiento compartido, no reflexivo, no discutible, en la cual se ponen en juego, por lo que concierne al problema que he planteado, las definiciones sociales de lo masculino y lo femenino. Por último presentaré los instrumentos de análisis que resultaron más productivos para abordar las particularidades del corpus elegido: el relevamiento de los tópicos o temas recurrentes, el reconocimiento de los ideogramas explícitos e implícitos que circulan por el conjunto de los enunciados analizados, la recuperación de las marcas valorativas y las modalizaciones enunciativas y actanciales como manifestación de presupuestos y evaluaciones sociales subyacentes.

El segundo capítulo de la primera parte aborda, de manera necesariamente introductoria y no exhaustiva, la problemática de los estudios de género y distintos aportes de la teoría feminista, en especial en lo que hace a la formulación del concepto de género como categoría teórica que expresa la diferencia entre el sexo como facticidad biológica y el significado cultural de los cuerpos sexuados. En torno a esta perspectiva teórica, presento también algunos desarrollos acerca del concepto de identidad que resultan pertinentes a las concepciones que guían este trabajo, las concepciones de la interacción discursiva generalizada y del género como construcción cultural que se produce y se reproduce en esa interacción.

El tercer y último capítulo de esta larga presentación del marco teórico se centra de manera más particular en el tipo de discurso elegido, poniéndolo en relación con la construcción moderna del sistema de géneros y con la ubicación de los medios masivos en la división del trabajo discursivo de la década de 1990. También incluyo en este capítulo la revisión de los no muy numerosos trabajos sobre este tipo de publicaciones que ofrecen aportes significativos.

La segunda parte, «Recorrido diacrónico: la revista *Máxima*», presenta una primera etapa de la investigación, que se centró en una publicación en particular, la revista *Máxima*, y fue necesariamente exploratoria y descriptiva. Como primera aproximación al problema, el análisis abarcó numerosos ejes temáticos presentes en los enunciados, hasta poder focalizar aquellos que conformaban el núcleo más rico por su enunciación en tanto conflictos, en tanto manifestación de cambios y resistencias en las identidades genéricas en Argentina. El análisis de tópicos e ideologemas en una gran variedad de enunciados a lo largo de los seis años de edición de la revista (que apareció mensualmente entre 1991 y 1997) permitió revisar las primeras hipótesis de trabajo planteadas, que postulaban una contradicción entre la formulación explícita de la transformación en la definición social del sistema de géneros en los enunciados periodísticos y las evaluaciones subyacentes como presupuestos en la distribución temática, especialmente en los enunciados publicitarios. Luego, el análisis se centró en las modalidades enunciativas y actanciales. La reflexión teórica durante esta etapa estuvo dedicada a la formulación del género como concepto teórico y a la revisión de los instrumentos metodológicos pertinentes, que han sido expuestos en la primera parte de esta tesis. Este trabajo me llevó también a avanzar en la conceptualización del sistema de géneros vigente en los 90 como situación estratégica de distribución de poder y a delimitar los ejes temáticos en los cuales focalizaría la segunda etapa de análisis del corpus.

La tercera parte, «Corte sincrónico: análisis comparativo», en la que se abordan nueve revistas femeninas argentinas en circulación durante el año 1997, ofrece en primer lugar una caracterización de los dispositivos enunciativos de cada una de estas publicaciones. Luego me detengo en un recorrido histórico por la constitución de las exclusiones que correlacionan lo público, lo racional y lo masculino en contraposición a lo privado, lo emocional y lo femenino, desde la antigua Grecia, hasta sus reformulaciones en la modernidad. Esta digresión hacia el discurso histórico surgió como necesidad al reconocer que en la doxa de los 90 coexisten elementos antiguos con definiciones modernas de los géneros y con su puesta en cuestión, y que un punto central y conflictivo de esas definiciones era la división entre lo público y lo privado establecida por la modernidad. El análisis de las revis-

tas comparadas en esta última parte del trabajo se centró entonces en tres grandes ejes: la mujer en el espacio público laboral, la identidad masculina y sus nuevos atributos, y la construcción del espacio doméstico. En cada caso, el abordaje del corpus es precedido por un recorrido teórico pertinente.

A. Formulaciones teóricas

1. Una perspectiva sociosemiótica: Bajtín y Angenot

1.1. Teoría del discurso

Los dos autores que he tomado como referentes teórico-metodológicos desde lo que podríamos denominar «teoría del discurso» están separados históricamente, pero comparten una serie de preocupaciones y enfoques que son fundamentales en mi formulación del problema a investigar. Sería tal vez más adecuado afirmar que Marc Angenot (referente de la sociosemiótica en las últimas décadas) retoma y reelabora muchas propuestas de Mijaíl Bajtín (cuyos primeros escritos datan de la década del 20, y los últimos están fechados en los 70).

En algunos de sus trabajos más importantes, Bajtín expone sus críticas al «objetivismo abstracto», la lingüística que a partir de Ferdinand de Saussure se propone como objeto de estudio a la lengua, sistema abstracto y formal. Por el contrario, él propone trabajar con el enunciado como unidad de la comunicación discursiva, el lugar donde el lenguaje se hace concreto, histórico y social. En el artículo «La evaluación social, su papel, el enunciado concreto y la construcción poética» (Bajtín, 1993), expone como punto de partida la concepción del enunciado como un acto social, que es a la vez un complejo material singular: posee una materialidad sonora o visual y un sentido que debe ser socialmente comprendido. Este enunciado concreto, históricamente situado, puede ser comprendido por los interlocutores en la medida en que su sentido participa de una serie de valoraciones socialmente compartidas acerca del mundo. Las palabras no sólo son portadoras de su significado llano, «de diccionario»; ellas portan la valoración del mundo compartida por una comunidad, valoración que no es un acto subjetivo e individual, sino socialmente compartido. Esta eva-

luación social –de la que el autor no brinda una definición precisa– une la presencia material singular del enunciado «con la generalidad y plenitud de su sentido» (Bajtín: 1993), en un vínculo «histórico, orgánico, actual». La evaluación social hace actual al enunciado; «ella determina la elección del objeto, la palabra, la forma... Determina tanto la elección del contenido, como la elección de la forma, y el vínculo entre la forma y el contenido» (p. 11). Más adelante volveré sobre esta noción; veremos ahora cómo aparece en esta perspectiva la noción de discurso.

En «El problema de los géneros discursivos», Bajtín (1990) introduce la noción de géneros discursivos como «tipos relativamente estables de enunciados» (p. 248). Su acento está puesto en la diversidad de discursos y lenguajes sociales que caracterizan a cada grupo social; en la posibilidad de incorporar una multiplicidad de voces al enunciado, en la heteroglosia que configuran esas voces múltiples y divergentes.

Angenot (1989) retoma la concepción del lenguaje que implica la noción de enunciado de Bajtín, pero realiza una reelaboración muy significativa. En primer lugar, propone una noción de discurso social extremadamente amplia y abarcadora:

Todo lo que se dice y se escribe en un estado de sociedad: todo lo que se imprime, todo lo que se habla públicamente o se representa hoy en los medios electrónicos. Todo lo que se narra o argumenta, si entendemos que narrar y argumentar son los dos grandes modos de puesta en discurso. (pp. 13-14)

Este uso en singular de la noción de discurso implica poner el acento (a diferencia del énfasis bajtiniano en la diversidad y la heteroglosia) en lo que ese conjunto amplio y diverso tiene de unificador, de cointeligible, de redundante tras su aparente variedad. Posteriormente circunscribe el objeto de su estudio, no ya al conjunto empírico (inabarcable) de los discursos, sino a un sistema regulador global, que organiza lo decible, lo narrable y lo opinable y asegura la división del trabajo discursivo. Este sistema regulador global es analizado en diferentes niveles, especialmente en el nivel temático de los discursos, donde se buscan, entre otros aspectos, las bases tópicas o dóxicas (los presu-

puestos colectivos, opiniones generalizadas); el/los paradigma/s temático/s fundamental/es (elementos profundos de una visión de mundo); el modelo cognitivo generalizado o gnoseología (discurso prestigioso que funciona como modelo general de los discursos). La relativa dominación discursiva que en algunos aspectos puede ejercer una clase dominante, las formas legítimas del lenguaje, la división del trabajo discursivo, el mercado discursivo, son los otros elementos que configuran una hegemonía. Esta hegemonía es definida como un conjunto complejo de reglas prescriptivas de diversificación de los decibles tanto como de cohesión e integración. Más allá de la diversidad de los lenguajes, de la variedad de las prácticas significantes, se identifican dominancias interdiscursivas en las maneras de conocer y de significar el contenido que regulan y trascienden la división de los discursos sociales. La hegemonía completa en el orden de la ideología, los sistemas de dominación política y de explotación económica que caracterizan una formación social.

El concepto de hegemonía discursiva desarrollado por Angenot (1989, 1998) es sólo un elemento de una hegemonía cultural más englobante, la que establece la legitimidad y el sentido de los diversos estilos de vida, costumbres, actitudes y mentalidades. En este sentido, la hegemonía no es lo que prevalece o lo más legítimo, sino un conjunto de reglas y repertorios que confieren esa legitimidad, un sistema regulador que predetermina la producción de formas discursivas concretas. Es el conjunto complejo de normas y de imposiciones diversas que operan contra lo aleatorio, lo centrífugo y lo desviante, que indican los temas aceptables e indisolublemente, las maneras tolerables de tratarlos y que instituyen las jerarquías de legitimidades sobre un fondo de homogeneidad relativa. Las identidades de géneros, en tanto sistemas heterogéneos que abarcan prácticas, valores y atributos y discursos acerca de esas prácticas, valores y atributos, están evidentemente regulados por esa hegemonía cultural que prescribe lo «aceptable» para un hombre y para una mujer tanto como las maneras de narrar o la tónica de la época; aunque no necesariamente con un sentido unívoco en el que «mujer» y «hombre» tengan sólo un significado, en el que las identidades sean homogéneas: la hegemonía puede aceptar, reformular, fagocitar los cambios y diversas posibilidades en el sistema de géneros como en los otros ámbitos culturales y discursivos.

A pesar de esa diversidad de enfoques acerca de la noción de discurso en Bajtín y en Angenot (que considero como una diferencia en el *acento* puesto sobre aspectos complementarios de la actividad discursiva, sin implicar una contradicción en la concepción de *lo discursivo* en tanto fenómeno histórico, social, evaluativo) existen coincidencias que resultan importantes para mi investigación respecto a la configuración social del sentido discursivo.

Cuando Bajtín (1993) habla de evaluación social, se trata de la dimensión valorativa del sentido, pero no de una valoración individual o subjetiva, sino de valoraciones socialmente compartidas que permiten a los miembros de una comunidad comprender el sentido de un enunciado, sea éste una simple réplica en un diálogo cotidiano o una compleja novela. En el artículo «La palabra en la vida y la palabra en la poesía», publicado por Valentin Voloshinov (1997), el autor presenta a la situación extraverbal como un elemento que pertenece a la constitución semántica del enunciado, que se desdobra de este modo en una parte verbal actualizada y una parte sobreentendida. Esa parte sobreentendida es, necesariamente, «aquello que nos es común a todos», es lo social y objetivo, la unidad material del mundo, la unidad de las condiciones reales de vida, que suscita una comunidad de evaluaciones: «Las valoraciones sobreentendidas aparecen entonces, no como emociones individuales, sino como actos socialmente necesarios y consecuentes» (p. 116), afirma Voloshinov. «Existe lo 'sobreentendido' de la familia, de la tribu, de la nación, de la clase social, de los días, de los años enteros, e incluso de épocas totales» (pp. 116-117).

Cuanto más extenso y amplio es el horizonte sobreentendido en un enunciado concreto, ese enunciado debe apoyarse en elementos de la vida más constantes y estables, y en evaluaciones sociales esenciales y fundamentales. Podemos inferir que entre las evaluaciones más amplias y profundas deben hallarse las que definen el sistema de identidades de género, que afectan, aunque de diferentes maneras, a todos los individuos, en todo momento, en todas las sociedades. Las diferencias valorativas en esa definición, sus etapas de crisis y reformulación, sus extensas etapas de estabilidad silenciosa y no discutida, le otorgan dinamismo sin restarle permanencia a este aspecto de las condiciones reales de vida.

La evaluación no se cierra en el contenido, ya que por ser social y común, no necesita ser expresada y enunciada; «en cambio, determina la propia selección de la palabra así como la forma de la totalidad verbal» (p. 118). Ejemplifica Voloshinov (1997):

[...] las valoraciones sociales principales [...] organizan los actos y modos de proceder [...] Creemos percibir el valor de un objeto junto con el de su existencia, como una de sus cualidades [...] De este modo, todos los fenómenos de la vida circundante se han fusionado con las valoraciones. (p. 117)

Entre ellos, por cierto, el hecho de atribuir prácticas, valores o atributos a un sujeto sexualmente definido, que en la doxa de los 90 tal como la representan las revistas analizadas, tiene sólo dos posibilidades excluyentes: hombre o mujer.

En los dos artículos bajtinianos que he citado, se señalan diferentes tipos de evaluaciones conformando una jerarquía, no en función de una importancia o un valor creciente, sino en cuanto a la amplitud del horizonte o el marco de referencia de cada una de ellas. Así distingue evaluaciones más estables o profundas, relacionadas con una clase o un grupo social en un momento histórico dado; y otras evaluaciones vinculadas a fenómenos sociales más cercanos como el día o la hora. El sistema de géneros parece permear toda esta jerarquía: desde afirmar la manera de participación en la sociedad adecuada para hombres y mujeres, hasta el vocabulario o la moda en el vestir.

Sin mencionar la noción de evaluación social como la parte sobreentendida del enunciado propuesta por Bajtín, en *La palabra panfletaria* (1982), Angenot se ocupa de los fenómenos de la presuposición. Su trabajo se centra en un tipo de discurso al que llama entimático y que caracteriza como doxológico y persuasivo: el panfleto, la sátira, la polémica. Se define aquí como entimema a todo enunciado que postula un juicio acerca de un sujeto cualquiera, poniéndolo en relación con un conjunto conceptual que lo integra o lo determina, a partir de un principio regulador más general que se encuentra presupuesto en el enunciado. Las definiciones socialmente admitidas de lo femenino y lo masculino pueden tomar la forma de entimemas, es decir de juicios de valor explícitos acerca de la pertinencia o no de

atribuir prácticas, valores y atributos a los sujetos de acuerdo a su género sexual (los polos excluyentes hombre o mujer) a partir de principios reguladores que permanecen presupuestos en los enunciados analizados, pero que no son ajenos o separables de ellos. Esos presupuestos corresponden a la doxa, al sentido común, aquello que no necesita afirmarse o explicitarse por considerarse necesario, evidente, naturalmente compartido. Afirma Angenot (1982):

[...] no se trata aquí de extrapolación ni de conjetura. Las proposiciones subyacentes son coextensivas a la proposición inicial. No son el resultado de inferencias, sino que pertenecen a la literalidad del enunciado tanto como lo que está «afirmado» por éste. (p. 170)

Más adelante define «lo presupuesto como definido primero por una aceptabilidad común a los interlocutores (pudiendo surgir ésta por otra parte de un *coup de force* retórico)» (Angenot, 1982: 170).

Esta noción de lo presupuesto coincide acentuadamente con la concepción de Bajtín de la situación extraverbal que forma parte del enunciado a través de las evaluaciones sociales, sobrentendidas y compartidas por los interlocutores.

En el discurso entimemático, lo esencial es lo que no está dicho: las proposiciones regulatorias subyacentes a los enunciados. Estas proposiciones regulatorias son máximas ideológicas cuya extensión está limitada a campos discursivos cerrados que corresponden a prácticas sociales aislables –lugares particulares– o por el contrario cuyo alcance es muy general, al punto de parecer corresponder a reglas antropológicas universales, –lugares comunes. Estas proposiciones afloran raramente en el discurso; manifiestan una evidencia ideológica que no es perturbada por los debates que engendra y que no parece vulnerable a las refutaciones que se oponen a las proposiciones derivadas. (Angenot, 1982: 173-174)

En otro apartado, Angenot (1982) retoma el concepto bajtiniano de ideologema, y lo define como

[...] toda máxima, subyacente a un enunciado, cuyo sujeto lógico circunscribe un campo de pertinencia particular (sea «el valor moral», «el Judío», «la misión de Francia» o «el instinto maternal»). Estos sujetos, desprovistos de realidad sustancial, no son más que seres ideológicos determinados y definidos únicamente por el conjunto de máximas isotópicas donde el sistema ideológico les permite tomar lugar. Su estatuto opinable se identifica con la confirmación de una representación social que ellos permiten operar. (p. 179)

Estos ideologemas son unidades capaces de migrar y transformarse, pasando de un campo del discurso a otro, constituyendo una intertextualidad que hace a la unidad del discurso social tal como lo define el autor. La definición social del sistema de géneros es un conjunto de ideologemas que pueden, incluso, llegar a ser contradictorios y conflictivos entre sí.

Trasladando las formulaciones de ambos autores al problema que he planteado (¿cómo se configuran textualmente las identidades sociales de género?), puedo afirmar que la definición de lo femenino y lo masculino forma parte de los presupuestos dóxicos, no como algo ajeno, impuesto al enunciado desde fuera, sino como una parte de él que permanece sobreentendida y que abarca «aquello que es común a todos», lo que todos debemos conocer para que la comunicación pueda realizarse. «Ser hombre» y «ser mujer» son definiciones sociales que no necesitan explicitarse cada vez que utilizamos esas palabras, porque las identidades que representan forman parte de la doxa como un acto «socialmente determinado y necesario». Las evaluaciones sociales ligadas al sistema de géneros pueden ser consideradas entre las más profundas, pero su estabilidad es otro problema. Desde la aparición de los diferentes movimientos feministas y de liberación de la mujer, la identidad femenina ha dejado de ser una certeza, un dato «esencial» o «natural», para encontrarse en el centro de apasionadas discusiones, y ha arrastrado a ese debate como consecuencia inevitable a la identidad masculina.¹ Voloshinov, en el artículo citado (1997), plantea que cuando una evaluación social está en proceso de crisis y transformación abandona los aspectos formales del discurso (abandona el nivel de la presuposición) para expresarse a nivel de los contenidos: se vuelve objeto del discurso, aparece en la superficie como enunciado entimemático. Esto

puede observarse en el conjunto del discurso social de los 90 al nivel más superficial: la discusión sobre la identidad femenina y la crisis de la identidad masculina aparecen a primera vista como tópicos de la época.

Sin embargo, he propuesto como hipótesis inicial de mi trabajo una contradicción o conflicto entre las evaluaciones o ideologemas sobre el sistema de géneros que aparecen por una parte en los niveles formales de organización del material, los niveles cuantitativos de distribución del espacio, o los niveles de la presuposición, y las evaluaciones que aparecen por otra parte manifestadas como objeto en los enunciados (a veces entimemáticos), especialmente periodísticos, que conforman el corpus. Algunas notas periodísticas van a proponer explícitamente ciertas transformaciones en la identidad femenina y masculina, ciertos puntos de conflicto con la definición tradicional del sistema de géneros (los elementos más antiguos de la doxa sobre el tema), puntos de conflicto que no se corresponden o se contradicen incluso con los presupuestos que aparecen en el enunciado revista considerado como un todo, en los temas presentados, en el espacio otorgado a cada tema. Esta hipótesis será revisada en la segunda parte de este trabajo, a partir del análisis de la revista *Máxima*.

1.2. En torno a la *doxa*, el *sentido común* y la *evaluación social*: entre Angenot, Gramsci y Bajtín

Uno de los factores del poder, la aceptabilidad y la «ubicuidad discursiva» de los medios es el hecho de reafirmar esos presupuestos irreducibles, no discutibles, «comunes a todos» que aseguran la comunicación y constituyen lo que siguiendo a Angenot (1989, 1998) denominamos la *doxa*. Este término proviene del griego, y es comúnmente traducido como *opinión* en filosofía. La opinión era para Platón una facultad cognoscitiva, diferente del conocimiento científico, que nos hace capaces de «juzgar sobre la apariencia». Desarrollos posteriores de este concepto, a partir de su carácter de «probable», lo distinguen a la vez del saber y de la duda, definiéndolo como un modo particular de aserción.² Se distingue del saber científico porque no está regulado ni fundamentado por razonamientos lógicos ni por métodos científicos.

Angenot (1989) traslada este concepto lógico a una categoría sociosemiótica, y define a la doxa como «un común denominador social, repertorio tópico ordinario de un estado de sociedad» (p. 12), que forma el *repertorio de lo probable*. Retiene del concepto lógico el carácter no fundamentado, no reflexivo del saber dóxico, pero lo reformula como un constructo semiótico, «el orden de lo implícito público, del trivium del lenguaje de la calle» (p. 13), que distingue a los discursos *exotéricos* (la opinión pública, el periodismo) de los discursos *esotéricos* altamente especializados y reflexivamente fundamentados (ciencia, filosofía).

Este conjunto de presupuestos discursivos no discutidos, naturalizados, puede también relacionarse con lo que algunas perspectivas de estudios culturales y comunicación llaman *sentido común*; expresión que, con un sentido semejante, encontramos también en Antonio Gramsci (O'Sullivan et al., 1997; Gramsci, 1984) y con lo que Bajtín (1993) llama *evaluación social*.

Desde la perspectiva de los estudios culturales, cuando nos referimos al sentido común lo hacemos como una categoría que históricamente recubre contenidos diferentes, y no como un repertorio de saberes invariables. El sentido común es «un campo de batalla de la lucha social» (O'Sullivan, 1997: 325) en el que diferentes grupos sociales compiten por imponer su propia cosmovisión como «natural», ya que el dominio del sentido común es un elemento primordial en la constitución de una hegemonía. Ambos conceptos, *sentido común* y *hegemonía*, provienen de las reflexiones de Gramsci y son retomados por los estudios culturales acentuando el rasgo de *consenso* que caracteriza a la hegemonía en la obra del político y filósofo italiano como modo de lograr un liderazgo social y cultural que alcance el consentimiento del conjunto de la sociedad para sustentar determinadas relaciones de clase. No se trata aquí de interesarse por aquellos casos de propaganda o publicidad abiertamente manipulatoria, sino de preguntarse por el modo en que se organizan y se exponen los sentidos, las representaciones y las actividades de todos los días de manera que los intereses dominantes se naturalicen, se conviertan en doxa o sentido común. Así se abordan aquellas instituciones que son productoras de juicios, saberes y sentidos, que tienen una función de organización y producción de la conciencia individual y social: el Estado, la justicia,

el sistema educativo, la familia y por cierto, los medios de comunicación social.

Un elemento que caracteriza tanto al concepto de la doxa en Angenot como al de sentido común en Gramsci es la *estratificación*: la doxa no es homogénea, sino que engloba elementos provenientes de diferentes concepciones del mundo. Angenot (1989) enfatiza la estratificación de la doxa por grupos o sectores sociales (podríamos llamarla estratificación sincrónica), y se refiere también a la acumulación de elementos provenientes de diferentes momentos históricos (lo que podríamos denominar estratificación diacrónica). Gramsci acentúa la importancia de esta estratificación diacrónica del sentido común, al que define como una

[...] concepción del mundo no sólo no elaborada y asistemática [...] sino también múltiple; no sólo en el sentido de diverso y yuxtapuesto, sino también en el sentido estratificado [...] de un aglomerado indigesto de fragmentos de todas las concepciones de mundo y de la vida que se han sucedido en la historia, de la mayor parte de las cuales sólo en el folklore se encuentran, sobrevivientes, documentos mutilados y contaminados. (citado en Von Sprecher, 2005: 227)

El concepto de *evaluación social* en Bajtín (Voloshinov-Medvedev)³ aparece también como una construcción social, no individual, que funciona como conjunto de presupuestos que aseguran la posibilidad de comunicación. Las evaluaciones sociales son, para el teórico ruso, las que constituyen el vínculo entre la materialidad del enunciado y la plenitud de su sentido: la semiosis está asegurada por estos presupuestos comunes a todos los miembros de una comunidad y que no necesitan ser explicitados o defendidos, excepto cuando se encuentran en procesos de crisis o transformaciones. Bajtín pone el acento en el aspecto evaluativo, valorativo de estos presupuestos que no son externos al enunciado sino que forman parte de su sentido. Para él, el hombre no conoce, ni siquiera percibe las cosas de una manera neutral: nuestro conocimiento es siempre valorativo, evaluativo. Pero esa valoración no es personal sino social, y permanece en el nivel de la presuposición. No existen palabras neutras: cada término, cada enunciado, lleva consigo la carga de evaluaciones que en él han depositado

los diferentes discursos previos. El lenguaje es el lugar en que esas evaluaciones actúan y migran de un discurso al otro. También en Bajtín hay diferentes clases de evaluaciones, desde las más superficiales y cotidianas a las más profundas: cuando el horizonte sobreentendido en el enunciado «es más amplio, el enunciado puede apoyarse sólo en los aspectos permanentes y estables de la vida, así como en las valoraciones sociales esenciales y básicas» (1997: 117).

Los rasgos que permiten equiparar estos conceptos pueden resumirse en lo siguiente:

- Se trata de un conocimiento cuya «verdad» se considera obvia, natural, inevitable y eterna: «la filosofía política de quienes no son ni filósofos ni políticos» (O'Sullivan, 1997: 324), que no se discute ni se demuestra.
- Los juicios o elementos que los configuran funcionan como presupuestos discursivos que aseguran las posibilidades de comunicación (Bajtín, 1993; Angenot, 1982).
- Estos presupuestos toman la forma de *juicios* lógicos (atribución de un predicado o atributo a un sujeto) o axiológicos (valorativos); en Bajtín, todo juicio lógico implica un aspecto axiológico.
- Este saber social, previo al enunciado concreto, no es homogéneo ni coherente, sino que está configurado por elementos diversos, incluso contradictorios, en una diversidad que puede caracterizarse como estratificación (Angenot; Gramsci) o jerarquización (Bajtín).
- La doxa y el saber común son un espacio de *distribución y disputa por el poder*. Bajtín-Voloshinov (1997) señalan cómo cada grupo social lucha por imponer sus propias evaluaciones en el uso de las palabras y los enunciados; en Gramsci, obtener el consenso del sentido común es un camino imprescindible para que una clase alcance la hegemonía política.

Los medios no sólo reafirman los presupuestos dóxicos, aquellos elementos fundamentales del sentido común que no necesitan ser defendidos o explicitados, sino que los producen y reformulan. El espacio mediático es el más pertinente para captar las diferentes estrati-

ficaciones de la doxa, sus contradicciones y sus silencios; las revistas femeninas son un espacio privilegiado para abarcar los matices de la doxa de los 90 en torno al sistema de géneros: cómo se cargan axiológicamente las atribuciones de determinadas características a los sujetos; cuáles son los diferentes estratos dóxicos que pueden reconocerse en el sentido común de los 90 (pervivencia de elementos residuales, propios de otras etapas históricas pero aún activos; aparición de elementos emergentes; diferenciaciones según los grupos sociales o las esferas del saber que rigen cada discurso).

1.3. Algunos instrumentos metodológicos

El marco teórico que acabo de exponer no establece la manera en que podemos abordar los enunciados concretos para reconocer los presupuestos fundamentales o las evaluaciones sociales en transformación. Por eso ha sido necesario recurrir a conceptos como el de ideograma, desarrollado por Bajtín y Angenot, y operativizarlo adaptando su uso a las características particulares de mi corpus; y acudir, por otra parte, al concepto de tópico (tomado de Umberto Eco, 1981), y a algunas formulaciones de la subjetividad en el lenguaje y las modalidades enunciativas y actanciales, para lo cual me volví a los trabajos de Catherine Kerbratt-Orecchioni (1985), Oswald Ducrot (1995), Algirdas J. Greimas (1982).

Señalaré desde ya que a partir de los fundamentos teóricos desarrollados más arriba, según los cuales me interesa trabajar sobre la doxa como un conjunto de evaluaciones sociales que se formulan interdiscursivamente, el análisis no se centra en cada artículo en particular, sino en las recurrencias, desplazamientos, transformaciones, contradicciones en *el conjunto de los discursos analizados*.

El primer paso de mi análisis es el relevamiento de los *tópicos* recurrentes en los enunciados: señalar de qué se habla, a nivel general y por secuencias, y cómo esos tópicos se relacionan, se reiteran y se transforman de un enunciado al otro. Por ejemplo, cómo el tópico del *trabajo* aparece en las revistas femeninas relacionado de manera recurrente con el *conflicto*, pero ese conflicto remite a veces a la maternidad, otras a la emocionalidad, etc.

He trabajado esta noción de *tópico* como una delimitación temática, como conglomerado de ideogemas que poseen un campo de pertinencia común con relación a la experiencia y las prácticas sociales.⁴ Este uso se relaciona con la propuesta de Eco en *Lector in fabula* (1981), donde el *tópico* o *topic* es definido, si bien de una manera algo imprecisa, como una hipótesis de lectura que establece un referirse a algo, la respuesta a la pregunta básica «¿de qué trata este texto?». En la perspectiva de Eco, que se pregunta por los movimientos cooperativos que realiza el lector modelo o ideal para interpretar un texto, el establecimiento del *topic* es una de las primeras estrategias reguladoras de la potencial infinitud de la semiosis: «El *topic* es una hipótesis que depende de la iniciativa del lector. Sobre la base del *topic*, el lector decide ampliar o anestesiar las propiedades semánticas de los lexemas en juego» (1981: 131). A pesar de ser un instrumento metatextual propuesto por el lector, el texto provee señales para identificar o privilegiar determinados *topics* en detrimento de otros: «A menudo, la señal es explícita; el título o una expresión manifestada que dice precisamente de qué quiere ocuparse el texto... mediante la reiteración muy evidente de una serie de sememas, también llamados palabras clave» (1981: 129), «estas expresiones clave están colocadas en puntos estratégicos» (1981: 130). En los artículos periodísticos, estas señales son explícitas y abundantes: el título, las volantas, el uso del color para destacar palabras o comentarios, la tipografía, las expresiones que identifican las secciones estables de la publicación o los temas recurrentes. Tales señales o indicadores de *topic* establecen las principales referencias tópicas, si bien, como señala Eco, «pueden establecerse jerarquías de *topics*, desde *topics* de oración a *topics* discursivos, hasta llegar a los *topics* narrativos y al macro *topic*, que engloba a todos» (p. 130). «Hay *topics* que pueden plantearse como macroproposiciones de fábula... Pero también hay *topics* de oración y *topics* discursivos que desaparecen cuando se abstrae el ‘tema dominante de un texto’» (p. 126).

Para el primer abordaje del corpus, el realizado sobre la revista *Máxima*, he rastreado los macro *topics*, aquellos tópicos englobantes en cada enunciado, sin profundizar en los *topics* parciales que puedan interactuar en el desarrollo de éste. Estos macro *topics* recurrentes permiten un primer esbozo de las identidades de género, entendidas como representación de un «mundo posible». Eco tomaba prestada esta no-

ción de la lógica modal, y yo la tomo prestada de Eco para referirme a esa construcción de identidades que se realiza discursivamente, estableciendo un universo de discurso, definiendo los elementos que en él participan, sus relaciones y sus propiedades. Las mujeres y los hombres, como identidades que sintetizan posibilidades de sentido, son los habitantes de ese mundo, los «personajes» de ese universo de sentido, y las propiedades que los distinguen y las relaciones que se establecen entre ellos son el objeto principal que se desarrolla en el discurso de las revistas femeninas. Establecer una jerarquía de tópicos recurrentes frente a la diversidad de enunciados que conforman este corpus discursivo me permitió comenzar a trazar el mapa de ese mundo posible, señalando los ámbitos en que se mueven esos personajes, qué acciones se les atribuyen, cuáles se jerarquizan, cuáles se desplazan, cómo se representa cada uno.

El segundo paso en el análisis de los enunciados parte de un ajuste del concepto de *ideologema* a las particularidades de los enunciados reflexivos o de comentario que, tal como señalé en el capítulo anterior, caracterizan a las revistas femeninas. Al exponer mis fundamentos teóricos, remitía a la observación de Voloshinov (1997) que señalaba que cuando una evaluación social está en crisis o en una etapa de reformulación, abandona los aspectos formales o presupuestos del discurso para aparecer en su superficie, en el nivel de los contenidos. Las evaluaciones sociales toman la forma de ideologemas, las unidades que Angenot (1998) explica como máximas que definen a un sujeto en tanto «seres ideológicos determinados» a los que se les adscribe un atributo o predicado, implicando así una valoración, y que funcionan como presupuestos discursivos. Mi análisis del corpus plantea un desplazamiento respecto a esa definición de la evaluación social y el ideologema. En estos artículos, las definiciones sociales de lo femenino y lo masculino se ponen en discusión en la superficie del discurso; evidencian su inestabilidad, su situación cambiante, su transformación en devenir en la recurrencia y abundancia de ideologemas explícitos, entimemáticos, que toman la forma discursiva de una aserción o incluso una definición referida a «las mujeres» o «los hombres» como sujeto. Estos ideologemas postulan una transformación de los roles genéricos, así como una serie de conflictos derivados de esa transformación e incluso una serie de invariantes que caracterizan lo femenino y lo mas-

culino. Bajo la forma de juicios (atribución de un predicado a un sujeto), los ideogramas que manifiestan las evaluaciones sociales en torno a lo femenino y lo masculino varían en la formulación de sus sujetos: «las mujeres» como plural generalizador, «nosotras» como plural inclusivo que iguala a lectoras y emisor, dotando a este último del género femenino, «usted» como apelación a quien lee que mantiene cierta distancia respetuosa. «Los hombres», «ellos» y otras formas de la tercera persona representan lo masculino como no contemplado dentro del pacto enunciativo/a-enunciatario.

El análisis consistirá entonces en recuperar esas afirmaciones y definiciones del sujeto («las mujeres», «los hombres» y sus variantes), a partir de los tópicos señalados anteriormente: cómo esos «temas» se «completan» y se desarrollan en estas definiciones, cómo estos ideogramas circulan y se interrelacionan en los enunciados periodísticos que forman la revista, en un proceso de intertextualidad que como efecto de conjunto manifiesta la construcción discursiva de las identidades de género.

Como estoy trabajando con identidades emergentes o en transformación, parto de la hipótesis de que estas definiciones van a ser explícitas y no presupuestas, como es el concepto de ideograma en Angenot (1998). Así es posible reconocer, por ejemplo, elementos hegemónicos (constantes, reiterados, como las definiciones de los géneros como producto de la cultura «las mujeres somos educadas para atender a los demás»), residuales (conceptos más antiguos que perduran, como las definiciones esencializantes y trascendentes de la maternidad: «el milagro de la maternidad, el misterio»), o emergentes (como los reclamos, que aparecen aisladamente, de mayor injerencia social en el cuidado infantil). En esta etapa del análisis, como en la recurrencia de tópicos, pueden advertirse algunos presupuestos, ideogramas que no aparecen en la superficie del enunciado: la matriz binaria heterosexual que define a los géneros como sólo dos y totalmente opuestos aparece como fundamento de los tópicos de la «incomprensión» y la falta de comunicación entre hombres y mujeres, de los ideogramas explícitos del tipo «quién entiende a los hombres/las mujeres», «no sabemos lo que le pasa al otro», etc. (y de la exclusión total en estos discursos de cualquier identidad no heterosexual).

El tercer aspecto de mi análisis es el que aborda las marcas axiológicas o valorativas que caracterizan la asignación de atributos a los sujetos, en este caso, genéricamente determinados. Para ello he recurrido al trabajo de Kerbrat-Orecchioni (1985) acerca de la inscripción de la subjetividad en el enunciado. Cabe aclarar en primer lugar que los presupuestos teóricos de Kerbrat-Orecchioni difieren en algunos aspectos del marco conceptual en que estoy desarrollando mi trabajo; a pesar de ello sus aportes son muy importantes en esta ocasión. Su análisis se propone reconocer las «marcas de subjetividad», aquellos elementos que permiten reconstruir circunstancias de enunciación y la presencia del enunciador en el enunciado, entendiendo al enunciador como fuente y origen de las valoraciones y marcaciones axiológicas que aparecen en el texto. En el marco de mi trabajo, estas marcas axiológicas no son señales de la subjetividad o la ideología individual del enunciador, sino manifestaciones textuales de evaluaciones sociales subyacentes, de los presupuestos dóxicos que forman parte del enunciado y hacen funcionar su significación. No utilizo estos instrumentos conceptuales para reconocer el proceso enunciativo individual ni para caracterizar a sus participantes, sino para reconocer los presupuestos socialmente aceptados que se ponen en juego en los enunciados analizados.

Sin olvidar estas diferencias con los presupuestos teóricos de Kerbrat-Orecchioni, su recorrido por las categorías gramaticales en las que se hace especialmente visible la marcación axiológica de los enunciados resulta útil a los fines de este trabajo, en especial lo referido a las marcas valorativas⁵ afectivas y evaluativas, modalizaciones y axiologizaciones. Las marcas valorativas afectivas son aquellas que manifiestan, junto a su valor descriptivo, una reacción emocional del hablante; las marcas evaluativas pueden ser axiológicas (implican un juicio de valor en relación directa o indirecta con el eje bueno/malo) o no axiológicas (evaluaciones cuantitativas o cualitativas, de acuerdo a normas sociales); las marcas valorativas modalizantes marcan al enunciado en el eje verdadero/falso/incierto. Si bien algunas categorías gramaticales como adjetivos o adverbios parecen ser las más ricas como marcas valorativas, sustantivos, verbos, conjunciones y signos tipográficos, funcionan también como manifestación de evaluaciones y modalizaciones.

El problema de las marcas evaluativas, como el de la subjetividad en el lenguaje, se enmarca en una problemática lingüística más amplia. Ducrot distingue dos elementos en la estructura semántica de los enunciados: el primero, «la indicación de una reacción, una actitud o decisión de la voluntad» (1995: 94), al que Ducrot llama *modus o modalidad*; el segundo, «la indicación de una representación del entendimiento», al que llama *dictum*, siguiendo la clásica distinción de la lógica aristotélica. El autor caracteriza al *modus* o modalidad como el elemento «subjetivo» y a la representación como elemento «objetivo» del enunciado. En este caso, se utiliza el término «modalidad» en un sentido amplio, como manifestación de la actitud del sujeto hablante hacia el enunciado, lo que puede manifestarse a través de diferentes medios verbales. Dentro de este marco, se puede distinguir entre las *modalidades de enunciación*, que establecen las relaciones entre los participantes de la situación comunicativa (modalidad asertiva, interrogativa, imperativa), y las *modalidades de enunciado*, que establecen la actitud del sujeto de la enunciación con respecto al contenido de su enunciado. Estas modalidades de enunciado abarcan las *modalidades lógicas* (postulan la verdad, probabilidad y certidumbre del contenido del enunciado, reforzando o restringiendo la aserción) y las *valoraciones afectivas* del enunciador, que debido a su diversidad han sido pocas veces objeto de una clasificación o descripción exhaustiva; una excepción es el trabajo de Kerbrat-Orecchioni que he comentado más arriba.

Esta clasificación presenta la dificultad de que el término «modalidad» tiene usos diversos, que al provenir de diferentes disciplinas se superponen en algunos aspectos pero en otros implican diferencias que es necesario observar. Así, existe un amplio desarrollo del concepto de modalidad en lógica, a partir del cual se pueden distinguir las modalidades aléticas, aléuticas o aristotélicas (con relación a la condición de verdad se establecen las relaciones entre necesario/contingente, posible/imposible), las epistémicas (cierto/contestable, plausible/excluido), las deónticas (obligatorio/facultativo, permitido/prohibido) y las modalidades personales que propone Jaakko Hintikka (conocimiento, creencia, esperanza, duda, expectativa, intención). Estas perspectivas lógicas de la modalidad no se corresponden con la concepción lingüística según la cual la modalidad es el cambio morfológico que

expresa la subjetividad, y se manifiesta en modos verbales, adverbios, etc.

Por último, voy a analizar el uso del término «modalidad» que hace Greimas (1982) desde una semiótica estructural. No se trata en este caso de la modalización como fenómeno propio de la enunciación, en cuanto hace aparecer las huellas del enunciador en el discurso. Se trata de un concepto de modalidad más próximo al que proviene de la lógica, y que modifica las competencias del sujeto del enunciado, de una modalidad actancial propia de la diégesis y no de la enunciación. Greimas distingue, en el plano de los enunciados de hacer, entre modalidades virtualizantes (deber, querer), modalidades actualizantes (poder, saber) y modalidades realizantes (hacer, ser). En el plano de los enunciados de estado, distingue las modalidades veridictivas de la manifestación (parecer/no parecer) y de la inmanencia (ser/no ser). Así se producen, como efectos del discurso, la verdad (ser+parecer), la falsedad (no ser+no parecer), el secreto (ser+no parecer), la mentira (no ser+parecer).

Voy a analizar entonces en el nivel de las marcas valorativas las evaluaciones axiológicas implícitas en adjetivos y sustantivos, y las modalidades como caracterización del hacer del sujeto del enunciado a partir de la clasificación greimasiana entre virtualizantes (deber, querer y su relación con las modalidades deónticas que establece la lógica), actualizantes y realizantes. Este análisis de las marcas evaluativas se agregará entonces al reconocimiento de tópicos e ideogramas explícitos, siempre a partir de la consideración de los enunciados en conjunto y de sus efectos intertextuales.

Notas

1 Discusiones y debates que llevaron también a reconsiderar y visibilizar a las minorías sexuales gays y lesbianas con su importante aporte a la reconceptualización de la noción de género.

2 De aquí provienen ciertas palabras derivadas, como doxología (en un primer sentido, alabanza a los dioses; en un sentido lógico, enunciado que reproduce una opinión común o una apariencia) o doxometría (estudio de la opinión pública por medio de encuestas).

3 Existe un debate acerca de la autoría de los textos publicados por Pavel Medvedev y

Valentín Voloshinov, que han sido atribuidos al mismo Bajtín. Consideramos que existe una unidad de pensamiento en estos textos, más allá de la autoría.

4 Este uso del término *tópico* no debe confundirse con las nociones de *topo* o *topoi* usadas por Angenot (1982, 1989) como «presupuesto colectivo de los discursos argumentativos y narrativos» o «ideologemas irreductibles» que configuran las *bases tópicas o dóxicas* de una época (1984: 28; la traducción es mía). Mi uso del tópico está más en relación con los *paradigmas temáticos*, definidos por Angenot como «oposiciones semánticas elementales [...] que constituyen los elementos profundos o los lineamientos de una visión de mundo» (1984: 28), y de los cuales los tópicos que aquí señalo podrían ser la manifestación más superficial y aparente.

5 Kerbrat-Orecchioni utiliza el término *subjetivemas*. Para evitar la remisión al problema de la subjetividad y la atribución de estas valoraciones a un sujeto individual, he preferido denominarlas en este trabajo como *marcas valorativas o evaluativas*.

2. La problemática del género. Perspectivas y categorías

Al hablar de *identidades de género* me interno en una amplia problemática que en nuestro siglo ha dado lugar a polémicas, luchas políticas, profundas revisiones y cambios impensables hace 100 años. Hablar de «roles genéricos», «opresión de la mujer», «patriarcado», «masculino/femenino», «identidades sexuales», «escritura femenina» puede ser un lugar común, descriptivo y acrítico, o puede ser la formulación de problemas que participan de una preocupación general que los engloba sin anular diferentes perspectivas teóricas y metodológicas. Este último caso exigiría conceptualizar con cierto rigor esas expresiones y el marco teórico general que cada una de ellas implica. Sin pretender relevar exhaustivamente las diferentes teorías y estudios que han abordado dicha problemática, recorreré algunos de los enfoques y denominaciones que en ocasiones se utilizan indistintamente pero responden a concepciones y objetivos no siempre coincidentes; luego me centraré en la noción o categoría de género y en cómo esta categoría opera en el problema que me he planteado en esta investigación.

2.1. Del feminismo a los estudios de género. Construyendo un campo disciplinario

Es indiscutible que estas problemáticas tienen su origen en un movimiento de base política: el feminismo, en particular el activo y en muchos aspectos exitoso feminismo de los años 60 y 70, que desde Estados Unidos, Francia y otros países europeos extendió su propuesta y sus eslóganes (*lo personal es político*) al menos a todo Occidente, incluyendo a América Latina. Su versión académica sigue siendo, en

muchos casos, identificada con ese término, lo que a veces se carga con cierto matiz peyorativo, en especial dirigido al aspecto polémico de ese movimiento.

El feminismo es *un movimiento social y político* que se inicia formalmente a finales del siglo XVIII —aunque sin adoptar todavía esta denominación— y que supone la toma de conciencia de las mujeres como grupo o colectivo humano, de la opresión, dominación y explotación de que han sido y son objeto por parte del colectivo de varones en el seno del patriarcado bajo sus distintas fases históricas de modelo de producción, *lo cual las mueve a la acción para la liberación de su sexo* con todas las transformaciones de la sociedad que aquella requiera. (Victoria Sau, *Diccionario ideológico feminista*, citado en Santa Cruz et al., 1994: 22. El subrayado es mío)

Ésta y otras definiciones toman como nota característica del feminismo la práctica y la acción política, y la reflexión teórica aparece casi como consecuencia de aquellas. Sin embargo, algunas corrientes feministas posteriores a la década del 70 se caracterizaron justamente por reconocer la necesidad de construir una teoría para elaborar los resultados de la práctica y fundamentar conceptualmente las líneas de acción política del movimiento.

La constitución de la reflexión sobre y desde las mujeres como un campo (inter)disciplinario académico, se realizó en un primer momento bajo el nombre de *Women's Studies* (Estudios de Mujeres) en Estados Unidos, a fines de la década de los 60. Los primeros cursos surgieron bajo el impulso de profesoras feministas que comenzaron a desarrollar cursos y programas bajo el denominador común de la «experiencia de las mujeres»; los campos que dieron cabida con mayor énfasis a esta nueva perspectiva, quizás por la mayor presencia femenina entre su plantel docente y alumnado, fueron los de literatura e historia (Boxer, 1998). El uso de la denominación «Estudios de mujeres», en lugar de «Estudios feministas», es posiblemente una concesión al valor académico de la objetividad, y apunta a una mayor neutralidad, frente a las connotaciones polémicas, activistas, políticas del feminismo. A la implementación de cursos y programas siguió el desarrollo de publicaciones especializadas, revistas, libros, colecciones y editoriales

específicamente destinadas a la producción intelectual de los Estudios de las Mujeres. Ann Taylor Allen (1996) señala que las estrategias de institucionalización de los estudios de mujeres eran sintomáticas de una etapa «post-feminista», en la que las formas de activismo explícitamente político de los 60 y los 70 dieron paso a formas más locales y variadas de luchas por la reivindicación femenina; Catharine R. Stimpson (1998) caracteriza a los estudios de mujeres de los años 80 por un paso hacia los estudios *de género*: no se trataba sólo de un cambio de denominación, sino del establecimiento de una categoría teórica abarcadora: el género («la arquitectura económica, social, familiar y psicológica de la feminidad y de la masculinidad», p. 146), que permite recuperar las críticas a los estudios de mujeres, en especial las provenientes de las mujeres negras, lesbianas y del Tercer Mundo. Estos grupos critican la homogeneización que impone el concepto de «mujeres», que transforma en universales las experiencias de las mujeres norteamericanas blancas, de clase media y heterosexuales, silenciando las voces de otros grupos femeninos.

Al retomarse estos estudios en el mundo hispano parlante,¹ suele usarse la denominación de «Estudios de la mujer», tomada como traducción de los «Women's Studies» anglosajones. Esta denominación en singular plantea dos problemas: en primer lugar puede entenderse como un nuevo esencialismo («mujer» como categoría universal que anula las diferencias entre «las mujeres»); en segundo lugar, es ambigua, ya que esa «mujer» podría ser tanto el sujeto que realiza los estudios, o el objeto a estudiar (;por hombres o por mujeres?).

En Argentina, los inicios de la institucionalización de los Estudios de las Mujeres o de Género se producen tardíamente, con los primeros proyectos hacia fines de los 80 y su consolidación incipiente en la década de los 90 (Maffía, 1998). En general se trata de programas de especialización y postgrado (en las Universidades Nacionales de Buenos Aires y Rosario), o de Institutos de Investigación. También en nuestro país se produce un cambio de denominación, desde los Estudios de la Mujer de los primeros cursos a los Estudios de Género, denominación que se consolida como la más adecuada, no sólo como estrategia de mayor acercamiento aún al discurso científico neutral académico, sino porque evita las ambigüedades al centrarse en el objeto teórico que da su unidad a esta disciplina en consolidación. En

Mujeres y filosofía. Teoría Filosófica del género, María Isabel Santa Cruz (1994) y otras investigadoras de los programas interdisciplinarios de los Estudios de Género y de la Mujer desarrollados en la Universidad Nacional de Buenos Aires proponen la denominación de «Estudios de género» como la más adecuada, ya que de ese modo

[...] se hace hincapié en que lo peculiar de estos estudios no es ni su sujeto ni su objeto sino la categoría que emplean como herramienta de análisis de los fenómenos y se subraya, entonces, el carácter de construcción cultural de lo femenino y de lo masculino. (Santa Cruz et al., 1994: 23)

Volviendo al movimiento que dio origen a este campo disciplinario, es necesario detenerse un poco en sus matices y debates internos: a partir de ciertas coincidencias básicas (la voluntad de denunciar y transformar la situación de subordinación y sojuzgamiento de las mujeres), surgen corrientes muy diversas tanto en torno a la teoría como a las prácticas políticas. Existen distintas maneras de distinguir y reconocer esas diversas corrientes; una de las más difundidas es la que distingue entre *liberales* (feministas de la igualdad) y *radicales* (feministas de la diferencia).² En *Mujeres y filosofía*, Santa Cruz señala como uno de los ejes de discordia más importantes la cuestión de la igualdad y la diferencia entre hombres y mujeres:

Entre quienes apoyan una reivindicación de la igualdad que lleva a neutralizar las diferencias entre los genéricos y quienes exageran al extremo la diferencia, pasando a positivo el conjunto de caracteres y funciones tradicionalmente ligados, negativamente, al genérico femenino hay, en efecto, una amplia gama de posturas diversas. (Santa Cruz, 1994: 91)

Esta distinción, que tiene su origen en las divisiones y controversias dentro del activismo feminista de los 60 y los 70, es retomada con matices diferentes por varias especialistas.

Taylor Allen relaciona con esta distinción las características particulares de la institucionalización de los Estudios de las Mujeres en Alemania y en Estados Unidos:

[...] el feminismo alemán occidental, influenciado por el separatismo feminista radical, ha sido caracterizado como un movimiento externo, dedicado principalmente a la creación de una cultura de mujeres separada; su contraparte norteamericana ha sido descrita como un movimiento principalmente liberal que apunta a la integración de las mujeres en las instituciones. (Taylor Allen, 1996: 152)

De allí que en un primer momento se pueda reconocer que los Estudios de Mujeres norteamericanos han luchado por ocupar su lugar dentro de la academia universitaria; mientras que en Alemania (Occidental y luego en la Alemania unificada), los Estudios de Mujeres se han desarrollado particularmente por fuera de las universidades dependientes de la política educativa estatal. En ambos países, sin embargo, la década de los 80 fue una etapa de institucionalización, lo que llevó a debilitar la relación de los Estudios de Mujeres (como disciplina académica) con el feminismo como movimiento político activista, y al mismo tiempo impuso la necesidad de tener en cuenta otras perspectivas que apuntaban también a una renovación de la enseñanza universitaria:

[...] la integración en instituciones académicas no ha reducido la constitución del campo sino que, por el contrario, ha resultado en la inclusión de muchos grupos que han jugado un rol escaso o nulo en los movimientos feministas de los que se originaron los estudios de mujeres. (Taylor Allen, 1996: 174)

Esto lleva a preocuparse, ya no por reconocer la experiencia común de las mujeres, sino la diversidad de esas experiencias, por lo que los estudios de las mujeres como reflexión teórica cuestiona el concepto mismo del feminismo como movimiento unificado y unificador.

Stimpson se refiere a las distintas actitudes frente a las diferencias de sexo, marcadas por una disputa entre «lo igual» y «lo diferente», que se traslada al terreno jurídico en los términos de «trato igualitario» (entre mujeres y hombres) y «trato especial» (para las mujeres como compensación por las situaciones injustas y la dominación masculina). Ella llama a estas posiciones «minimalistas» y «maximalistas» (aunque

no desarrolla ni justifica su elección de estos términos). Las minimalistas (o feministas liberales) «hacen hincapié en las similitudes sexuales, en lo idéntico de hombres y mujeres como base teórica de la igualdad de género». Las feministas maximalistas (o radicales) «hacen hincapié en la novedosa posibilidad de utilizar las disimilitudes sexuales como base teórica de una doble tarea: reconocer lo que podrían tener de especial las mujeres y a la vez reclamar las oportunidades y los derechos de los hombres» (Stimpson, 1998: 149). Si bien la autora se define a sí misma como «minimalista» (es decir liberal), reconoce algunos puntos que cuestionan las bases mismas de ese debate entre igualdad y diferencia: en primer lugar, las diferencias de sexo así planteadas son una especie de promedio estadístico, que no necesariamente responde a las características de todos los individuos; en segundo lugar, este debate supone asumir una posición acerca de las causas naturales y/o culturales de las diferencias, cuyas fronteras son, a criterio de Stimpson, demasiado dinámicas y sutiles como para convertirse en un fundamento para el debate. En último lugar, ella plantea un obstáculo que es mi juicio crucial:

[...] especular demasiado sobre la diferencia de sexo, sobre lo que es «hembra» y lo que es «macho», equivale a recapitular una vieja falacia: dualizar el mundo, dividirlo en juegos rígidos de oposiciones binarias y luego insistir en que esas antinomias son el molde de nuestras identidades. (Stimpson, 1998: 153)

Toril Moi (1995) retoma un trabajo de Kristeva de 1981 («Women's time», publicado en la revista *Signs*, año 7, N° 1), en el que la semióloga y psicoanalista caracteriza tres posiciones: el feminismo liberal busca una igualdad de acceso al orden simbólico; el feminismo radical rechaza el orden simbólico masculino y exalta las diferencias y la feminidad. Kristeva propone una tercera posibilidad: el cuestionamiento de las dicotomías metafísicas entre lo masculino y lo femenino, poniendo en duda la construcción misma de las identidades de género. Moi aclara que esta última posición teórica, en la que se ubica Kristeva, no es contradictoria con la lucha *política* implicada en la segunda posición (radical) que busca contrarrestar la opresión machista; por el contrario, le brinda la posibilidad de no convertirse en un nuevo esencialismo, igualmente opresor pero de signo invertido.

En estos tres casos se identifica la oposición «liberales vs. radicales» como un punto de partida para diferentes posiciones políticas y teóricas dentro del feminismo, pero se señala al mismo tiempo una posibilidad de superar las contradicciones de esa dicotomía a través de una tercera perspectiva, aquella que no tome como fundamento la experiencia de la diferencia genérica entre hombres y mujeres, sino que se proponga analizar, cuestionar, «deconstruir» ese sistema de géneros excluyentes; que apunte a reconocer de qué maneras se ha construido ese sistema y encuentre desde allí las posibilidades de superarlo. En esta perspectiva crítica podemos reconocer a las teóricas más reconocidas en la última década en el campo de los estudios de género, como Judith Butler (cuyas propuestas analizaré más adelante) y Joan W. Scott. Esta última critica explícitamente la validez del concepto de «experiencia» como fundamento para una reflexión teórica sobre el sistema de géneros:

Hacer visible la experiencia de un grupo diferente expone la existencia de mecanismos represivos pero no su trabajo o su lógica internos (...) para eso necesitamos atender a los procesos históricos que, a través del discurso, posicionan a los sujetos y producen sus experiencias. (Scott, 1992: 25)

Para Scott, situar la «experiencia» como fundamento de la validez de un conocimiento sobre el género naturaliza la diferencia, porque deja de lado la *naturaleza construida de la experiencia*, el problema central de *cómo los sujetos son constituidos como diferentes a través del lenguaje y del discurso*. El problema entonces no es si las mujeres son iguales o diferentes a los hombres, sino la manera en que hombres y mujeres son constituidos socialmente como sujetos sexuados, dotados de posiciones diferentes y excluyentes, a través de los discursos de la ciencia, la ley, la política, el discurso cotidiano. En otro trabajo Scott (1993) señala, siguiendo a Jacques Derrida, que la crítica a la que apunta «significa analizar en contexto la forma en que opera la oposición binaria, revirtiendo y jerarquizando su construcción jerárquica, sin aceptarla como algo evidente o real o como un producto de la naturaleza de las cosas» (p. 32).

Esta perspectiva crítica sitúa a los Estudios de Género en un debate más amplio en el que se puede producir el diálogo entre disci-

plinas y teorías como el marxismo, el psicoanálisis y los aportes a grandes rasgos «postestructuralistas» de Foucault y Derrida entre otros. Precisamente, teóricas del género como Butler y Scott suelen ser denominadas «postestructuralistas» o «postmodernas» y sus trabajos remiten (a veces polémicamente) a los ya nombrados Foucault y Derrida, Lacan, Marx. Así, los estudios de género no se constituyen como un campo de problemáticas exclusivamente particulares, sino como parte —a mi juicio, muy importante— de una perspectiva crítica a la constitución moderna del sujeto.

2.2. El género como categoría

Distinguir sexo de género para referirse a la diferencia que establece el sistema mujer/varón o femenino/masculino no es simplemente una cuestión terminológica. Es una precisión conceptual que nos distancia de los usos cotidianos (tales como el casillero «sexo» de los formularios con su opción binaria M/F); subraya, como ya dije, la idea de construcción cultural de las identidades femenina y masculina y apunta a evitar la «naturalización» o la «esencialización» de esas identidades que puede implicar la palabra «sexo» para referirse a ellas. En «Aportes para una crítica de la teoría de género», M.I. Santa Cruz, A. Gianella, K.M. Bach, M.L. Femenías y M. Roulet (1994) analizan esta categoría, señalando al sexo como el aspecto biológico (la posesión de ciertos caracteres anatómicos) mientras que el género es una construcción social, histórica y cultural (Santa Cruz et al.). Para estas autoras, el género no participa tan sólo de la *representación* social de lo femenino y lo masculino, como convencionalización de diferencias ya existentes, sino que funciona *productiva y reproductivamente* como un código regulador de las conductas; el género no es una categoría simplemente descriptiva sino una normativa sobre la percepción social de las mujeres y de los varones. Más allá de esta caracterización básica, existen algunas dificultades con relación a la definición y el alcance de la categoría; por ejemplo, desde algunas perspectivas no se desvincula conceptualmente al género del sexo, y se trasladan a aquel características como las de constituir una oposición binaria excluyente. Otra crítica frecuentemente dirigida a quienes utilizan esta categoría señala que se la cons-

truye como un concepto totalizador, universal, que anula las determinaciones múltiples y las diferencias dentro del modelo de género (raza, clase, sexualidad, religión).

Las autoras proponen entonces una definición y caracterización del género que contemple estos aspectos criticados:

[...] entendemos por género la forma de los modos posibles de asignación a seres humanos en relaciones duales, familiares o sociales de propiedades y funciones imaginariamente ligadas al sexo. [...] femineidad y masculinidad no deben entenderse entonces en sentido esencialista; ellos constituyen más bien patrones de actitudes y de comportamientos que se espera que los seres humanos observen. (Santa Cruz et al., 1994: 52)

Se subraya también que el género es una configuración social, no individual, históricamente variable y «posicional», es decir no un atributo esencial, sino una posición en la que el sujeto se ubica siempre de manera móvil en cada una de sus prácticas.

J.W. Scott (1993) también hace algunas críticas a los usos corrientes del concepto de género en los estudios feministas. Para ella, el recurso a este concepto se ha expandido por varias razones: acentúa el carácter social de las diferencias genéricas; rechaza las connotaciones de determinismo biológico; destaca el aspecto relacional entre lo femenino y lo masculino y, por último, ofrece una mayor posibilidad de legitimación académica. Pero desde su punto de vista, en general se convierte al género en un instrumento descriptivo y no crítico (según el concepto de crítica de Scott que vimos más arriba). Por eso, ella propone una definición compleja y analítica del concepto de género. En primer lugar propone dos proposiciones integralmente conectadas:

- El género es un elemento constitutivo de las relaciones sociales.
- El género es una manera primaria de significar las relaciones de poder.

Luego distingue cuatro elementos que constituyen las relaciones sociales basadas en diferencias sexuales:

- Los símbolos disponibles culturalmente, que pueden ser múltiples y contradictorios.
- Los conceptos normativos que definen y limitan las interpretaciones de los significados de esos símbolos (doctrinas religiosas, educativas, científicas, legales, políticas, en general estructurados en base a oposiciones binarias).
- Las instituciones sociales y organizaciones que corporizan esas doctrinas (parentesco, economía, mercado laboral, educación, política, iglesia).
- El último aspecto está dado por la identidad subjetiva del género; para abordar este aspecto, Scott no niega la importancia del psicoanálisis, pero observa (desde su punto de vista como historiadora) la necesidad de historizar también la construcción de las subjetividades.

La definición de Scott pone el acento en el género como una forma de distribución social del poder y abarca el amplio espectro de dimensiones en las que es posible analizar el sistema de géneros. El problema planteado en este trabajo se vincula de manera más directa con el primer elemento, el de los múltiples símbolos culturales, aunque ampliando de alguna manera su alcance, ya que el análisis no se limita a esos símbolos consolidados (Scott menciona a Eva y a María, a los mitos de la luz y la sombra, etc.), sino que busca abarcar la compleja gama de *significados* culturales que definen lo masculino y lo femenino en la doxa argentina de los 90, aun aquellos más difusos. Intentaré también establecer las relaciones pertinentes con los recorridos históricos y las doctrinas que regulan esos símbolos y significados culturales. En las páginas siguientes profundizaré la relación del concepto de género con la dimensión del poder y con su constitución discursiva.

En el trabajo «Para comprender el género: precisiones epistemológicas», Santa Cruz et al. (1994) distinguen el género como *categoría* o instrumento conceptual de los *modelos* de género históricamente reconocibles. En tanto categoría, la definición debe ser formal, de modo de incluir las diferentes construcciones culturales posibles del género. Los modelos de género son particulares; se trata de modos específicos en que una sociedad define lo masculino y lo femenino en

un momento dado. A lo largo de mi investigación intenté operativizar la *categoría* (para las autoras mencionadas, universal) de género describiendo y analizando el *modelo* de género que funciona y se despliega en las revistas femeninas argentinas contemporáneas; ese modelo se entiende como histórica y socialmente situado.

Esta distinción entre modelo y categoría deja sin embargo algunos puntos confusos, como la relación del género con el poder (para Scott es uno de los aspectos definitorios del concepto). ¿Participa el poder como elemento constitutivo de la categoría de género o es una dimensión del modelo histórico de género en el que nos encontramos, pero no necesariamente de todo modelo posible de relaciones genéricas? Las autoras que participan del volumen *Mujeres y filosofía* (Santa Cruz et al., 1994) mantienen posturas divergentes al respecto. En el artículo ya mencionado «Aportes para una crítica de la teoría de género», Santa Cruz et al. entienden que la dominación masculina es un elemento fundamental de la organización social actual, lo cual añade otro aspecto a la definición que comentamos más arriba: *la jerarquía*. Para estas autoras, esta dominación es posible por el control masculino del trabajo productivo y reproductivo, es decir el *patriarcado*. Este término, muchas veces repetido sin definiciones precisas, casi como un lugar común, no se entiende en este artículo como un modelo histórico, sino como un aspecto constitutivo del género, «universal», que va más allá de las estructuras familiares y de las divisiones de clase: su eje son «los pactos entre varones, es decir, por su posibilidad, negada a las mujeres, de investir de poder a sus iguales» (Santa Cruz et al., 1994: 50). En otro artículo del mismo volumen («Lo masculino y lo femenino cuestionados. Un análisis de la categoría de género») la autora, Margarita Roulet, no considera al poder como necesario en la construcción del género como categoría formal; para ella, el poder es una variable que estructura las prácticas de ciertos modelos de relaciones de género. Butler emplea otra terminología para referirse a esta estructuración de las prácticas:

Utilizo el término matriz heterosexual [...] para caracterizar un modelo epistémico/discursivo hegemónico de inteligibilidad del género que da por supuesto que para que los cuerpos tengan coherencia y sentido debe haber un sexo estable expresado

mediante un género estable (masculino expresa varón, femenino expresa mujer) que es definida oposicionalmente y *jerárquicamente* mediante la práctica obligatoria de la heterosexualidad. (Butler, 1998: 17. El subrayado es mío)

Desde otro marco disciplinario, la antropología, una figura tan «clásica» como Margaret Mead también cuestiona la idea del patriarcado y la dominación masculina como universales, aun utilizando categorías y conceptos que hoy se han descartado o son elaborados de manera diferente: «si bien cada cultura ha institucionalizado de algún modo los papeles de hombres y mujeres, ello no ha sido necesariamente en términos de contraste entre las personalidades prescritas de los dos sexos, ni en términos de dominio o sumisión» (Mead, 1981: 25). La investigación de la que da cuenta *Sexo y temperamento en las sociedades primitivas*, editado por primera vez en 1935, describe tres tribus, muy próximas geográficamente unas de otras: en la primera, «tanto hombres como mujeres se comportaban como consideramos que deben hacerlo las mujeres»; en la segunda, «ambos actuaban como consideramos que deben hacerlo los hombres»; en la tercera, «los hombres se comportaban de acuerdo con el modelo estereotipado que tenemos de las mujeres [...] mientras las mujeres eran compañeras enérgicas, decididas y no usaban adornos» (p. 10). En ella «encontramos una inversión de las actitudes del sexo según nuestra propia cultura, con las mujeres desempeñando un papel dominante, impersonal y director, y los hombres como personas menos responsables y sometidos emocionalmente» (p. 307).

Esta conjunción de filosofía y antropología para discutir un mismo concepto teórico podría ser cuestionada desde una visión estricta de las distinciones disciplinarias. Sin embargo, los fenómenos abordados por los estudios de género reclaman este tipo de cruces por la diversidad de aspectos que implican desde la psicología individual a la sociología, desde el análisis del discurso hasta la crítica literaria. En el trabajo «Para comprender el género: precisiones epistemológicas» (1994), Santa Cruz et al. reclaman, yendo aún un paso más allá, un estudio transdisciplinario del género que desarrolle un lenguaje globalizador y procesos de trabajo en los que no se planteen diferenciaciones entre las disciplinas.

2.3. Beauvoir, Butler y Newman: género y lenguaje

En «Gendering the body: Beauvoir's philosophical contribution» (1990a; la traducción de las citas es propia), Butler expone y analiza las ideas de Simone de Beauvoir, quien no se consideraba a sí misma «feminista» al momento de escribir *El segundo sexo*, pero fue sin duda una de las pensadoras más importantes y productivas para la reflexión teórica feminista acerca del género.

Butler retoma la obra de Beauvoir³ destacando su uso de una metodología interdisciplinaria que recurre a imágenes literarias, teorías biológicas y psicológicas, y evidencias históricas y antropológicas, ofreciendo una base para una comprensión explícitamente feminista de la experiencia corporal, ejemplificando y poniendo en acto una filosofía situada que infunde lo filosófico en los detalles de la vida cotidiana, descubriendo la universalización de lo masculino y la necesidad de comprender la manera en que el cuerpo humano se presenta «generizado». Centra su lectura de *El segundo sexo* en la reconstrucción de una teoría de la identidad de género y su adquisición, a través de algunas formulaciones claves de Beauvoir que sugieren una distinción entre el cuerpo natural y el cuerpo como un constructo histórico o significativo –es decir, la distinción entre sexo y género–.

Dos afirmaciones de la autora francesa son analizadas y desarrolladas en profundidad por Butler (1990a): «1) el cuerpo no es un hecho natural sino una idea histórica; 2) uno no nace, sino que deviene una mujer» (p. 254). La primera afirmación supone que para que el cuerpo tenga significado para nosotros, para que el cuerpo aparezca dentro de un campo de inteligibilidad, debe primero ser significado dentro un discurso históricamente específico: el género es una idea o constructo histórico que el cuerpo asume como si fuera su forma natural. Esto no significa negar la facticidad biológica o fisiológica del cuerpo, sino poner el acento en el significado que el cuerpo –en toda su facticidad– viene a asumir dentro del contexto de la experiencia histórica. Ser mujer no depende solamente de nacer hembra, sino de llevar a cabo un proceso de enculturación por el cual se asume y corporiza la idea histórica y las significaciones culturales de «la mujer».

Lo dicho hasta aquí podría sugerir que el género es impuesto al cuerpo, pero Butler aclara que el género no es recibido pasivamente; el

cuerpo no es moldeado o inscripto en un proceso pasivo por convenciones culturales externas y activas. Para Beauvoir, esta «enculturación no es un hecho o una precondition, sino [...] la relación culturalmente mediada de una acción corporizada consigo misma» (Butler, 1990a: 255). Se trata de un proceso activo, por el cual no es posible afirmar que una «es» una mujer, ya que el acto de devenir nunca está realmente completado. «Devenir» una mujer significa realizar libremente un conjunto de posibilidades culturales, pero su realización nunca está terminada; por el contrario, es una actividad incesantemente renovada. Este proceso en sí no tiene un fin teleológico. El género es entendido como proyecto, propósito, empresa cuya meta es compeler al cuerpo a significar una idea histórica más que otra; es siempre una estilización del propio cuerpo usado como signo cultural, mediante la cual la femineidad se puede actuar, reproducir, ocultar.

Este proceso tampoco puede considerarse como una acción libre de toda restricción, ya que la identidad de género está gobernada por un conjunto de tabúes, convenciones y leyes. Estas normas culturales constriñen a las mujeres a convertirse en lo Otro, lo opuesto del Sujeto; imponen una elección imposible de un solo sentido, por la cual se convierte en objeto, puro cuerpo instrumento del deseo masculino, un reflejo de la posibilidad de actuar de la que goza el hombre. Sin embargo, esta imposición en la elección, en el devenir el género, no es de ninguna manera natural o históricamente necesaria. El cuerpo toma la marca de la imposición cultural y la reproduce en su propio estilo corporal y a través de él. Los cuerpos no sólo están marcados, sino que deben vivir sus marcas, y es en la posibilidad de vivir las marcas de su género de manera diferente que la variación e incluso la transformación cultural existen. Por eso «devenir» el género es un acto transitivo, por el cual se actualizan y modalizan permanentemente las posibilidades culturales; el cuerpo es el «teatro del género», el lugar de su representación pero también de su variación.

En cuanto a la relación sexo/género, la matriz patriarcal del pensamiento identifica al género y al deseo como expresiones del sexo (biológico), atributos esenciales de un núcleo sustancial que define al sujeto por su facticidad biológica. Desde la perspectiva de Butler, este sexo sustancial no existe, y nuestra experiencia del género, el placer y el deseo no son más que el conjunto de actos que constituyen una iden-

tividad, antes que reflejarla. Si el género es un acto performativo, no dependiente del sexo biológico, la conducta generizada y el deseo son también definiciones culturales no vinculadas esencialmente. Más aún: si el género es la actualización de ciertas posibilidades culturales, esta actualización debe ser concebida fuera de cualquier esencia interior o teleología que debe ser actualizada: lo que se actualiza es una posibilidad cultural externa. En otro trabajo, «Sujetos de sexo/género/deseo», Butler cuestiona la categoría de *mujeres* asumida por la teoría feminista como

[...] sujeto para el que se quiere conseguir representación política: la crítica feminista debería también comprender cómo la categoría de 'mujeres', el sujeto del feminismo, está producido y reprimido por las mismas estructuras de poder a través de las cuales se busca la emancipación. (1997: 2)

La autora retoma algunas de las críticas al concepto de género que ya hemos mencionado, tal como su carácter totalizador: reconocerse mujer no es una identificación exhaustiva, porque el género no es unívoco, es históricamente variable, y se intersecta con identidades raciales, de clase, étnicas, sexuales y regionales constituidas discursivamente.

Butler (1997) cuestiona el uso feminista de la noción de «identidad femenina», basado en «la presunción de que las identidades son idénticas a sí mismas, que persisten a lo largo del tiempo como la misma identidad, unificadas e internamente coherentes» (p. 8) para proponer un acercamiento antifundacionalista, en el que la identidad no sea una premisa y el género se conciba como «una complejidad cuya totalidad es permanentemente aplazada, no es nunca lo que encontramos en un momento particular» (p. 8). Se interroga también acerca de otro aspecto de la categoría de género que hemos mencionado anteriormente: la heteronormatividad de las identidades genéricas, el modo en que las prácticas reguladoras gobiernan el género y las nociones culturalmente inteligibles de identidad.

En su discusión del concepto de género, Butler (y aquí retoma muchas veces a Beauvoir) apela a la «mediación cultural», a su funcionamiento discursivo. Los discursos que circulan en toda actividad social no son un elemento secundario en este proceso constante de en-

culturación que es el devenir un género. Las identidades de género encuentran un espacio de constitución, reformulación y disputa en los discursos que acompañan, producen o reproducen las prácticas de los cuerpos generizados. Prácticas, atributos y valores son distribuidos en los enunciados según la identificación de sexo/género que se construye en cada caso. «Masculino» y «Femenino» funcionan en el conjunto del discurso social que caracteriza a nuestra cultura como síntesis de esa adjudicación de prácticas, valores y atributos, partiendo del presupuesto de la heterosexualidad obligatoria.

Pero esa síntesis es dinámica, está también siempre en devenir. La discusión de lo que es femenino y lo que es masculino ha atravesado todos los campos discursivos, y esas identidades han sufrido aparentes cambios y transformaciones en las últimas décadas. Esos cambios han sido concordantes con un amplio desarrollo político y reflexivo del pensamiento feminista, que ha dado nuevos alcances a la idea de género, poniendo el énfasis en sus aspectos políticos más que filosóficos. En esta perspectiva se ubica Kathleen Newman en su trabajo *La violencia del discurso. El estado autoritario y la novela política argentina* (1991), que aborda obras de Roberto Arlt, Rodolfo Walsh, David Viñas y Ricardo Piglia, relacionando la violencia política y la crisis del Estado con la ruptura y la crisis del gender system (sistema de géneros) en nuestro país desde la década del 20 hasta los años 80. En su análisis recurre a un aparato conceptual sumamente amplio, que va desde la teoría política hasta diversas teorías del discurso, y advierte:

En los Estados Unidos tanto el sustantivo gender y el adjetivo gendered evocan los múltiples y fascinantes debates feministas de las últimas dos décadas: hoy en día se considera gender un elemento tan determinante en la formación social como clase o raza u otra identidad basada en una división social. (Newman, 1991: 7)

En las conclusiones de su trabajo, Newman expone su concepción de un Sujeto «descentrado», atravesado y configurado por filiaciones de diferente tipo, que convierten su ubicación en la formación social en un conglomerado de pertenencias: la raza, la clase, la nacionalidad, la etnia, el gender, son identidades sociales, definidas por la pertenencia a un grupo, absolutamente ninguna de las cuales es «natu-

ral». La raza y el género son construcciones sociales y culturales tanto como la clase o la nacionalidad. En la medida en que estas diferentes filiaciones confluyen en los sujetos, no son homogéneas o idénticas a sí mismas: el sistema de géneros está atravesado por las diferencias que conllevan las filiaciones de clase, raza, religión, etc. Newman también se preocupa por la forma de mediación en la que opera el gender system como parte de la formación social y como formación discursiva. Para resolver esta cuestión recurre al concepto de «materialidad del lenguaje»:

[...] la materialidad del lenguaje puede ser entendida no solamente como sus palabras, sino más bien como las posiciones de los Sujetos constitutivas del significado y de las formas en que nos organizamos, [ya que] los significados se producen según la interacción de un registro complejo de posiciones e identidades de los Sujetos. (Newman, 1991: 137)

Dado que el lenguaje, el fenómeno discursivo, es inseparable del emplazamiento del Sujeto, y que la estructuración del mundo es simultánea con su puesta en discurso; dado que la estructura social se constituye en la dispersión de los Sujetos, «el lenguaje es, sin duda, la red, el tejido de la formación social» (Newman, 1991: 137). El lenguaje y la acción son inseparables: no hay división posible entre lo discursivo y lo no discursivo. El gender system se define entonces como «una formación de identidad discursiva» (p. 138).

2.4. Feminismo como práctica política: objetivos

La dimensión política del feminismo, con su premisa de «liberación femenina», no es de ninguna manera, como vimos, unívoca en sus objetivos o metas. ¿Qué se entiende por liberación, por igualdad, por diferencia, por identidad? Son puntos conflictivos que algunas veces no se explicitan claramente y provocan así malentendidos teóricos y desencuentros prácticos. En el trabajo ya comentado «Aportes para una crítica de la teoría de género», Santa Cruz et al. (1994) formulan los objetivos teóricamente planteados de sus concepciones acerca del género bajo la forma de una sociedad futura en la que el género no

define esencialmente la identidad personal, no se convierte en un elemento de discriminación ni determina la organización social, sin que esto implique alguna clase de androginia. Esta sociedad estaría formada por sujetos diferenciados, pero no jerárquicamente: las mujeres podrán así recortar su identidad personal como «individuas». En el mismo libro, Santa Cruz (1994) en «Sobre mujeres e igualdad o por qué todos somos iguales pero algunos son más iguales que otras», discute la noción de igualdad, aclarando que

[...] lograr su igualdad es un objetivo válido y valioso del pensamiento y de la acción feministas. Exigir la igualdad, entendiéndola ésta como igualdad formal, como igualdad ante la ley, como igualdad de oportunidades [...] y, en general, todo lo referente a derechos humanos, es inobjetable en nombre del universalismo y la justicia. (p. 92)

Lo que se critican son las posiciones igualitaristas que finalmente refuerzan la estructura de dominación de la sociedad patriarcal, al plantear la igualdad como una absorción en la masculinidad como parámetro de igualdad. La noción de igualdad que propone se basa no en la anulación sino en el respeto por las diferencias

[...] igualdad y diferencia no constituyen contrarios irreconciliables, sino, más bien, se requieren entre sí. La igualdad no consiste en la eliminación de la diferencia, y ésta, a su vez, no impide la igualdad. No se puede ser iguales sin ser diferentes. Aunque la inversa no vale, porque los diferentes pueden no gozar de igualdad. (Santa Cruz, 1994: 101)

J. Butler (1997) lleva sus propuestas aún más lejos, abogando por una «proliferación» de los géneros, donde no se adjudique un género a un sexo y a un deseo, sino que cada individuo construya libremente su identidad, seleccionando performativamente los atributos de género, sexualidad y deseo.

Por su parte la identidad masculina también ha sido objeto de estudio en los últimos tiempos, aunque los estudios de género suelen poner el acento en la identidad femenina o en las minorías sexuales. Elisabeth Badinter (1993) afirma que la masculinidad se construye a

través de un planteamiento negativo, por oposición a lo femenino representado en la madre. Esa separación del mundo materno se lleva a cabo por medio de las instituciones exclusivamente masculinas, desde ejércitos hasta clubes deportivos, en las que el muchacho debe demostrar que no es una mujer, que no es un bebé y que no es homosexual. «La virilidad no es algo que se les haya dado, deben construirla, fabricarla» (p. 17); los varones, para ser considerados tales, tienen que ser *iniciados* en sus secretos, inaccesibles para las mujeres. Diferentes culturas plantean la separación del niño de la madre como paso clave para convertirse en «hombre», aunque den contenidos diferentes a esa separación. Pero todas, de acuerdo a lo investigado por Badinter, consideran que eso sólo se consigue cuando se integran a un mundo de valores opuestos y contradictorios con los de la femineidad: de allí el culto a la muerte y al riesgo, por oposición a la identificación madre-vida. Nacido de una mujer y criado por ella, el niño macho está condenado a marcar diferencias, existiendo sólo por oposición a su madre y a su femineidad.

Esta conceptualización de la masculinidad (aunque podría ser pertinente distinguir entre masculinidad como conjunto de características genéricas no unívocas asignadas prioritariamente a los sujetos de sexo masculino, y virilidad como una exacerbación de ciertos aspectos de esa identidad) parece contradictoria con la concepción de Beauvoir que argumenta que sólo el género femenino está marcado, que el modelo patriarcal define a las mujeres de acuerdo con su sexo y ensalza a los varones como portadores de una personalidad universal que trasciende el cuerpo. Para Beauvoir, las mujeres son el negativo de los varones, la carencia con respecto a la que la identidad masculina se diferencia a sí misma. Las formulaciones de Badinter no son entonces tan contradictorias con las de Beauvoir: el hombre se define a sí mismo en oposición a la mujer, pero primero ha debido concebir a la mujer como lo Otro, lo Otro a lo que no debe parecerse. Lo femenino ha sido primero marcado negativamente, lo que el varón no debe ser. Así, la masculinidad como construcción cultural debe conquistarse; pero para tener muy en claro lo que debe evitarse, el sistema patriarcal es prolífico en determinaciones acerca de lo femenino, que debe siempre estar señalizado, descripto, fijado en todas sus formas posibles. Esto aparecía presente aún en la cultura de fin de siglo, donde nume-

rosos productos culturales eran calificados como «femeninos» o «para la mujer» (programas televisivos, publicaciones) pero era mucho más raro calificar a un programa o una revista como «masculinos», aunque su temática excluya a la generalidad de las mujeres como receptoras posibles. Las publicaciones que constituyen mi corpus no escapaban a ello: veremos cómo la identidad femenina aparece desplegada y abordada desde una multiplicidad de aspectos, mientras que el hombre, en general, se presenta como «problema», como interrogante, y aparece de una manera secundaria.

2.5. Acerca del concepto de identidad

Como categoría teórica, «identidad» es un término que puede generar ambigüedades o confusiones, superponiéndose a menudo con otras nociones como la de sujeto o la de subjetividad. Sin embargo, el concepto de identidad establece el campo de una problemática específica, que posee una especial relevancia en el campo de las ciencias sociales contemporáneas, desde la sociología, la historia, la teoría política, hasta los debates del feminismo y las políticas de las minorías sexuales y raciales. Una muestra de la diversidad de abordajes que se generan en torno al concepto de identidad puede ser proporcionada por el número que la revista mexicana *Debate Feminista* consagró al tema con el título «Identidades» en octubre de 1996. De los trabajos allí reunidos destacaré dos que me permitirán profundizar la conceptualización de las identidades de género: el del historiador Eric Hobsbawm y el de Chantal Mouffe.⁴

En ambos casos el problema de las identidades colectivas es situado en el contexto político contemporáneo: Hobsbawm habla del surgimiento de las «políticas de la identidad» (p. 88), situándolas en relación con las profundas transformaciones sociales que caracterizaron el tercer cuarto de nuestro siglo a partir de la disolución de las unidades sociales y afectivas como las de nación y clase que reforzaban las vinculaciones étnicas; Mouffe analiza el «proceso de redefinición de las identidades colectivas» (p. 3) en relación con el derrumbe del comunismo y la desaparición de la oposición democracia/totalitarismo, que lleva a que las democracias occidentales se enfrenten a la pér-

dida del sentido que les otorgaba su contraposición con los totalitarismos a través de la ilusión de un consenso «hacia el interior», de una eliminación de los antagonismos internos que lleve a la homogeneidad, a unificar a sus miembros y distinguirlos de los demás. Mouffe insiste en que no se trata más que de una ilusión: «En lugar de la generalización de las identidades postconvencionales, celebradas por Habermas, y de la desaparición del antagonismo proclamado por los liberales, vemos la multiplicación de los particularismos y el surgimiento de nuevos antagonismos» (p. 4).

Estos particularismos (grupos que buscan un lugar en la disputa por el poder político identificándose en torno a una definición por raza, etnia, religión, género, orientación sexual o lenguaje y reivindicando su derecho igualitario a la diferencia), estos «grupos de identidad» aparecen según Hobsbawm para brindar a hombres y mujeres un sentido de pertenencia: el «sentimiento de pertenecer a un grupo primordial» (p. 89) está en la base de una identidad colectiva que no es dada o innata, sino optativa. Este autor define cuatro aspectos fundamentales que delimitan el concepto de identidad:

- «Las identidades colectivas se definen negativamente» (p. 89): no se basan para establecer sus vínculos y sus límites en lo que los miembros del grupo tienen en común, sino en sus diferencias con aquellos que excluye. No hay «nosotros» sino por oposición a los «otros».
- Las identidades no son únicas e ineludibles, sino intercambiables y «combinables». «No se puede describir a los seres humanos, ni siquiera con fines burocráticos, excepto mediante una combinación de muchas características» (p. 90). Hobsbawm señala también que las políticas de la identidad establecen el supuesto de que una de las múltiples identidades que tenemos es la que determina o domina nuestra política: así, la identidad femenina de una mujer prevalecería, según cierto discurso feminista, sobre todas las otras pertenencias identitarias (raza, clase, nacionalidad). Cabe aclarar, sin embargo, que ésta ha sido una crítica a la que el feminismo, o al menos las vertientes más interesantes de la teoría feminista, han prestado atención, y trabajos recientes en este campo ponen el acento en lo que Ernesto

Laclau y Mouffe (1987) llamarán «la sobredeterminación de las identidades de género en su interrelación con otras». Volviendo a Hobsbawm, «la política de la identidad exclusiva no es la natural a la gente» (p. 91).

- «Las identidades, o su expresión, no son fijas... se desplazan de un lado a otro» (p. 91); o más claramente, la definición fundamental con la que un grupo se identifica puede ser transformada, poniendo el acento en uno u otro aspecto de esa construcción que llamamos identidad.
- Por último, «la identidad depende del contexto, el cual puede cambiar» (p. 91). En la medida en que una identidad se define por diferencias, las transformaciones en otras identidades que vuelven a trazar el mapa de los grupos sociales obliga a una redefinición de cada grupo identitario.

El análisis de esta categoría realizado por Mouffe (1996) profundiza especialmente en el primer aspecto señalado por Hobsbawm: el carácter relacional y de oposición que está en la base de la definición de las identidades colectivas. Para esta autora toda identidad se constituye a partir de la afirmación de una diferencia; su punto de partida es la idea de «exterior constitutivo» (reelaboración de conceptos derrideanos), que subraya el carácter de relación de toda identidad y el hecho de que la constitución de una identidad suele conllevar la imposición de una jerarquía: no se trata sólo de distinguir al hombre de la mujer, sino que «masculino» adquiere un valor de dominio y superioridad sobre «femenino». La condición de existencia de una identidad es la determinación de un «otro» que funciona como su «exterior». Cuando ese *otro* es percibido como una amenaza o un cuestionamiento de la propia identidad, estamos en el campo del antagonismo que constituye al otro como un enemigo, y ya sea que la base de la distinción sea religiosa, étnica, económica o sexual, se trata de una relación política, concibiendo a lo político no en el sentido de una localización en instituciones específicas, sino como una dimensión inherente a toda sociedad humana. El objetivo de la política para Mouffe es la creación de un *nosotros* en un contexto de diversidad y conflicto, y una política democrática debe establecer esta discriminación de manera que el opositor no sea un enemigo, sino un adversario cuya posición se considera

legítima. «Sólo cuando se ha comprendido que toda identidad se establece por relación y que está construida en función de una diferencia puede plantearse la cuestión democrática crucial: cómo luchar contra las tendencias a la exclusión» (p. 9). La noción de exterior constitutivo indica que interior y exterior no pueden distinguirse por completo: se cuestiona así la concepción esencialista de la identidad, y toda identidad se revela como un proceso continuo de constitución y mestizaje, a partir de una multiplicidad de interacciones. Cuando Mouffe afirma que «se trata siempre de un proceso de sobredeterminación que teje vínculos muy complejos entre muchas formas de identificación y una red compleja de diferencias» (p. 9), se plantea una nueva vinculación con la definición de Hobsbawm, esta vez con el segundo aspecto señalado por el historiador, planteando una crítica a las concepciones de una identidad esencial o exclusiva. Para concluir con esta revisión, vuelvo al trabajo de Mouffe quien sostiene que la constitución de identidades es uno de los terrenos en que la hegemonía se ejerce de manera privilegiada, ya que la articulación de relaciones sociales que configuran una identidad determina especialmente la creación de puntos nodales que fijan los sentidos y dominan provisionalmente el campo discursivo.

En ambos trabajos el problema planteado por estas nuevas identidades colectivas es una cuestión política, entendiendo ésta en un sentido amplio como distribución de poder, como organización de las fuerzas sociales no exclusivamente institucional. La constitución de una identidad es una acción política, siempre relacional, jerárquica y móvil: una identidad se define en relación a una alteridad, establece jerarquías y nunca constituye a sus miembros unívocamente; las identidades se cruzan y se superponen, aunque el discurso hegemónico quiera fijarlas y aislarlas. Analizando así el problema de los géneros sexuales, advertimos que en algunos aspectos puede ser abordado de acuerdo con los términos de la descripción de Hobsbawm y Mouffe, aunque en otros surgen diferencias. Los discursos que definen lo que es —o debe ser— un hombre y/o una mujer no son privativos de nuestra época ni de nuestras sociedades: de una u otra manera (con diferencias a veces abismales) toda cultura en toda época establece sus parámetros genéricos. Las matrices aún vigentes de manera hegemónica en torno a las diferencias genéricas son anteriores al siglo XX; sin embargo su

conceptualización como distribuciones políticas puede fecharse, con el eslogan «lo personal es político», a partir de los feminismos de los 70. Los caracteres de relacionalidad y sobredeterminación son, como he afirmado antes, absolutamente pertinentes en el caso de las identidades genéricas: masculino y femenino se definen por oposiciones y exclusiones, marcando una jerarquía que sitúa lo «masculino» en una posición de dominio y superioridad; además, estas identidades no son unívocas, sino que abarcan diferentes matices en su cruce con otras filiaciones como las de clase, raza, religión o incluso edad. Cuando hablo entonces de identidades genéricas, masculinas o femeninas, no me refiero a una definición esencial y fija de los conceptos de mujer y varón, sino a un conjunto de operaciones discursivas, variables y móviles, que distribuyen jerárquicamente prácticas, valores y atributos, estableciendo exclusiones y configurando una situación estratégica de distribución de poder entre grupos genéricamente definidos, en interacción con otras determinaciones.

Por otra parte, uno de los presupuestos fundamentales en el modelo de géneros vigente en la doxa de los 90 es la *matriz binaria* que constituye a los géneros como opuestos mutuamente excluyentes, una otredad absoluta inaccesible en sus elementos más profundos al otro. El artículo de Mouffe (1996) ofrece también elementos para repensar esta concepción: trasladando sus términos, el modelo de la modernidad establece a los géneros masculino y femenino como antagónicos, como una amenaza mutua, no en un sentido de confrontación directa, sino como disolución potencial: tal como veremos al abordar el corpus, el perder alguno de los atributos del género o el asumir atributos del género «opuesto» provoca la desestabilización de la identidad genérica en su conjunto. En la concepción dominante en la doxa, el hecho de que el hombre asuma atributos, prácticas y valores tradicionalmente femeninos, como el cuidado de los hijos o la preocupación estética por el cuerpo, se relaciona directamente con la pérdida de atributos considerados masculinos, como la responsabilidad laboral, la capacidad racional, la independencia, cuando no implica la pérdida de la masculinidad como característica «esencial». La propuesta política de Mouffe de percibir a los otros no como antagonistas sino como parte constitutiva de la propia identidad, y a la identidad como una construcción en permanente proceso de mestizaje y redefinición, es

también interesante para pensar otras maneras posibles de concebir las identidades de género.

Desde esta perspectiva resulta muy valioso el aporte al tema de la identidad que realiza Barry Honig (1998), retomando críticamente algunos conceptos de Hannah Arendt (1993). Arendt ha sido muy cuestionada por el pensamiento feminista, en especial porque su concepción de la política excluye cuestiones como la problemática del género, a la que relega al campo de lo doméstico. Sin embargo, Honig se propone rescatar las políticas performativas de Arendt como modelo para «una política feminista que busque atacar la construcción prevaleciente sobre sexo y género que los introduce en categorías binarias y obligatorias de identidad, y también la división binaria actual del espacio político en un campo privado y un campo público» (p. 9).

Arendt rechaza la posibilidad de actuar políticamente sobre el ámbito de lo privado y lo corporal, ya que para ella estos son ámbitos de la necesidad, la reiteración, el campo de lo que nos iguala en nuestra realidad física, y la política es el lugar de la acción que nos distingue, un lugar de creación y apertura, no de repetición y necesidad. Para ella, «antes o después de la acción, el yo no tiene identidad; es fragmentario, discontinuo, indistinto [...] su única forma de lograr la identidad, de convertirse en un 'quién', es la acción» (Honig, 1998: 11). El cuerpo es para Arendt unívoco y despótico, algo dado sobre lo que no cabe la posibilidad de actuar. La acción, en cambio, no sólo es un acto creativo, sino que al realizarse, «crea» también al sujeto que la lleva a cabo, presupone un yo inestable y múltiple. En *La condición humana*, Arendt (1993) trata de establecer claramente los límites entre lo público y lo privado, cuestionando el avance de lo privado sobre lo político (tema que profundizaremos más adelante), aunque también descartando la posible politización de la vida privada. Pero, como señala Honig, muchas veces la acción sucede inicialmente en el campo privado (es posible pensar de esta manera la aparición pública de las Madres de Plaza de Mayo); por eso propone no definir a la acción por su relación con lo público o con lo privado, sino como «una perturbación agonística de la secuencia común de las cosas, un sitio de resistencia contra lo irresistible» (p. 14), que genera performativamente una determinada (e inestable) configuración de lo público y lo privado. Honig recurre a Butler y a otras feministas para presentar a las identi-

dades genéricas en este marco, como performatividades. Arendt considera a su género y a su religión como «hechos», como «datos», al presentarlos como construcciones culturales que cada sujeto «actúa» performativamente; Honig coloca a las identidades de género en el campo de la acción, de las posibilidades de subvertirlas, de «proliferar sus posibilidades de diferenciación» (p. 17). Sostiene que de esta manera se presupone un yo y una política «agonísticos», performativos, múltiples, siempre transformándose en otra cosa: una perspectiva coherente con la «política de la identidad nómada» que propone Mouffe y con las concepciones de Judith Butler del género siempre en devenir, en construcción, y su propuesta de una dispersión de los atributos de sexo, género y deseo.

Notas

1 Para un estudio más amplio de las condiciones de desarrollo de los estudios de género en Argentina y en América Latina, ver la «Introducción» realizada por los compiladores en Forastelli y Triquell (1999).

2 Otras divisiones que se han establecido dentro del feminismo se basan en el marco teórico o conceptual del que parten distintas visiones feministas: el marxismo y el psicoanálisis son los más difundidos, y a ellos se podría agregar el post-estructuralismo. Para un desarrollo de estas perspectivas, ver Scott (1993) y Jaggar (1988). Esta división no es correlativa con la de radicales/liberales.

3 En este artículo temprano, Butler retoma los aspectos de *El segundo sexo* con los que acuerda, y que le sirven de fundamento para sus propias reflexiones. Trabajos posteriores ponen el acento en su crítica a la noción de sujeto (cartesiano) en Simone de Beauvoir (ver Butler, 1990b y 1998). Para una crítica de esta última lectura de Butler ver Femenías (1998) y Heinämaa (1998).

4 La revisión del artículo «Por una política de la identidad nómada», de M. Chantal (1996) se complementa con la lectura de *Hegemonía y estrategia socialista* (Laclau y Mouffe, 1987).

3. Las revistas femeninas como discurso del género

3.1. Revistas femeninas y modelo del sistema de géneros

Los modelos del sistema de género que definen las identidades masculina y femenina en nuestras sociedades contemporáneas y globalizadas –lo que no significa homogéneas ni igualitarias ni semejantes– participan aún, a pesar de sus crisis y transformaciones, de las evaluaciones sociales instituidas por la modernidad acerca de la familia y su correlación con la nueva distribución de lo público y lo privado. Entre ellas, tres «mitos» sustentaron la construcción de la identidad femenina moderna: «el mito de la mujer-madre, el de la pasividad erótica femenina y el del amor romántico». Se constituyeron en ejes que justificaban la distribución de prácticas, valores y atributos femeninos y masculinos, la separación del espacio público racional, activo y masculino y el espacio privado, sentimental, pasivo y femenino. Estas evaluaciones se desplegaron en construcciones ficcionales, en tratados científicos, en dichos populares: atraviesan toda la discursividad de una época.

En este fin de milenio, las grietas abiertas en ese modelo, su cuestionamiento, hacen que, en gran parte, ya no pueda ser presupuesto en el discurso como una comprensión del mundo compartida. Las evaluaciones sociales acerca del sistema de géneros, en su reformulación, se hacen explícitas y evidentes en la literalidad del discurso, superficie de un debate y una confrontación entre las definiciones tradicionales del modelo moderno de identidades masculinas y femeninas y las nuevas definiciones que resquebrajan la distribución de lo público y lo privado, la concepción de la sexualidad y de la maternidad.

Los medios masivos constituyen un espacio discursivo privilegiado para este debate y estas redefiniciones. Como espejo y red en los que los demás discursos necesitan caer y reflejarse para tener existencia y eficacia sociales, los medios —televisión, radio, prensa escrita— son un núcleo condensador de intertextualidades de los que pocos campos discursivos pueden considerarse aislados. Allí encuentran lugar, por ejemplo, las teorías del género que desde la antropología, la sociología, el psicoanálisis, ponen el acento en la identidad genérica como construcción cultural y abren la puerta a su transformación; son la vidriera global en que las minorías sexuales y las víctimas de la violencia doméstica, entre otros, encuentran su visibilidad. En este marco, las revistas orientadas a un público de mujeres suelen ser consideradas como una especie de reducto de las definiciones más tradicionales de la identidad femenina. Por ejemplo, el análisis de Mercedes Charles en «Construcción de la identidad de género en la comunicación masiva» (en Bedolla Miranda et al., 1993) destaca acerca de la prensa femenina en México ciertos rasgos comunes en estas publicaciones: señala que «La mayoría de los mensajes de los medios de comunicación crean, recrean y difunden imágenes de mujeres retomando las tendencias sociales generales de la construcción del ser femenino», si bien «existe un manejo simultáneo de imágenes contradictorias» (p. 359). Estos medios se dirigen tradicionalmente a la mujer adulta¹ «para decirle cómo puede cumplir con éxito sus diferentes roles: cómo ser buena madre, esposa y ama de casa. Aunque los mensajes son contradictorios, y muchos de ellos toman como base la dicotomía mujer tradicional/mujer moderna» (p. 364). En las publicaciones mexicanas analizadas esta dicotomía se presenta como excluyente, donde la mujer *tradicional* aparece como esposa y madre en el ámbito doméstico, mientras que la mujer *moderna* es soltera y trabaja fuera del hogar, en el ámbito público. En las publicaciones argentinas, por el contrario, se presenta en general a una mujer en conflicto por su participación en *ambas* esferas y por los problemas que surgen de la necesidad de conciliar las actividades de madre y esposa con el trabajo remunerado fuera del hogar. La maternidad y el trabajo doméstico parecen ser elementos constantes. Respecto de la primera, Charles destaca que a través de «muchos medios de comunicación se transmite la idea de la importancia de que la madre cuente con un conocimiento «científico» sobre el desarrollo del niño» (p. 364),

mientras que «la mayoría de los mensajes ignoran el trabajo doméstico, a excepción de la publicidad, que lo retoma de mil maneras para promover el consumo de los más variados productos» (p. 365); este consumo vinculado al trabajo doméstico se presenta en los medios como una manera de que el ama de casa ingrese en el mundo de la modernidad. En las revistas femeninas argentinas, por el contrario, no es el ámbito de lo doméstico lo que predomina en la publicidad, sino el eje de la estética y la belleza física; los productos vinculados a las tareas hogareñas se promocionan más en revistas no marcadas genéricamente, como las que acompañan a las ediciones dominicales de los diarios. El análisis de Charles llega a la conclusión de que «en la mayoría de los mensajes no hay cuestionamientos sobre los roles tradicionales femeninos, ni sobre la subordinación implícita en ellos, sino que más bien, los medios retoman dichos roles» (p. 375). A diferencia de lo que, de acuerdo a este trabajo, ocurre en México y otros países latinoamericanos, en la mayoría de las publicaciones argentinas que voy a analizar, gran parte del contenido periodístico se preocupa no por distinguir y oponer el rol tradicional y el moderno, sino por plantear los conflictos que los nuevos roles femeninos generan y por buscar formas de conciliar las necesidades de la mujer moderna y la tradicional.

3.2. Algunos trabajos sobre revistas femeninas

Las revistas femeninas no han recibido tanta atención por parte de los estudiosos de la cultura, analistas de discurso o incluso críticas feministas como otros productos mediáticos. La publicidad, las noticias, los diarios y shows televisivos son objetos más frecuentes para este tipo de trabajos. Una posible causa es la aparente «transparencia» de estas publicaciones, su tradición apegada a las definiciones más conservadoras de las identidades genéricas que hace aparecer como evidentes sus contenidos y sus modos de enunciarlos. Existen, sin embargo, algunas excepciones, algunos trabajos que abordan estas revistas y las analizan desde diferentes puntos de vista. A continuación reseñaré los principales aportes que brindan para mi investigación tres trabajos sobre el tema.

- Michèle Mattelart, *Mujeres e industrias culturales* (1982)

La autora aborda de manera general el problema de la representación de las mujeres en el conjunto de los medios masivos europeos a partir de la crisis de las economías capitalistas y las transformaciones generadas por los movimientos de mujeres en la distribución de los roles sexuales. Poniendo más el acento en un análisis sociológico de los medios que en la perspectiva de género, su trabajo se propone «un estudio de los productos culturales transnacionales que, apoyados en unos esfuerzos espectaculares de marketing, transmiten entre otras cosas una imagen de mujer exhibida universalmente con valor de modelo» (p. 17). En éste y otros trabajos, la autora caracteriza a las revistas femeninas como producto que expresa «las diferentes alianzas que la burguesía intenta establecer con las mujeres de las diferentes capas de la sociedad», y que corresponde «a la dimensión iluminada de la fracción más moderna de la clase dominante» (p. 30).

Las revistas femeninas son abordadas en este trabajo a partir de las ideologías del consumismo, que toma a estas publicaciones como medio óptimo para promover ventas y estimular el interés y la necesidad por los nuevos productos hogareños, desde las últimas décadas del siglo XIX y las primeras del siglo XX, y de las transformaciones en los roles femeninos a partir de la década del 60, en especial los conflictos surgidos de la conjunción entre trabajo y maternidad, que se resuelven por medio de «una mistificación: la maternidad se convierte en oficio» (p. 77), revalidando los roles tradicionales. Otro aspecto que analiza la autora es la universalización de los modelos femeninos que se produce a través de la transnacionalización de las publicaciones, imponiendo temas y problemáticas a veces ajenas e inadecuadas, e ignorando las propias, en los países receptores de estos productos.

Se detiene en especial en el caso de la revista *Cosmopolitan* como ejemplo de publicación que propone un nuevo modelo de mujer, sexualmente «liberada» y laboralmente activa, y que abre nuevas estrategias no sólo en el mercado estadounidense que es su origen, sino en los mercados europeos a los que se extiende. Este nuevo modelo, al que discretamente se suma la francesa *Elle*, abre la posibilidad de nuevas estrategias de mercantilización más allá de los productos hogareños.

El trabajo dedica también una atención particular a la participación de las mujeres en contra del gobierno popular de Salvador Allende en Chile, señalando cómo las fuerzas conservadoras, al encontrarse frente a una situación de crisis, reactivan las tendencias de defensa y reproducción del orden y la paz latentes en el modelo femenino tradicional. Las revistas femeninas chilenas cumplieron un importante papel en esa reivindicación pública del estatuto privado que configura los roles de esposa y madre. Normalmente, estas revistas se dirigen a la mujer individual, separada de su clase; ante la crisis, los sectores conservadores realizan en ellas una defensa directa y explícita de los intereses de clase, aunque no se los reconozca como tales.

En tiempos de paz, las revistas femeninas contribuyen al mantenimiento del orden atomizando a las mujeres y desorganizándolas. En tiempo de crisis, como se vio en Chile, esto puede hacerse contribuyendo a organizarlas, a movilizarlas políticamente [...] en defensa de ese orden. (p. 103)

Resulta también de interés el comentario con el que Mattelart cierra su libro, el titulado «A nuevas madres, nuevos padres». A partir de la constatación de una «crisis de la familia moderna», se postula la existencia de «un juego sutil de permutación de los valores que permite restaurar a cualquier precio la cohesión de esta unidad de base del orden social» (p. 114). La descripción de esta nueva situación difiere sustancialmente de la interpretación de la paternidad que hace por ejemplo Elisabeth Badinter y que analizaré más adelante. Mattelart sostiene que

[...] puesto que la mujer se ha rebelado y ha reivindicado su liberación, la estabilidad afectiva de la familia, que dependía decisivamente de ella, entra en crisis. Frente a esta amenaza, se vuelve al padre. Se revitaliza su papel, ya no únicamente como polo estable de la autoridad, sino como polo afectivo, un padre que asume el papel afectivo que la madre ya no desempeña, un padre en cierto modo hermafrodita. (p. 114)

Esto es interpretado como una condena hacia la madre que abandona su lugar, y plantea un interrogante: «¿La liberación de la mujer

significará el asesinato simbólico de la madre?» (p. 115). De este modo, la autora parece caer en la misma mitificación del rol maternal que critica al analizar las revistas femeninas tradicionales.

- Pamela Stoll Dougall, *El discurso de la prensa femenina. Análisis de los actos de habla en titulares de revistas femeninas británicas* (1994)

Se trata de un estudio monográfico que se ocupa de las revistas femeninas británicas desde la perspectiva de la pragmática y el estudio de los actos de habla, analizando

[...] la relación que el escritor propone a la lectora a través del texto y, más concretamente, a través de los titulares. No se trata, por lo tanto, de estudiar la función representacional y descriptiva del discurso sino su capacidad de crear relaciones interpersonales y sociales. (p. 9)

La autora analiza cuatro publicaciones femeninas, que clasifica según su precio y su temática: la primera, *Woman's Own*, es una revista de precio popular, que supone una lectora ama de casa, sin trabajo remunerado; la segunda, *Good Housekeeping*, es una publicación destinada a las clases medias, supone lectoras con aspiraciones más elitistas y que tampoco trabajan fuera del hogar. La tercera, *Cosmopolitan*, también situada entre las más caras, se dirige a una mujer joven, trabajadora, soltera, sin hijos, de clase media-baja.² La última, *Spare Rib*, es también de las más caras y se dirige a lectoras feministas, con información de tipo social y cultural centrada en los problemas de las mujeres.

Tras exponer el marco conceptual desde el que aborda el problema y realizar una descripción general de las revistas femeninas y su historia, se analizan los diferentes tipos de actos de habla que se realizan en los titulares de las revistas mencionadas. Las conclusiones del trabajo señalan rasgos característicos de este tipo de publicaciones:

- Mayor diversidad de actos ilocutivos (directivos, comisivos, asertivos y expresivos), frente a la prensa informativa en la que predominan las aserciones.

- Frecuente aparición de actos directivos, bajo la forma de la invitación, la sugerencia o el consejo que se refieren a acciones beneficiosas para la lectora, estableciendo una relación asimétrica en la que el escritor brinda a la lectora algo que la beneficia.
- Existencia de actos de habla ficticios, atribuidos a las lectoras y ficticiamente dirigidos al escritor, entre ellos actos directivos.
- Presencia de actos de pregunta ficticios, que encubren actos directivos indirectos.
- Escasos actos comisivos (ofrecimientos, promesas), directos o indirectos.
- Aparición de actos expresivos, aunque en escaso número.

Al traducir estos rasgos a un análisis cuantitativo, se destaca el porcentaje elevado de actos directivos, en especial los directos. Un rasgo diferencial es la presencia de actos de pregunta, escasos en dos de las publicaciones, *Spare Rib* y *Woman's Own*, pero frecuentes en las revistas que intentan establecer un diálogo con las lectoras. Los actos comisivos son muy escasos en tres de las revistas, sólo ocupan un porcentaje significativo en *Cosmopolitan*, donde el escritor ocupa un lugar de consejero. Los actos asertivos son frecuentes, pero predominan en especial en *Spare Rib*, que concede mayor importancia a la dimensión informativa del discurso.

Como caracterización general, la autora señala que de la relación interlocutiva planteada «surge la imagen de una lectora necesitada de orientación, de consejos y de intimidad para alcanzar la identidad femenina propuesta por la revista» (p. 71), refiriéndose al mundo emocional y al deber ser más que al mundo exterior; por otra parte, los titulares de estas revistas suelen ficcionalizar un diálogo entre lectora y escritor, en el que este último se presenta como benefactor, en una relación asimétrica.

Al concluir su trabajo la autora analiza las limitaciones de la teoría de los actos de habla para abordar este tipo de discursos: su limitación a los enunciados oracionales y el aislamiento de los enunciados que lo rodean (co-texto), así como el hecho de no considerar la relación con la situación comunicativa. Su crítica coincide en algunos puntos con las que realiza Eliseo Verón (1993), quien sostiene que los

problemas que plantea la teoría de los actos de habla quedan en realidad fuera del ámbito de la lingüística para entrar en el campo de una teoría de los discursos sociales. Para Verón, el discurso no puede entenderse en el contexto situacional mínimo que plantea la teoría de los actos de habla (reducido al intercambio entre los interlocutores), sino que forma parte de la red discursiva, de la circulación social del sentido. Así,

[...] la teoría de los discursos sociales es un conjunto de hipótesis sobre los mecanismos de funcionamiento de la semiosis social. Por semiosis social entiendo la dimensión significante de los fenómenos sociales: el estudio de la semiosis es el estudio de los fenómenos sociales en tanto procesos de producción de sentido. (p. 125)

En esa dirección se orienta también el marco teórico y metodológico que he adoptado en este trabajo, en el cual los enunciados no se analizan aislada o individualmente, sino en su interacción, y los presupuestos y valoraciones analizados son concebidos como construcciones sociales e históricamente situadas.

- Juana Gallego, *Mujeres de papel. De ¡Hola! a Vogue: la prensa femenina en la actualidad* (1990)

Este trabajo se centra en las revistas femeninas españolas, realiza un recorrido por su historia, una tipificación de las publicaciones existentes, y plantea su evolución comercial ante la injerencia de capitales internacionales. Se ocupa de analizar los modelos culturales propuestos por estas revistas a partir de los cambios en el sistema de géneros que caracterizan los últimos años de nuestro siglo.

La autora establece una distinción entre la prensa de información general, a la que caracteriza por «la representación de la esfera pública», y la prensa femenina, a la que denomina «discurso de lo privado» (p. 21). Ambas construyen un discurso sobre su área de interés que pretende constituirse como «la realidad» de ese ámbito: la prensa de información general se ocupa de las cuestiones públicas, lo que presupone dirigirse a quienes actúan mayoritariamente en ese espacio,

los varones. La prensa femenina se ocupa de las cuestiones del ámbito privado, y establece pautas de comportamiento y modelos de referencia dirigidos a quienes se mueven en dicho ámbito, las mujeres. La prensa de información general presta poca importancia a las mujeres: la representación de éstas y sus problemáticas específicas en los medios no identificados como femeninos es, por lo menos, escasa y parcializada.

Analizando especialmente los contenidos de las publicaciones, sin explicitar perspectivas teóricas o instrumentos de análisis, la periodista Juana Gallego sostiene que la identidad masculina se ha mantenido como invariable frente a las definiciones en constante variación de la identidad femenina, hasta la actualidad en que «los vertiginosos cambios operados en la mujer» (p. 37) obligan a replantearla. Tras recorrer someramente la historia de las revistas para mujeres en España, plantea las características principales de la revista femenina actual:

- Preeminencia del aspecto comercial, que privilegia la publicidad directa o indirecta.
- Persistencia del aspecto formativo y orientador, que propone modelos de comportamiento.

A partir de allí se elabora una primera definición de la revista femenina:

[...] son publicaciones que están pensadas y dirigidas fundamentalmente a las mujeres, centradas en el ámbito de lo privado y cuya temática, enfoque y lenguaje utilizado se refiere y define lo que es ser mujer, hoy por hoy, en nuestra área cultural. (p. 49)

La autora se detiene en el hecho de que mientras las revistas dirigidas a las mujeres se identifican a sí mismas como *femeninas*, las publicaciones cuyos lectores son en su mayoría hombres no se definen como *masculinas*: «ello se explica si se tiene en cuenta que lo femenino existe como oposición a lo masculino, mientras que lo masculino existe per se, sin ser opuesto a nada» (p. 49).

Las revistas femeninas son clasificadas a su vez en tres tipos: de información general, de divulgación (especializada) y de servicios. La

revista femenina de información general se caracteriza por tres elementos:

- Un eje temático formado por el trinomio Belleza - Amor - Hogar.
- El tono y el estilo «intimista» de la comunicación, frente a la comunicación impersonal de otras publicaciones.
- Una portada que las identifica y resume los dos aspectos anteriores, figurativizando el modelo ideal propuesto por cada publicación.

Tras proponer un panorama de las publicaciones españolas femeninas contemporáneas, el trabajo se detiene en los nuevos modelos de identificación sexual y en la manera en que las revistas presentan esos nuevos modelos. En primer lugar se describen cuatro imágenes fundamentales de la mujer desde el nacimiento de la prensa femenina hasta la actualidad:

- La mujer de su casa: el más difundido hasta la primera mitad de este siglo. Es el ángel del hogar, dedicada al cuidado de los otros.
- La mujer madre: definida por su condición biológica, que es la que le otorga trascendencia. Esta imagen encuentra su culminación en España durante el franquismo.
- La mujer compañera: se le reconoce un papel en la construcción de la historia, junto al hombre, pero sin autonomía y sin cuestionar el orden vigente.
- La mujer rival: con mayor vigencia en la actualidad, a partir de una concepción de la igualdad según el modelo masculino; se rechaza el rol femenino tradicional, y se postula una igualdad ideal que olvida las situaciones reales.

El recorrido por las revistas contemporáneas propone en definitiva un modelo de mujer complejo y contradictorio, que reúne la capacidad seductora de la *vamp*, la capacidad laboral masculina, la disponibilidad sexual de la prostituta, el aspecto físico de la modelo, la cultura de la intelectual, la capacidad de comprensión y bondad de la madre.

El trabajo de Gallego dedica un extenso capítulo a la «prensa del corazón» y otro a la prensa feminista, de los que no me ocuparé aquí, dado que no forman parte del objeto de mi investigación, pese a que ofrecen interés por sí mismos.

A partir de un análisis algo limitado de los contenidos, y con presupuestos discutibles en su conceptualización del discurso y del sistema de géneros, este trabajo aporta sin embargo una descripción exhaustiva de las representaciones de la mujer en la prensa femenina de un país que ocupa una situación peculiar: ser europeo –lo que plantea una distancia con nuestra realidad–, pero, a su vez, latino y muy vinculado a nuestra tradición cultural, lo que ofrece interesantes perspectivas para realizar comparaciones con las conclusiones a las que llegue y alcanzar así una caracterización más certera de las revistas femeninas argentinas.

No he encontrado hasta el momento trabajos publicados en nuestro medio que analicen extensamente y en su especificidad a la prensa femenina argentina. Una excepción la constituye el trabajo de July Cháneton, «Yo, mujer actual», ponencia presentada en las III Jornadas de historia de las mujeres en 1994 y publicada en las actas de dicho encuentro, *Espacios de género I y II* (1995: 121-125).

El trabajo parte de la afirmación de que los sujetos sexuados atribuyen significados de género a su propia individualidad y a la de los demás, en relación a diferentes posiciones del yo vinculadas al trabajo, la vida afectiva, la sexualidad, la familia, la vida psíquica, el sistema político. En este marco, plantea que en nuestros días el imaginario de género de la prensa masiva reacomoda sus relatos, elabora nuevos discursos dirigidos a renovar los contratos de lectura entre soporte y público lector, de modo de garantizar la eficacia mercantil del producto. El análisis de la autora se detiene en las posiciones enunciativas que caracterizan a la prensa femenina, y distingue diferentes tipos de «Nosotras» locutivos: un *nosotras excluyente* (yo femenino + ellas), que excluye a la destinataria; un *nosotras incluyente* (yo + ustedes), que incluye a la destinataria, y un *nosotras de género* (yo + ustedes + ellas), que universaliza e identifica a un colectivo. A estas denominaciones locutivas se suman el «Usted» alocutivo y el «Ellas» delocutivo, que se presenta como un «yo posible» o potencial. Estos elementos se ponen en juego en el análisis de un artículo en particular («Miedo al éxito», no se

consignan datos), presentado por una voz enunciativa sexuada (nosotras + usted) que establece una alianza táctica del medio con sus lectoras. El relato implícito en esta denominación es resumido como «yo y usted sabemos de qué estamos hablando porque somos mujeres», fundamentando así la legitimidad de los discursos del saber-hacer y planteando la modalidad del deber-ser. El trabajo señala que uno de los topoi o lugares argumentativos básicos en este tipo de publicaciones sostiene que «la mujer sola es menos mujer», dando cuenta de un movimiento reproductivista en la base de la producción discursiva.

Otro de los aspectos analizados hace a los nombres de las publicaciones femeninas: las revistas más antiguas apelaban a la segunda persona (*Para Ti, Vosotras*) alocutivas, planteando una situación secundaria respecto al «yo» del discurso masculino. Por el contrario, las nuevas publicaciones apelan a la primera persona (*Yo mujer, Única*) o a una individuación que adquiere el valor político de la afirmación de una autonomía de género, vinculado a la imagen de una «mujer exitosa» que la autora relaciona con el ideal de autonomización posmoderno que lo toma de Gilles Lipovetsky.

3.3. El lugar de los medios en la división del trabajo discursivo de los 90

Dentro del universo multiforme que constituye el *discurso social* en la concepción de Angenot, existe un «sistema de división de tareas discursivas, es decir, un conjunto de discursos específicos, de géneros, de subgéneros, estilos e ideologías [...], reagrupados en regiones o en campos» (1989: 27) que aparece como uno de los aspectos o componentes de la hegemonía. Por cierto, Angenot pone el acento en los «dispositivos interdiscursivos» y en la circulación de ideogramas, y subraya el doble juego de la hegemonía que establece simultáneamente mecanismos de unificación interdiscursiva y una diferenciación regulada de los discursos, diferenciando lo que en su trabajo sobre *1889* se analizará como *sectores* (prensa, publicidad) y *campos* (político, literario, filosófico, científico) o como *márgenes y guetos culturales* (entre los cuales se encuentran las revistas y novelas para mujeres). Estas denominaciones remiten a la distribución de los tipos discursivos en el discurso

social de 1889; pero, un siglo después, ¿qué lugares ocupan los discursos de los medios masivos? Y, dentro del conjunto de los medios, ¿cuál es el lugar de las revistas femeninas? Éstas, como en 1889, parecen seguir estando en los márgenes del campo discursivo, pero el conjunto de los medios masivos ha llegado a ocupar sin dudas un lugar central en la topología del discurso social a lo largo del siglo XX, convirtiéndose en uno de los tres grandes lugares que para Derrida «organizan y controlan el testimonio en el espacio público» (1995: 66): la cultura política, la cultura mass mediática y la cultura académica. Los medios ocupan, además, un lugar especial en esa tripartición, ya que son los que garantizan (incluso hiperbolizan) la interdiscursividad, asegurando no sólo la hegemonía discursiva sino también la hegemonía político-económica (Derrida, 1995). Los medios (gráficos, electrónicos, escritos, audiovisuales) configuran un espacio interconectado, en el que los discursos de otros campos encuentran un lugar privilegiado para desplegar su eficacia y llegar al público más amplio. En los márgenes entonces, pero de un sistema central como es el mediático a fines del siglo, las revistas femeninas no escapan a la permeabilidad de los medios a los discursos de los otros campos. Lo que se configura en este tipo de publicaciones es la decantación de una cantidad de discursos, provenientes de diversos campos, que a la vez exhiben y generan su aceptabilidad y su eficacia en el discurso social al ocupar espacios en los medios. Para precisar entonces la ubicación de las revistas femeninas dentro del sistema mediático y del conjunto del discurso social, será necesario analizar con qué campos discursivos interactúan, qué discursos se retoman en ellas, qué saberes recuperan, análisis que debería completarse (aunque este aspecto escape a los límites de esta investigación) con el estudio de la eficacia discursiva de estas publicaciones, es decir, en qué medida el discurso de las revistas femeninas halla alguna repercusión en otros discursos (mediáticos, cotidianos, privados, académicos, etc.).

Notas

1 Sin embargo, vale destacar que en los últimos años han aparecido publicaciones destinadas a las adolescentes y jóvenes dedicadas especialmente a informar acerca de la vida personal y profesional de cantantes y actores, como así también a temas del inte-

rés de sus destinatarias: sexualidad, amor, amistad, modas. A las publicaciones argentinas de este tipo les cabría también la caracterización de M. Charles: «Un mundo atractivo para cualquier mujer joven, ya que es lúdico, lleno de colorido, rodeado por bienes de consumo, sin carencias... que se presenta atractivo y gozoso» (1993: 363).

2 La autora sitúa a la lectora inglesa de *Cosmopolitan* en la franja socioeconómica media-baja; cuando aborde el análisis de las publicaciones argentinas, veremos que en nuestro país la lectora de *Cosmo* se ubica en un nivel medio o medio-alto, de acuerdo al precio de la publicación, los temas planteados, el tipo y el precio de los productos que se publicitan directamente o indirectamente para su consumo. Esta diferencia señala que la adaptación de publicaciones internacionales implica ajustes en su adecuación a la situación económica y social del país «receptor».

B. Recorrido diacrónico: La revista *Máxima*

1. Una revista de fin de siglo

La revista *Máxima* fue elegida como corpus para la primera etapa de mi investigación a partir de dos criterios que la sitúan en una posición particular. En primer lugar, a diferencia de publicaciones como *Para Ti* (la más antigua de las que aún se publican) y *Mía* (con varias décadas de existencia), *Máxima* comenzó a publicarse a comienzos de la década de los 90 (mayo de 1991) y salió de circulación en junio de 1997; desde el editorial de su primer número se posiciona como un producto vinculado a cambios localizados temporalmente en el paso de los 80 a los 90:

Porque usted no se viste ni se peina como en la década pasada. Y tampoco piensa de la misma manera. Usted cambió. [...] De ahora en más, algo muy concreto identificará a nuestras lectoras. No será su edad, ni su filiación política, ni su estado civil. Será su postura frente a la realidad: vivir en el mundo de hoy, pero fundamentalmente vivir mejor. (*Máxima*, N° 1, 1991)

En segundo lugar, es una revista escrita y editada en Argentina, mientras que otras publicaciones que aparecen en la misma década son adaptaciones de revistas de origen francés (*Elle*, *Marie Claire*) o norteamericano (*Cosmopolitan*, *Glamour*). Estos dos aspectos la hacían especialmente pertinente para analizar las transformaciones en las concepciones socialmente aceptadas en torno al sistema de géneros en la doxa argentina de los 90. La revista elegida tenía una frecuencia de aparición mensual, y el perfil de lectora al que se dirigía puede recortarse dentro del grupo perteneciente a una clase media y media-alta (a partir del precio y la selección de objetos propuestos para el consumo: ropa de primeras marcas, electrodomésticos recientes, elementos de-

corativos); a mujeres casadas y con hijos entre la infancia y la adolescencia (las notas referidas a las relaciones de pareja mencionan por lo general el matrimonio, o la búsqueda de pareja tras un divorcio), tratándose con frecuencia problemas referidos a la generación que en el momento (1991/97) tenía entre 40 y 50 años, aunque la moda y otras menciones apelan también a lectoras más jóvenes. La gran cantidad de material que conforma los cinco años de edición que fueron considerados en esta investigación me obligó a recortar por una parte los enunciados que serían estudiados, realizando una selección fundamentada y representativa, y por otra parte los instrumentos conceptuales y metodológicos, delimitando ciertos aspectos especialmente pertinentes para mi análisis.

1.1. Los enunciados del corpus: una clasificación

Los estudios sobre medios masivos y prensa escrita, como aquellos trabajos que desde la pragmática o la lingüística del texto intentan distinguir los «géneros» propios del periodismo, suelen centrarse en la crónica o la noticia, que relatan acontecimientos y mantienen una relación más o menos próxima con la actualidad con una intención informativa. Por lo general, el punto de partida de estas propuestas se relaciona con las definiciones de Bajtín en el muy difundido artículo «El problema de los géneros discursivos» (1990). Allí el teórico ruso define a los *géneros discursivos* como «tipos relativamente estables de enunciados» (1990: 248), caracterizados por un *contenido temático*, un *estilo* y una *composición o estructuración* propios. Estos géneros discursivos «se determinan por la especificidad de una esfera dada [...] de uso de la lengua», una *esfera de la actividad humana*, y se caracterizan por su «riqueza y diversidad», por su «extrema heterogeneidad». Los parámetros comúnmente utilizados para distinguir estos géneros agregan a los elementos definidos por Bajtín la *intencionalidad del enunciadore* (informativa, instructiva, descriptiva, narrativa, etc.). Las revistas femeninas constituyen *el soporte* (diferenciado por la definición precisa de su destinataria en términos de género, edad y clase, por un formato y diseño gráfico que presentan pocas variantes, por un repertorio temático común) para una diversidad de *tipos de enunciados* (artículos, publicidad,

instrucciones, etc.) que se distinguen unos de otros en cuanto a su intencionalidad y su enunciador, tanto como en sus características discursivas y temáticas: los parámetros por los cuales Bajtín diferencia los *géneros discursivos*. Los tipos de enunciados que se presentan en las revistas femeninas no se identifican con los géneros de la noticia y la crónica, ya que mantienen otra relación con la actualidad, presentan otros matices en su intencionalidad, así como diferencias en los contenidos temáticos y en su composición.

Es posible entonces clasificar los enunciados verbales de esta revista según su instancia enunciativa y el objeto al que se refieren como fronteras de los enunciados, de acuerdo con los criterios propuestos por Bajtín. Cada artículo o nota periodística se constituye en un enunciado separado de los demás por el cambio de enunciativo (firma en algunas notas) y el cambio de objeto (indicado en el título). Según estos criterios, los enunciados en la revista *Máxima* pueden clasificarse de la siguiente manera:

- *Enunciados reflexivos, de comentario o periodísticos*. Pueden aparecer con o sin identificación explícita del enunciativo, que en todo caso se reconoce como periodista o vocero de la redacción o editorial. Tienen como objeto distintos temas enfocados valorativamente, donde se desarrolla una problemática, se exponen opiniones y se proponen formas de actuar, o bien se brinda una información (reportajes). Su intencionalidad es comunicativa o persuasiva, ya que algunos artículos sólo se proponen hacer saber, mientras que otros buscan hacer-ser o hacer-hacer, proponiendo transformaciones en diversos ámbitos (estéticos, laborales, afectivos).
- *Enunciados de consumo*. La identificación del enunciativo se hace compleja, ya que su instancia enunciativa aparente es similar a la descrita en el grupo anterior, pero no se advierte el aspecto de opinión que podría considerarse propio de un enunciativo periodístico. Se privilegia el aspecto comercial de la información, presentando productos y servicios, describiéndolos y brindando datos como precios, marcas y direcciones de compras. Se trata de un grupo intermedio entre las notas periodísticas y la publicidad. La intención persuasiva (hacer-hacer) aparece restringida a un «hacer-comprar» o «hacer-consumir».

- *Enunciados instructivos*. El enunciador de estas «fichas»¹ aparece identificado con la voz periodística de la revista, sin marcar aspectos comerciales como marcas o precios de productos (excepto como información secundaria). Presentan diversos objetos con un formato instructivo o informativo. Se trata de un hacer-hacer como hacer-producir, ligado a una producción material en escala personal o doméstica; o de un hacer-hacer como práctica del cuidado de sí y de los demás que involucra aspectos médicos, estéticos y psicológicos.
- *Enunciados publicitarios*. El enunciador se presenta claramente diferenciado de la revista, identificado con marcas o empresas comerciales. Su intencionalidad es persuasiva, y muestra, con el predominio de la imagen, objetos destinados a ser comprados por las lectoras. Como en las notas de consumo, se trata de un hacer-hacer limitado a hacer-comprar.

Notas

¹ La revista ofrece este tipo de enunciados bajo el nombre de «fichas», distinguidas del cuerpo de la publicación por la posibilidad de separarlas «sin romperla», y archivarlas en carpetas especiales. Por ello, en el artículo editorial del primer número se las califica como de «interés permanente», por oposición al resto de los artículos calificados como «información coyuntural».

2. Tópicos recurrentes

2.1. Relevamiento exploratorio

El recorrido por los 12 números que conforman el primer año de la revista reveló una amplia variedad de tópicos, que no excluyen pero tampoco se limitan a los paradigmas de la belleza y el trabajo doméstico.

He considerado aquí los tópicos predominantes en cada artículo o enunciado, pero es necesario aclarar que se trata de un predominio jerarquizado por títulos, bajadas, subtítulos y fragmentos tipográficamente destacados. En general, es posible encontrar en cada nota otros tópicos secundarios o subyacentes que aparecen en la circulación o migración de ideologemas, problema que abordaré más adelante. Estos macrotópicos, que engloban a su vez una serie de tópicos particulares, conforman un listado que despliego a continuación, aunque el desarrollo de la investigación no retomará todos ellos, sino sólo los que se refieren a las transformaciones en las identidades de género y sus puntos de conflicto.

- *Problematización de la identidad femenina.* La pregunta ¿cómo somos las mujeres? y su variante implícita ¿cómo debemos ser las mujeres? se reitera todos los meses, y aunque subyace a gran parte de lo presentado en la revista, se despliega temáticamente sólo en los artículos periodísticos, en los 12 números, ocupando un promedio de casi siete páginas. La interrogación por valores como la felicidad («Deje de ser su peor enemiga», N° 26; «Hay mujeres que no toleran la felicidad», N° 43)¹, los «tests» que distribuyen atributos aceptados y criticados («El defecto de ver sólo defectos», N° 12), las reflexiones o consejos acerca de la

posibilidad de conjugar prácticas que se presentan como contrapuestas (laboral y maternal en especial) («Soy una madre preocupada... y no siento culpas», N° 34), la relación con las nuevas identidades femeninas («¿Feminista yo?... paparruchas!», N° 5; «La mujer TSF», N° 8) son algunos de los subtópicos que configuran este macrotópico como uno de los más constantes.

- *Lo corporal como signo estético.* Es el tópico que más espacio ocupa en la revista y se reparte en los cuatro tipos de enunciados con un promedio de casi 46 páginas por número, de las cuales la mayoría se presenta como publicidad o en notas de consumo. La moda es uno de los subtópicos principales, que aparece en numerosas publicidades de ropa, calzados y accesorios; en fichas instructivas para realizar esos elementos (bajo el rubro «costura» o «tejido»); en numerosos enunciados de consumo que presentan «las tendencias de la temporada». Otro subtópico con notoria presencia es el referido a la cosmética, que ocupa un lugar especial en los enunciados publicitarios, tanto en lo que hace a «tratamientos cosmetológicos» (cremas antiarrugas, tratamientos para el cabello) como en el amplio sector del maquillaje; estos aspectos se convierten en instrucciones y enunciados de consumo que ofrecen posibilidades diferenciadas o personales de uso de los productos. Un lugar especial lo ocupan los perfumes, que han convertido en objetos estéticos sus envases y formas de presentación y que trasladan esa misma preocupación a la estética de sus avisos publicitarios. En suma, todo lo que participa del orden del artificio para embellecer el cuerpo se enmarca en este tópico.
- *Lo corporal medicalizado.* La contrapartida del tópico anterior; el cuerpo aparece aquí en su aspecto medicalizado, desde la perspectiva de la salud y la intervención médica, aunque sin perder por completo la dimensión estética. Los subtópicos más reiterados son los saberes ginecológicos que se presentan en enunciados instructivos (vinculados a las etapas vitales y reproductivas: adolescencia, menstruación, embarazo, menopausia; pero también a enfermedades de transmisión sexual), las publicidades referidas a medicina estética (intervenciones quirúrgicas

destinadas a corregir la apariencia física, a estetizar el cuerpo), la odontología, la nutrición (en dietas o consejos elaborados por un profesional de la medicina) y otro tipo de informaciones específicamente médicas que aparecen por lo general como enunciados instructivos que proponen un hacer-saber para hacer-hacer, una práctica del cuidado de sí regida por el saber especializado de la ciencia. El promedio de páginas destinadas a este tópico es de nueve en cada edición de la revista.

- *El ámbito doméstico.* Está configurado por una gran variedad de subtópicos, entre los cuales se destaca por su regularidad y la constancia de su organización gráfica el que aparece en los enunciados instructivos bajo el rubro «Cocina», que ocupa un mínimo de 12 páginas en cada número sin alterar su distribución. El segundo subtópico en importancia es el que engloba aquellas prácticas de producción hogareña destinadas a la estetización de la casa (decoración), también como enunciado instructivo, con los rótulos de «Casa» o «Costura». El primero de estos abarca también otros subtópicos, con enunciados destinados a un hacer saber en torno a cuestiones de administración, mantenimiento o limpieza del hogar. Enunciados de consumo y publicitarios proponen objetos destinados al uso hogareño, desde utensilios a muebles. Este tópico ocupa el segundo lugar en la distribución del espacio en la publicación con un promedio de 35 páginas aproximadamente, la mayoría de las cuales forma parte de los enunciados instructivos, y en menor medida de los de consumo y publicitarios.
- *Participación en actividades públicas y laborales.* La dimensión del trabajo, el estudio y la participación en actividades públicas desvinculadas de lo doméstico ocupa un cierto número de páginas (casi exclusivamente en enunciados periodísticos) en los primeros números, pero su importancia desaparece a partir del número nueve, con poco más de tres páginas en promedio por número. Algunos enunciados publicitarios más esporádicos abren el subtópico de las actividades económicas, publicitando entidades bancarias o tarjetas de crédito; o el de los estudios y la formación para actividades laborales y profesionales.

- *Problematización de las relaciones afectivas.* Las relaciones de pareja y familiares son analizadas y comentadas, a veces con humor, solamente en los enunciados periodísticos. En cada número este tópico ocupa un promedio de casi cinco páginas.
- *Información general.* Con un promedio de 14 páginas en cada revista, abarcamos en este tópico aquellos enunciados que presentan información acerca de entretenimientos, cultura, espectáculos, libros, etc. Comentarios acerca de personajes famosos y novedades de todo tipo se encuadran en enunciados periodísticos especialmente.
- *Psicología y terapias alternativas.* Ocupan un poco menos de tres páginas, y son difícilmente dissociables. La psicología tradicional, la astrología y las técnicas «new age» de autoconocimiento se entremezclan en artículos destinados a descubrir la «personalidad» propia o ajena como suma de características individuales. Se presentan tanto en los enunciados informativos como en los instructivos.
- *Sexualidad.* Aunque no está presente en todos los números, este tópico abarca en promedio algo más de una página, exclusivamente en artículos informativos que señalan su propia especificidad en el tema, distinguiéndose de los que problematizan las relaciones afectivas, aunque puedan señalarse sus entrecruzamientos.
- *Educación y cuidado de los hijos.* Presente en todos los números con un promedio de cinco páginas, con información, publicidad y enunciados instructivos acerca de la salud, la psicología, la alimentación y el cuidado de los niños y adolescentes.
- *Reportajes.* En todos los números se destinan dos páginas a reportajes, en su mayoría hechos a mujeres y a figuras del espectáculo. En ellos se reiteran los tópicos mencionados hasta ahora, y en contadas ocasiones aparecen temas políticos u otras dimensiones de la actividad pública. Lo que predomina es sin embargo la problematización de la identidad femenina y de las relaciones afectivas.

2.2. Distribución y jerarquización de los tópicos (año 1)

Si analizamos la distribución de los tópicos predominantes ya establecidos en el primer año de edición de la revista, según los diferentes tipos de enunciados, es posible advertir algunas desigualdades en la recurrencia.

Los enunciados periodísticos abarcan 36 páginas en las 130 de la revista (en promedio). Son los que presentan la mayor variedad temática, ya que todos los tópicos mencionados aparecen en mayor o menor medida en este tipo de artículos. La información general es la que abarca mayor cantidad de páginas (más de diez), seguida por la problematización de la identidad femenina (casi siete páginas) y los artículos que problematizan las relaciones afectivas (casi cinco). Estos tópicos son los que poseen la mayor recurrencia, al aparecer en todos los números analizados. Los enunciados referidos a la participación en actividades públicas y laborales, con dos páginas y media, están ausentes en dos oportunidades, mientras que los tópicos que remiten a lo corporal como signo estético y a la educación infantil aparecen en ocho números de los 12 analizados y los referentes a la psicología y las terapias alternativas, y a la sexualidad aparecen en siete y seis números respectivamente. Los tópicos que menos aparecen son los que refieren al ámbito doméstico, solamente tres notas de una página en tono humorístico, y lo corporal como mecanismo, en dos notas que refieren al sida y a la reproducción.

Los enunciados de consumo ocupan un promedio de 23,5 páginas con una distribución bastante regular de su contenido temático. Tres tópicos se reiteran en todos los números, en artículos con intencionalidad persuasiva: lo corporal como signo estético, con un promedio de 13 páginas cada mes; lo referido al ámbito doméstico, con poco menos de ocho páginas, y la información general, con una página y media de direcciones comerciales y de servicios y presentación de productos. El aspecto mecanizado de lo corporal aparece tres veces como enunciados de consumo, mientras que una única nota de tres páginas se destina a la promoción de compras referidas a la educación infantil.

Los enunciados instructivos o «fichas» ocupan un espacio constante de 40 páginas en cada edición. Cuatro son los tópicos que se reiteran en este tipo de enunciados: el que cuenta con mayor espacio

es el referido a lo doméstico, con poco más de 21 páginas en cada ocasión, incluyendo los rubros «Casa» (administración, decoración, reparaciones, jardinería) y «Cocina» (recetas y consejos múltiples). Lo corporal como signo estético abarca un promedio de 11 páginas por número, incluyendo los rubros referidos a la moda («Tejido», «Costura») y la cosmética («Belleza»); y en su aspecto mecanizado, con un promedio de cuatro páginas y media que abarcan la mayor parte del rubro «Salud». En este mismo rubro se incluyen las poco más de dos páginas que se destinan en cada número a la psicología y educación infantil. Por último, en dos ocasiones se publican artículos de dos y cuatro páginas referidos a psicología y terapias alternativas.

A los enunciados publicitarios se destinan, en promedio, casi 30 páginas en cada número. El tópico de lo corporal como signo estético es el que predomina absolutamente con un promedio de 17,5 páginas. Lo doméstico, con poco menos de seis páginas, ocupa el segundo lugar, y el aspecto medicalizado de lo corporal, especialmente en cuanto a medicina estética, tiene en promedio algo más de tres páginas por número. La publicidad referida a información general, como lugares de entretenimiento o revistas, no llega a las dos páginas. Ocasionalmente hay enunciados publicitarios referidos a la participación en actividades públicas y laborales (cinco números, casi dos páginas en promedio), tales como bancos, tarjetas de crédito o cursos. Las publicidades que se refieren al ámbito del cuidado de los hijos también aparecen en cinco números, con un promedio de poco más de una página.

2.3. Evaluaciones sociales subyacentes: lo doméstico, lo corporal, lo afectivo, lo público

Los tópicos recurrentes en el primer año de edición que acabo de enumerar señalan en su distribución material las evaluaciones sociales acerca de la identidad femenina que actúan como presupuestos en esa distribución. Esos tópicos se vinculan jerárquicamente, con diferente valoración, según un doble criterio: primero, una jerarquización interna, formulada por los enunciadores de la revista en su artículo editorial, que privilegia como «permanentes» los enunciados instructivos («fi-

chas») valorados como dignos de ser conservados, para lo cual se brinda a las compradoras una carpeta especial para guardar y clasificar esas páginas. Luego, una jerarquización cuantitativa, que tiene en cuenta qué tópicos ocupan mayor espacio en el conjunto total de enunciados de cada revista.

Desde la primera perspectiva cobra importancia el tópico referido al ámbito doméstico, que es el que más espacio ocupa en los enunciados instructivos, seguido por las «fichas» que se inscriben en los tópicos referidos a lo corporal, en primer lugar como signo estético, y en segundo lugar en su aspecto medicalizado. La jerarquización de lo instructivo que la revista postula en su artículo de presentación tiene como efecto cuantitativo una evaluación social de la mujer cuyos intereses permanentes, invariables, por tanto esenciales, corresponden a los más tradicionales modelos femeninos: el ama de casa, ocupada en su hogar y en sus hijos, y la mujer preocupada por su belleza física. El conjunto total de los enunciados reitera esa jerarquía, ya que son los mismos tópicos los que ocupan la mayor parte del espacio.

Sin embargo, al considerar solamente los enunciados periodísticos y de comentario, aparecen otros tópicos privilegiados. Además de la información general, que puede resumirse en esparcimiento-espectáculos-cultura, se destacan cuantitativamente por su recurrencia y el promedio de páginas que se les destinan los tópicos que problematizan tanto la identidad femenina como las relaciones familiares, de amistad y de pareja. Las evaluaciones sociales acerca de la mujer que subyacen a esta distribución material vinculan lo femenino a lo afectivo; dado que los enunciados periodísticos y de comentario tienen una intencionalidad comunicativa o persuasiva, y que persiguen hacer saber, hacer-ser o hacer-hacer, proponiendo transformaciones, vemos que subyace una evaluación social de lo afectivo como campo problemático, y de la mujer como sujeto activo en su cuidado y transformación.

Resulta igualmente interesante la progresiva disminución del espacio dedicado al tópico de la participación en actividades públicas y laborales. La evaluación subyacente a esa desaparición progresiva de artículos en torno a posibilidades laborales disminuye la importancia de la integración de la mujer a lo público como participante activa en lo laboral y comunitario, aunque es posible postular una aceptabilidad mayor para la doxa de la participación en lo público como consumi-

dora o espectadora en lo cultural a partir del espacio destinado a la información general referida a espectáculos, esparcimiento y cultura.

2.4. Evolución de la jerarquización de tópicos en el resto del corpus

Para analizar la evolución de los patrones de distribución de los tópicos que he establecido en los primeros 12 números de la revista, continué relevando esa distribución en 12 números no consecutivos entre el número 14 y el 60, es decir, abarcando los cuatro años restantes del corpus que había delimitado en mi proyecto.

Al comparar el espacio destinado a cada tópico en el conjunto de enunciados que conforman la revista, en primer lugar se destaca la disminución del espacio dedicado a la problematización de la identidad femenina (de un promedio de 6,7 páginas se pasa a uno de 3,25), mientras aumentan ligeramente las páginas dedicadas a reportajes y a psicologías y terapias alternativas. El espacio dedicado a la participación en actividades públicas y laborales también disminuye en algo menos de una página promedio, pero además se diversifica: si en el primer año de edición se privilegiaba la información acerca de posibilidades de trabajos remunerados para la mujer, en los años que siguen este tipo de artículos alternan con notas donde se informa acerca de otro tipo de aspectos de la participación pública, como diferentes marcos legales («Dónde reclamar y cómo defenderse», N° 43; «Mi ex no paga los alimentos», N° 60) o se reflexiona acerca de los conflictos específicos de la mujer en el mundo laboral («Cómo actuar en la primera entrevista laboral», N° 24; «Las mujeres con poder siempre duermen solas», N° 33).

Al centrar la atención en los enunciados periodísticos, se advierte que el espacio destinado a estos enunciados disminuye en general (de 36 páginas en promedio a poco más de 32) en relación al primer año. Esto se agudiza respecto del tópico de problematización de la identidad femenina, al que se le dedican en promedio dos páginas menos por número, pero igualmente puede observarse en muchos de los tópicos señalados. Los tópicos que reciben más espacio dentro de los enunciados periodísticos, en comparación con lo que recibían en

los primeros 12 números, son los referidos a lo corporal como cuerpo medicalizado (salud), a la psicología y las terapias alternativas, y las páginas dedicadas a reportajes.

Los enunciados de consumo no muestran gran variación respecto a los primeros números. El promedio de páginas es similar, y la disminución en el espacio destinado a enunciados referidos al ámbito doméstico se compensa con el aumento de espacio dedicado a notas que promueven el consumo en torno a lo corporal como signo estético.

En cuanto a los enunciados instructivos, se produce un aumento en las páginas promedio que ocupan, ya que además de las 40 páginas de «fichas» separables que se presentan en forma fija, ocupan otros espacios en algunas ediciones. Aumentan las páginas destinadas a lo corporal como signo estético y a lo corporal como cuerpo medicalizado, mientras disminuyen ligeramente las dedicadas a lo doméstico, que continúan, sin embargo, representando la mayor parte de este tipo de enunciados. El dato singular es la diversificación de tópicos que aparecen en forma de instrucciones: en diferentes números se dedican páginas instructivas a la participación en actividades públicas, a las relaciones afectivas, a la información de esparcimientos, a las terapias alternativas.

Por último, es de destacar el aumento del promedio de páginas dedicadas a la publicidad. Si bien las publicidades referidas a lo corporal como signo estético disminuyen relativamente, lo mismo sucede con las referidas a la participación pública. Por su parte, a la publicidad en torno a la medicina estética, al ámbito doméstico, a espectáculos y esparcimiento, se le dedica un mayor promedio en el espacio editorial.

Estas variaciones en la distribución cuantitativa de los tópicos en la revista no implican transformaciones significativas en su jerarquización o en las valoraciones sociales que están funcionando como presupuesto para su selección. El predominio de lo doméstico y de la estética corporal se mantiene como rasgo característico de esta publicación. La disminución del espacio dedicado a la problematización de la identidad femenina y la diversificación del tópico referido a la participación en actividades públicas y laborales revelan una estabilización de las evaluaciones sociales respecto de la identidad femenina que

definen a la lectora potencial de la revista, la posibilidad de una mayor aceptabilidad para la integración a lo laboral, a la vez que ese ámbito se percibe como una fuente de conflictos específicos sobre los que es necesario brindar un saber para posibilitar un hacer, tal como desarrollaré más adelante.

Notas

1 En esta parte del trabajo, donde se analizan enunciados que pertenecen a una misma revista, se indica en cada cita el número de revista y la página que corresponde. En un apéndice se incluye el listado de los títulos de los artículos analizados.

3. Circulación de ideogemas

Al formular este proyecto propuse como segunda etapa del análisis la identificación de las representaciones textuales de lo masculino y lo femenino en tanto atributos, prácticas y valores asignados a los sujetos de acuerdo con su identificación genérica en los enunciados periodísticos del corpus. Ello me llevaría a señalar los puntos de conflicto o transformación de esos caracteres que puedan aparecer explícita o implícitamente. En torno a tales puntos de conflicto acerca de las identidades femenina y masculina, la hipótesis de partida sostenía una contradicción entre lo afirmado explícitamente en los enunciados periodísticos y las evaluaciones subyacentes a la distribución cuantitativa de los tópicos recurrentes en el conjunto de lo publicado: mientras los enunciados periodísticos propondrían explícitamente ciertas transformaciones en los roles genéricos, la distribución del espacio otorgado a cada tópico presupondría la persistencia de una evaluación tradicional acerca de los roles genéricos.

Al exponer mis fundamentos teóricos, remitía a la observación de Bajtín-Voloshinov (1997) que señalaba que cuando una evaluación social está en crisis o en una etapa de reformulación, abandona los aspectos formales o presupuestos del discurso para aparecer en su superficie, en el nivel de los contenidos. Las evaluaciones sociales toman la forma de ideogemas, las unidades que Angenot (1998) explica como máximas que definen a un sujeto en tanto «seres ideológicos determinados» a los que se les adscribe un atributo o predicado, implicando así una valoración, y que funcionan como presupuestos discursivos. Mi análisis del corpus plantea un desplazamiento respecto a esa definición de la evaluación social y el ideograma. En estos artículos, las definiciones sociales de lo femenino y lo masculino se ponen en

discusión en la superficie del discurso, evidencian su inestabilidad, su situación cambiante, su transformación en devenir, en la recurrencia y abundancia de ideogramas explícitos, entimemáticos, que toman la forma discursiva de una aserción o incluso una definición referida a «las mujeres» o «los hombres» como sujeto. Estos ideogramas postulan una transformación de los roles genéricos, así como una serie de conflictos derivados de esa transformación e incluso una serie de invariantes que caracterizan lo femenino y lo masculino. Bajo la forma de juicios (atribución de un predicado a un sujeto), los ideogramas que manifiestan las evaluaciones sociales en torno a lo femenino y lo masculino varían en la formulación de sus sujetos: «las mujeres» como plural generalizador; «nosotras» como plural inclusivo que iguala a lectoras y emisor, dotando a este último del género femenino; «usted» como apelación a quien lee que mantiene cierta distancia respetuosa. «Los hombres», «ellos» y otras formas de la tercera persona representan lo masculino como no contemplado dentro del pacto enunciador/a-enunciataria.

Analizaré a continuación cómo estos ideogramas circulan y se interrelacionan en los enunciados periodísticos que forman la revista en un proceso de intertextualidad que como efecto de conjunto manifiesta la construcción discursiva de las identidades de género.

3.1. Hombres y mujeres han cambiado. La transformación y sus conflictos

Los ideogramas que postulan el cambio y la transformación en las prácticas, atributos y valores que definen lo femenino y lo masculino se reiteran constantemente. Esa variación se sitúa en relación al cambio de décadas (las revistas analizadas corresponden al período 91/92), o a las últimas décadas del siglo XX, tomando como referencia a los movimientos feministas de la década del 70 («Usted no se viste ni se peina como en la década pasada. Y tampoco piensa de la misma manera», Nº 1: 3). La transformación de los roles se plantea también como una cuestión generacional, identificándose con el grupo etario que, nacido hacia 1950, llegó a la adultez en la década del 70 y llega a los 40 años en los 90:

Esa mujer [de 40 años] pertenece a una generación muy rica pero también muy embromada, muy conflictuada. Llena de culpas porque ha roto con un montón de cosas. Pero sin duda es una generación importante porque se está animando a abrirse un camino en libertad. (A. Bruzzo, N° 4: 41)

Esa transformación no se logra sin costos y conflictos, que aparecen relacionando los cambios con «culpas» y «rupturas» que, sin embargo, parecen aminorarse para las generaciones subsiguientes, las cuales ya tienen como punto de partida los logros de sus mayores:

[...] es una característica de la generación que ahora tiene cuarenta años. Somos las que hemos producido grandes cambios en la sociedad, en tanto intentamos combinar la vida privada con nuestras profesiones. Las chicas de hoy... Tienen una visión menos idealizada de la familia [...] menos miedo a la soledad. (I. Ickowicz, N° 5: 51)

La mujer argentina ha cambiado mucho en líneas generales, especialmente las más jóvenes. (N° 7: 70)

Estos cambios en los roles femeninos son formulados en general con una valoración positiva

Llamar a esta, nuestra época finisecular, la era de las mujeres apunta a señalar no sólo que se ha producido un reconocimiento de la mujer y su actividad [...]; significa también que la mujer ha alcanzado un protagonismo hasta no hace mucho inédito. (N° 3: 122)

Sin embargo, es posible encontrar una voz disidente, como la de Blanca Cotta (reconocida autora de notas sobre cocina en suplementos de diarios) que expresa con ironía su desvalorización de la igualdad de derechos alcanzada por las mujeres: «Así, luchamos y conseguimos el derecho al sufragio [...] para ser iguales a la mayoría de ellos: votar sin saber» (N° 5: 130).

La situación actual no se equipara con las luchas del feminismo sino que se la presenta como un punto de equilibrio entre ellas y los roles tradicionales de esposa y madre: «Atrás quedaron los tiempos en

los que la mujer era la 'reina del hogar' y también atrás los esfuerzos de las feministas para reivindicar derechos sojuzgados» (Nº 6: 64). La valoración positiva de este punto medio se refuerza criticando o desvalorizando las dos posiciones presentadas como antagónicas, convirtiéndolas en antivalores desprovistos del valor supremo de «humanidad»: «Usted no es una caricatura polarizada de mujer (ni feminista ni sometida), sino un ser humano total» (Nº 1: 3).

Ese «equilibrio» se consigue entonces a través de una suma de prácticas y atributos: la dedicación al hogar y lo doméstico del rol tradicional y la búsqueda de desarrollo profesional propiciada por la igualdad de derechos laborales: «así como le encanta descollar en su trabajo, también le fascina tener una casa preciosa, cocinar exquisiteces o tejerle un suéter al nene» (Nº 1: 3); «Comenzar una actividad independiente y ganar dinero es el sueño de casi todas» (Nº 1: 92); «Ser mujer en los tiempos que corren, implica manejar con la misma habilidad el ordenador personal y el carrito de compras; luchar por un puesto en el trabajo y por derrotar la celulitis» (Nº 4: 59).

La idea de que el estado civil anhelado es el de «casada» a pesar de tantos cambios lo expresa la escritora Ana María Shua en tono humorístico: «Llegar a ser una EPA [Esposa Argentina Promedio] sigue siendo una fuente de prestigio social ansiado por la mayoría de las mujeres» (Nº 10: 38). Pero la participación laboral es también una exigencia social contemporánea: «Una EPA que se dedica exclusivamente a cuidar de su MAP y de sus hijos no goza de consideración social y cuando le preguntan qué hace, debe engolfarse en incómodas explicaciones» (Nº 10: 39).

Esa conjunción de trabajo dentro y fuera del hogar no se produce sin problemas. La doble ocupación se da porque el hecho de tener un trabajo externo remunerado no quita la responsabilidad del cuidado hogareño, y esa conjunción es presentada como un conflicto de intereses casi insoluble, poniendo siempre el acento en el desgaste del rol maternal:

Hoy la gran mayoría de las mujeres estamos lanzadas a una tarea que a menudo, nos excede [...] sencillamente porque estamos confundidas, sometidas a una gran presión. (Nº 6: 64)

Las mujeres sentimos culpa de todo, y ni te cuento lo que significa trabajar afuera y sentir que abandonamos el hogar. (G. Acher, N° 1: 55)

La mujer frente al trabajo, ¿en pie de igualdad con el hombre? [...] Además de estos resabios posibles de discriminaciones arcaicas, se puede también observar que son las mismas mujeres quienes, en muchos casos, se automarginan. No definen su rol de trabajadora en competencia con su rol de madre. (N° 2: 70)

El primer paso consiste en resolver íntimamente el conflicto hogar/trabajo. (N° 2: 71)

Esta doble exigencia laboral y doméstica se presenta como un rasgo general del que participan todas las mujeres (el hecho de ser esposas y madres no aparece como una posibilidad entre otras, sino como la regla común) y que genera consecuencias negativas, desde la pérdida del deseo sexual hasta un cabello deslucido, pasando por la incomunicación familiar:

Quando el deseo nos abandona. Un problema común a cada vez mayor número de mujeres [...] actualmente, la presión profesional y competitiva es muy grande [...] hace que la energía de la mujer se canalice principalmente hacia su propia persona. (N° 1: 94)

El ritmo que llevamos las mujeres de hoy se nota en el pelo. (N° 2: 29)

[...] todos se quejan de la falta de comunicación (incluida usted). (N° 2: 46)

Es mucho lo que hay que hacer todavía. Simplemente, conciliar la actividad doméstica con la profesional, es algo, que aún, cuesta mucho. (M. E. Walsh, N° 3: 37)

La diversificación de exigencias que enfrenta la mujer en los 90 hace que sus actividades laborales, maternas y domésticas se presenten como escasamente compatibles pero con similar nivel de requerimiento social:

Si vive tironeada por la manía de ser y parecer perfecta, es probable que se estrelle en el fracaso más estrepitoso. (Nº 4: 88)

La mujer que espera convertirse en madre irreprochable, amante esposa, obsesiva ama de casa, trabajadora dinámica y amiga afectuosa al mismo tiempo, está destinada a fracasar. (Nº 4: 88)

La solución a ese conflicto pasa en consecuencia por limitar los niveles de exigencia, calificados como «perfeccionismo» y «omnipotencia», sin descartar ninguna de las exigencias mencionadas, insistiendo en las «ventajas» de la diversificación:

[...] aquellas mujeres que no concentran su energía –tanto en lo laboral como en lo afectivo– de manera excluyente, en un solo proyecto, sino que distribuyen sus esfuerzos y desvelos en diferentes objetivos sufren menos los efectos físicos y mentales del estrés. [...] Esta parece ser la síntesis de la divisa que guía la vida de estas mujeres candidatas a la felicidad. La independencia y la diversificación. (Nº 1: 78)

Todo esto puede ser visto como una nueva forma de presión social, ya no restrictiva, sino compulsiva: no impedir que las mujeres accedan al ámbito laboral y público, no restringir su sexualidad, sino exigir su participación y excelencia en ello:

Creo que muchas mujeres están experimentando esto en carne propia. De diferentes maneras se les empieza a exigir o se autoexigen ser independientes, autónomas, autosuficientes, competitivas, multiorgásmicas, informadas, líderes, etc., etc... Todas características que puestas juntas y como paradigma de un modelo, se convierten en nuevos deberes y obligaciones. (S. Sinay, Nº 10: 73)

La participación de la mujer en el ámbito laboral y su independencia económica no enfrentan solamente las dificultades de su incompatibilidad con los roles maternos («Toda mujer que trabaja y tiene un hijo sabe que en un momento deberá enfrentarse con la difícil situación de ‘dejar’ a su bebé en una guardería o jardín de infantes»,

Nº 4: 70) y domésticos. En la doxa acerca de las dificultades de la mujer en el ámbito de lo laboral tienen lugar sus propios temores («Usted debe hablar en público y el temor la paraliza», Nº 1: 56); a su vez, las tradicionalmente consideradas «armas femeninas» aparecen inadecuadas en un mundo masculino («[...] cuando se trata de demostrar eficiencia, la seducción no tiene nada que hacer», Nº 2: 71); además, en la doxa, la interferencia de lo emocional, que se sigue atribuyendo a la identidad femenina, se presenta como un rasgo despectivo («Una crítica frecuente de quienes deben trabajar con mujeres es que suelen ser demasiado emocionales, demasiado lacrimógenas», Nº 3: 54). Estos atributos, seducción, emocionalidad, se contraponen con el valor que rige el mundo de lo económico y lo laboral: la eficiencia como condición para la productividad. La concepción tradicional de la identidad femenina funciona como presupuesto de una incompatibilidad de la mujer con la eficiencia laboral:

Entre las más frecuentes quejas de jefes y patrones figura la de la impuntualidad (Nº 3: 54)

Teniendo en cuenta cuan avaros son los hombres para reconocer nuestra capacidad laboral... (Nº 7: 71)

¿La organización de sus finanzas no es todo lo efectiva que podría desearse? (Nº 2: 46)

Las concepciones tradicionales de la mujer perviven entonces como prejuicios que cuestionan su adecuación a la esfera del trabajo. También perviven en la divergencia de valoración del trabajo femenino: como opción, como vocación, como necesidad... o como una especie de valor agregado para cumplir más adecuadamente el rol de «esposa moderna»:

Creo que nosotros nos creímos siempre a pie juntillas que el hecho de estudiar y de tener una carrera o un oficio, de trabajar y de ser económicamente independientes, serviría para hacernos adultas y responsables. Pero los demás no. [...] Es como si mis padres hubiesen querido que yo estudiara y tuviese una carrera para ser mejor esposa y madre, no para llevar las riendas de mi propia vida. (Nº 4: 63)

Al cabo de tantos cambios y conflictos, la identidad femenina, como la masculina, no es algo acabadamente redefinido sino un conjunto de posibilidades donde conviven definiciones tradicionalmente aceptadas por la doxa, con posibilidades que se consolidan en los ideogramas como nuevos lugares comunes. Así se definen en un test las diversas relaciones de la mujer con las transformaciones de los roles genéricos, enfatizando siempre una posición de equilibrio y conciliación de los extremos:

Mujer de avanzada: Usted es vista como exótica y se ha adelantado a su tiempo. Si bien ahora hacemos lo que antes parecía una locura [...] no exagere: la pueden confundir con lo que no es. [...] Mujer moderna: [...] usted conoce sus posibilidades [...] Nadie puede ser empleada, esposa y madre, y hacerlo todo a la perfección. [...] Estos tiempos no son fáciles, pero usted sabe adaptarse y está bien encaminada. [...] Mujer retro: Excesivamente rígida, usted quedó atrapada en el tiempo pasado [...] deje de lado las imposiciones sociales o familiares. Usted tiene derechos. Incluido el de un cambio profundo. (Nº 11: 69)

La transformación de los roles genéricos también modifica las definiciones de lo masculino. Estos cambios se ven como derivados de los movimientos feministas y la igualdad de derechos alcanzada por las mujeres. Desde algunas perspectivas, los hombres aceptan sin conflicto estos cambios y se adaptan a ellos: «El hombre está como acompañando a la mujer en todo este proceso. Se siente desconcertado, sin dudas, pero no adopta una actitud negativa» (Nº 6: 65). Pero ésta parece ser la excepción a la regla: la mayor parte de los ideogramas que caracterizan a los hombres de los 90 los presentan con connotaciones negativas como el temor o el disgusto como reacción ante la independencia femenina:

Temen a la mujer que no los necesita para que la mantengan, que puede arreglárselas sola [...] A los hombres de este país les encanta que la mujer dependa de ellos. (M. Casán, Nº 6: 142)

A nuestros hombres no les gustan las mujeres inteligentes, independientes. El hecho de ser fiel a una misma los apabulla. (M. Casán, Nº 6: 142)

Esta actitud negativa ante las transformaciones de los roles femeninos se ve además vinculada más precisamente a una generación que se corresponde con la de «mujeres de 40», o unos años mayores, quienes se presentan como protagonistas de esos cambios: «el hombre de alrededor de 50 años, por más emancipado que se crea, sea escritor, arquitecto o pintor, exige que la mujer siga cumpliendo los mismos roles de antaño» (A. Bruzzo, N° 4: 41).

Un ámbito en especial en el que los cambios femeninos resultan inseparables de una transformación en los roles masculinos tradicionales es el de las relaciones personales y la sexualidad:

El varón está siendo forzado a destruir un modelo y tiene la necesidad de reflexionar y ver qué pasa. Para una mejor convivencia entre los sexos es el hombre el que tiene que producir sus propios cambios. (N° 5: 51)

[...] los hombres son más realistas y ya no esperan una pasión devastadora en el matrimonio: buscan a la mujer compinche, una compañera de juego. [...] quienes hoy tienen entre 40 y 50 años, en gran parte por los cambios que experimentó la propia mujer: al ganar en autoestima y expresar o hacer valer sus necesidades y deseos, obligó a un retroceso del 'macho retrógrado'. E impulsó una nueva ideología masculina: para sentirse hoy un buen amante, un hombre sabe que debe satisfacer a su pareja. (N° 12: 72)

Estos cambios en la concepción de la sexualidad no dejan de lado la compleja interrelación entre capacidad económica, poder y sexualidad dentro de la pareja, de modo que el acceso a la independencia económica es la otra cara del acceso a la autodeterminación del cuerpo femenino:

La mujer de 40 tiene mayor conocimiento de su cuerpo y de su capacidad para llegar al orgasmo. [...] Y el hombre ya aprendió que desde que la mujer logró su independencia económica ganó poder y ya no necesita 'pagar' sumisamente con su sexualidad, porque ahora el poder está repartido. (N° 12: 72)

La generación más joven, por su parte, se define con ideologemas algo diferentes, menos marcados negativamente, señalando a los más jóvenes como los más transgresores respecto a las restricciones sociales referidas a lo emocional. Si en el caso de las mujeres, el acceso a lo laboral implica exigencias y conflictos que necesitan ser solucionados con diferentes estrategias, los avances masculinos en el ámbito de lo afectivo, aunque incipientes, son celebrados:

[...] ganaron más profundidad en sus afectos, una conexión más intensa con sus emociones, más calidad en su salud, una mejor disposición de su tiempo, un mayor disfrute de su sexualidad, una relación menos esclavizante con el dinero, un acercamiento no agresivo, competitivo o invasor a sus congéneres, a sus hijos, a las mujeres. (Nº 10: 73)

En especial se destaca la nueva forma participativa de la paternidad como diferencia clave entre dos generaciones: «No son convidados de piedra: participan. Gozan con la crianza de sus hijos. Son los varones de la new age. [Alrededor de 30 años.] En mi época [una generación más atrás] los padres eran actores de reparto» (Nº 9: 71).

La adecuación masculina a los cambios de las identidades genéricas se concretiza en un fenómeno reciente: un lugar específico de discusión y reflexión en torno a esta problemática: «Un nuevo fenómeno está prendiendo entre los hombres de 30 años en adelante: los Talleres de Masculinidad. [...] Una búsqueda para ser más espontáneos, libres y felices» (Nº 10: 72).

A pesar de todo, los cambios que se advierten en los jóvenes no parecen modificar el peso de la definición tradicional de la identidad masculina en la doxa, como lo evidencian los ideologemas que con fuerte carga generalizadora y asertiva califican a los varones argentinos como «machistas»:

Y en la mayoría de los casos los hombres ni se percatan de que son machistas [...] Los hombres de nuestro país, a diferencia de otros, tienen unas contradicciones tremendas. (Nº 12: 44)

[...] que [los jóvenes] lleven el pelo largo no significa que sean más libres que sus padres. (Nº 12: 45)

Creo que en un país como el nuestro, donde la cultura es tan machista, les viene bien ir a un taller porque les ayuda a pensar [...] además tienen que aprender aún varias cosas. (Nº 12: 45)

Los cambios en las identidades genéricas no se logran, entonces, sin conflictos. En especial, la aceptación de la esposa trabajadora parece encontrar cierta resistencia masculina:

Cuando se trata de buscar trabajo hay un hombre, un solo hombre a quien convencer: el marido. (Nº 2: 70)

Una esposa con estudios y que trabaja debe entenderles mejor, ser más comprensiva con ellos y ayudarlos económicamente a alcanzar un nivel de vida superior. (Nº 4: 63)

La contrapartida lógica, la participación masculina en el trabajo doméstico, también resulta conflictiva: «—Pero los jóvenes de hoy aceptan compartir el trabajo de la casa. [...] —Lo aceptan porque no les queda otra. Porque sino se ‘mueren’» (M. E. Walsh, Nº 3: 37).

Todo esto se traduce también en ideologemas que afirman la existencia de conflictos que se interponen en las relaciones entre los géneros: «Pienso que actualmente existe una cierta imposibilidad entre el hombre y la mujer para relacionarse. Esto salta a la vista, los hombres cambian cada dos por tres de mujeres, y las mujeres lo mismo» (Nº 12: 44). En síntesis: «el varón tradicional, instalado con firmeza sobre valores machistas que la cultura le legó, parece haber acusado recibo de los cambios femeninos con no demasiada naturalidad» (Nº 10: 72).

3.2. Por qué somos como somos: de la esencia a la cultura

El problema de por qué las identidades genéricas son como son ha tenido en otros tiempos explicaciones «esencialistas» en la doxa: existiría una «naturaleza» o «esencia» de lo femenino y lo masculino que determinaría a un individuo desde su facticidad biológica. La doxa de los 90, sin embargo, acepta como explicación predominante de las

características genéricas (tanto de las tradicionales como de las «nuevas») la configuración social, la educación, la cultura: es por eso que los roles pueden ser transformados o renovados:

Ocurre que las mujeres tenemos otra forma de construirnos como personas dentro de la sociedad. Y esto es así por obra de la cultura. [...] Sintetizando: los hombres son fuertes, las mujeres débiles; los hombres activos, las mujeres, charlatanas; los hombres, productores, las mujeres, reproductoras. (I. Ickowicz, N° 5: 50)

En general, son las visiones tradicionales de lo femenino y lo masculino las que se adjudican a «presiones sociales», abriendo la puerta a una crítica que el recurso a lo esencial no permite:

[El humor] no es un renglón en el que las mujeres suelen destacarse. [Respuesta]: No es por falta de talento, sino por falta de ejercicio. Las mujeres estamos llegando tarde a un montón de cosas, pero no es por culpa nuestra. Es un retraso impuesto por mandato de esta sociedad [...] Pero la mujer es capaz de hacer el humor, tanto como el amor. (G. Acher, N° 1: 54)

Esas características socialmente determinadas varían enormemente entre definiciones estereotipadas como las que acabamos de ver (mujeres débiles, charlatanas, reproductoras, y hombres fuertes, activos y productores) hasta una de las más recurrentes, en sus diferentes formas: la abnegación femenina, la formación para posponer lo propio ante las necesidades ajenas;

[...] la mujer es el ser que menos se quiere a sí misma, porque la sociedad así la condiciona. Siempre está dispuesta [...] a valorar a los otros más que a ella misma y siempre está pendiente de la mirada del otro. (N° 5: 51)

Nosotras podemos adivinar lo que él desea porque hemos sido entrenadas para satisfacer su deseo. (N° 5: 51)

[...] las mujeres hemos sido educadas para complacer, para satisfacer el placer de los otros seres humanos. (N° 7: 73)

Otra consecuencia de las imposiciones sociales, no desvinculada con la anterior, es la restricción del goce para las mujeres, no muy diferente de los tabúes que pesan sobre la infidelidad femenina: «¿Por qué el placer nos da tanta culpa? [...] Aunque la sociedad argentina sigue promoviendo el olvido de nosotras mismas, no renuncie a quererse» (Nº 12: 89); continuando con la infidelidad: «La mujer, presionada por la tradición prohibitiva y ‘la cultura del ratoneo’, padece su efecto» (Nº 5: 64). Pero este último tabú va dejando de serlo, presentándose un nuevo modelo más permisivo con la mujer, quedando la «culpa» como molesto resabio del modelo anterior:

[...] antiguamente se consideraba la infidelidad un patrimonio masculino, pero, hoy en día, el porcentaje de mujeres infieles se ha incrementado notoriamente. A pesar de ello, y por muchos siglos de deformación cultural, las secuelas que dejan en la mujer suelen ser drásticas. (Nº 5: 64)

El rol masculino también se define como una construcción social restrictiva, que impone ciertos valores y reprime otras características en los hombres. En especial se destaca la represión de lo afectivo:

Con un amigo es raro que se franquee, desconfía, tiene miedo de lo que el otro pueda pensar. Es que el hombre también es una víctima de la sociedad. Desde chiquito le han enseñado a ocultar sus sentimientos, a reprimir sus emociones. (Nº 5: 51)

Se permiten menos hablar de los afectos porque han sido educados en la convicción de que hablar de los sentimientos es cosa del sexo débil, y por eso parecen insensibles. (Nº 7: 64)

Como valor impuesto socialmente, se reitera la exigencia de éxito profesional y económico relacionado con la imagen del hombre proveedor: «el hombre que vos llamás ‘clásico y machista’ es aquel que ha sido preparado para producir, triunfar, conquistar, saber, poder» (Nº 10: 72). Pero bajo el modelo neoliberal excluyente, luego de graves situaciones económicas como la hiperinflación del 89, ese modelo masculino se resiente, ya que el trabajo masculino como único sostén del hogar se muestra insuficiente e inestable, más allá de los cambios producidos en la inserción laboral femenina:

[...] esos hombres que bordean los 40 y tantos años, que no tienen dinero porque están en situación de clase media descendente [...] para quienes el estudio, la carrera, el ansia de trabajo y de superación eran sinónimo de éxito. Y se dan cuenta de que eso no se cumple. [...] Otro de los mandatos que pesa sobre los hombres es el de tener que mantener a la familia. Y estos hombres, que no tienen seguridad en el presente y menos aún pueden asegurarle el futuro de sus hijos, se sienten muy mal, incompletos. (Nº 4: 91)

Por otra parte, la compulsión que lleva a cumplir ese rol con exclusividad es mostrada como una característica exclusivamente masculina, por la cual el hombre puede dejar de lado los ámbitos domésticos, familiares y afectivos para dedicarse solamente a lo laboral. Esto no es presentado como conflictivo en sí mismo, sino por la exigencia que se traslada a la esposa de ese compulsivo:

Mi marido es un workaholic [...] Los adictos al trabajo suman legión: apasionados por una actividad o profesión que les absorbe la mayor parte del tiempo y energías, posponen todo. (Nº 2: 40)

Las pautas culturales determinan que los hombres caigan con más frecuencia en esta trampa, ya que la mujer prioriza la familia. (Nº 2: 40)

Las definiciones esencialistas no desaparecen del todo, sin embargo. Perviven tanto en las declaraciones del polémico escritor Dalmiro Sáenz («La mujer tiene misterio y es una pateadora de tablero porque, de repente, se sale de la lógica y tiene la inteligencia del corazón, de la piel, de las miradas», Nº 9: 39) como desde una perspectiva de lo esotérico o irracional: las artes ocultas de la astrología y otras propuestas adivinatorias.

Tiene que ver con la esencia de la mujer [...] Por nuestras características tenemos una mayor afinidad hacia lo intangible, hacia lo invisible, hacia lo intuitivo [...] todo aquello que llamamos oscuro como sinónimo de misterio. (Nº 7: 66)

La mujer [...] tiene una curiosidad natural que la impulsa a cambiar constantemente. (Nº 7: 66)

En ambos casos, lo que pervive es la vinculación de la mujer con lo irracional, y coherentemente ese vínculo es también misterioso e intangible, esencial y no cultural. Pese a todo, incluso la inclinación hacia lo misterioso admite una explicación a través de las pautas culturales, así como una transformación en la relación genérica con estos aspectos de lo oculto:

Dentro de la multitud de consumidores de la adivinación parece que las mujeres somos mayoría, aunque la tendencia se está revirtiendo progresivamente en los últimos años. Sometidas a un mandato cultural milenario, que indica que formar un hogar es prioritario, buscamos en las señales de los astros una respuesta que nos indique el camino a seguir en el terreno del amor. (Nº 7: 66)

3.3. La maternidad como fetiche

Un aspecto que revela también una persistencia de valores o concepciones esencialistas de lo femenino es el que constituyen las definiciones de la maternidad. Si bien en general la maternidad se presenta en estos artículos como una elección personal («Muchas mujeres, que hoy pueden elegir, rechazan esa opción», Nº 3: 67), o en conflicto con lo laboral, como ya vimos, subsisten ideogramas que la relacionan con lo trascendente.

Aquí, el análisis nos lleva a otro elemento de la hegemonía destacado por Angenot (1989): los fetiches y los tabúes, objetos temáticos marcados por las dos formas de lo sagrado. Estos objetos, sumamente cargados de significaciones, que se presentan como puntos nucleares de la evaluación social, se construyen en el discurso y por el discurso. En el corpus que analizamos, la maternidad aparece configurada como un fetiche: no es necesario justificar su importancia como valor y se presenta prácticamente como un universal que equipara «mujer» y «madre»: «La mujer, con la maternidad, trae un milagro con ella» (Nº 5: 39). La posibilidad individual de elegir no aparece en general como

ser o no ser madre, sino en términos de compartir o no la maternidad con el trabajo; ésta es la transformación conseguida: «Pensar que la mujer tiene que quedarse en casa a cuidar los hijos es algo que se está revirtiendo; salvo que la mujer decida hacerlo, en ese caso, se trata de una elección» (Nº 6: 65). El derecho conquistado no es el de optar por la maternidad, sino el de restarle tiempo a las tareas maternas para trabajar fuera del hogar, o resignar la independencia económica para cumplir acabadamente el rol materno. La necesidad (económica o como satisfacción personal) de desarrollarse en el ámbito laboral, como ya hemos visto, se presenta como un punto de conflicto con la maternidad: «Nos ocupamos de nuestra casa, de nuestros hijos, de nuestros maridos y, simultáneamente, trabajamos afuera, sin darnos cuenta (o a lo mejor sí nos damos cuenta) que en ese ajeteo se nos va la vida» (Nº 6: 64). Pero también hay otra perspectiva desde la cual el trabajo externo remunerado conspira contra la maternidad, al menos desde la perspectiva médica, que lo presenta como causa directa o indirecta de infertilidad: «Las tensiones laborales, el ritmo intenso de las jornadas de trabajo y hasta condiciones de transporte, todo juega desfavorablemente sobre la mujer» (Nº 7: 95).

Por otra parte, el rol materno también se ve afectado por las transformaciones sufridas por las identidades de género. Así la relación madre/hija adquiere características competitivas, al disminuir las diferencias exteriores entre las generaciones:

Pocas relaciones tan apasionadas, tan intensas y —aquí la previsible paradoja— tan conflictuada como la que mantienen madres e hijas. [...] Pero cuando la mujer comenzó a salir del ámbito meramente doméstico, sobrevinieron los cambios internos y de los otros. [...] La alimentación cuidada, la gimnasia y la cirugía plástica lograron rápidamente que el modelo de mujer-madre se parezca cada vez más al prototipo adolescente. (Nº 9: 60)

Pero la presencia de conflictos con lo laboral y en relación con cambios generacionales, no limitan el alcance del fetiche de la maternidad, el aspecto de lo femenino que tradicionalmente (y religiosamente) se vincula con lo sagrado y con la trascendencia. Esto hace que el ser madre aparezca en el primer lugar en la definición que una mujer

hace de sí misma: «Soy, al fin y al cabo, una de estas mujeres modernas, cruza rara de madre, esposa y profesional» (Nº 11: 122).

3.4. La pareja heterosexual: valor o meta final

Llevar a cabo con éxito la diversificación de prácticas que se requieren de las mujeres de fin de siglo no parece ser suficiente. Además de la eficiencia en lo laboral y la dedicación a la maternidad, existen ideologemas dispersos pero recurrentes que formulan un valor que parece tener igual importancia: la formación de una pareja estable; «uno de los conflictos más grandes que tenemos las mujeres es la dependencia de sentir que si no encontramos un hombre en la vida, terminamos de existir» (Nº 1: 55). La pareja heterosexual, de preferencia constituida legalmente como matrimonio, aparece como valor u objetivo final de la mujer en ideologemas que se introducen en enunciados donde predominan otros tópicos: el ámbito de lo afectivo se mezcla con lo laboral o lo intelectual. Por ejemplo, al discutirse el atributo de «omnipotencia» (relativo a la conjunción de lo laboral y lo doméstico), una de sus consecuencias negativas es la de ser un obstáculo para las relaciones con los hombres: «En realidad, en esta suerte de fiebre por hacerlo todo y hacerse cargo de todo, una mujer cumple mal los roles que se impone desempeñar a la perfección [...] ante las omnipotentes los hombres huyen» (Nº 9: 58-59). La identificación de la mujer con las reivindicaciones feministas también se enfoca desde el conflicto con la pareja: «la mujer de la zona negra [encarna al ideal feminista de liberación económica y disputa del poder] tiene una actitud desafiante, está informada pero tiene conflictos con los hombres, con los cuales compete» (Nº 6: 64).

Desde la perspectiva femenina, «pareja» se equipara con «amor» y con «romance», valores fundamentalmente constitutivos de la identidad femenina: «mañana me enamoro de un tipo [...] y decido que lo único que me interesa es el amor... ¡Porque soy una mujer!» (Nº 1: 55); «Todas, no sólo las solas, soñamos con un maravilloso romance de verano» (Nº 9: 68). Pero en los enunciados de la revista reiteradamente se vuelve a establecer diferencias con la concepción masculina de la

pareja. Las diferencias entre hombres y mujeres se exponen, se discuten, se analizan en ideogramas vinculados a diferentes tópicos:

No todo se puede hablar con los maridos. [...] Sucede que existe esto del pensamiento mágico y queremos que nuestra pareja adivine lo que necesitamos. Pero por la manera en que el hombre está construido no puede ver, ni sentir, ni intuir lo que nosotras buscamos. (Nº 5: 51)

Si la mujer buscaba romanticismo en la pareja, a la visión masculina se le adjudica la búsqueda del mismo fetiche analizado anteriormente: «Recordemos que los hombres son más dependientes que las mujeres y siempre buscan a la amante-mamá, a la mujer-mamá» (J. Hazaña, del Centro de prevención para el conflicto de la pareja, Nº 5: 65). Subyace a este ideograma una concepción del hombre como objeto de cuidado y atención por parte de la mujer, equiparable así a los hijos. Ellos son objeto de análisis, reflexión, clasificación:

Los varones de las pampas: el yuppie; el hippie tardío [una pena, vea]; daddy [ronda los 60, mano boba, lengua bola]; el aventurero 'risqué'; el homus falicus supermachus [suele ser patético]; el fobicus homunculus [no quiere que lo asfixien, ni lo persigan, ni nada]; el tortura look; ternurita mi alma. (Nº 10: 48)

El irresponsable»; «El machista»; «El narcisista»; «El infiel»; «El que elude el compromiso afectivo»; «El criticón»; «El hermético». (Nº 6: 54-55)

Conseguir y consolidar una pareja es una tarea que exige destrezas más vinculadas a lo intelectual que a lo afectivo: «Encandilar y retener al hombre de su vida requiere de ciertas argucias que conviene respetar con espíritu bíblico» (Nº 1: 115). La visión del hombre como problema al que hay que dedicarle atención, reflexión, estrategias de acción es abarcadora de todos los sujetos masculinos, mientras se relativiza su visión no conflictiva: «Todos [los hombres] son difíciles, en mayor o menor medida, pero –también hay que admitirlo– suelen tener un costado positivo que nos engancha» (Nº 6: 54).

¿Qué atributos reviste el hombre no conflictivo, el que responde a la visión de la pareja como romance, el que no necesita cuidado y problematización, el que ofrece la pareja estable como objetivo final? Así lo sintetiza un artículo –por cierto humorístico–: «Identikit del hombre yaguareté buscado: paciencia, tenacidad para cortejar a su pareja, misterio, inteligencia, valentía, sensualidad, elegancia, garras para proteger sin asfixiar» (Nº 12: 102).

3.5. Atributos viejos y nuevos

Las transformaciones en las identidades de género se traducen también en reformulaciones en los atributos que se consideran característicos o deseables para la mujer. Los atributos ligados a la acción (fuerza, seguridad) y a la racionalidad (inteligencia) se incorporan al espectro de lo femenino, aunque no sin conflicto y descontento. Por ejemplo, la crítica a dos películas cuyas protagonistas son mujeres que se despojan totalmente de artificios como vestidos de moda, maquillajes y peinados, considerados atributos esenciales de la femineidad, para participar en enfrentamientos violentos, con atributos masculinos como agresividad, uso de armas, etc.:

Los dos casos [Terminator II y Thelma & Louise] subrayan cómo la femineidad y la fuerza interior han dejado de ser compatibles para quienes lanzan productos fílmicos para millones de congéneres, como si Bette Davis y Katherine Hepburn no hubieran demostrado ya lo contrario. (Nº 6: 102)

La fuerza como atributo femenino no se rechaza en sí misma, sino en cuanto reemplaza a otros atributos tradicionales como la ternura y la seducción, identificados con la «femineidad». Pero cuando se yuxtapone con ellos, aparece como un modelo deseable: «En las últimas décadas ha nacido un nuevo prototipo de mujer. Son las que se han atrevido a aunar facetas que muchos consideran irreconciliables: ternura, fuerza y seducción» (Nº 8: 64).

La independencia que adquiere la mujer a partir de su autonomía económica y su desempeño laboral le exigen desarrollar otros atri-

butos para desempeñarse adecuadamente en esos ámbitos: «Básicamente, una mujer segura es aquella que acepta los cambios de la vida y los encauza de la manera más agradable posible, no lamentándose ni siquiera ante los golpes más duros» (Nº 7: 70). «Seguridad» se contrapone aquí a «lamentarse» como manifestación de la emotividad, atributo que como ya vimos se considera contrapuesto con la eficiencia laboral.

Otro atributo que se suma a la identidad femenina es la inteligencia, con la particularidad de que no se liga a lo laboral (ámbito en el cual no se discute la pertinencia de este atributo respecto a la mujer) sino a lo afectivo, vinculación que se manifiesta en un ideograma en el que aparece uno de los escasos cuestionamientos al valor de la pareja como meta principal de la mujer:

Una mujer inteligente sabe que ser inteligente significa: [...] permitir que la inteligencia controle a las emociones, no a la inversa; [...] jamás olvida que es una persona completa, tenga o no un hombre en su vida. [...] Las mujeres inteligentes saben que las obsesiones no tienen lugar en la vida de una mujer inteligente. (Nº 10: 64)

Además, los atributos tradicionales de algunos estereotipos femeninos se ven reformulados: la capacidad de generar atracción sexual en el sexo opuesto se diferencia de la imagen de mujer sometida y de capacidad intelectual limitada; deja de ser un atributo innato o físicamente determinado para convertirse en un modelo para todas, en una actitud voluntaria que puede adquirirse y desarrollarse: «Lo cierto es que la mayoría de las mujeres querrían ser sexy, pero pocas se comportan como lo hacen quienes sí lo son» (Nº 8: 92). Desde el título de este artículo: «¿Usted se atreve a ser una mujer sexy?» (Nº 8: 92), el atributo de la sensualidad se propone como un modelo a seguir por toda mujer, mediante la figura de un desafío.

4. Una reformulación inacabada de las identidades

Luego de analizar la distribución cuantitativa de los principales tópicos recurrentes en el primer año de edición de la revista y la circulación de ideologemas en los enunciados periodísticos, conviene revisar la hipótesis planteada y trazar una primera formulación de los rasgos más salientes de la construcción textual de las identidades de género que se generan en esta publicación.

Los ideologemas recurrentes en los enunciados periodísticos se agruparon en torno a determinados ejes: la transformación en las identidades femenina y masculina, el origen (cultural o esencial) de las diferencias genéricas, el fetiche de la maternidad, la pareja como valor privilegiado y las reformulaciones de los atributos femeninos.

La transformación de los roles genéricos se asocia en los enunciados periodísticos con conflictos y rupturas; hay una reiterada valoración positiva de un equilibrio entre la lucha por la igualdad de derechos del feminismo y la sumisión tradicional, el cual se logra conjugando los roles domésticos de madre y esposa con el desarrollo profesional. Sin embargo, la escasa compatibilidad de estas prácticas se pone de relieve en la recurrencia de enunciados que postulan las consecuencias negativas del exceso de exigencia en esos campos. Se evidencia una presión social compulsiva: se exige cumplir con excelencia en ámbitos antes negados (lo laboral, lo sexual), pero sin abandonar los tradicionales (hogar, maternidad). Si explícitamente se equipara la valoración del desempeño como madre y esposa y como profesional (recordemos la recurrencia de ideologemas que refieren positivamente la incorporación femenina al trabajo externo remunerado), las evaluaciones presueltas en la distribución cuantitativa de los tópicos de lo doméstico y lo laboral jerarquizan doblemente lo doméstico; aparece como tópico

predominante en los enunciados presentados como «permanentes» por la revista y como uno de los que más espacio ocupan en el conjunto de los enunciados. Por el contrario, lo laboral se ve desplazado por el poco espacio que se le destina, por su ubicación en los enunciados «coyunturales» y por las evaluaciones presentes en los ideogramas que presentan al trabajo remunerado como fuente de conflictos familiares y de pareja y los que postulan la incompatibilidad de los atributos femeninos de emotividad y seducción con la eficacia exigida en el mundo económico. La evaluación subyacente a la desaparición progresiva de artículos en torno a posibilidades laborales en el primer año de edición de la revista parece disminuir la importancia de la integración de la mujer a lo público como participante activa en lo laboral y comunitario, aunque la diversificación de los subtópicos en torno al tema permite postular una reconceptualización de lo laboral como sector de prácticas específicas, un ámbito que se piensa no sólo en relación con los roles maternos y domésticos sino en su dinámica propia, que requiere saberes y estrategias específicos.

La doxa de los 90 acepta como explicación predominante de las características genéricas la determinación cultural, y por lo tanto admite, al menos en teoría, la posibilidad de su transformación. Sin embargo, los atributos socialmente determinados que caracterizan y contraponen los roles genéricos de la manera más tradicional, como la abnegación femenina, la restricción de la mujer para el goce, la represión de lo afectivo en el varón y su compulsión al éxito económico y laboral, persisten en los ideogramas contemporáneos. Estas últimas características masculinas se encuentran, además, en crisis, no sólo en relación a los cambios impulsados por el feminismo, sino con los modelos económicos políticamente impuestos, con sus consecuencias de descenso del poder adquisitivo e inestabilidad laboral. Pero en general, la transformación de la identidad masculina aparece como una consecuencia de los cambios conseguidos por las mujeres, y se vincula a evaluaciones negativas como las de disgusto o temor en las generaciones mayores y a una conquista del terreno de la emotividad en los más jóvenes, en especial la paternidad. La maternidad, por su parte, se constituye en un fetiche vinculado a visiones esencialistas como factor universal de definición de lo femenino. En torno a este fetiche se reitera una falsa opción que hace aparecer como elección personal el cumpli-

miento de un mandato socialmente definido que iguala «ser mujer» con «ser madre».

La diversificación de prácticas que surgen de la transformación de las identidades de género tiene también otras consecuencias, como la dificultad que según la doxa se plantea para alcanzar el valor de una pareja heterosexual estable. Las dificultades masculinas para aceptar las transformaciones de las mujeres se traducen también en ideologemas que postulan la existencia de conflictos en las relaciones interpersonales. La evaluación social que postula a la pareja estable como instancia conflictiva y sujeta a dificultades justifica la recurrencia de este tópico en los enunciados periodísticos, en los que se propone un saber y un hacer para alcanzar ese valor cultural tradicional. La visión del hombre que subyace a los ideologemas en torno a la pareja y al amor lo presenta como objeto de cuidado, atención, reflexión, clasificación. Casi un objeto de estudio al que la mujer se aboca no sólo con sus emociones sino también con su capacidad intelectual y estratégica. Esta incorporación de la racionalidad en relación con lo afectivo es uno de los atributos femeninos que se reformulan, junto con la incorporación de la fuerza como factor equilibrante de la seducción y la ternura para la participación en lo público.

Además de lo doméstico, el tópico al que mayor espacio le destina la publicación analizada es el que presenta al cuerpo como signo estético, que predomina en los enunciados publicitarios y de consumo, y en menor medida en los instructivos, como modelo de un hacer-consumir y de un hacer-hacer como trabajo o producción doméstica. Esta distribución manifiesta una evaluación subyacente que determina a lo estético como preocupación fundamental en el interés femenino. Este predominio cuantitativo de un modelo estético socialmente impuesto como objeto de consumo contrasta con los ideologemas en torno a lo corporal que postulan, por ejemplo, la búsqueda de delgadez como una preocupación por la salud que afecta a pocas personas, sin abordar el problema de las imposiciones sociales de patrones estéticos arbitrarios. Sin embargo, parece aun imposible proponer una independencia total respecto a esos patrones estéticos sociales. Persiste la necesidad de adecuación a esos modelos, aunque el modo de lograrlo pase por la «diversión», el «disfrutar» y no por la «obediencia» o la «esclavitud». El deber ser del cuerpo estético se impone entonces tam-

bién en algunos enunciados periodísticos, desplazándose del mandato social a la opción personal, aunque la evaluación social que sustenta los modelos estéticos de delgadez y belleza no llega a ponerse en cuestión en sí misma. Por otra parte, el cuerpo en tanto signo estético es un elemento importante en la inserción de la mujer en lo público, incluso en lo laboral: la eficacia en el cuidado de lo corporal, de la apariencia, el equilibrio en esa construcción, parecen ser sinónimos de la eficacia y el equilibrio requeridos para el desempeño en el trabajo externo remunerado.

La distribución del espacio destinado a cada tópico tiene como efecto cuantitativo una evaluación social de la mujer cuyos intereses permanentes, invariables, por tanto «esenciales», corresponden a los más tradicionales modelos femeninos: el ama de casa, ocupada en su hogar y en sus hijos, y la mujer preocupada por su belleza física. El conjunto total de los enunciados reitera esa jerarquía, ya que son los mismos tópicos los que ocupan la mayor parte del espacio.

Sin embargo, al considerar solamente los enunciados periodísticos, aparecen otros tópicos privilegiados. Además de la información general, que puede resumirse en esparcimiento-espectáculos-cultura, se destacan cuantitativamente por su recurrencia y el promedio de páginas que se les destinan, los tópicos que problematizan tanto la identidad femenina como las relaciones familiares, de amistad y de pareja. Las evaluaciones sociales acerca de la mujer que subyacen a esta distribución material vinculan lo femenino a lo afectivo; dado que los enunciados periodísticos tienen una intencionalidad comunicativa o persuasiva, y que se proponen hacer-saber, hacer-ser o hacer-hacer con el objetivo de generar ciertas transformaciones, vemos que subyace una evaluación social de lo afectivo como campo problemático, y de la mujer como sujeto activo en su cuidado y transformación. Uno de los aspectos destacados en estas publicaciones es el desarrollo de la afectividad, el inventario de emociones y pasiones que interviene en la construcción de la subjetividad de la lectora prevista. Como afirma Carola García Calderón en «Imagen femenina y vida cotidiana», donde trabaja con revistas femeninas en México, «el mundo que se muestra (como síntesis) en los medios de difusión para mujeres, gira en torno al sentimiento, al campo afectivo» (García Calderón en Bedolla Miranda, 1993: 383). Esto se corresponde con la tradicional distribución femenino-

emotividad frente a masculino-racionalidad. El mundo de los sentimientos corresponde a las mujeres, y no hay un equivalente masculino para esta exploración de la afectividad y de la subjetividad en su aspecto emotivo. La identidad femenina se ve desplegada, analizada, discutida, mientras que la masculina aparece en un plano secundario.

Sintetizando las principales líneas de discrepancia que confirman lo propuesto en mi hipótesis: los enunciados periodísticos afirman explícitamente una equiparación de las prácticas de lo laboral y lo doméstico en su importancia para la identidad femenina, mientras que la distribución cuantitativa presupone una mayor profundidad en la preocupación por lo doméstico y la estética corporal. La incorporación al trabajo remunerado se presenta explícitamente como problemática y rodeada de conflictos (en cuanto a los atributos que se exigen, la maternidad, la pareja), los enunciados periodísticos, donde se proponen un saber y un hacer para tópicos como las relaciones afectivas, sólo paulatinamente destinan espacio a un saber sobre los problemas específicamente laborales.

Estas discrepancias descubren que la identidad femenina, como la masculina, no es algo acabadamente redefinido sino un conjunto de posibilidades donde *conviven definiciones tradicionalmente aceptadas por la doxa, con posibilidades que se consolidan como nuevos lugares comunes*. Las evaluaciones sociales en torno al sistema de géneros aparecen, en diversos niveles de los enunciados, como contradictorias entre sí. *No puede hablarse de una transformación completa de las identidades de género socialmente definidas, sino de una etapa todavía en crisis y reformulación, donde elementos muy antiguos (el fetiche¹ de la maternidad, el hombre como proveedor) coexisten con configuraciones nuevas que se imponen también como exigencias (la mujer profesional, el hombre emocionalmente abierto), aunque deben ser defendidas en los niveles manifiestos, explícitos, de los enunciados y no pueden aún funcionar como presupuestos del discurso*. Es necesario afirmarlas, argumentar a su favor, escribir libros que las representen o apuntalarlas concurriendo a talleres de afirmación de la identidad genérica. Las revistas femeninas desempeñan un papel importante en esa redefinición de los roles. Por una parte, no hay un espacio equivalente para la redefinición de los roles masculinos. Por otra, el lugar que en ellas se destina a la reflexión sobre la afectividad y la identidad, tanto masculina como femenina es un espa-

cio de identificación y proyección² para las lectoras, brindándoles la posibilidad de redefinir su propia construcción de la identidad genérica. Sin embargo, se trata de un formato o soporte discursivo poco estudiado desde la teoría y los estudios en comunicación, que sufre una doble discriminación: por una parte, como formato «revista» en general, considerado de menor importancia que otros discursos como el de los diarios o periódicos (el formato «periodístico» por excelencia) o por medios más novedosos todavía como el discurso periodístico televisivo. Por otra parte, calificado como «femenino», este discurso es relegado a las cuestiones «de mujeres»: la belleza, la cocina, la moda, el corazón. Los estudios e investigaciones académicas reflejan la dinámica de poder del sistema de géneros (sexuales) privilegiando aquellos discursos periodísticos que se ocupan de cosas «importantes»: cuestiones políticas, sociales, culturales o, arrastrados por el eje masculino, deportes. Las menciones académicas a este tipo de publicaciones de las que nos estamos ocupando no avanzan demasiado sobre los prejuicios corrientes sobre el género, con excepciones como las del análisis de Verón (1997) sobre revistas francesas, entre las que incluye la prensa femenina³, o los ya comentados en la primera parte de este trabajo.

Notas:

1 Recordemos que, siguiendo a Angenot (1989), los fetiches y los tabúes son «objetos temáticos marcados por las dos formas de lo sagrado». Estos objetos, sumamente cargados de significaciones, puntos nucleares de la evaluación social, se construyen en el discurso y por el discurso. En el corpus que analizamos, la maternidad aparece configurada como un fetiche: no es necesario justificar su importancia como valor y se presenta prácticamente como un universal que equipara «mujer» y «madre».

2 En el sentido en que usa los términos Burgelin (1974): *identificación* como «el hecho por el cual un sujeto se apodera de un rasgo característico de otro para revestirse con él» (p. 105); *proyección* como el mecanismo por el que un «sujeto rehúsa reconocer en sí mismo cierta cosa, por ejemplo un deseo, y lo atribuye expresamente a cualquier cosa ajena a él, o a cualquier otra persona» (p. 109). Burgelin analiza la prensa femenina como regida por el principio de identificación, y señala cómo esa oferta de modelos a seguir implica un *deber ser*. De la postulación implícita de que la lectora «puede» parecerse a la modelo o la actriz se pasa al presupuesto de que «debe» hacer lo posible para lograrlo.

3 Cfr. una síntesis en Verón (1997).

5. Las modalizaciones en torno al género

5.1. Hogar y trabajo

A pesar de originarse en un contexto político-cultural tan distante, la oposición entre lo público y lo privado que distribuía la identificación de lo femenino con el hogar y lo masculino con el ágora en la polis griega continúa funcionando en la doxa del fin del milenio, tal como vimos al analizar los ideologemas recurrentes en el primer año de edición de la revista *Máxima*. Pero su funcionamiento es ahora el de una *matriz conflictiva*, en la cual las reformulaciones del sistema de géneros encuentran sus mayores contradicciones. Sin embargo, no queda claro a qué nos referimos con estos términos: ¿qué es, en la última década del siglo, lo *privado* y qué es lo *público*? Cuando en nuestro tiempo decimos que las mujeres han estado recluidas en el mundo de lo privado y que los hombres se manejan con más soltura en el espacio público, o que las mujeres han accedido a la esfera pública pero continúan siendo responsables de la vida privada, utilizamos estos términos en un sentido restringido. Lo privado, en el sentido de lo *doméstico*, lo que sucede dentro de los hogares particulares, abarca al menos las dimensiones de lo afectivo (lo íntimo) y de las necesidades materiales básicas para la subsistencia: comida, vestimenta, abrigo, pero también cierta dimensión estética de lo cotidiano, la socialización infantil en sus primeras etapas y el cuidado primario de la salud. Lo público aparece en primera instancia como más conflictivo: abarca, por una parte, a lo *laboral*, el trabajo remunerado socialmente reconocido, y, por otra parte, a la *esfera política*. Desde esta última perspectiva, lo público ofrece diferentes conceptualizaciones (en las que no nos adentraremos); sin embargo, podemos señalar que la ciudadanía moderna ya no implica,

como en la polis griega, la participación directa en las decisiones relativas a los asuntos de la comunidad. La ciudadanía moderna se ve prácticamente restringida, para el común de la gente, al ejercicio del voto y, si acaso, a la participación en estructuras partidarias con escasas posibilidades relativas de acceder a puestos dotados de poder de decisión en representación de la comunidad. La participación más común y efectiva en la esfera pública es la que asegura el trabajo remunerado; el salario se convierte en sanción social de un reconocimiento y una participación en la comunidad. El eje privado/público se traslada así a lo doméstico/lo laboral, y esta última oposición se distribuye tanto espacialmente (dentro/fuera de la casa) como económicamente (no remunerado/remunerado): la participación en los asuntos comunitarios se construye en torno a un eje económico¹. Analizaré primero dos notas que exponen una misma situación denominada «inversión de roles»: mujer en el campo laboral, hombre en el campo doméstico:

- «Mamá en la oficina, Papá en la cocina» (Nº 14, 06/1992: 104-105)

El primer artículo representa a las figuras masculinas y femeninas no en sus roles conyugales sino parentales. Las volantas postulan un «intercambio de roles»: por una parte, «roles» implica identidades construidas, móviles, no esenciales; por otra, «intercambio» implica que esos roles no se transforman ni se cuestionan, sino que se transportan, cambian de actor, mientras el papel representado sigue siendo el mismo. En este caso, «la oficina» y «la cocina» como metonimias de lo laboral y lo doméstico siguen siendo mutuamente excluyentes. La volanta superior caracteriza a este intercambio como «saludable», seguido de la conjunción adversativa «pero» que remite a la volanta inferior: «cuidado», una advertencia que resemantiza el intercambio como amenaza o peligro, a lo que se agrega la denominación de «desequilibrio». Los resultados de esta situación se resumen en «desconcierto, insatisfacción y malestar».

La distribución tradicional de prácticas, valores y atributos se presenta en un discurso citado que resume la profundidad de esas exclusiones como «eternas», un «lugar común». Así, las mujeres, denominadas por su rol maternal, unidas al presente por la cadena matrili-

neal («nuestras madres y abuelas»), caracterizan su rol como una privación de libertad, una exclusión hacia lo doméstico («encerrada en la cocina»), con una tarea desvalorizada por su minucia («lavando los platos»), en un espacio social limitado a la socialización de los niños. Por contrapartida, el hombre, designado ahora por su rol conyugal, tiene su espacio «en la calle», su práctica laboral no necesita justificar su valor y su espacio de socialización es amplio, masculino y adulto («con sus amigos»).

El cambio respecto a este esquema se sitúa en una temporalidad difusa («un par de décadas»). La oposición sigue siendo binaria, pero el cambio de prácticas en los géneros se presenta como conflicto: para ello es suficiente que la mujer trabaje «a la par o a veces más», y que el hombre deba entonces participar en las actividades domésticas. Estas últimas se presentan altamente desvalorizadas («bailar con la más fea», «un baile», «sin música de películas»). La inversión propuesta en el artículo se textualiza a través de un relato cuyos protagonistas se identifican con un nombre propio y su profesión. Mientras la actividad laboral de la mujer es caracterizada superlativamente («importante empresa de primerísimo nivel», «intensa jornada», «reuniones con ejecutivos»), las tareas domésticas realizadas por el hombre se ven correlativamente desvalorizadas («acepta sin demasiada alegría», «papilla en la camisa», quejas). Los efectos de esta disparidad se producen en torno al vínculo conyugal: la mujer «quiere huir despavorida», encuentra a su esposo «poco atractivo» y «de mal talante». El rol doméstico sintetizado en el «delantal de cocina» usado por el hombre es incompatible con el atractivo sexual masculino.

El artículo (como lo hace la mayoría de estas notas) recurre a la apelación a la autoridad, la voz dotada de saber. En este caso, se trata de un «doctor», cuya especialidad o disciplina no se precisa, pero que habla desde un saber autorizado. En una estrategia claramente simplificadora, este «especialista» identifica la «bipolaridad» como algo propio de la «Naturaleza», poniendo ejemplos escasamente naturales, tales como «blanco-negro» o «lindo-feo». Esencializando las exclusiones de esta manera, sitúa la raíz del problema en los individuos, a quienes adjudica la tendencia a «instalarse en un rol fijo». A esta idea de «roles fijos» se contraponen la de «potencial» masculino y femenino como presentes en cada ser humano. Los atributos «masculinos» (eufóricos) que

desarrolla la mujer que trabaja («fuerte, decidida, capaz, emprendedora») «asustan al hombre» y se contraponen a «la niña, la débil, la femenina, la insegura, la dubitativa», es decir atributos disfóricos relativos a la emotividad. Por otra parte, se afirma que hacerse cargo del ámbito doméstico no implica que el hombre muestre su «aspecto femenino»; lo que aquí se define como femenino no se caracteriza disfóricamente aunque sigue remitiendo a la emocionalidad: «llora», «pide», «se entrega». «Miedo, aprensión, desconfianza y agresión» son las reacciones que se atribuyen al varón que se percibe a sí mismo desplazado de lo laboral por la mujer y relegado a lo doméstico.

Esta «imposibilidad» de variar los roles que tradicionalmente se asignan a hombres y mujeres amenaza al «amor» como vínculo conyugal heterosexual, por ello se la cataloga como «peligro». El «intercambio», por su parte, es valorado positivamente («no es malo», «es sano», «bueno») como medio para alcanzar lo que se define como valor último: la pareja («que los dos se enriquezcan», «que la pareja logre crecer y fortalecerse»).

- «Ella trabaja, él cocina... ¿Es tan terrible?» (Nº 52, 08/1995: 38-39)

El título de este artículo reitera la metonimia doméstico-cocina. Refuerza la valoración de esta distribución de prácticas (contraria a la distribución de género de la modernidad) como una situación problemática («terrible») si bien lo relativiza al presentarlo como una interrogación matizada («tan»). En la volanta, esta distribución atípica se vincula con causas sociales («la desocupación» como designación mediática reconocida de un fenómeno social). También se reitera la caracterización de «inversión de roles» como conglomerados de prácticas y atributos indisolubles entre sí. El desempeñar un rol que no es el socialmente prescrito para el propio género es percibido negativamente («como un castigo»), pero el artículo propone una percepción diferente, positiva («sacar provecho»).

La argumentación del artículo recurre esta vez a la sanción del saber de la experiencia: se presentan relatos citados, enunciados por actores que se identifican con un nombre propio y datos como edad y ocupación. En el primer relato, el narrador es una esposa cuyo marido

ha perdido el trabajo. Como consecuencia de esto, caracteriza la situación de su «casa» (como metonimia de la situación afectiva de la familia y la pareja) como «un verdadero infierno». Esta disforización se extiende a la autopercepción masculina: el trabajo se identifica, se superpone completamente, con la masculinidad; el hombre que pierde su trabajo se ve a sí mismo «como si hubiera dejado de ser un hombre». Como aparece en el segundo relato citado, la desocupación invade la persona (masculina): «pasó a *ser* un desocupado». Por el contrario, para la mujer, el «intercambio de roles» implica asumir posiciones de poder que son presentadas eufóricamente como fuente de satisfacción («mantener la casa», «descubrir un potencial», «puedo cubrir las necesidades básicas de mi familia»). En ambos casos, la nueva situación no es producto de una elección, sino impuesta por las circunstancias: «la desocupación es un fenómeno creciente», la mujer «de buenas a primeras debe asumir esa responsabilidad», el hombre «se ve obligado a delegar en su mujer».

También aquí se apela a la voz autorizada del saber, citando a «la licenciada Beatriz Goldberg», aunque tampoco se aclara su especialidad. En un registro que apela al vocabulario psicológico-psicoanalítico, y modalizando condicionalmente sus enunciados, esta enunciatora formula la ecuación por la que el hombre «inconscientemente» identifica su trabajo con sus valores y su hombría. La responsabilidad laboral ocupa excluyentemente, de diferentes maneras, las prácticas del hombre: «lo obligaba a estar mucho tiempo fuera de casa», «absorbía la mayor parte de su energía», «sentirse eximido de las obligaciones domésticas». Al asumir esa responsabilidad laboral, la mujer «se ha apropiado» de sus «atributos masculinos». La falta es cometida por el hombre, la pérdida de sus atributos se «paga» como una «culpa», a través de «castigos»: las tareas domésticas que la esposa realizaba normalmente.

No sólo la alteración de la identificación femenino-doméstico/masculino-laboral es percibida como amenazante o conflictiva; se evidencia en esta conflictividad la valoración del trabajo remunerado como fundamento de la ciudadanía y de la valoración personal, que siguen siendo fundamentalmente masculinos. Las prácticas domésticas que definen lo femenino son agudamente desvalorizadas, concebidas como medio de exclusión del reconocimiento de la comunidad.

Lo que se presenta como propuestas de solución es la «aceptación», un «aprendizaje». Para el hombre, «valorar» atributos femeninos ligados a la conceptualización maternal, tales como aquellos aspectos de lo doméstico más destacados positivamente: «amor, comprensión, actitudes de cuidado». Para la mujer, no asumir como un «sacrificio» la responsabilidad laboral y disipar las «culpas» ligadas al abandono de la maternidad. No se puede formular en estos artículos, sin embargo, una posibilidad de cambio más profundo, un cuestionamiento a la consolidación de los roles, donde las prácticas y atributos asociados a lo doméstico y laboral puedan no sólo intercambiarse en conjunto, sino mezclarse, desligarse entre sí y de identificaciones genéricas rígidas.

- «El éxito. Por qué siempre perdemos» (Nº 24, 04/1993: 92-95)

La participación de la mujer en el espacio público laboral también ofrece aspectos problemáticos que son tratados en la revista. Este artículo sintetiza el ámbito del trabajo en el concepto de «éxito», y postula una adjudicación de este ámbito como derecho propio para las mujeres («nos corresponde»), aunque su consecución se caracteriza también como «conflictiva» (modalizada temporalmente: «sigue siendo») y aún no alcanzada («siempre perdemos»).

Este éxito es definido como público («lograr metas puertas afuera», «reconocimiento social»), y aparece como el resultado de decisiones organizadas racionalmente («proyecto», «plan»). Alcanzar el éxito implica entonces atravesar dos exclusiones de género muy antiguas: la contraposición público/privado y la oposición razón/emoción. De allí la presencia de «obstáculos», «miedos», «fantasmas» que desde las mismas mujeres dificultan ese pasaje. La participación en lo público laboral, con la exigencia de los atributos de racionalidad, competencia, ambición, se contraponen con el rol femenino sacralizado de maternidad y sus atributos de generosidad, abnegación y sumisión «que se esperan de nosotras». Esa incompatibilidad con el rol femenino más valorado suscita uno de los principales temores ante el éxito: el «miedo a la soledad», esto sería, a no ser valorada como mujer por los hombres.

La nota hace explícita la dimensión de «poder» presente en la participación laboral, poder que por sí solo suscita también «temor». Los obstáculos no sólo provienen de las mujeres; las actitudes de los hombres también se interponen entre ellas y su inserción plena en el espacio público: «no toleran la competencia», «cree natural que la mujer esté al servicio del varón», «tiene prejuicios». También aquí subyace la concepción de los roles genéricos como unidades inamovibles e indivisibles, cuya alteración en uno de los polos (asociar mujer y trabajo, por ejemplo) implica una alteración simétrica en el otro (esa mujer está compitiendo o quitándole una cuota de poder al hombre).

5.2. La identidad masculina

La conceptualización de lo masculino en la doxa también responde a las dos exclusiones que vengo reiterando: ser hombre implica afirmar la participación en la esfera pública-laboral, y mantenerse dentro del campo de la racionalidad, excluyendo toda relación con los mundos femeninos de lo doméstico y lo emocional. Como he señalado en la primera parte del trabajo, la constitución de la identidad masculina se basa en preceptos negativos que exigen la diferenciación de lo femenino, lo maternal, lo homosexual. Estas matrices se hacen altamente explícitas en los artículos que voy a analizar, aunque el efecto es más constatar su persistencia que observar o proponer transformaciones profundas.

- «Los nuevos prejuicios masculinos» (Nº 26, 06/1993: 84-86)

El hombre es presentado en este artículo como poseedor de un saber no válido, no verdadero («prejuicios», «creencias erróneas») o de un no-saber, y también de un no querer-saber («desconocimiento», «escaso interés»). Estos «errores» se refieren a diversos aspectos del ámbito privado o del íntimo: lo corporal, lo afectivo («el propio cuerpo», «el plano sexual», «lo que sucede dentro de ellos»). El origen de ese «desconocimiento» remite explícitamente en este artículo a una matriz masculina que diversos teóricos del género han señalado como funda-

mental: «el temor a parecer menos hombres», lo que supone la necesidad de construir una identidad diferenciándose de la mujer y del homosexual, identidades de género a las que se adscribe la identificación con lo privado, lo íntimo, la afectividad. De allí la búsqueda de una «supremacía», una «invulnerabilidad». Si bien el artículo admite cierto saber no válido en la mujer («no cabe duda» de que la mujer también tiene «prejuicios»), el no-saber masculino tiene más matices. Esto se relaciona con la imagen masculina tradicionalmente definida en el sistema de géneros de la modernidad, en la que el alejamiento del hombre del mundo de los sentimientos era clave, y que conserva su carácter de persistencia («Desde siempre», «nunca dudaron», «durante generaciones»). Los cambios respecto a estas concepciones tradicionales (un presupuesto general en todas las reflexiones sobre las identidades) se califican eufóricamente («Afortunadamente»), aunque también se relativiza su alcance («son pocos los que todavía se rigen»). La persistencia del no-saber acerca de lo privado y lo íntimo en el hombre es vista como causa de incomunicación en la pareja heterosexual («limitan la entrega», «tergiversan todo intento de comunicación profunda»).

La construcción masculina tradicional de la pareja, basada en las distinciones de género que excluyen al hombre de lo privado-sentimental y a la mujer de lo público-laboral, se sostenían en «ofrecernos una posición económica», reforzados por «mensajes televisivos» que igualan éxito económico (adquisitivo) con éxito amoroso, es decir intercambiar los productos de las prácticas asignadas socialmente: dinero por amor. Cuando la mujer es capaz de obtener y asegurar su propia subsistencia económica, accediendo a lo público-laboral, reclama del hombre otro tipo de don: «mayor intimidad emocional», es decir, reclama la participación activa del hombre en la esfera de lo privado-afectivo. Pero la concepción excluyente de los roles de género hace que, tanto verse excluido del mundo del trabajo como la inclusión en el mundo de los afectos, haga sentir al hombre «totalmente invalidado», es decir, es vista como una negación de masculinidad.

No sólo en las relaciones de pareja aparece como amenaza la disolución de las exclusiones de género; incluso en la relación de amistad con otros hombres aparece el «temor» a «ser considerados homosexuales» si el aspecto emocional se hace demasiado evidente («una amistad muy estrecha», «necesidad de comunicación íntima», «trato

íntimo y fluido»). Todo sucede como si el único aspecto vinculado a lo privado o lo íntimo valorado en el hombre se redujera al «deseo sexual», de modo que cualquier experiencia emocional se identifica con esa sexualidad reconocida, que se limita por otra parte a la genitalidad («piensan que con saber cómo funciona el pene basta», «conocimientos sexuales bastante limitados»). La relación del hombre con la sexualidad no está modalizada por el *saber* (como podría suponerse; al menos no un saber amplio y reconocido), sino por el *poder* y el *deber*. El artículo también remite esta «confusión», este «pánico» a la homosexualidad con la carencia de saber acerca de sus propias emociones («la dificultad para discernir qué significa cada una de las sensaciones experimentadas»), la imposibilidad de acceder a las esferas íntimas con atributos racionales («discernir»).

Cuando el temor a la homosexualidad se da en el padre frente a la definición sexual de su hijo, genera los lugares comunes que aunque cuestionados no encuentran sustitutos como fundamento de la masculinidad: «los hombres no lloran», «se los educa para ser fuertes e inquebrantables», donde «fortaleza» como matriz de masculinidad es entendida como «distancia de todo el mundo femenino»: el mundo del afecto y la emoción.

- «Cómo ser hombre (y no morir en el intento)» (Nº 22, 02/1993: 88)

El título de este artículo remite al exitoso libro de la española Carmen Rico Godoy, *Cómo ser mujer y no morir en el intento*, donde se relatan en clave irónica las peripecias de una mujer profesional en una sociedad a la vez moderna y tradicional. La posibilidad de un cambio en la construcción de identidades de género («nuevo modelo») y las dificultades que en ello aparecen, son referidas ahora al género masculino. Lo que se propone, tal como anteriormente habíamos señalado respecto a la identidad femenina, es un equilibrio, un punto medio respecto a las concepciones tradicionales («macho infalible», «fuerza física») y la amenaza de la pérdida de masculinidad («vulnerable varón con sensibilidad casi femenina»). Si a fines del siglo pasado, con los primeros movimientos de liberación femenina, la amenaza era la «masculinización de la mujer» (Angenot, 1989 y 1998), a fines del siglo XX la

amenaza es la «feminización» del hombre, reiteradamente remitida no tanto a la pérdida del espacio público como a la pérdida de la exclusividad en su ejercicio, a la necesidad de compartirlo con la mujer, pero, por sobre todo, a la necesidad o exigencia (por parte de las mujeres) de que se incluya participativamente en el espacio privado doméstico o afectivo.

Volviendo al artículo que analizaba, esta «crisis» del «modelo masculino» es situada hacia los años 70, donde se ubica el «comienzo de los movimientos de liberación femenina» (ignorando, por cierto, un siglo de reivindicaciones de los derechos de la mujer). En esta crisis, los modelos de género tradicionales que perviven y las propuestas feministas percibidas como amenazadoras (hiperbolizados como «machismo nostálgico» y «feminismo recalcitrante», como «esquemas rígidos») son los polos contrapuestos entre los cuales se intenta trazar una identidad dotada no sólo de aceptabilidad sino de verdad, la «auténtica masculinidad», pero que carece de existencia, de definiciones: es un «amplio campo desierto».

El artículo sintetiza un libro del escritor Sergio Sinay; en una serie de párrafos relacionados pero no concatenados, se analizan las identidades de géneros manteniendo la matriz binaria, contraponiendo atributos, prácticas y valores femeninos y masculinos. Dentro de la conceptualización de lo masculino, el cuerpo, marcado por la sentencia «a golpes se hacen los hombres» como síntesis del valor de la fuerza física y la exclusión de la emotividad, se percibe como «un acorazado», con una función ya no protectora de amenazas exteriores, sino ocultadora de las debilidades internas («sepultamos todo, especialmente sentimientos y dolores») que remiten a la experiencia emotiva, ocultas no sólo ante los demás sino ante la propia conciencia, al propio saber del hombre, bajo la forma de una «imposibilidad de conexión», de «nombrar», de «expresar». La exclusión masculina del mundo privado de lo emocional lleva a diferencias en el lenguaje entre hombres y mujeres: el hombre privilegia el valor de la acción, la relación con «temas concretos», con el «mundo exterior», el espacio público en sentido lato, donde se siente más cómodo. Los valores femeninos privilegian la «expresión» («que las cosas se digan»), la conexión con los «sentimientos», un mundo que frente a la concreción masculina, aparece como «abstracto». El «silencio» masculino encuentra su expresión en la única

dimensión (como vimos más arriba) privada, íntima o emocional aceptada tradicionalmente: la sexual («el cuerpo dice» a través de sus «disfunciones sexuales» lo que los hombres «no registran» de su emocionalidad). Se reiteran los imperativos sexuales adjudicados al varón, modalizados por el deber («siempre están listos»), el poder («siempre pueden») y el querer («siempre quieren»); la reiteración temporal («siempre») refuerza el matiz imperativo de esas modalidades.

Estas diferencias de valores y lenguajes constituyen a cada género como una «otredad». Si bien el artículo valoriza positivamente esta «otredad» como «posibilidad de encontrarse», eso se basa en la «aceptación y conservación de los mutuos *misterios*»: es decir, en mantener al otro como esencialmente diferente, inaccesible, incognoscible.

- «Las mentiras que ellos adoran escuchar» (Nº 35, 03/1994: 88-89)

Este artículo recurre a testimonios de mujeres y hombres en torno a una premisa que modaliza la relación entre los sexos a través de un «querer-no saber» («adoran») que se presenta como modalización de los sujetos masculinos. Esto implica como contrapartida la acción de decir una no-verdad («mentiras») por parte de los sujetos femeninos, acción que es presentada como estrategia de «seducción» y valorizada por su eficacia («muy efectivas»).

El primer relato citado corresponde a una mujer. Su «mentira» remite al encuentro sexual («le dije que era la *primera vez* que me acostaba con alguien *tan rápido*»), modalizando su propia actitud como única y excepcional, creando a la vez una imagen positiva del hombre (que ha logrado conquistarla en breve tiempo) y evitando una valoración negativa de sí misma, distanciándose del estereotipo negativo de la «mujer mala» («tenía miedo que él me tomara por una chica fácil»). El ámbito sexual va a ser uno de los privilegiados para estas «mentiras predilectas». Sostener que «son los mejores amantes», elogiar «el tamaño del pene», la «virilidad», expresar superlativamente la «potencia sexual» del compañero es valorizado por mujeres y hombres como «afrodisíaco». Ante estas «mentiras», la reacción masculina pasa por un saber al que se contraponen un «querer-creer»: «quiero crérmelas», «preferimos autoconvencernos». Frente a estas mentiras «positivas», «su-

perlativas», que afirman atributos masculinos, se presentan otras que podemos señalar como «negativas», que tienden a negar o disimular atributos femeninos socialmente desvalorizados: los celos, la ambición económica («lujos»), las exigencias emocionales. Este «disimulo» es valorizado en las primeras etapas de la relación, pero su eficacia es relativizada. Solamente un testimonio masculino se refiere positivamente a «mentiras» que afirman una relación emocionalmente definida por parte de la mujer («te extrañé», «sos el único»), las cuales le hacen sentirse considerado afectivamente valioso: se trata de Chico Novarro, autor de canciones de tono romántico y sentimental.

Frente a estas evaluaciones positivas de la «mentira» como eficaz cuando se refiere a la afirmación de los atributos de la masculinidad o al disimulo de los atributos femeninos negativos, diversos testimonios de mujeres manifiestan una evaluación negativa del recurso a la mentira («es imposible inventar», «no las tolero»), señalando su ineficacia («nunca lo conseguí», «tampoco cree que sean útiles») para lograr el objetivo de crear una imagen masculina superlativa («para que se sintiera importante»). Sin embargo, desde el título de la nota, el copete y los recuadros (lugares textuales destacados) la enunciación no se hace eco de esta valoración, sino que presupone la aceptación masculina de este «no decir la verdad», en especial cuando se refiere a la hiperbolización de los atributos sexuales masculinos, como un ámbito siempre cuestionado y que necesita la reafirmación discursiva de su masculinidad, aun sin sancionar ese decir como «verdad».

5.3. Maternidad y paternidad

La maternidad ocupa gran parte del espacio de la revista: consejos e instrucciones en torno a la educación, cuidado, psicología y salud de los niños y adolescentes se reiteran en todos los números. Como hemos visto, el rol materno sacralizado ha sido una de las matrices más profundas de la constitución moderna de la identidad femenina. En las últimas décadas del siglo, pese a todas las transformaciones suscitadas en el sistema de géneros, el «ser madre» y los atributos «maternales» siguen apareciendo como esenciales y equivalentes al «ser mujer». Los mayores cambios se dan en la reconceptualización de la paterni-

dad, del ejercicio activo del cuidado y la atención de los hijos por parte del hombre. De este modo la maternidad, que aparecía como un polo positivo cuyo opuesto no era otra práctica sino una ausencia, se va construyendo una contrapartida, aunque esta «nueva paternidad» aparezca más como un deseo, un reclamo o un caso especial que una realidad constituida. Me ocupo aquí de artículos que se interrogan acerca de estas prácticas acerca del ejercicio de la maternidad y la paternidad en relación a las contradicciones que suscita el quiebre del fin de siglo.

- «El secreto de las madres felices» (Nº 32, 12/1993: 96-99)

El título de este artículo presenta al ejercicio de la maternidad como fuente de goce y plenitud, pero modalizada por un «secreto», un saber oculto que algunas mujeres, dotadas de experiencia, van a develar. El punto de partida de la maternidad es un no-saber («las preguntas llegan inexorablemente»); su ejercicio es un recorrido por el que se alcanza ese saber, un saber experiencial («aprendemos a disfrutar», «fascinante aprendizaje»).

El primer testimonio corresponde a una madre profesional socialmente reconocida (Rosario Lufrano, periodista); ella introduce el desempeño laboral en una ecuación junto a la maternidad: la «satisfacción» sólo puede obtenerse de la suma de los dos roles, materno y profesional; su enunciación pone el acento en la *insuficiencia* de la maternidad como fuente de realización personal («Sin mi profesión, sería una madre insatisfecha»; «sentiría un vacío enorme»). El enunciado plantea reiteradamente a la maternidad y la profesión como dos polos entre los que hay que «repartirse». La elección de una en detrimento de la otra es expresada como una pérdida («me hubiera perdido de algo importante de la vida»).

El segundo testimonio corresponde a una mujer de quien no se brindan más datos que su nombre propio y su apellido de casada (Elisabet de Santillán). Aun cuando no se explicita en el enunciado, se deduce que esta enunciadora no trabaja fuera de su hogar y que su dedicación a la maternidad es exclusiva («lo aprovecho [al bebé] las 24 horas»). Esta dedicación, centrada en el acto de amamantar, es expresada superlativamente con una valoración positiva hiperbolizada: «una

experiencia irremplazable», «no se compara con nada», «son invalorable».

La enunciadora del tercer testimonio es otra mujer socialmente reconocida por su profesión (Virginia Hanglin, locutora y animadora). Se presenta otra faceta de la maternidad, ya no como entrega de uno (la madre) a otros (hijos) que no es recíproca sino unidireccional, tal como lo presenta la imagen de abnegación, el atributo materno esencial. En este enunciado, la maternidad aparece como un acto de entrega recíproco: «comparto la vida con mis hijas», «prácticamente crecimos juntas», «nos queremos y nos cuidamos». El valor que ofrece esa reciprocidad no se define como «placer» (experiencia individual, personal) sino como «felicidad», algo que se comparte («no sé lo que es la infelicidad», «quedar embarazada es invitar a alguien más a disfrutar de la fiesta»).

El cuarto testimonio aparece enunciado por Elisa de Lobato, de quien sólo se brinda el nombre seguido por el apellido de su esposo. La enunciadora se presenta como «madre prolífica» (tiene cuatro hijos), y a partir de este dato se presenta como consecuencia lógica e indiscutible la dedicación exclusiva a la maternidad («Como *se imaginarán*, no trabajo»). Este relato despliega narrativamente, en una secuencia temporal, la maternidad como proceso de aprendizaje, susceptible de cambios y correcciones: «aprendo y corrijo errores». La secuencia comienza con el «error» («antes pensaba»): descalificar el «juego» compartido con los hijos («perder el tiempo») y privilegiar las tareas domésticas («tener la casa en orden»). Luego se marca la adquisición de un saber («me di cuenta», «me rectifiqué a tiempo»), al que se llega apelando a la experiencia no como madre sino como hija, es decir, intercambiando esos roles («recordé cómo era mi madre conmigo»). Ese acceso al saber acerca de la maternidad es modalizado positivamente («afortunadamente») como fuente de un nuevo saber, un saber acerca de los hijos: «descubrí facetas de sus personitas».

El quinto testimonio vuelve a referirse a una mujer presentada por su nombre propio y su apellido de casada, Carolina de Díaz. También aquí el enunciado pone el acento en la maternidad como interacción madre-padre-hijos: «comparto todo con él» (el esposo); «compartiendo con sus hijas...», «realmente nos entendemos». Esta enunciadora desarrolla una labor remunerada, y destaca como «importante», como

medio de conjugar maternidad y trabajo, la búsqueda de bienestar en ambas esferas: «estar a gusto en el trabajo», «pasarla bien cuando una está en casa». Esto, sin embargo, se contrapone, por un lado, a la «culpa» («por quitarle tiempo a los hijos») y, por otro, al sentimiento de pérdida («sin pensar en lo que nos perdemos afuera»).

El último testimonio corresponde a otra mujer socialmente reconocida por su profesión, María Valenzuela, actriz, quien reitera las valoraciones de la maternidad como fuente de bienestar y placer, de realización personal: «es maravilloso», «me hace sentir muy bien», «muy gratificante». La relación con los hijos está representada a través de un solo hacer (educativo: «manejar su educación», «enseñarles», «ponerles límites»), mientras que la obtención del placer que se deriva de ese hacer está mediatizada por una percepción de sus resultados: «verlos crecer», «ver las caras de alegría», «ver sus progresos», «estar conectada».

El recuadro que acompaña al artículo recurre a dos discursos citados provenientes de especialistas (una psicóloga y un psiquiatra). El primero reitera la relación entre ejercicio de la maternidad y rol filial: la plenitud del rol materno está en «relación directa» con el «vínculo con sus padres»; el aprendizaje de la maternidad no parte de la propia experiencia como madre sino de un saber («ser consciente») acerca de la experiencia de la propia madre («de los errores de sus padres») que pueda transferirse al ejercicio del rol («rectifique su propia experiencia»). El segundo repite la valoración de la maternidad como fuente de placer y no de autoentrega abnegada o privación de algo («víctima o madre sacrificada»). Un elemento notable en este artículo es la manera de denominar a las mujeres que no son socialmente reconocidas por su profesión, que no trascienden al espacio público mediático, y que privilegian su maternidad sobre su profesión: ellas aparecen por su nombre de pila y su apellido de casadas: su identidad se subsume al rol de esposa, de tal manera que pierden su propia filiación junto con el apellido de solteras.

- «Padres todo servicio» (Nº 37, 05/1994: 66-67)

El artículo expone una situación que se presenta como «nueva», la de hombres que asumen una paternidad activa, es decir que se ocupan

personalmente de la atención y el cuidado de sus hijos en ausencia de la madre. Desde el título se observa una transposición del concepto tradicional de maternidad como abnegación y sacrificio («todo servicio») al género masculino, reforzada luego por la calificación de «ardua tarea», «males cotidianos», «enorme estrés». En el caso de los hombres, se trata de una elección, revalorizada por el hecho de disponer de una opción («buscar una madre sustituta») que estos padres rechazaron («no corrieron»); su elección implica adentrarse en esferas consideradas típicamente femeninas («se abrieron espacio en el mundo doméstico»). Pero por sobre todo, se enfatizan las «dificultades», el «gran esfuerzo» del cuidado de los hijos.

El desarrollo de la nota se estructura en torno a diferentes relatos citados o testimonios de hombres identificados por su nombre propio, su edad y su situación familiar. Como en el artículo analizado anteriormente, la maternidad/paternidad es concebida como un aprendizaje que se realiza a través de la experiencia y que es transmitida por los que saben, los que han adquirido ese saber a través del hacer de la maternidad/paternidad.

Un rasgo común a casi todos los relatos es la manifestación de la paternidad como aprendizaje: «un cambio total de actitud», «un gran esfuerzo», «fui aprendiendo», «tuve que aprender», «ninguna pauta en su educación los preparó para este rol». Otro rasgo reiterado es la presencia de una valoración social negativa hacia este rol paterno activo, desde el «engaño» de las empleadas domésticas que juzgan a los hombres carentes del saber sobre lo doméstico («como si por ser hombre no me fuera a dar cuenta de nada»), pasando por la «desconfianza» de las mujeres que podrían llegar a tener relación con estos hombres, la «desautorización» de los propios hijos adolescentes («por estar solo y ser hombre»), hasta las valoraciones negativas de autoridades escolares que califican de «situación irregular» el que una adolescente viva con su padre, valoraciones sociales que se sintetizan en la expresión «una forma de vida a la que la sociedad todavía no está acostumbrada». Esta calificación pone el acento en lo temporal («todavía») y en la posibilidad de una aceptación («no está acostumbrada»), reforzada por las cifras estadísticas que indican un aumento de este tipo de hogares. Pero las valoraciones negativas no sólo son externas: uno de los relatos pone en palabras una contradicción entre la necesidad personal de cumplir

el rol paterno («La sola idea de separarme de mis hijas [...] me torturaba») y la exigencia de cumplir el rol masculino que excluye este tipo de prácticas ligadas a lo doméstico y lo emocional, al menos en exclusividad, sin compartirlas con la madre, que lo lleva a sentir «que hay cosas que debo ocultar, como si fuera un pecado, como si estuviera haciendo cosas que *los hombres no deben*». El aprendizaje, entonces, no sólo se refiere a las prácticas propias de lo doméstico y el cuidado y atención de los niños, sino que implica reformular la propia construcción de la masculinidad: «replantearse qué es ser hombre y qué es ser padres», «vencer esa educación dura».

Estas dificultades, la falta de aceptación social de la paternidad activa y la necesidad de replantear la propia identidad genérica para asumir lo que se presenta como una necesidad o deseo personal (ya que se podría haber buscado ayuda femenina, pero se elige no hacerlo), parecen estar en la base de las pocas referencias a esta paternidad como generadora de placer o satisfacción («descubrí que todo eso me daba una enorme satisfacción»). También en estos discursos aparecen las «culpas» como resultado de la dificultad de conciliar atención de los hijos y trabajo o profesión. Pero a diferencia de lo que ocurre con la madre, que siente culpa por dejar sus hijos, debido a la sacralización del rol materno que conlleva una valoración social más positiva para la postergación de lo laboral, el hombre que decide dedicarse a la atención de los hijos siente culpa o una valoración social condenatoria por «dejar de lado» el rol masculino tradicional, centralizado en su desempeño público profesional.

- «Tratar de ser padres perfectos sólo produce culpas»
(Nº 15, 07/1992: 102-103)

Se trata de un reportaje a un «especialista» (pediatra), caracterizado como portador de un saber y una práctica, sancionados en su valoración por la pertenencia a una institución («el equipo del Hospital Italiano»). El saber de la maternidad se aborda en esta ocasión ya no desde el testimonio de la experiencia propia, sino de una práctica y un discurso «científicos», externos a las vivencias de la madre.

Las primeras preguntas tienden a calificar la relación madre-bebé-padre. La primera relación es la de la madre con el bebé: la exclu-

sividad de esa unión se expresa como «un mundo propio», valorizado eufóricamente como «fundamental». La exclusividad de la práctica maternal («el bebé la necesita todo el día», «siempre pendiente de las necesidades») es subrayada: el hijo aparece como capaz de un saber que evalúa la dedicación de la madre («sienten», «perciben») y el rol femenino aparece desdoblado: como madre, ignora su rol de esposa, abandono metaforizado en el reproche paterno por «el desorden de la casa». La presencia del padre, si bien se valoriza como importante, es secundaria («acompañar») y ambivalente, ya que conjuga atributos positivos («emocionadísimo») y negativos («asustado, celoso, excluido»).

Otra presencia que se evalúa como importante es la de los abuelos. Aquí, pese a estar enunciado desde un lugar de saber científico, externo a la madre, el enunciado rescata el rol de «la transmisión de experiencia» de madre a hija como elemento «fundamental» en la constitución del saber de la maternidad. La pérdida de esa cadena vital de experiencias genera «inseguridad», dificultades para acceder a la «verdad» de la práctica materna. Así, la fuente de saber restante es el propio hijo: «la clave es conocerlos». Otras fuentes de saber, como los libros, son descalificados enfáticamente frente a la experiencia personal: «me parece una aberración».

Pese a subrayar la importancia de la maternidad como «dedicación exclusiva» en los «primeros meses» de vida del niño, se plantean dos situaciones en las que esa exclusividad puede relativizarse. La primera, el desempeño de la madre en el ámbito profesional: modalizado por el deber («necesita el dinero») o por el querer («inquietud profesional»), esto se acepta («las culpas no deben existir») no en función de las necesidades de la madre sino del hijo («necesarios para la armonía de la familia»). La segunda, aquella en que se delega el cuidado del niño en una guardería es aceptado con más reservas («porque no tiene otra posibilidad»), aunque se subrayan sus aspectos negativos («se enferman más»).

Notas:

1 Este tema será objeto de un desarrollo teórico más amplio en la tercera parte de este trabajo.

6. Hacia una conceptualización del género como situación estratégica de poder

Quisiera recuperar las principales líneas recorridas en esta aproximación a un objeto móvil, confuso y multifacético, que conjuga las problemáticas del discurso y del género (sexual) como dimensiones indisolubles y que sintetizo en la idea de *identidades genéricas como construcciones discursivas*. Esto implica la noción de que estas identidades se construyen en la interacción de los discursos; que el discurso es un hecho social que «dice más de lo dice», que abarca en su significación y eficacia tanto su significación literal como la dimensión social que presupone, las evaluaciones sociales que le dan la «unidad de su sentido», su actualidad histórica y social. Los discursos no son neutrales: las valoraciones, las axiologías, las líneas hegemónicas de la sociedad se juegan en la interacción discursiva. Los enunciados, los discursos, son objeto o espacio de una lucha por el poder: bien escaso, que es necesariamente compartido por diferentes grupos; cada quien intenta apoderarse de su dominio, imponerle sus propias valoraciones, porque es en el discurso donde los dispositivos de saber y poder, de construcción de verdad y hegemonía, se construyen y actúan. Dispositivos de saber y poder como el sistema de exclusiones de género: la tradición occidental, desde la Grecia clásica, ha dedicado una proliferación de discursos a definir, deslindar y sancionar lo que es aceptable socialmente como femenino y masculino. Si bien la modernidad ha dado una configuración particular al sistema de exclusiones con que se construye la diferencia mujer-hombre, las configuraciones antiguas siguen funcionando como presupuestos a nivel de la doxa, del discurso del saber común al que remiten por lo general los enunciados de las revistas femeninas. Junto a ellas surgen nuevas formulaciones, que podríamos llamar posmodernas por cuanto implican una profunda inversión de

las definiciones que la modernidad dio a las identidades de género, pero que no aparecen como consolidadas sino en lucha por imponerse y desplazar 2.000 años de tradición.

Al terminar las dos primeras etapas del análisis del corpus, decía que no puede hablarse de una transformación completa de las identidades de género socialmente definidas, sino de una etapa todavía en crisis y reformulación, donde elementos muy antiguos (el fetiche de la maternidad, el hombre como proveedor) coexisten con configuraciones nuevas que se imponen también como exigencias (la mujer profesional, el hombre emocionalmente abierto) aunque deben ser defendidas en los niveles manifiestos, explícitos, de los enunciados y no pueden aun funcionar como presupuestos del discurso.

En *Marxismo y literatura*, Raymond Williams (1980) analiza las interrelaciones dinámicas que se producen en un sistema cultural, y distingue entre elementos *dominantes*, *residuales* y *emergentes*. Los primeros son aquellos que se identifican, según el autor, con «lo hegemónico», que constituyen el sistema dominante; lo *residual* «ha sido formado efectivamente en el pasado, pero todavía se halla en actividad dentro del proceso cultural [...] como un efectivo elemento del presente» (1980: 144); lo emergente abarca «los nuevos significados y valores, nuevas prácticas, nuevas relaciones y tipos de relaciones que se crean continuamente» (p. 145). Trasladando estas categorías a mi objeto y mi investigación, puedo decir que la configuración moderna del sistema de géneros sigue siendo dominante: así, la sacralización del rol materno, la construcción de lo doméstico como reino de la afectividad, la identidad masculina basada en la exclusión del sentimiento, la exaltación de la virilidad como negación de lo femenino, son todavía matrices fuertemente arraigadas en la doxa. Por otra parte, matrices residuales se revelan en la conceptualización de una inaccesibilidad entre el mundo público y el privado (que aparece como fundamento de los conflictos en torno al trabajo femenino), mientras las concepciones políticas han diluido las barreras entre «la esfera pública» y «la esfera privada» a través de la noción de «lo social» y del Estado de Bienestar, que revelan la interdependencia de esas prácticas. Finalmente, nuevas evaluaciones sociales se abren paso como emergentes: tal es el caso de las valoraciones que relacionan positivamente a la mujer con el trabajo remunerado, y de las que abren la relación del hombre con la

paternidad y la afectividad. Estos elementos emergentes dentro de la doxa en torno a las identidades de género no se perciben aún como constitutivos, sino como transformaciones en proceso, más o menos consolidado, de ser aceptadas.

Entre esas transformaciones, la identificación femenino-privado / masculino-público aparece como una *matriz conflictiva*, donde los términos van desplazándose: lo privado se reduce a lo doméstico, lo público a lo laboral: entre ellos, el eje económico como fundamento de la ciudadanía moderna plantea la oposición subyacente remunerado-no remunerado. En consonancia con esta valoración del trabajo remunerado como fundamento de la ciudadanía y la valoración personal, que siguen siendo fundamentalmente masculinos, las prácticas domésticas que definen lo femenino son agudamente desvalorizadas, concebidas como medio de exclusión del reconocimiento de la comunidad. Si el éxito es definido como público y como resultado de decisiones organizadas racionalmente, para las mujeres alcanzar el éxito implica atravesar dos exclusiones de género muy antiguas: la contraposición público/privado y la oposición razón/emoción.

La conceptualización de lo masculino en la doxa también responde a las dos exclusiones que vengo reiterando, excluyendo en especial toda relación con los mundos femeninos de lo doméstico y lo emocional. Las matrices que exigen la diferenciación de lo femenino, lo maternal, lo homosexual, se hacen explícitas en los artículos que analizamos, y el efecto es el de constatar su persistencia modalizando la relación del hombre con la afectividad a través de un *no saber*. El único aspecto vinculado a lo privado o lo íntimo que se acepta en el hombre es el de una sexualidad que por lo general se reduce a la genitalidad, y que tampoco está modalizada por el *saber* sino por el *poder* y el *deber*. De allí tal vez la necesidad de la reafirmación discursiva de su masculinidad (bajo la forma de los atributos y la potencia sexual), aun si ese decir no es sancionado por la «verdad».

Repetimos: si a fines del siglo pasado, con los primeros movimientos de liberación femenina, la amenaza era la «masculinización de la mujer» (Angenot, 1989), a fines del siglo XX la amenaza es la «feminización» del hombre, reiteradamente remitida no tanto a la pérdida del espacio público como a la pérdida de la exclusividad en su ejercicio, a la necesidad de compartirlo con la mujer, pero por sobre todo, a

la necesidad o exigencia (por parte de las mujeres) de incluirse participativamente en el espacio privado doméstico o afectivo.

También la maternidad, a pesar de seguir siendo un fetiche, un modelo sacralizado identificado con «el ser esencial» de la mujer, sufre ciertas modificaciones, algunas profundas, otras más sutiles. Por ejemplo, algunas valoraciones que sustituyen la valoración de la «abnegación» y el «sacrificio» como atributos maternos por el «placer» o la «satisfacción» como modos de relación con los hijos. Los niños dejan de ser objeto pasivo de cuidado para ser dadores de esa felicidad, para participar en una entrega recíproca; la práctica materna ya no se conceptualiza como un saber instintivo sino como un aprendizaje, un saber adquirido por la experiencia propia y de generaciones anteriores. De este modo, el hombre también puede acceder a esta maternidad/paternidad, aunque en este caso las evaluaciones sociales siguen descalificando la dedicación masculina al cuidado y la educación de los niños. El aprendizaje masculino de la paternidad activa no sólo se refiere a las prácticas propias de lo doméstico y el cuidado y atención de los niños, sino que implica reformular la propia construcción de la masculinidad.

Aquí rozamos un punto clave que sustenta la construcción del sistema de géneros, y que por su estabilidad y por la ausencia de cuestionamientos a su validez me permite afirmar que la distribución dicotómica moderna de las identidades genéricas sigue siendo dominante. Todas las distribuciones y reformulaciones emergentes que he analizado mantienen inamovible la *matriz binaria heterosexual* que configura a las identidades masculinas y femeninas como mutuamente excluyentes (y excluyentes de cualquier otra posibilidad no heterosexual), y que ve en el género opuesto una *otredad* inaccesible, un *misterio*. El conjunto de atributos, prácticas y valores que se identifican con una identidad genérica es *indisociable*: adoptar o rechazar un atributo pone en juego la identidad genérica como un todo, y como fundamento de la subjetividad. Aunque en el caso de la mujer esto se ha relativizado, dado que acceder al ámbito laboral ya no implica «masculinizarse», sí problematiza todavía su capacidad (al menos en cuanto a su dedicación temporal) de desempeñar los roles tradicionales de madre y esposa; asimismo se problematiza la compatibilidad de sus atributos «femeninos» (emocionalidad) con el desempeño laboral. En el caso de la

identidad masculina, la indisociabilidad de los atributos masculinos, su incapacidad de aceptar «contaminaciones» femeninas, evidencian la vigencia de la matriz binaria, la fuerza de las exclusiones que exigen demostrar permanentemente que un hombre no es una mujer y no es homosexual. Esta matriz binaria heterosexual actúa como presupuesto fundamental, como *base tónica* excluyente en el sistema de géneros que construye la doxa de los 90 en la revista que he analizado.

Las etapas de análisis desarrolladas hasta aquí plantean algunos recorridos necesarios para consolidar el trabajo, profundizando teóricamente en ciertas cuestiones, y volviendo al corpus para confrontar mis conclusiones provisionales, o las hipótesis reformuladas. En primer lugar, he señalado el conflicto entre los roles domésticos de esposa y madre, y el reciente acceso al ámbito laboral, como contradicción entre evaluaciones tradicionales que persisten y evaluaciones nuevas que deben todavía ser defendidas explícitamente. Esto plantea la necesidad de desarrollar teóricamente la distribución de lo público y lo privado como uno de los componentes más antiguos del sistema de géneros, reformulado en el modelo de género propio de la modernidad. En segundo lugar, la fetichización de la maternidad y la persistencia de la identificación de las problemáticas afectivas como centro del interés femenino imponen la pregunta por los orígenes de la distribución excluyente de emocionalidad y racionalidad, y por la consolidación moderna del espacio de lo doméstico como espacio afectivo y de la madre como ideal femenino. En tercer lugar, se hace evidente que la identidad masculina también tiene un espacio de desarrollo en esta publicación, y que presenta problemáticas específicas que merecen ser analizadas más detalladamente.

La tercera parte del trabajo, entonces, tiene como objetivo seguir afinando la conceptualización y el uso de los instrumentos metodológicos, consolidando las formulaciones teóricas y profundizando en la comprensión del objeto. Para ello voy a confrontar el modelo de géneros que se configura en esta revista, con otras publicaciones editadas en nuestro país, centrándome en la problematización de la inclusión femenina en el ámbito laboral y público, en la distribución de emoción-razón, y en las reformulaciones de la identidad masculina: los puntos más conflictivos a la luz de lo analizado hasta aquí.

C. Corte sincrónico: Análisis comparativo de las revistas femeninas

1. Panorama de las revistas para mujeres

El corpus seleccionado abarca las publicaciones con mayor difusión y distribución comercial: cuatro de ellas son semanales (*Luna, Mía, Única, Para Ti*) y cinco son mensuales (*Cosmopolitan, Elle, Marie Claire, Máxima, Plena*).¹ Todas se autodesignan como femeninas o «para la mujer» (no he considerado suplementos o revistas incluidos en las ediciones de diarios). Para esta parte del análisis he seleccionado aquellos enunciados periodísticos que no son meramente informativos (noticias sobre espectáculos, sobre personajes famosos, etc.), sino aquellos más específicos de este tipo de publicaciones, los enunciados «reflexivos» o «indagatorios», que como dije en el «Prólogo», plantean situaciones relativas a la afectividad o las prácticas cotidianas compartidas por las lectoras, reuniendo elementos informativos, persuasivos, argumentativos y expositivos, por lo general como «instrucciones» o «consejos», en modo imperativo o impersonal, como pautas de conducta y sugerencias que ofrece el enunciador, a veces avalado por el saber de especialistas y otras, sólo por su supuesto saber experiencial.

Este tipo de enunciados, en el que predominan modalidades expresivas de lenguaje, es entonces especialmente pertinente para analizar las evaluaciones sociales en torno a las transformaciones en las identidades de género que se manifiestan en la distribución de tópicos, la presencia de ideogramas explícitos, la modalización y las marcas de subjetivación. Confrontaré el modelo de géneros que se configura en diversas publicaciones femeninas editadas en nuestro país, a partir de la hipótesis de que existen diferencias y matices en la construcción de identidades generadas en cada publicación, centrando el análisis en el eje temático de las transformaciones en la exclusión público/privado como elemento configurador del sistema de géneros en la modernidad occidental.

1.1. El dispositivo de enunciación

Así como las revistas femeninas ocupan un lugar específico en la distribución del trabajo discursivo (dentro del espacio mediático), cada una de las publicaciones delimita también a través de una compleja serie de mecanismos discursivos y no discursivos su propio espacio dentro del universo conformado por la prensa femenina. Eliseo Verón (1997) realiza un análisis de la prensa de actualidad y femenina en Francia, atendiendo a lo que él denomina su *dispositivo de enunciación*, es decir, el conjunto de modalidades que establecen, como entidades discursivas, la imagen y el lugar del que habla (enunciador), su relación con aquello que se dice, la imagen del destinatario y la relación entre enunciador y destinatario. A partir de estos elementos, distingue un *enunciador pedagógico* (que propone una relación asimétrica con las destinatarias, por la cual él posee el saber, clasifica la información, la jerarquiza, interroga, da instrucciones, articula imagen y texto), un *enunciador distanciado no pedagógico* (que propone una relación también asimétrica, pero no jerarquiza ni clasifica la información, objetiva a la destinataria con formas impersonales, y supone valores culturales compartidos) y un *enunciador cómplice* (que propone una relación más simétrica, no ordena ni clasifica la información, propone una actitud compartida, interpela o cita a la destinataria), como diferentes formas de *contrato de lectura* entre enunciador y destinatario. Tomando en cuenta algunos de los elementos analizados por Verón en la prensa francesa, voy a analizar el tipo de contrato de lectura que cada una de las publicaciones argentinas que he seleccionado propone, como forma de reconocer el lugar que cada una de ellas ocupa dentro del discurso social de los 90.

El dispositivo de enunciación de cada publicación se hace visible en primer lugar en las portadas, como carta de presentación y punto de primer contacto con el potencial lector. Allí analizaré la presencia de la imagen, su relación con el texto escrito y el tipo de relación con la destinataria que establece el texto. El conjunto de tópicos que cada publicación presenta, cuáles selecciona y privilegia, también caracterizan su contrato de lectura y su ubicación en la topografía del discurso social. En los enunciados analizados también se perciben las particularidades del dispositivo de enunciación que caracteriza a cada

publicación en cuanto a la denominación de la destinataria, las voces que se hacen cargo de la enunciación, la organización del enunciado, la relación con las imágenes y los saberes atribuidos a la lectora.

Para Ti es la revista femenina más antigua de las que aún se publican: apareció en 1923. Es la más cara de las publicaciones semanales, y apunta a un sector social medio-alto. Dos aspectos se destacan en esta publicación: la abundancia de imágenes, que aún en los artículos periodísticos suele prevalecer sobre el texto; y una estrategia enunciativa por la que el enunciador se distancia de la lectora, pero sin asumir una actitud pedagógica. La imagen de la destinataria que resulta de ese dispositivo de enunciación la muestra carente de ciertos conocimientos, interesada en temas sociales y culturales pero sin necesidades laborales o afectivas significativas, atraída por la dimensión estética de lo corporal, lo doméstico y lo cultural; de allí la presencia privilegiada de los tópicos de belleza y moda.

Única apareció en 1997. También es semanal, pero su precio, bastante menor al de *Para Ti*, indica una orientación a un público muy diferente, en un sector social medio-bajo. Los textos de esta revista son en general breves, y casi todos son instructivos, se presentan como consejos, instrucciones, sugerencias. El enunciador adopta una estrategia distanciada y pedagógica, organizando la información jerárquicamente, proponiendo pautas de conducta. La imagen de la destinataria que se construye aparece con una destacada necesidad de conocimientos, en especial en el ámbito de lo doméstico, que ocupa un lugar privilegiado, tanto en su dimensión estética como en la productiva. Si la estética personal, el trabajo y lo cultural están dentro de sus intereses, es de manera secundaria (una excepción es el interés por la actualidad y los personajes del espectáculo).

Mía es otra publicación semanal de larga trayectoria, cuyo precio y público previsto se asemejan a los de *Única*. También en este caso el interés central está dado por lo doméstico (cocina, decoración, jardinería), a lo que se suma la estética personal, utilizando enunciados breves y predominantemente instructivos, a través de un dispositivo enunciativo pedagógico. En *Mía* hay menor presencia aún de enunciados informativos sobre espectáculos, afectividad, trabajo, etc.

Luna es una de las revistas más novedosas, aparecida también en 1997. Presentada como «la primera revista de actualidad para la

mujer», intenta distanciarse de los modelos tradicionales. Semanal, su precio intermedio la ubica como destinada a los sectores medios de la población femenina. Su enunciador asume una distancia pedagógica, que pone el acento en la información y no tanto en el aspecto instructivo o de consejos. Sin abandonar los tópicos de belleza, moda y afectividad, hay más espacio destinado a la información, no sólo en cuanto a espectáculos, sino acerca de política, sociedad, salud, deportes, cultura. Se destacan la importancia otorgada a la problematización de la identidad femenina, y la inclusión de temas tradicionalmente poco relacionados con lo femenino en estas publicaciones como automóviles y computación.

Elle es una adaptación local de una revista francesa. Aparece mensualmente; todas las publicaciones mensuales tienen un costo homogéneo, y una calidad de impresión similar, más elevados que los de las revistas semanales. La estrategia enunciativa es distanciada y pedagógica, sugiere, da consejos, pero con poco acercamiento a las lectoras, que se presuponen de clase media-alta. El predominio de los tópicos referidos a moda y belleza es importante, en especial en enunciados de consumo, aunque se da también importancia a la información cultural y del espectáculo; lo doméstico, la política y el trabajo son constantes aunque con poco espacio: la lectora de *Elle* parece tener escasas necesidades prácticas, económicas y laborales.

Cosmopolitan es la versión local de una publicación norteamericana famosa por su manera desprejuiciada de tratar temas como la sexualidad y el trabajo. Comenzó a aparecer una vez al mes en 1996. La «*Cosmo*» presenta una estrategia enunciativa particular, por la que el enunciador se presenta no distanciado, sino cómplice: pone énfasis en las experiencias que comparte con las destinatarias más que en consejos o instrucciones. En cuanto a los tópicos destacados, esta revista incorpora a la sexualidad en un lugar privilegiado como una constante, junto a lo laboral y la afectividad, aunque sin abandonar la moda y la belleza; lo doméstico se ve reducido a un mínimo. Más que por grupos económicamente definidos, *Cosmopolitan* selecciona sus lectoras por edad y estado civil: sus destinatarias son jóvenes, solteras, trabajadoras.

Máxima, la revista que analicé en la primera parte de la investigación, dejó de aparecer en 1997. Su estrategia enunciativa distancia-

da y pedagógica se concretiza en la importancia de los enunciados instructivos. Como vimos, los tópicos privilegiados eran lo doméstico y lo corporal como signo estético, seguidos por la afectividad y la información sobre cultura y espectáculos, y un espacio pequeño y variable para lo laboral. La imagen de la lectora construida en esa publicación es una mujer de clase media, madre, que prioriza lo doméstico y la belleza sobre lo laboral y lo cultural.

Marie Claire es otra adaptación de una publicación francesa, con casi una década en el mercado argentino. Aparece mensualmente pero su presencia en los kioscos es más limitada. La estrategia enunciativa de esta revista es pedagógica, y se pone el acento en la información sobre lo cultural y lo estético y una mínima presencia de lo instructivo en torno a prácticas domésticas. El relato de experiencias problemáticas, la salud tratada en mayor profundidad y la aproximación a culturas diferentes son recurrentes en esta publicación, presuponiendo una lectora con intereses culturales más variados, una destinataria de clase media-alta sin necesidades laborales o domésticas.

Plena también dejó de aparecer en 1997. Esta publicación argentina tenía una frecuencia mensual, y su estrategia enunciativa pedagógica ponía el acento en la presentación de saberes prácticos bajo la forma de enunciados instructivos. El tópico privilegiado es lo doméstico, pero lo instructivo abarca también la moda, la belleza, la salud, la afectividad, la sexualidad. Los textos informativos son breves, y se refieren a entretenimientos, educación infantil, trabajo. En suma, se construye una imagen de la destinataria como ama de casa, de clase media, más preocupada por lo doméstico que por la estética personal o la información cultural, por los saberes prácticos más que por lo social o lo laboral.

Notas:

1 La aparición, a partir de los primeros años de la década del 90, de ediciones más o menos adaptadas de revistas primero francesas (*Elle* y *Marie Claire*) y luego norteamericanas (*Cosmopolitan* y, en 1998, *Glamour*), señala el avance de la globalización en la industria cultural: publicaciones, publicidades, temas y rostros se reiteran con escasas variaciones en diferentes países y continentes. La adaptación no carece de dificultades, incluso a nivel lingüístico: más allá de la inadecuación de algunos modismos y usos

lexicales muy particulares de algunas regiones de Latinoamérica exportados a otras, el voseo argentino plantea un problema que llega a construcciones híbridas que no resultan correctas en ninguna parte: «tú podés* preguntarle...» (*Glamour*, diciembre de 1998).

2. La mujer en el espacio público

2.1. Público y privado

Como vimos en la etapa anterior del trabajo, las transformaciones que se afirman en las revistas femeninas, como la incorporación de la mujer al mercado laboral, hacen aparecer conflictos entre concepciones nuevas y tradicionales en la construcción del sistema de géneros en los 90. La identificación de lo femenino con lo doméstico, con la emotividad, con la idea sacralizada de la maternidad, y de lo masculino con el éxito laboral, la racionalidad, la idea del padre como proveedor y protector de la familia, continúan ofreciendo resistencia a la transformación de roles y funcionando en la doxa, aun como algo que se debe cambiar (y por lo tanto, que todavía no ha sido cambiado).

La mención de esas concepciones hizo evidente la necesidad de rastrear históricamente estas matrices para comprender cómo y por qué surgen como oposiciones excluyentes, cómo se mantienen ciertas estructuras dicotómicas aunque el contenido o la definición de sus elementos se transforme, qué relaciones establecen esas contraposiciones con las que configuran la política y la ciudadanía en las sociedades occidentales. Sin pretender que mi recorrido sea exhaustivo, ni agotar el tema en pocas páginas, he analizado para este trabajo la distribución de lo público y lo privado a través de algunos hitos históricos: las concepciones de la Grecia clásica, las reformulaciones en la primera modernidad, las perspectivas a fines del siglo XX.

El modelo de género occidental se ha caracterizado en sus distintas versiones a lo largo del tiempo por constituirse como un *sistema de exclusiones* por el cual mujer y varón, masculino y femenino, se comprenden como principios contrapuestos, donde los atributos, los

valores, las prácticas que definen a uno se ven reflejadas en negativo en la definición del otro. Además, un polo de esas oposiciones se carga positivamente y el otro recibe una carga negativa: la «acción» que define al varón es vista como más valiosa que la «pasividad» femenina, por dar un ejemplo básico. Según algunas historiadoras feministas, otras culturas, como algunas cosmovisiones precolombinas con sus deidades duales, no construían sistemas de géneros basados en la exclusión. Desde los griegos, que no incluían a la mujer (ni al esclavo) en el concepto de humanidad (entendida como conjunto de los hombres libres), pasando por la cultura judeocristiana con su Dios patriarcal, hasta las reformulaciones de la modernidad y sus crisis implícitas que estallan en los últimos años del milenio, los contenidos de esas exclusiones occidentales han variado, se han desplazado y se han reformulado, pero el principio dicotómico básico apenas si empieza a mostrar resquebrajaduras, tan recientes que no parece posible aventurar sus resultados.

El modelo de géneros que se consolida en el siglo XX está conformado por exclusiones y contenidos que provienen de matrices pertenecientes a momentos históricos muy diferentes, y que se suman y superponen produciendo desplazamientos, contradicciones, zonas de incertidumbre e indeterminación.

- *El pensamiento griego*. Una de las oposiciones más persistentes, que funciona como matriz no sólo del sistema de géneros sino de algunas concepciones políticas que aún circulan en la doxa o la opinión común, es la distribución entre *lo público* y *lo privado*. Haciendo una lectura feminista o «genérica» de la antigüedad, Judith Astelarra (1992) señala cómo esta distribución proviene del pensamiento griego, en la distinción entre la *polis* (sede de la política y la actividad pública) y el *oikos* (ámbito de lo doméstico). En la primera participaban exclusivamente los ciudadanos libres, con control de su propio destino, agentes activos en la construcción de la sociedad. El segundo era el ámbito de las mujeres y los esclavos, sin control de sus destinos, cautivos de su relación con el mundo de la necesidad y la naturaleza. De esta manera se separan dos mundos diferentes: «el de la cultura y la naturaleza, es decir, el de la actividad política y el de la satisfacción de las necesidades» (Astelarra, 1992: 48). Esta jerarquización de las actividades hu-

manas da por resultado un sistema de exclusiones que se hace eficaz por el ejercicio del *poder* que caracteriza a la esfera pública. El poder es entonces una dimensión esencial en la determinación occidental del sistema de géneros, que revela así su matriz común con el desarrollo de la política, concebida en oposición a lo privado definido como lo doméstico. Jean Pierre Vernant (1998), historiador francés especialista en historia antigua, afirma en una entrevista que en el siglo VI a.C. surge una nueva concepción del poder entre los griegos, con el surgimiento de la *polis*: el poder se convierte en algo público, respecto al cual todos los ciudadanos son iguales y ninguno puede detenerlo en exclusividad. Cada ciudadano es amo y señor en la esfera privada, en su hogar, pero en la polis no hay gobernantes y gobernados sino pares. Tanto en la esfera privada como en la pública, el poder es masculino.

Desde una perspectiva teórica diferente, la filosofía política, Arendt (1993) recorre los desplazamientos que la distribución entre la esfera pública y la privada ha sufrido desde Grecia hasta la Edad Moderna. El significado elemental expresado en esta oposición establece la diferencia entre cosas que deben ocultarse y otras que necesitan exhibirse públicamente para existir. En la antigüedad griega, la esfera pública es la esfera de los libres, de los que pueden abandonar el reino de las necesidades, y dedicarse a la actividad política. En ella los hombres son iguales, son pares, pero a la vez cada quien debe demostrar su individualidad, su excelencia, a través de la *praxis* (la acción) y la *lexis* (el discurso). La propiedad no constituye la ciudadanía sino que es el requisito para ser libre de las necesidades vitales pre-políticas. La esfera doméstica era entonces el lugar de la necesidad, lo contrario de la libertad. El hombre no se ve librado por su carácter masculino de su tarea específica en la esfera doméstica, el mantenimiento individual, la provisión del sustento; el ser hombre le da la posibilidad de trascender esa esfera y ocuparse de los asuntos públicos. La tarea específica de la mujer es la procreación, la supervivencia de la especie. La familia es el lugar de la desigualdad, donde el hombre ejerce el gobierno. En este contexto cobra pleno sentido el significado original de la palabra «privado», su referencia a la privación, la carencia de las capacidades más humanas, que son las propias de la acción política. El pleno desarrollo de la vida hogareña con valores positivos se dará en la familia romana; pero en el contexto griego como lo presenta Arendt, el eje público/

privado no es simétrico con la exclusión hombre/mujer; el hombre desarrolla actividades propias en cada una de ellas, si bien la diferencia jerárquica entre ellas es fundamental; sólo la acción política pública participa de lo verdaderamente humano. Por su parte, la mujer sí está excluida de la esfera pública. No se trata, dice Arendt, de una «división del trabajo entre los sexos», puesto que la noción de igualdad entre hombre y mujeres que presupondría tal división está ausente en el mundo griego: la diferencia no es tanto un problema de oposiciones sino de jerarquías: la mujer no es lo opuesto del hombre, sino un ser humano imperfecto, incompleto, con capacidades menores. Esta jerarquización se evidenciaba incluso en las representaciones anatómicas de hombres y mujeres, que interpretaban los genitales femeninos como una versión invertida o incompleta de los genitales masculinos (Laqueur, 1994).

- *Reformulaciones en la modernidad.* A partir del siglo XVII comienzan a producirse nuevas formas de pensamiento, de producción, de vida, de política. En esta *primera modernidad* se desarrollan tendencias que se consolidarán en el siglo XIX, con la revolución industrial, y llegarán a su máximo apogeo y su más profunda crisis en el siglo XX. El fin del medioevo trae consigo el «final de la legitimación ideológica del poder político» (Follari, 1994: 17), el comienzo del capitalismo, y el «desplegamiento de la noción de ‘razón’ en todos los campos de la existencia social, debido a la necesidad de racionalización creciente de los procesos de producción y acumulación económica» (p. 17). La modernidad implica, además, una profundización en la distribución desigual del acceso a lo público y lo privado entre hombres y mujeres, con su máximo nivel de exclusión en el siglo XIX. Las autoras de *Historia de las mujeres: una historia propia* (Anderson y Zinsser, 1992, vol. 2) señalan que desde el Renacimiento a la Ilustración se amplían las posibilidades de educación y trabajo para la población europea masculina con la constitución política del «ciudadano libre». En cambio, plantean que los nuevos códigos legislativos nacionales

[...] negaron a las mujeres el control de sus propiedades y sus ganancias, otorgaron sólo al marido la autoridad dentro de la familia, prohibieron cualquier intento de las mujeres por con-

trolar su fecundidad e impidieron a las mujeres el acceso a una educación superior y a la instrucción profesional. (Anderson y Zinsser, 1992: 19)

Estas restricciones, sin representar rupturas con la concepción de lo femenino en épocas anteriores, implican una profundización de las exclusiones y la sanción de su estatuto legal en los nuevos códigos, una polarización que se condensa en la imagen del «ángel de la casa», sacralización de la limitación de la mujer al cuidado del hogar y de los hijos, en una imagen de lo «privado» que en algunos aspectos no difiere demasiado de la clásica visión griega. Así, la cultura de la Ilustración mantuvo concepciones antiguas y cristianas acerca de las mujeres, y aunque los salones regidos por mujeres fueron en París y Londres lugares de socialización y discusión clave para los autores de la Enciclopedia, «los escritos sobre [ellas] hacían hincapié en su debilidad física, su sensibilidad emocional y su papel de madres» (Anderson y Zinsser, 1992: 137), mientras reclamaban la racionalidad como dominio del varón. El pensamiento iluminista plantea que la *razón* debe regir en la *esfera pública*, la política, donde se dirimen cuestiones que hacen al interés del conjunto de la sociedad, es decir, al conjunto de los ciudadanos: los hombres (capaces de ejercer la ciudadanía y la propiedad). La mujer se ve excluida al dominio del hogar, reino de los afectos, las pasiones, las necesidades físicas inmediatas, donde ella ejerce la limitada cuota de poder concedida, y donde el hombre encuentra también su «refugio». Esta concepción se irá consolidando durante los siglos XVIII y XIX, cuando

[...] la nueva riqueza, que hizo que decenas de miles de familias alcanzaran un nivel de vida que les situaba por encima de la clase trabajadora, apartó a las mujeres del trabajo [hasta ese momento necesario, en el campo, el servicio doméstico, la producción en pequeña escala, para la subsistencia de las familias trabajadoras] y les concedió el privilegio de permanecer en casa, como una señora. (Anderson y Zinsser, 1992: 152)

La *sala de estar*, espacio arquitectónico recientemente adquirido, se convierte en el centro simbólico de esta nueva situación, el espacio en el que cuadros y escenas literarias representan a la familia en la

«paz del hogar». La reivindicación de lo doméstico como ámbito de reconocimiento de las virtudes femeninas, sumada a la posibilidad de delegar las tareas más rudas y groseras en los empleados de servicio, llevó a una contradicción entre el ideal de ser «una dama» y las críticas vehementes a la «indolencia femenina». Por eso el nuevo tiempo de ocio se transforma en más trabajo, pero un trabajo desvalorizado, destinado a ornamentar y realzar la nueva posición social adquirida por el jefe de la familia: costura, bordado, cocina. Se privilegia, además, el modelo de maternidad activa que propuso la Ilustración, y el cuidado de los hijos se transformó en una tarea cada vez más absorbente, sumado a la sacralización simbólica de la figura materna. «Lo femenino» se identifica con la espiritualidad en tanto trascendencia: intuición, sentimiento, cuidado, no participan de lo racional pero tampoco de lo puramente material. «Identificados por defecto con lo espiritual, se los requiere para satisfacer la dimensión del afecto y sensibilidad que tanto la materia como la razón ignoran» (Hein, 1990: 301). El dominio de esta espiritualidad es el amor, no la moralidad racionalmente definida. El lugar de esta espiritualidad es el hogar, tal como se lo entiende en el siglo XIX: un santuario donde la mujer «reina». El rol «espiritualizador» de la mujer es «una fuerza socialmente estabilizadora, que ha sido asociada a causas política y económicamente conservadoras» (Hein, 1990: 302). La mujer «pura» se espiritualiza en los roles de madre y esposa; la mujer desespiritualizada es degradada como prostituta o sexualmente neutralizada (frígida). Esta femineidad vulnerable y dependiente confiere a la masculinidad los atributos de poder, responsabilidad y protección. Aunque disimulados tras ciertos cambios en el lenguaje, Hein sostiene (y yo acuerdo) que esta visión persiste aún en nuestros días, tal como veremos en el análisis del corpus.

La otra dimensión de la dicotomía, el espacio público, también se redefine en la modernidad. Si entre los griegos «la voz pública, aquella que hablaba en nombre de toda la comunidad, reflejando sus aspiraciones, anhelos y proyectos, se convirtió en la voz del ciudadano libre, el varón» (Astelarra, 1992: 49), mujeres y esclavos quedaban excluidos de la polis. Con el quiebre de las monarquías absolutas, el súbdito se transforma en un *sujeto de derechos*, pero esta categoría tampoco era universal. Durante el siglo XVIII, las mujeres y los hombres sin propiedad fueron excluidos de la ciudadanía; en el siglo XIX los trabaja-

dores luchan por conquistarla; las mujeres sólo la alcanzan (tomando como parámetro el derecho al voto) durante el transcurso del siglo XX. Según esta perspectiva feminista, la política moderna es restrictiva en su ignorancia de lo privado, configurando a lo político como lo público, el área de los derechos y rasgos universales (que ignoran a lo privado, la familia, como lugar de las diversidades y las particularidades). El concepto de ciudadanía, por otra parte, va más allá del derecho al voto. Estos derechos políticos, para ser plenos, deben ir acompañados de derechos civiles y sociales, cuyo ejercicio debe garantizar la institucionalidad política. Desde la teoría política, el concepto de Estado de Bienestar que surge en las primeras décadas del siglo XX intenta garantizar estos derechos con la entrega de servicios como los de educación y salud, con lo que la separación política entre lo público y lo privado se hace permeable, porque estos servicios se dirigen a la familia y se comparten entre ella y el Estado. Astelarra (1992) señala un claro componente «femenino» en los derechos sociales de atención a los enfermos, educación de los niños, etc. «La existencia de derechos sociales incorpora la vida privada al ámbito de la política y, por lo tanto, de la vida pública» (Astelarra, 1992: 52). Las exclusiones del sistema de géneros, sin embargo, no se superan: estos derechos no llegan a adquirir un estatus más allá de lo «asistencial». La participación de los ciudadanos en la esfera pública política (varones o mujeres) se limita en las democracias modernas, por lo general, al ejercicio del voto, ya que la participación en las decisiones de política comunitaria o nacional se hace cada vez más restringida. La identificación de lo masculino con lo público reduce esta última esfera a la participación en el sistema económico como productor o asalariado. Es lo público como «lo laboral» lo que se constituye en parámetro de ciudadanía, que no es por ello menos excluyente: la ocupación/desocupación se convierte en variable de masculinidad.

Por su parte, Arendt (1993) hace una interpretación diferente de la reformulación de las esferas pública y privada en la Edad Moderna, cuya característica fundamental es el surgimiento de la esfera social con la forma política de la nación Estado. En esta esfera «curiosamente híbrida», los intereses privados adquieren significado público, y la comunidad política de los ciudadanos se representa como una «gran familia», que se rige por un gobierno, aunque ese gobierno finalmente se

reduzca a una burocracia administrativa, a un «gobierno de nadie». Esta sociedad excluye la posibilidad de acción (como actividad individual destacada), espera una conducta «normalizada» de los ciudadanos. El reconocimiento de la igualdad de los ciudadanos es el reconocimiento legal y político de que la sociedad ha conquistado la esfera pública y de que la distinción y la diferencia son asuntos privados del individuo. El auge de lo social reformula el significado de lo público y lo privado, es la forma en que las actividades relacionadas con la supervivencia aparecen en público. Si en la antigüedad el trabajo, como una de las formas de responder a las necesidades vitales, estaba excluido de la esfera pública, en la Edad Moderna no sólo conquista un lugar en ella, sino que como medio de asegurar o generar riquezas o al menos medios económicos, se convierte en condición para alcanzar la completa ciudadanía y participar en la esfera pública. Así se produce una profunda reformulación de la concepción de lo público: de ser el ámbito exclusivo de la acción política, liberado de las necesidades vitales, pasa a ser una esfera donde la posibilidad de ejercer una actuación en lo político se reduce al mínimo, y al que se incorporan el trabajo y la administración, que en la antigüedad eran privativos de lo doméstico. Lo público se convierte en garantía de realidad, por cuanto es aquello que es visto y oído por todos («para nosotros», dice Arendt, «la apariencia constituye la realidad»), son las cosas y los asuntos del mundo que a la vez cohesionan y separan a los ciudadanos. Esta degradación de la esfera pública tiene su correlato en el enorme enriquecimiento de la esfera privada, a través del individualismo moderno. Lo privado se contrapone tanto a lo político como a lo social, y, sin embargo, está íntimamente ligado a esta última esfera, que implica el ascenso de ámbitos privados como la administración y el trabajo y el cuidado de la vida a la esfera pública. El pleno desarrollo de la vida privada no se conoce antes de la decadencia de la esfera pública. La concepción moderna de la esfera privada le otorga la función de proteger lo íntimo, una esfera creada por la concepción romántica como reacción al avance del igualitarismo de la sociedad; en este marco, la propiedad adquiere un valor como lugar oculto donde no se es visto ni oído por otros. Esto tiene un costado negativo: reaparece el sentido de privación, privación de la realidad que otorgaba el ser visto y oído por otros.

El siglo XX es el momento de culminación de la Modernidad y al mismo tiempo de su estallido y su crisis. En lo que hace al sistema de géneros, los diferentes movimientos sufragistas, feministas, de liberación femenina y de reconocimiento de las minorías sexuales han cuestionado y discutido los fundamentos de la opresión y discriminación sexual. Las mujeres han accedido al reconocimiento de su ciudadanía, no sólo a través del voto, sino haciendo casi impensables los discursos que sostenían su inferioridad «natural», obteniendo su lugar de iguales ante la ley, la sociedad y los otros. Pero esa aparente igualdad de derechos y oportunidades no debe ocultar la persistencia de exclusiones y oposiciones de género, incluso las más antiguas, que persisten en la doxa como redes de poder que aún circunscriben lo femenino a lo doméstico y lo masculino a lo laboral, que identifican mujer con madre y maternidad con autoentrega, abnegación y sacrificio, que restringen la emocionalidad al dominio femenino y la racionalidad al masculino.

- *Foucault. Sexualidad y poder.* Uno de los pensamientos más críticos acerca de la racionalidad moderna es el de Michel Foucault. Punto de partida insoslayable para las propuestas más interesantes en los estudios de género (o feministas, o la teoría *queer*), en el primer volumen de su *Historia de la sexualidad (La voluntad de saber, 1996)* Foucault plantea una contra hipótesis. A lo que él llama «la hipótesis represiva» (que sostendría que el sexo ha sido reprimido y silenciado en las sociedades burguesas modernas) contrapone la afirmación de que la burguesía moderna ha construido un dispositivo de sexualidad como elemento definitorio del sujeto, ha incitado a una proliferación de discursos sobre esta sexualidad, ha generado un saber, unos sujetos, unas estrategias de poder en torno al sexo. Más que reprimirlo, se lo ha buscado, indagado, clasificado, normalizado, incitado, producido.

Esta noción de sexualidad no se superpone con la de sistema de géneros que estoy manejando en este trabajo. Más bien se intersectan en algunos puntos, ya que la sexualidad moderna como dispositivo de poder produce entre otras cosas una determinada configuración de la familia y de la figura femenina, aunque Foucault no individualiza en sus análisis las configuraciones de «lo masculino» (como patrón de normalidad genérica y sexual).

Para Foucault, las sociedades occidentales modernas se caracterizan por una *voluntad de saber* relativa al sexo, que transformó los rituales cristianos de la confesión (una técnica de la escucha) en *formas discursivas* de regularidad científica. La *scientia sexualis* constituida en esta intersección definió a la sexualidad como «un dominio penetrable por procesos patológicos», que exigía intervenciones normalizadoras; «un campo de significaciones que descifrar» (Foucault, 1996: 86). La hipótesis foucaultiana sostiene que a partir del siglo XVIII la sociedad moderna no opuso al sexo un rechazo o una prohibición, sino que desarrolló un dispositivo para producir sobre él un saber, «discursos verdaderos». Este proyecto de un saber sobre el sexo se conformó («en virtud de las técnicas de poder inmanentes en tal discurso») como un «saber sobre el sujeto; no tanto un saber sobre su forma, sino de lo que lo escinde; de lo que quizás lo determina, pero, sobre todo, hace que se desconozca» (Foucault, 1996: 88). De este modo,

Occidente ha logrado no sólo –no tanto– anexas el sexo a un campo de racionalidad [...] sino hacernos pasar casi por entero –nosotros, nuestro cuerpo, nuestra alma, nuestra individualidad, nuestra historia– bajo el signo de una lógica de la concupiscencia y el deseo. (Foucault, 1996: 96)

El análisis de la formación de este saber sobre el sexo no debe hacerse, decía, en término de represión, sino, dice Foucault, en términos de *poder*. Pero no de «el Poder» como instituciones y sujeciones centralizadas en el Estado; no como sometimiento a la ley o la regla que impide la violencia; no como un sistema de dominación que atraviesa el cuerpo social. Esta idea *jurídica* del poder es limitada: se trata de un poder pobre en recursos, que no produce nada, limitado a la prohibición. La idea foucaultiana del poder es la de una *multiplicidad de relaciones de fuerza*, con su juego de luchas y enfrentamientos, de cadenas y sistemas, sus reforzamientos y contradicciones, las estrategias que las hacen efectivas. Estas relaciones de fuerza producen, por su desigualdad, *estados de poder*, que son siempre locales e inestables. El poder «se está produciendo a cada instante, en todos los puntos, o más bien en toda relación de un punto con otro» (Foucault, 1996: 113); no es una institución, ni una estructura, sino una *situación estratégica compleja*.

Esta noción de poder es la más sugestiva y pertinente para plantear los problemas de género, problemas, exclusiones y concepciones que no se producen ni se ponen en juego (principal o exclusivamente) en las dimensiones jurídicas o institucionales del poder (cuya existencia o eficacia Foucault no descarta, sino que las sitúa como *formas terminales* de las fuerzas y las estrategias) sino en las relaciones cotidianas, en las interacciones constantes. Este poder multiforme y estratégico ignora y atraviesa las distinciones entre espacio público y espacio privado; se ejerce a través de uno y otro, no como reflejo de lo público en lo privado, sino como encadenamiento y proliferación.

La doxa y el pensamiento político de la modernidad han insistido en mantener la oposición público/privado como una matriz tanto del sistema de géneros como de las prácticas y las concepciones políticas, aun cuando los fundamentos que daban sentido a esa oposición en la Grecia clásica habían desaparecido y sufrido enormes transformaciones. Su funcionamiento actual se revela al menor análisis como problemático, y vimos más arriba cómo, en lo que respecta al sistema de géneros, ha terminado por reducirse, a partir del siglo XIX, a la oposición doméstico/laboral, con un eje económico subyacente (no remunerado/remunerado).

Volviendo a Foucault, el filósofo francés afirma que la constitución de la sexualidad (desde el siglo XVIII) como objeto posible de conocimiento se produce a partir de relaciones de poder que no son exteriores a los procedimientos discursivos que la inmovilizaron como objeto. Este dominio del saber se configura en ciertos «focos locales de saber - poder», entre los cuales se sitúa la configuración moderna de la familia, como reino doméstico de proliferación de la sexualidad del niño y de la mujer, especialmente desde el siglo XIX.

Más precisamente, se distinguen cuatro grandes conjuntos estratégicos que despliegan dispositivos de saber y de poder en torno a la sexualidad. Estos dispositivos no nacen repentinamente en el siglo XVIII, pero alcanzan entonces cierta autonomía en su coherencia, su eficacia y su productividad. En primer lugar, Foucault analiza el dispositivo que más me interesa aquí, la *histerización del cuerpo de la mujer*, como un triple proceso que califica al cuerpo de la mujer «como cuerpo integralmente saturado de sexualidad» (1996: 127); lo integra con patologías propias al campo del saber médico; lo vincula orgánica-

mente al cuerpo social (como reaseguro de fecundidad), al espacio familiar (como fundamento de éste) y a la vida de los niños (con la responsabilidad de su salud y su educación). Esta hysterización se concretiza en la figura sacralizada de la Madre, como ya he señalado en apartados anteriores de esta investigación, y en su contrapartida, la «mujer nerviosa», patologizada.

Los otros dispositivos, estrechamente vinculados a éste, son la *pedagogización del cuerpo del niño*, como seres dotados de una sexualidad peligrosa que la familia, los educadores y los médicos deben vigilar y normalizar; la *socialización de las conductas procreadoras* a través de estrategias económicas, políticas y médicas; la *psiquiatrización del placer perverso*, con el análisis, la patologización y las tecnologías correctivas dirigidos hacia las «anomalías» sexuales.

La *sexualidad* no es entonces un espacio natural, sino un *dispositivo históricamente construido*.

La célula familiar, tal como fue valorada en el curso del siglo XVIII, permitió que en sus dos dimensiones principales (el eje marido-mujer y el eje padres-hijos) se desarrollaran los elementos principales del dispositivo de sexualidad. (Foucault, 1996: 132)

Se trata aquí de la familia burguesa, donde en primer lugar se ponen en práctica los dispositivos de control de la sexualidad de los niños, de medicalización de las sexualidades adultas. El componente del género juega aquí en sus reformulaciones un papel fundamental. Ya he señalado cómo el acceso a las capas sociales medias profundizaba la exclusión de la mujer de lo público y lo laboral para reforzar su reclusión doméstica, y la contradicción entre la ociosidad de la dama y la laboriosidad de la madre, resuelta en un exceso de labores decorativas, inútiles y desvalorizadas. En este sentido, señala Foucault que

[...] el personaje invadido en primer lugar por el dispositivo de sexualidad, uno de los primeros en verse «sexualizado», fue, no hay que olvidarlo, la mujer «ociosa», en los límites de lo «mundano», donde debía figurar siempre como un valor, y de la familia, donde se le asignaba un nuevo lote de obligaciones conyugales y maternas: así apareció la mujer «nerviosa», la mujer

que sufría de «vapores»; allí encontró su anclaje la histerización de la mujer. (1996: 147)

La formulación foucaultiana del dispositivo de sexualidad, tal como la he reseñado aquí, vincula desde sus comienzos la producción de una nueva matriz de género (la histerización del cuerpo femenino) con la producción de las matrices de lo que hoy, en su movimiento reivindicatorio, se denominan «minorías sexuales». Estas minorías situadas fuera de la matriz heterosexual-conyugal de género reivindican en muchos casos las denominaciones y clasificaciones que el dispositivo de «psiquiatrización de las perversiones» situó/produjo como patologías sexuales. El género (entendido como dicotomía heterosexual masculino-femenino) y las minorías sexuales (gays y lesbianas, pero también comunidades sadomasoquistas, por ejemplo) encuentran su matriz común en el dispositivo moderno de la sexualidad que analiza Foucault. Es por esto que su pensamiento es considerado punto de partida y a la vez de confluencia para las teorías que en las últimas décadas han tenido gran desarrollo en torno a estos problemas; por ello el pensamiento feminista no puede contraponerse sino dialogar e interactuar con las reflexiones que se hacen desde las teorías *queer*. En mi investigación intento reconocer las reformulaciones, contradicciones, estrategias locales y persistencias que configuran la *situación estratégica actual* del dispositivo moderno de la sexualidad en el foco local de poder constituido por el modelo de género que define en la doxa a los polos «hombre/mujer».

2.2. Tópicos recurrentes

En el conjunto de enunciados analizados se encuentran una serie de tópicos recurrentes que trazan los límites y contenidos del universo configurado en la conjunción «mujer y trabajo». Algunos tópicos se reiteran homogéneamente en todas las publicaciones; otros aparecen de manera desigual y señalan diferencias que pueden ser relacionadas con desigualdades de edad y de clase dentro del sistema de géneros. El tópico del trabajo aparece bajo dos grandes aspectos: en relación con otros ámbitos de la vida de la mujer (en especial la afectividad y la

maternidad, en la que se subsume lo doméstico) o como problemática en sí misma.

- *Trabajo y maternidad*. Estos tópicos aparecen conjugados en gran parte de las publicaciones analizadas. *Luna*, *Para Ti*, *Máxima*, *Elle*¹ son las que más insisten en presentarlos como contrapuestos, y en relación a otros como la ruptura con los modelos tradicionales, la culpa y el conflicto, las necesidades de los hijos como contradictorias con la dedicación a lo laboral, la sobreexigencia del trabajo doméstico. Frente a estas contraposiciones, se pone el acento tanto en la búsqueda de equilibrio como en el establecimiento de prioridades, pero la maternidad aparece como la responsabilidad fundamental de las mujeres: la más importante para ellas y exclusivamente para ellas (especialmente en *Para Ti* y *Máxima*). Una perspectiva diferente es la que aparece en *Luna*, y en algunos artículos de *Para Ti* (3), *Máxima* (1) y *Plena* (2), poniendo el acento en lo que aparece denominado como «multifunción» (el desempeño simultáneo de tareas laborales y domésticas disímiles), valorado como una capacidad positiva femenina y presentado con resultados contradictorios: culpa y estrés por una parte, satisfacción personal y beneficios para la salud por otra. Estas valoraciones contradictorias aparecen no sólo en diferentes artículos de una misma revista, sino incluso en el desarrollo de un mismo artículo.

La idea de multifuncionalidad femenina da cuenta de la complejidad de la esfera doméstica, que en la antigüedad abarcaba todo lo referido al trabajo y a la labor². Con la modernidad, al elevarse el trabajo a la esfera pública, queda una dimensión de tareas domésticas que ocupa a gran parte de las publicaciones (como producción material, doméstica y estética), mientras que la labor propiamente dicha comienza a llamarse, desde la reivindicación de los derechos femeninos, el «trabajo invisible», aquellas tareas que no dejan huella: la limpieza del hogar es un ejemplo fundamental. Este último tópico sólo ocupa algún lugar en las publicaciones destinadas a los sectores menos favorecidos (*Mía*, *Única*), pero está prácticamente ausente en el resto de las revistas. La relación conflictiva entre trabajo y maternidad da lugar a un tópico que aparece, aunque poco desarrollado, en *Luna* (1, 2) y apenas se insinúa en algún artículo de *Máxima* (1): la responsabilidad social en el cuidado infantil, un derecho por el que las mujeres de otras

partes del mundo han luchado con cierto éxito. Esta extensión del alcance de la esfera social sobre la privada parece aún muy lejos del universo laboral argentino.

- *Trabajo y afectividad*. Si la relación con la maternidad aparece en la mayor parte de las revistas, y si en ellas la maternidad se privilegia valorativamente sobre el trabajo, la relación conflictiva con los afectos aparece en *Luna* (6) (relación de pareja afectada por ingresos mayores de la mujer), *Cosmopolitan* (1) (situación emocional conflictiva y sus consecuencias en el trabajo) y *Marie Claire* (1) (mujeres que privilegian lo laboral sobre la pareja). En estos artículos, trabajo y emoción se contraponen, pero en ellos se privilegia el valor personal que la carrera tiene para la mujer, como fuente de satisfacción, ambición y sentido del propio valor personal. En la primera revista mencionada, lo laboral (éxito en la mujer y carencia en el hombre) origina conflictos en la afectividad; en la segunda, la afectividad (una crisis personal) origina dificultades en lo laboral; en la tercera, si bien se privilegia el trabajo, la relación afectiva se mantiene como punto de equilibrio y el tópico que se desarrolla con mayor amplitud en el artículo es el de la pareja (fidelidad, compromiso, romanticismo), mientras que el laboral casi no se despliega más allá de su mención inicial.

- *Problemáticas específicamente laborales*. En aquellas publicaciones que privilegiaban lo doméstico sobre otros ámbitos (*Mía*, *Única*), dirigidas a una población de menores recursos, que presuponen una lectora madre y ama de casa, lo laboral no aparece como fuente de conflicto: las valoraciones están muy claras, y el lugar del trabajo es decididamente secundario, tal como es mínimo el espacio destinado al tópico de lo laboral en el conjunto de artículos. En ellas, lo laboral aparece enfocado desde una perspectiva acorde a la tradicional definición de lo femenino: la dimensión estética (adecuación en la vestimenta y presentación personal) y la de las relaciones interpersonales: impuntualidad como «mala educación» (*Única*, 2), responsabilidad, respeto por las costumbres y modos de actuar (la «cultura de la empresa», *Única*, 3). Estos elementos también aparecen en *Cosmopolitan* (1, 4, 5), situada en un extremo opuesto entre las publicaciones analizadas, y en *Máxima* (2), que también presupone una lectora definida por su dedicación a lo doméstico y la maternidad. Vinculado a esta percepción de lo laboral desde una perspectiva femenina, aparece en *Luna*

(5) y *Elle* (1) el tópico de los valores femeninos o el estilo femenino de liderazgo: entre los rasgos más recurrentes en la caracterización de este «estilo» se cuentan la capacidad de escuchar, organizar, compartir; la intuición, la confianza, el respeto y la estimulación de las capacidades ajenas, la previsión, la sensibilidad, el espíritu de grupo, la conciliación. Todos estos valores se contraponen al «estilo masculino», caracterizado unánimemente por el ejercicio de la fuerza y el poder; también se menciona, aunque en menor medida, la primacía de la racionalidad masculina frente a la emocionalidad o la intuición femenina. Si el triunfo de los valores femeninos se percibe en las revistas mencionadas como una tendencia que se consolidará en el futuro, la búsqueda de un equilibrio entre ambos polos aparece en *Máxima* (2) caracterizando al presente y a la necesidad de adaptación de las mujeres que no están en situaciones de liderazgo o ejercicio del poder sino subordinadas en un mundo que sigue siendo esencialmente manejado por hombres. Las cualidades a equilibrar (franqueza/discreción, envidia/distancia, incomodidad/identificación con el mundo masculino, emocionalidad/frialdad) se corresponden con la necesidad de sobriedad y formalidad presentadas como sinónimo de responsabilidad en revistas como *Mía* y *Única*.

2.3. Circulación de ideologemas

A partir del universo temático delimitado por los tópicos relevados, es posible leer aquellos ideologemas que remiten explícitamente a la manera en que la doxa adjudica atributos y valores a la relación mujer-trabajo. Al relevar ideologemas explícitos, estoy apuntando a aquellas evaluaciones que no están consolidadas en la doxa, que no funcionan como presupuestos del discurso porque por su novedad aún deben ser defendidas y reiteradas, o a aquellas que han sido un elemento profundo del sentido común, pero que nuevas evaluaciones han desplazado o cuestionado.

- *Trabajo y maternidad*. Como ya señalé, la identificación entre mujer y maternidad es un presupuesto fundamental y persistente en la década del 90. Cuando a esta ecuación se agrega el trabajo, aparece la idea de conflicto, de culpa, de incompatibilidad. Así aparecen ideolo-

gemas recurrentes y dominantes: «las mujeres que trabajan sienten culpa» (*Luna*, 1); «el ritmo de vida y de exigencia de la mujer actual, madre y profesional, no se acerca del todo a la felicidad» (*Para Ti*, 3). Generalmente se pone el acento en la imposibilidad de alcanzar exigencias o modelos: «es definitivamente imposible trabajar durante todo el día y ser una mamá modelo» (*Luna*, 1); «la idea de que hacen todo mal» (*Luna*, 1). En el deseo o en los proyectos, carrera y maternidad no se ajustan bien: «Esta mujer que ahora sueña con hacer otra vida, es la misma que durante años quiso hacer carrera» (*Para Ti*, 3); «conviene evitar que la iniciación del emprendimiento se superponga con otros planes importantes (por ejemplo, una mudanza o tener un hijo)» (*Elle*, 2). En definitiva, desde la perspectiva de la maternidad, el trabajo se reviste de atributos absolutamente negativos: «el mercado laboral es cruel, competitivo y no valoriza el trabajo de la mujer que cuida a sus hijos» (*Máxima*, 1). Por su recurrencia, estos ideogramas remiten a una tendencia dominante que tiene como presupuestos básicos la identificación de mujer y maternidad, el requisito de «dedicación exclusiva» que implica la concepción moderna de la maternidad, la nueva concepción moderna del trabajo como parte y requisito de la esfera pública, por lo tanto incompatible con la esfera doméstica, reino de los procesos vitales como la procreación y el cuidado de los hijos.

En otros casos aparecen ideogramas que corresponden a la misma matriz moderna, pero se encuentran en una etapa de mayor cuestionamiento: no desaparecen del todo pero se enuncian para ser discutidos y reemplazados por otros: «otros chicos que disfrutaban de una mamá que los espera con la merienda» (*Luna*, 1); «a mí me enseñaron que la carrera estaba en un segundo plano, subordinada al marido y la familia y no a mantener el equilibrio» (*Luna*, 2). Estos ideogramas cuestionados no remiten al conflicto entre trabajo y maternidad, sino a la preeminencia del rol maternal sobre cualquier otra actividad.

Lo que a nivel de tópicos aparecía como el reclamo de injerencia social en el cuidado infantil se manifiesta en ideogramas emergentes que señalan una carencia o una necesidad expresada potencialmente y modalizada por un deber-ser aún lejano: «fuera de la casa, la sociedad debería [solucionar un problema que] afecta a los niños, que son de todos» (*Luna*, 1); «la salida no es personal, sino social» (*Luna*, 1);

«se carece de estructuras [sociales] que deberían facilitar las tareas múltiples» (*Luna*, 2). Si estos reclamos apuntan a una extensión del alcance de lo social sobre la esfera doméstica, otros ideogramas dan cuenta de la distancia de esos reclamos y la vigencia de la matriz moderna de lo doméstico como santuario de la maternidad: «las mujeres no se sienten amparadas ni estimuladas por las políticas sociales a tener más hijos» (*Máxima*, 1); «la profesional mamá debe armar una buena infraestructura doméstica que le permita dejar su casa y al bebé con tranquilidad» (*Máxima*, 1).

Otro grupo de ideogramas atribuye a la mujer la capacidad de dedicación a actividades disímiles simultáneamente, lo que la hace compatible con el trabajo remunerado: «la capacidad de hacer varias cosas a la vez empieza a ser valorada como un rasgo esencialmente femenino» (*Luna*, 2); «las mujeres multifunción son un producto de esta década» (*Luna*, 2); «las mujeres nos vamos entrenando cada vez más en desarrollar la multifunción, y lo hacemos bien» (*Luna*, 2); «bombardeados como estamos por innumerables demandas, cada uno de nosotros se ve obligado a duplicar sus propias fuerzas a la hora de trabajar» (*Elle*, 1); «la ubicuidad es un imperativo» (*Elle*, 1). Sin embargo, esta capacidad se contrapone con las ideas de perfección y exigencia: «es posible alternar exitosamente la vida profesional con la familiar, pero hay que enfrentar que no se puede hacer todo, todo el tiempo» (*Para Ti*, 3); «se puede ser buena madre y buena profesional, pero antes hay que renunciar a la perfección como si fuera un logro» (*Para Ti*, 3).

Los efectos de la emergente inserción de la mujer en el ámbito laboral son objeto de valoraciones contradictorias presentados en algunos casos como negativos y en otros como positivos incluso para la salud: «Trabajar tanto no parece ser satisfactorio para ustedes» (*Para Ti*, 4); «las mujeres que tienen 35 años y que aún no han encontrado una pareja sufren más problemas de salud y se deprimen con mayor frecuencia que aquellas que luchan a brazo partido por mantener el equilibrio entre la casa, la educación de los hijos y el cumplimiento de las exigencias laborales» (*Máxima*, 1).

- *Trabajo y afectividad*. Los ideogramas que refieren a la relación entre trabajo y afectos no son tan recurrentes como los referidos a la relación con la maternidad, y son mucho menos homogéneos. Se

trata de valores que incluso en una revista que sitúa al trabajo como tema prioritario no está exento de contradicciones. Por una parte, el presupuesto de que la mujer debe privilegiar los afectos sobre lo laboral aparece discutido y cuestionado, como algo propio del pasado: «estaba abandonando a un hombre por su carrera. Algo que todavía pocos le perdonan a una mujer» (*Cosmopolitan*, 1); «Hace pocos años, se esperaba que la mujer siguiera a su pareja adonde la vida lo guiara... a él. Hoy, las mujeres de carrera toman la decisión que más les convenga, incluso cuando ésta implique dejar atrás a su hombre» (*Marie Claire*, 1). Por otra parte, en las mismas publicaciones permanece la idea de que trabajo y relación de pareja pueden ser incompatibles, ya sea afectando negativamente a uno o a otro aspecto: «los desastres personales jamás aparecen en los momentos apropiados para tu carrera» (*Cosmopolitan*, 1); «no te sacrifiques a vos misma o a tu pareja por el trabajo, por mucho que te guste o te importe» (*Cosmopolitan*, 4). O bien se plantea una equivalencia de valoraciones que se puede interpretar como equilibrio o como tensión: «No se trata de que nuestro matrimonio sea más importante que nuestras carreras ni viceversa» (*Marie Claire*, 1).

Sí se puede encontrar cierta recurrencia en aquellos ideologemas que plantean al éxito en uno de estos aspectos como condición o beneficio para el éxito en el otro aspecto: «parece que el desempeño de las personas (hombres incluidos) que tienen su vida afectiva resuelta es mejor al de aquellos que no están en esa situación» (*Máxima*, 1); «es necesario estar contento con uno mismo para poder hacer feliz a otros, y esto significa desarrollarse plenamente en el plano profesional» (*Marie Claire*, 1); «nuestras respectivas profesiones forman parte de nuestra personalidad y nos convierten en personas más completas y felices» (*Marie Claire*, 1).

Una valoración emergente aparece en el ideologema «hay pocas cosas más tuyas que tu vocación o tu carrera; vos la elegiste, te da tu independencia y forma parte de tu identidad» que sintetiza la reconceptualización de lo laboral público como parte esencial de la identidad femenina, la marca específica de la revista *Cosmopolitan* (1).

- *Problemáticas específicamente laborales*. Entre los ideologemas recurrentes que se refieren al trabajo en sí mismo, sin relación con otros ámbitos, cabe mencionar en primer lugar aquellos que, en rela-

ción al contexto social, acentúan la precariedad laboral: «en tiempos en que el empleo tambalea» (*Elle*, 2); «conseguir empleo en estos días es difícil» (*Cosmopolitan*, 5); «la competencia profesional es feroz y conseguir y mantener un buen trabajo se hace muy difícil» (*Cosmopolitan*, 4). Como correlato de estas dificultades de orden social, son también recurrentes los ideologemas que presentan al trabajo como un bien que ofrece beneficios no sólo económicos sino anímicos: «ese trabajo tan ansiado» (*Mía*, 3); «alguna actividad que me permita ganarme unos pesos y sentirme útil» (*Mía*, 1); «tener un trabajo mejora la moral. Cuando se está desempleado es fácil caer en la depresión» (*Plena*, 2). En estos ideologemas aparece el presupuesto dóxico de que el trabajo es un requisito para la admisión en la esfera pública. Tal como en la antigüedad, a fines del siglo XX la ciudadanía no es para todos: el acceso a convertirse en un ciudadano de pleno derecho es difícil de alcanzar, incluso si ya no es impensable que la mujer acceda a esa dimensión. La recompensa por lograrlo no es sólo material, sino moral y espiritual, un sentido de pertenencia.

La aceptabilidad de los presupuestos que muestran al trabajo como una posibilidad de desarrollo de la mujer se conecta con aquellos ideologemas que postulan una nueva forma de ejercicio de las actividades públicas, ya no vinculadas al modelo patriarcal de dominio del hogar sino a la forma femenina de relacionarse con el poder. En algunos casos esto se entiende como ya logrado: «las nuevas jefas impusieron un estilo de liderazgo propio, basado en la comunicación, la intuición y una mejor organización del tiempo» (*Luna*, 5); pero en otros aparece como una tendencia hacia el futuro: «estamos a punto de entrar en un milenio en el que imperará el espíritu femenino» (*Elle*, 1). Los rasgos principales de ese liderazgo femenino se basan sobre todo en privilegiar el aspecto personal sobre las relaciones jerárquicas: «las mujeres tenemos más disposición a escuchar y a situarnos en el lugar del otro» (*Luna*, 5); «las buenas relaciones y la confianza mutua alivian los esfuerzos y facilitan el logro de objetivos» (*Elle*, 2); «nada impide que siga manteniendo una conducta de respeto y buen trato con el personal si se modifica su posición en la estructura de poderes» (*Máxima*, 2). Por otra parte, los valores tradicionalmente identificados con lo femenino, como la estética corporal y el comportamiento formal, se reformulan: ya no son medios de seducción sino de adecuación al

ámbito laboral: «lo más importante es la buena presencia» (*Mía*, 3); «las llegadas tarde son signo de mala educación» (*Única*, 2); «la persona puntual también es la más fiable y diligente» (*Única*, 2). La capacidad de adaptación a los demás, implícita en el rol femenino tradicional, se transforma también en un instrumento de inserción en los ámbitos de trabajo: «cada empresa tiene una cultura propia y reglas de juego que usted debe aprender» (*Plena*, 2); «cada empresa tiene sus reglas, aunque no estén escritas en ninguna parte» (*Cosmopolitan*, 5); «no es fácil adaptarse a un equipo de personas preexistentes» (*Única*, 3).

Pese a la aceptabilidad de la inclusión femenina en el mundo laboral, es significativa la recurrencia de ideologemas que presentan como punto conflictivo de esa inclusión el dominio o la primacía masculina: «un medio dominado por hombres y en el que es casi imposible para una mujer llegar a la cumbre» (*Para Ti*, 3); «somos muchas las que hemos padecido el peso aplastante de ese techo, cuando después de haber dedicado años a una firma nos vemos imposibilitadas de seguir ascendiendo sólo por el hecho de no ser hombres» (*Cosmopolitan*, 4); «ésta es otra típica actitud que suele incomodar a las mujeres más capaces que no saben cómo enfrentarse a los códigos laborales de un círculo de trabajo donde los hombres son mayoría (o mayoría con poder)» (*Máxima*, 2). En estos ideologemas está implícita la idea de discriminación sexual, que si bien se rechaza explícitamente en algunas ocasiones («Las empresas piden indiscriminadamente hombres y mujeres», *Luna*, 5), aparece subyacente en la contradicción ya analizada entre trabajo y labor doméstica: «las mujeres suelen tener más obligaciones domésticas» (*Luna*, 5); «por tradición, la mujer tiene un espacio predominante en lo social» (*Luna*, 5).

2.4. Marcas evaluativas

Recordemos que más arriba, al discutir algunos instrumentos metodológicos incorporados al trabajo, propuse denominar *marcas evaluativas* a los procedimientos lingüísticos y categorías gramaticales que, tal como analiza C. Kerbrat-Orecchioni (con las diferencias teóricas que ya planteé), inscriben la evaluación en el enunciado: marcas valorativas afecti-

vas que manifiestan una valoración emocional; marcas evaluativas axiológicas (juicios de valor inscritos en el eje bueno/malo) o no axiológicas (evaluaciones cuantitativas o cualitativas); marcas evaluativas modalizantes que marcan en el enunciado el eje verdadero/falso/incierto y en relación a las modalidades del saber, el poder, el deber. La evaluación inscrita en estas marcas no se establece como un ideograma explícito, sino que se fundamenta en ideogramas que no se explicitan, que permanecen como presupuestos discursivos.

Si los ideogramas explícitos me permitían analizar las evaluaciones sociales en etapa de consolidación y cuestionamiento, las marcas evaluativas me permitirán reconocer aquellos presupuestos dóxicos que por su aceptabilidad confieren eficacia a los enunciados. Un primer aspecto destacable es el predominio de formas modalizantes, prácticamente en todas las revistas analizadas, que rigen los enunciados especialmente en el eje de la veridicción, señalando como verdaderas o evidentes las valoraciones y las informaciones provistas por el emisor, en consonancia con el predominio de contratos de lectura basados en estrategias pedagógicas: «definitivamente imposible», «sencillamente», «lo mejor que pueden hacer», «la verdad es que hay que estar», «un gran error» (*Luna*); «sin dudas», «resulta indispensable», «absolutamente necesario», «seguramente», «no es fácil», «es muy importante recordar» (*Única*); «conviene evitar», «es importante» (*Elle*); «Invariablemente», «por supuesto», «lo más probable», «es preferible», «es importante», «es fundamental», «es importantísimo» (*Cosmopolitan*). Por otra parte, en torno a los tópicos analizados más arriba, aparecen enunciados modalizados por un «deber ser», en especial en torno a reclamos sociales y a exigencias domésticas: «debería estar mejor organizado [el cuidado infantil]», «debería haber una reformulación [de los roles domésticos]» (*Luna*, 2); «debe armar una infraestructura» (*Máxima*, 1). En algún caso, la opción por la maternidad antes que el trabajo aparece regida por modalidades variables y contradictorias, entre el deseo y la obligación: «el tiempo que ella quería», «yo necesitaba estar», «yo elegí», «no quedaba otra opción» (*Máxima*, 1).

En algunos casos se propone una estrategia de complicidad con los lectores, marcando los enunciados con valoraciones irónicas, por el uso de clichés coloquiales, de la contraposición entre la evaluación propia de sustantivos y adjetivos, del uso de diminutivos o hipérboles:

«madres desnaturalizadas», «felizmente descalificadas» (*Luna*, 1); «esos 'piropos'», «besitos y saluditos» (*Mía*, 2); «trabajar semidesnuda» (*Cosmopolitan*, 5). La ironía implica que emisor y lector comparten valores culturales que permiten reconocer la ambivalencia de las valoraciones.

Las evaluaciones axiológicas que marcan a los enunciados en el eje bueno/malo pueden encontrarse en rechazos al dominio masculino y la opresión de la mujer («masculino y machista», *Mía*, 2; «vetustos conceptos machistas», *Elle*, 1; «el peso aplastante de ese techo», *Cosmopolitan*, 4) o en la caracterización negativa del trabajo («condiciones alienantes», *Luna*, 1; «la horda de trabajo», «no pueden disfrutar con alegría», *Para Ti*, 4; «competencia feroz», *Cosmopolitan*, 4). Pero también hay un eje positivo en la valoración del trabajo femenino: «impeccable en su guardapolvo blanco» (*Luna*, 2); «trabajo tan ansiado» (*Mía*, 3).

Un rasgo particular también común al conjunto de las publicaciones es la presencia de evaluaciones que valoran en el eje axiológico a partir de una cuantificación: lo que se valora negativamente es un exceso en cierta cualidad y no necesariamente la cualidad misma. Esto aparece en relación al conflicto entre maternidad y trabajo («exagerada cuota de culpa», «optimismo excesivo», «hago veinte mil cosas», «leyes demasiado contemplativas», *Luna*, 1, 2, 5; «el precio es demasiado alto», «encima no tuvieron ni un segundo», *Para Ti*, 3); en cuanto a la adecuación de la vestimenta («estridencias», «muy corta», «demasiado ajustada», *Mía*, 3; «minifaldas supercortitas y transparencias», *Cosmopolitan*, 5); al conflicto entre afectividad y trabajo («ventilar tus angustias», «un llanto constante es un abuso», «renunciar a demasiadas cosas», *Cosmopolitan*, 1, 4; «mucho franqueza a veces está de más», «ser pura emoción», «exceso de sensibilidad», *Máxima*, 2) e incluso al trabajo valorado en sí mismo («puesto muy exigente», «metas demasiado altas», *Cosmopolitan*, 1, 4; «el mercado laboral es cruel, competitivo», *Máxima*, 1). El presupuesto dóxico básico que subyace a esta forma de valorizar axiológicamente una calificación cuantitativa es el que establece como valor al equilibrio entre los extremos, tematizado como: «lo más sano es asumir una posición intermedia» en la publicación en la que menos podría esperarse esta defensa de la moderación, *Cosmopolitan* (1).

2.5. Un mapa de las diferencias

Las revistas analizadas presentan perfiles heterogéneos en su constitución de un contrato de lectura y su lugar dentro del conjunto del discurso social, con diferentes reagrupamientos según el aspecto a tener en cuenta. Si bajo la determinación de género todas son reconocibles bajo una misma etiqueta «femenina», otras determinaciones hacen aparecer desigualdades en el conjunto. En primer lugar, desde su precio, su calidad, su frecuencia, hasta el tipo de tópicos que privilegian se manifiesta una estratificación de acuerdo al grupo social al que pertenecen las lectoras previstas por cada una: desde las que se dirigen a un público de clase media baja (semanales, de costo reducido, con predominio de lo doméstico en sus dimensiones estéticas y de labor) como *Única* y *Mía*, pasando por las que apuntan, semanal o mensualmente, a una clase media que vacila entre la valorización de lo estético y lo doméstico, *Máxima*, *Plena* (justamente las dos que desaparecen de circulación en 1997), hasta las que presentan una ampliación de sus intereses a territorios antes inexplorados por las revistas para mujeres, como lo laboral, lo tecnológico, la actualidad política y social, la sexualidad placentera y no reproductiva: novedades aportadas entre 1996 y 1997 por *Cosmopolitan* y *Luna*. Finalmente, contamos con aquellas publicaciones que se dirigen a una clase media alta, en las que predominan las dimensiones estéticas, en las cuales la dimensión del trabajo doméstico se reduce progresivamente a la esteticidad y lo laboral ocupa un mínimo espacio, si es que lo hace, y que presuponen una comunidad de valores culturales: *Para Ti*, *Marie Claire*, *Elle*.

La distribución de las publicaciones según su estrategia enunciativa no se superpone con su diferenciación por grupos sociales. Contrariamente a lo planteado por Verón (1997), que afirmaba que estas publicaciones no se diferenciaban por su contenido sino por su dispositivo de enunciación, mi análisis muestra que los tópicos privilegiados en cada caso establecen universos de lectura muy disímiles, mientras que el predominio del modelo enunciativo pedagógico es destacable. Con matices de mayor distancia o proximidad con las lectoras, siete de las nueve revistas femeninas argentinas analizadas (*Única*, *Mía*, *Luna*, *Elle*, *Máxima*, *Marie Claire*, *Plena*) establecen un contrato de lectura asimétrico, donde el enunciador posee el saber y lo ofrece a los

lectores, interviniendo fuertemente en su presentación, en consonancia con lo cual se da en la mayoría de los enunciados analizados un fuerte predominio de modalizaciones a través de las cuales el enunciador subraya la «verdad» de su enunciado y su propia situación de saber. Una excepción es el caso de un enunciadore distanciado no pedagógico en *Para Ti*, y la creación de un enunciadore cómplice: *Cosmopolitan*. Este último caso se puede relacionar con otro parámetro que distingue a esta revista de origen norteamericano de las demás: su selección de las lectoras por su edad y hasta estado civil. Es posible afirmar que «la *Cosmo*» se dirige a lectoras de entre 20 y 30 años (incluso menos), que trabajan, son solteras y no tienen hijos. En el horizonte de esta publicación no entran lo doméstico y la maternidad, sino el trabajo y la sexualidad.

Estas diferencias, menos profundas en la construcción de un perfil enunciativo y de lectura, más marcadas en la definición del universo temático o distribución de tópicos en cada una de estas revistas me llevan a insistir en la idea de que las identidades de género, entendidas como construcciones discursivas, no son unívocas, no se reducen a estereotipos. El cruce de las determinaciones de género, de clase social y hasta de edad hace evidente que las posibilidades que la doxa esboza para construir la identidad femenina hacen coexistentes modelos sujetos a la definición tradicional de mujer establecida por la Modernidad (*Mía, Única, Plena*), modelos incómodamente situados en la tensión entre roles tradicionales y nuevas posibilidades (*Máxima, Para Ti, Elle, Marie Claire*), modelos más o menos decididos a situarse en lugares nuevos para la mujer (*Luna, Cosmopolitan*).

Entre esos nuevos espacios está el ámbito laboral. En realidad, nuevo para la mujer desde que la Edad Moderna arrebató al trabajo de la esfera doméstica (en que lo había situado la Antigüedad) y lo transformó en condición para el reconocimiento de la ciudadanía y el ingreso a la nueva esfera de lo público social, excluyendo a la mujer del trabajo públicamente reconocido y reduciendo lo doméstico a las labores más elementales y el reino siempre caótico de la afectividad. Durante el siglo XX, la mujer fue cuestionando y desplazando esas exclusiones hasta imponer en la doxa, como una evaluación casi indiscutible, su capacidad para desarrollar tareas remuneradas y socialmente reconocidas fuera del hogar.

La conquista del ámbito laboral no se logra sin conflictos. Si en la doxa de los 90 no aparecen ya casi negaciones de la capacidad femenina para lo laboral (o afirmaciones de su incapacidad), la insistencia en reafirmarla y explicarla (las apelaciones a la «multifuncionalidad» femenina) hacen evidente que no se trata de un presupuesto socialmente consolidado todavía. La maternidad y la emocionalidad aparecen, no obstante, como fuertes obstáculos para una plena aceptación de la mujer trabajadora. En el primer caso, en la doxa argentina aparecen evaluaciones emergentes, todavía aisladas pero tal vez con posibilidades de profundizarse, que reclaman por una extensión mayor de lo social sobre lo doméstico, situando al cuidado infantil como responsabilidad de la «sociedad», y, por tanto, susceptible de ser tomado a su cargo por la administración estatal o comunitaria, superando la tradicional concepción moderna de la maternidad como consagración exclusiva de la mujer al cuidado y la educación de los hijos. El segundo obstáculo, la emocionalidad, también da lugar a evaluaciones emergentes aunque más extendidas que las anteriores, que sostienen una oposición entre valores masculinos (fuerza, poder, dominio, racionalidad) y femeninos (conciliación, diálogo, confianza, intuición) y un triunfo de los segundos sobre los primeros, tanto en los ámbitos familiares como laborales. Cuando el trabajo se desplaza del sector productivo al de administración y servicios, la fuerza y el dominio ya no son valores redituables, y los valores más «domésticos» del buen trato y la comunicación interpersonal se ven revalorizados.

Este valor de conciliación y no-confrontación se ve desarrollado en marcas axiológicas recurrentes, tal como analizamos más arriba, que evalúan de manera negativa la cuantificación hiperbolizada de ciertas características femeninas (la falda *demasiado* corta, el llanto *constante*, la culpa *exagerada*), y no las características en sí. Tanto en relación al conflicto entre trabajo y maternidad o afectividad, como en cuanto a la adecuación de la vestimenta o al trabajo valorado en sí mismo, subyace un presupuesto dóxico básico que establece como valor al equilibrio entre los extremos y que atraviesa todo el espectro de publicaciones analizado.

Por último, señalaré algunos elementos en relación a lo que Angenot analiza como *gnoseología* o *bases cognitivas* de una hegemonía discursiva, es decir «un conjunto de reglas que deciden la función cog-

nitiva de los discursos, que modelan los discursos como operaciones cognitivas» (1989: 13) y que corresponden a las maneras en que el mundo puede ser esquematizado por el lenguaje en determinado estado del discurso social. Un primer aspecto que hace a las tendencias cognitivas dominantes es la búsqueda de una sanción de lo que podemos llamar «saberes especializados», en general dentro del área de las ciencias sociales o humanas, para legitimar el discurso de estas publicaciones: psicólogos, sociólogos, médicos y diferentes especialistas son apelados para ofrecer «voces autorizadas» acerca de casi cualquier tema. La doxa se reafirma, paradójicamente, apelando a la ciencia. Este recurso cognitivo al saber legitimado aparece predominantemente en las revistas dirigidas a sectores medios, mientras que las revistas que se identifican con un público de clase media baja no apelan a sanciones de especialistas y las que se dirigen a lectores de clase media alta lo hacen esporádicamente, en especial en reportajes o como «material de consulta» no citado. Entre las que sí apelan a este recurso, lo que se incluya dentro de ese saber especializado tiene matices variados: *Cosmopolitan* recurre a autores de libros periodísticos o de autoayuda (emocional o empresarial) o a psicólogos; *Luna*, a psicoanalistas, filósofos, sociólogos, a menudo invocando la autoridad institucional de la universidad; *Para Ti*, si bien otorga poco espacio a estas sanciones, apela a psicoanalistas o historiadores, a un biólogo que desplaza su interés a las ciencias sociales; *Máxima*, a sociólogos y terapeutas ocupacionales, aunque en otras ocasiones no recurra a esta legitimación. Esta sanción de la doxa por un saber legitimado tiene entonces su lugar en el marco de las publicaciones destinadas a sectores medios y caracteriza más ajustadamente a las publicaciones más recientes e innovadoras, aunque las otras no sean ajenas a ella.

Hay otro elemento que aparece como un emergente dentro de las tendencias cognitivas propias de este sector del discurso social. En casi todas las revistas analizadas, se recurre para «ejemplificar» los temas planteados y dar un formato narrativo al desarrollo de la argumentación, a testimonios supuestamente pertenecientes a «gente común» o «casos típicos». La práctica habitual para identificar, en éstas y en otras publicaciones periodísticas, a esos hablantes citados es mencionar su nombre de pila y su edad, junto a otros datos pertinentes como profesión, estado civil, etc., pero obviando otros como el apelli-

do. Esta selección de la información pudo haber tenido en su momento un efecto de verosimilización, que se desplaza a un efecto de ficcionalización cuando en ciertas publicaciones (en especial aquellas de origen extranjero) se aclara que «los nombres han sido cambiados para preservar la intimidad de las personas». Frente a ese recorte y desplazamiento de la identificación de los sujetos hablantes, surge en otra publicación un dispositivo diferente: se agregan a los datos habituales el apellido (con la consiguiente inscripción en la legalidad del Registro Civil) y una foto que si bien puede ser de tamaño mediano y características de «instantánea», en otros casos es pequeña, rectangular y retiene sólo el rostro de la persona a identificar: casi una típica «foto carnet» para documentos oficiales. Este dispositivo³ por una parte verosimiliza y legitima el discurso de los mismos hablantes a quienes se cita, al referirlos como experiencias o saberes de personas reales. Por otra parte, legitima la «honestidad» y «veracidad» del enunciador base que se identifica como la voz de la publicación y no «inventa», no «miente». Pero para que ese dispositivo cumpla esos objetivos, debe existir un presupuesto cognitivo: existe una *verdad* en la experiencia personal, pero esa verdad debe ser respaldada y legitimada por la presencia física y si se quiere legal del sujeto, con su voz, su cuerpo y su nombre completo. La identificación es compleja: para sustentar el discurso de la propia vida se requiere como caución al rostro y a la filiación, la experiencia y la presencia. Esta «inmediatización del cuerpo como garantía de realidad»⁴ —del cuerpo y de la filiación— es la manifestación emergente de una tendencia cognitiva caracterizada por la *atracción (auto)biográfica* que se puede encontrar en otros soportes discursivos mediáticos, como por ejemplo en los exitosos y multiplicados *talk shows* televisivos, donde cada cual expone sus experiencias más íntimas ante la cámara, con la sanción de la doxa en boca de las conductoras y los espectadores. Si para estudiosos de la comunicación y la cultura contemporánea como Leonor Arfuch (1992) ésta es una tendencia que podemos considerar hegemónica en la cultura mediática del fin de siglo, el hecho de que en el sector discursivo analizado esto aparezca restringido a ser un elemento emergente que sólo se manifiesta en la más reciente de las publicaciones, sugiere una caracterización de las revistas femeninas como un sector conservador respecto a los cambios en los presupuestos cognitivos, aunque los cambios en las evaluaciones

sociales en torno a las identidades de géneros puedan encontrar en ellas un terreno más apto para reformulaciones y afirmaciones nuevas. O al menos, para los conflictos que ellas suscitan en su conjunción con las más antiguas.

Notas

1 Para simplificar las referencias, dada la abundancia de citas, se consigna en cada caso la revista a la que pertenece y el número de artículo que corresponde según la numeración asignada en el índice, donde se menciona el título completo del artículo y su fecha de publicación.

2 En *La condición humana*, Hannah Arendt distingue tres tipos de actividades humanas: la labor (corresponde al proceso biológico, ligada a las necesidades vitales, no deja huellas materiales), el trabajo (corresponde a una dimensión no natural, relacionada a la producción de un mundo material de cosas) y la acción (se corresponde al hecho de que el hombre vive en pluralidad, no se realiza por mediación de cosas o materias, es la acción política que abarca la praxis y la lexis, el discurso). Labor y trabajo, vinculados a la vida material y biológica, necesaria, pertenecían en la Antigüedad a la esfera doméstica y sólo la acción pertenecía a la esfera propiamente humana de lo público. Con la Modernidad y el avance de la esfera social sobre la pública, la acción se ve desplazada por la conducta social normalizada, y el trabajo se distancia del aspecto productivo para caracterizarse por el reconocimiento social y económico de una tarea (salario), con lo que se convierte en requisito y parte fundamental de la esfera pública social. La labor, sin embargo, sigue siendo privativa de lo doméstico, se vuelve su característica principal y a la vez oculta y silenciada.

3 Esta manera de identificar a los enunciadores citados con fotografías y nombres completos aparece en la revista *Luna*, que como ya he mencionado sale al mercado en 1997 con varias innovaciones en cuanto a su contenido y estructura. Otra revista aparecida en el mismo año, *Cosmopolitan*, si bien resulta novedosa en nuestro medio por su contenido, mantiene un formato que en su país de origen tiene más de dos décadas y para identificar a sus testimoniantes mantiene la «caución ficcional» que señalo. El dispositivo identificatorio de *Luna* aparece claramente como un emergente dentro del conjunto de publicaciones femeninas argentinas.

4 Estas últimas reflexiones se inspiran en lo planteado por Leonor Arfuch en un curso dictado en Córdoba, los días 1 y 2 de octubre de 1998.

3. La masculinidad en los 90

3.1. La construcción de la masculinidad

En la primera etapa del análisis, me detuve en aquellas matrices que exigen de los hombres la diferenciación de lo femenino, lo maternal, lo homosexual manifestadas en la persistencia, en los artículos de la revista *Máxima*, de las modalizaciones que marcan la relación del varón con la afectividad a través de un *no-saber*. El único aspecto vinculado a lo privado o a lo íntimo que se acepta en el hombre es el de una sexualidad que por lo general se reduce a la genitalidad, y que tampoco está modalizada por el *saber* sino por el *poder* y el *deber*. De allí tal vez la necesidad que se advierte en estos artículos de una reafirmación discursiva de su masculinidad, bajo la forma de los atributos y la potencia sexuales.

Otro elemento importante en la concepción de la masculinidad que surge de ese trabajo es la percepción de una amenaza: la «feminización» del hombre de fin de siglo. Esta amenaza se remite reiteradamente no tanto a la pérdida del espacio público tradicionalmente identificado con lo masculino, sino más bien a la pérdida de exclusividad en su ejercicio, a la necesidad de compartirlo con la mujer, pero sobre todo a la necesidad o exigencia (por parte de las mujeres) de incluirse participativamente en el espacio privado, doméstico o afectivo. En relación a esto último, la reconceptualización de la maternidad como un saber *que se adquiere*, ya sea a través de la experiencia propia o de la de generaciones anteriores, es decir, como un aprendizaje (y ya no un instinto vinculado esencialmente a la mujer, como había afirmado el siglo XIX), abre la posibilidad de que también los hombres desarrollen una paternidad activa, aunque en este caso las evaluaciones

sociales siguen descalificando, según aparece en los discursos analizados, la dedicación masculina al cuidado y la educación de los hijos. El aprendizaje masculino de la paternidad activa no sólo se refiere a las prácticas propias de lo doméstico y el cuidado y atención de los niños, sino que implica reformular la propia construcción de la masculinidad. La indisociabilidad de los atributos masculinos, su incapacidad de aceptar «contaminaciones» femeninas, evidencian la vigencia y la profundidad de la matriz binaria, la fuerza de las exclusiones que exigen demostrar permanentemente que un hombre no es una mujer y no es homosexual. Esta matriz binaria heterosexual actúa como presupuesto fundamental, como base tópica excluyente en el sistema de géneros vigente en la doxa de los 90, tal como aparece en la revista que analicé en esa oportunidad.

Uno de los especialistas más reconocidos sobre masculinidad, Michael Kimmel (1992), reseña y discute algunos aportes a la producción teórica sobre la masculinidad a fines de la década del 80 y comienzos de los 90. Sostiene que los nuevos textos sobre hombres, aquellos que participan de una visión feminista como los que subrayan una visión masculina distintiva, comparten una profunda ambivalencia acerca de la cuestión del poder en la vida masculina. La mayoría de los hombres, afirma Kimmel, se debate entre la rigidez de los viejos roles y la falta de modelos nuevos para suplantarlos, y los nuevos trabajos sobre masculinidad responden a esa encrucijada, ya sea a través de la premisa feminista de que los hombres deben confrontar su participación en el poder (especialmente los libros académicos), u ofreciendo medios de reforzar ese poder (en especial los ensayos de distribución masiva como los muy exitosos de John Bly).

Otro trabajo clave sobre la masculinidad es *XY. La identidad masculina*, de Elisabeth Badinter (1993). Francesa, proveniente de la historia y la antropología, no vinculada a las vertientes feministas post-estructuralistas representadas por Irigaray, Cixous y Kristeva, Badinter analiza las constantes y las variaciones en la construcción de la masculinidad en diferentes culturas y en diferentes momentos de la historia, en un recorrido que entrelaza antropología y psicoanálisis para abordar la identidad masculina desde una perspectiva de género.

El punto de partida de su trabajo es la constatación de que, incluso desde el lenguaje cotidiano, la masculinidad es un *objetivo*, un

deber-ser sujeto a dudas e inquietudes: «Desde el momento en que se le exigen al hombre pruebas de virilidad es porque ni él mismo ni los que lo rodean están convencidos de su identidad sexual» (Badinter, 1993: 16). La mujer no debe someterse a pruebas especiales que la confirmen como tal, y las dificultades de la masculinidad contemporánea residen en la contradicción que existe entre la necesidad de demostrarla y la ausencia de pruebas ciertas que la certifiquen. La virilidad es algo que el varón debe construir y defender. El feminismo de los años 60 contribuyó a esta situación de incertidumbre al acabar con los presupuestos de la superioridad «natural» del varón sobre la mujer. Éste fue el presupuesto fundamental de los sistemas patriarcales al menos durante toda la historia occidental, y el feminismo, según la autora, mostró su eficacia para desmontarlo en pocas décadas.

Badinter analiza dos situaciones anteriores en las que la masculinidad se vio ante situaciones de crisis: los siglos XVII y XVIII en Francia e Inglaterra (a partir de los cuestionamientos de las «preciosas» francesas) y el período entre fines del siglo XIX y comienzos del XX, cuando la crisis afectó tanto a Estados Unidos como a Europa. En el primer caso, la crisis se resolvió a partir de la Revolución francesa con el endurecimiento de las exclusiones que consolidarán el modelo genérico de la Modernidad. En el segundo, ante la «masculinización» de las mujeres que implicaba el avance femenino en educación, surge el extendido temor de la «feminización» del hombre.¹ La resolución de esta crisis, para Badinter, se encontró en la Primera Guerra Mundial.

La autora recorre la trayectoria de la construcción de la masculinidad desde el proceso genético y biológico por el que el embrión se desarrolla como masculino o como femenino. Analiza luego las consecuencias de la relación entre el hijo varón y la madre, y las dificultades que acarrea la ruptura de la fusión primordial con la madre. Retoma así algunas perspectivas en psicoanálisis que, oponiéndose a Freud, señalan que el proceso de adquisición de la masculinidad es más complejo que el de la adquisición de la identidad femenina, ya que implica la ruptura y la negación brutal de la etapa primaria de fusión con la madre. La masculinidad del niño se construye entonces de manera negativa, por oposición a la femineidad de la madre, y por extensión, a través del rechazo a todas las mujeres.

Recorriendo a la vez ritos de iniciación propios de sociedades tribales y novelas europeas y americanas contemporáneas, el trabajo arriba a la crítica del sistema de géneros modernos, organizado a partir de la Revolución industrial, cuando el trabajo masculino se traslada fuera de la casa y la maternidad se consagra como instinto y trascendencia. El padre queda así excluido de la dinámica familiar y su participación en ella se ve limitada a ser el proveedor económico y garante de la autoridad en última instancia. De esta manera, la figura paterna pierde su valor como modelo de identificación masculina, y a partir de las primeras décadas del siglo XX los jóvenes buscan sus modelos en la ficción literaria o cinematográfica. Pero los mejores modelos, sostiene Badinter, son *los semejantes*: actividades grupales y deportes colectivos son los lugares privilegiados de construcción de la masculinidad. No son tanto la expresión de un espíritu gregario, sino de «la necesidad de romper con una cultura familiar femenina para poder crear otra masculina» (1993: 155). Badinter se detiene en los Estados Unidos para analizar cómo el aprendizaje de los deportes colectivos conserva rasgos comunes con los ritos tribales de iniciación, que había analizado anteriormente; sus observaciones parecen pertinentes, por ejemplo, para analizar la relación de los varones argentinos con el fútbol:

[...] es allí donde [el niño] demuestra públicamente su indiferencia al dolor, el dominio de su cuerpo, su resistencia a los golpes, su voluntad de ganar y de aplastar a los demás. Donde prueba, en síntesis, que no es un bebé ni una niña ni un homosexual, sino 'un verdadero macho'. (Badinter, 1993: 156-157)

En las sociedades postindustriales, diversas voces se alzan expresando su nostalgia tras la desaparición de ritos de iniciación que marquen el paso del niño al mundo adulto masculino. Para Badinter, por el contrario,

[...] la masculinidad del mañana estará menos definida por una ruptura brutal con el mundo femenino impulsada por personas extrañas, que por la intervención –sin precedente– del padre desde el nacimiento. La nueva masculinidad se parecerá poco a la antigua, pero no perderá ni su fuerza ni su fragilidad. (1993: 161)

Este trabajo dedica un capítulo a explorar las diversas concepciones sobre la homosexualidad y su construcción en los discursos médicos y legales occidentales, constatando que la mayoría de las sociedades patriarcales tienden a identificar masculinidad y heterosexualidad; dado que el género se identifica con la orientación sexual, y la masculinidad por oposición a la feminidad, homofobia y misoginia son componentes importantes en la construcción de la identidad masculina. La autora insiste en subrayar

[...] *la importancia de la definición 'por oposición' de la identidad masculina*. La masculinidad heterosexual tradicional tiene, sin lugar a dudas, aspectos de carácter positivo tales como el status, el éxito, la fortaleza, la independencia, el dominio social de unos hombres sobre otros, y las relaciones sexuales con las mujeres. *Pero depende mucho más de la diferenciación que la identidad femenina* [...]. *Ser hombre significa no ser femenino, no ser homosexual, no ser dócil, dependiente, sumiso...* (Badinter, 1993: 192. El subrayado es propio.)

La situación actual de la masculinidad, caracterizada por la pérdida del presupuesto de superioridad, el debilitamiento de la imagen paterna, la falta de ritos de iniciación, es, según Badinter, un «dilema», una «encrucijada insoportable» para los hombres, debatidos entre las opciones de «mutilar su masculinidad o su virilidad; herir de muerte su 'alma femenina' o ahogarla en el seno materno» (1993: 208). La autora esboza, sin embargo, una tercera opción, la posibilidad de una nueva paternidad que dé origen a una nueva masculinidad. El dilema del hombre de fines del siglo XX lo convierte en un hombre que mutila una parte de su identidad: o mutila su parte femenina y se convierte en un *hombre duro*, un machista «que no se reconcilia nunca con los valores maternos» (Badinter, 1993: 211), o mutila sus rasgos más rígidamente viriles, el *hombre blando*, excesivamente identificado con su madre. Tras un extenso análisis de estas dos figuras masculinas extremas, la propuesta de Badinter toma cuerpo en lo que ella denomina «el hombre reconciliado». Esta imagen tiene en cuenta la noción de proceso, de conflictos y etapas que deben superarse; ilustra «la idea de dos elementos que tuvieron que separarse, e incluso oponerse, antes de reconciliarse» (p. 267), en un proceso dialéctico.

Este hombre adulto es capaz de reencontrarse con su feminidad primera, porque no ha sido formado en el odio y el desprecio hacia la mujer, pero también porque ha crecido con un padre muy diferente al distante y autoritario padre del modelo patriarcal. Este nuevo padre, condición necesaria para una nueva masculinidad, rechaza las limitaciones del modelo masculino tradicional y encuentra satisfacción personal en la participación activa en el cuidado y la educación de los hijos. No es que este modelo se halle consolidado en las sociedades occidentales; ni siquiera es común y no se generaliza sin conflictos (es difícil que los padres posterguen su profesión o su trabajo por la paternidad, aun cuando las leyes se lo permitan como en algunos países escandinavos). Pero su todavía incipiente aparición, de la que veremos algunos asomos en Argentina más adelante, lleva consigo para el varón la movilización de su feminidad original, de su capacidad de ternura y cuidado para hacerse cargo y proteger al bebé y al niño.

Esta potencial *revolución paterna*, «apenas perceptible hoy en día» (Badinter, 1993: 295) puede generar grandes transformaciones, en especial en la masculinidad, aunque antes deben cambiar sustancialmente las condiciones sociales de trabajo, legislación y educación. Las consecuencias del nuevo modelo paterno implican la posibilidad de que los niños dispongan de un modelo de identidad masculina que no rechace lo femenino, pero tampoco anule la virilidad, que establezca diferencias no jerárquicas entre hombres y mujeres, que sea capaz de movilizar su masculinidad y su feminidad para adecuarse no sólo a sus propias necesidades, sino a las del otro. El proceso de construcción de esta masculinidad no es sencillo y abarca etapas sucesivas de distanciamiento y reconciliación con la madre, pero no es en ningún caso el brutal y desgarrador aprendizaje de la adultez que llevaba al niño al odio hacia la madre y la constante incertidumbre de su propia virilidad.

Concluye así Badinter que no se trata de rechazar la masculinidad como el patriarcado rechaza la feminidad, sino de

[...] hacer el elogio de las virtudes masculinas que no se adquieran ni pasiva ni fácilmente, sino a costa de esfuerzos y exigencias, y que se conocen como autodomínio, deseo de supe-

ración, inclinación por el riesgo y el reto, resistencia a la opresión... Sin ellas no es posible la creación, ni siquiera la dignidad. Estas cualidades son patrimonio de todo ser humano, al igual que las virtudes femeninas. (1993: 303-304)

Unas y otras se necesitan para moderarse mutuamente. Las mujeres, dice esta autora, comprendieron esa complementariedad y «encarnan alegremente esa humanidad reconciliada» (Badinter, 1993: 304), y es de esperar que los hombres accedan pronto a esa concepción de las identidades genéricas que más arriba he caracterizado, siguiendo a J. Butler y B. Honig, como móvil, performativa, creativa.

3.2. Tópicos recurrentes

No en todas las revistas relevadas se encuentran artículos que den cuenta de los cambios por los que atraviesa la identidad masculina en los 90. Si bien en casi todas ellas hay notas referidas a los hombres como «el otro» de una relación amorosa, la preocupación por la identidad masculina y sus cambios no ocupan un lugar equivalente al que se destina a la indagación en la identidad femenina y su situación. Sin embargo, algunas publicaciones sí se ocupan de este tema, y si bien lo hacen esporádicamente, le destinan suplementos especiales o *dossiers* extensos. Es el caso de los suplementos o cuadernillos separados publicados por *Elle* (junio de 1997) y *Para Ti* (julio de 1997), y las dos oportunidades en que la revista *Luna* dedica sus *dossiers* a la «nueva masculinidad». *Cosmopolitan* destina en cada edición una columna de una página denominada «Ellos dicen...». Artículos más breves y aislados se encuentran en *Marie Claire*, *Plena*, *Única* y otras ediciones de *Para Ti* y *Luna*. Los criterios para realizar esta selección de artículos han sido varios: la presencia del eje temático de la masculinidad y sus cambios, en primer lugar; la presencia de una voz enunciativa identificada como «hombre», en segundo; la persistencia de imágenes masculinas (y femeninas) tradicionales, en último caso. Algunos de los enunciados seleccionados responden a más de uno de estos criterios, otros sólo se tomaron por la representatividad respecto de alguno de ellos.

- *Inaccesibilidad de los géneros*. Uno de los ejes temáticos que más se reiteran en los enunciados analizados y que parece funcionar como un presupuesto fundamental en la doxa es la matriz binaria que establece la *inaccesibilidad* de los géneros, la *otredad* mutua de hombres y mujeres como barrera que impide toda intercomprensión. Esto se traduce en tópicos como el *desconcierto* de hombres y mujeres ante las transformaciones de las prácticas que caracterizaban a los roles genéricos (suplementos *Para Ti*, 2 y *Elle*, 3; *Luna*, 7 y 6); la *resistencia* masculina ante los cambios en los roles femeninos (*Para Ti*, 1 y 2; *Luna*, 4, 7, 6), la *incomunicación* entre hombres —«no hablan»— y las mujeres —«no entendemos»— (*Para Ti*, 1 y 2; *Luna*, 7); las diferencias de *expectativas* y *objetivos* entre los géneros (*Luna*, 7; *Plena*, 1). Frente a este presupuesto de inaccesibilidad, algunos enunciados plantean como posibilidad, como objetivo, buscar la solución potencial: el *compañerismo* (*Para Ti*, 2; *Luna*, 6), la *comprensión* (*Luna*, 3): el hombre que comparte tareas domésticas, la mujer que entiende las dudas afectivas masculinas aparecen insinuadas como figuras que cruzan la barrera de la incomunicación genérica.

- *Persistencia de estereotipos*. En consonancia con la estabilidad de la matriz binaria y la mutua exclusión de los géneros, resulta más que significativa la recurrencia de tópicos que señalan la persistencia de estereotipos femeninos y masculinos, en especial en aquellos artículos cuya voz enunciativa se identifica como masculina. Así, una nota del suplemento de *Para Ti* que resume opiniones de dos grupos de hombres de entre 30 y 50 años se convierte en un repertorio de clichés burdamente descalificatorios: la mujer charlatana y tonta; la «feminista inaguantable»; la «histérica» como sinónimo de escandalosa y gritona; la que gana dinero y «humilla y basurea» a su marido; todas caracterizadas por su deslealtad o capacidad de traición, o por sus caprichos, o su sensibilidad; además, por supuesto, nos encontramos con la primacía de los roles de esposa y madre. Los hombres, por su parte, se describen a sí mismos como discretos, amigos leales, nobles; cuando se menciona a los «machistas», se contraponen el estereotipo del «hombre dominado»; otros «tipos» de hombres mencionados son el derrochón, el soberbio, el soñador y el ganador, el mujeriego y el maricón. Los parámetros de clasificación son explícitamente formulados: económicos y sexuales («¿si no, cuál más?»), manifestando así la persistencia de

las matrices modernas más rígidas que definen la masculinidad por el rol de proveedor de la familia y el ejercicio incuestionable de la (hetero)sexualidad. Este artículo es evidentemente un caso extremo, que hace que la enunciativa que lo presenta, identificada como mujer, tome distancia de su contenido («Es para ponernos coloradas»). La rigidez de las caracterizaciones hechas por estos hombres pone su discurso en el límite de lo aceptable, como un elemento residual con escasa legitimidad para las receptoras mujeres. La pregunta es si ese discurso resulta realmente aceptable para los varones como individuos, o si ese núcleo surge como respuesta a la situación de grupo exclusivamente masculino, como efecto de la necesidad de afirmar la propia masculinidad ante los otros hombres, de no evidenciar debilidades, dudas o fisuras en esa construcción frágil y que, como señala Badinter, debe siempre ser defendida y reafirmada.

Sin llegar a estos extremos, en varios artículos aparecen tópicos que refuerzan esta persistencia de los estereotipos más tradicionales: la mujer «que no se puede presentar a mamá» porque «está vestida como prostituta»; el hombre al que todavía se le pide «que sea proveedor» (*Luna*, 7); la identificación masculino/acción, femenino/emoción (*Para Ti*, 1); la idealización de la maternidad (*Cosmopolitan*, 3). En algunos casos, los estereotipos se desarrollan con cierta amplitud, aunque sin llegar a los extremos despectivos y discriminatorios del primer artículo que mencionamos: en el artículo de *Marie Claire* (2) que reúne testimonios de *hombres abandonados*, aparece la imagen de la «arpía»: una mujer que reúne sensualidad, traición, falta de sentimiento maternal, y por si fuera poco es gastadora. La revista *Única* (1) presenta una nota en torno a la desaparición del hombre protector, a la manera dictada por la doctrina del amor cortés, del defensor a capa y espada. Varios personajes famosos (varones) hablan sobre «la última vez que salieron en defensa de una mujer», y las contraposiciones entre mujeres miedosas/hombres valientes, agresividad masculina/intuición femenina atraviesan todos los enunciados incluidos en el artículo; sin embargo, la desvalorización implícita hacia la mujer en estos enunciados es matizada recurrentemente por la afirmación de que «las mujeres saben cuidarse solas». El hecho de que estos enunciados, producidos por cada enunciatador individualmente, suavicen las valoraciones que resultan desvalorizadoras hacia las mujeres, refuerza mi hipótesis de que los

enunciados más estereotipados y arcaicos se producen ante la circunstancia de una enunciación grupal, como un modo de reforzar la masculinidad ante los otros varones.

Dos artículos de la revista *Plena* (1 y 3), enunciados por una mujer, también refuerzan figuras estereotipadas, aunque sin el matiz despectivo: se trata de la mujer ama de casa y el hombre como único proveedor, despreocupado de lo doméstico.

- *Conflictos con el rol tradicional*. La persistencia de los roles tradicionales aparece, por otra parte, como una serie de elementos que se perciben como negativos dentro del rol tradicional masculino. En primer lugar, la *dificultad para cumplir con el rol de proveedor* que la configuración moderna del sistema de géneros había consagrado como tarea específica y exclusiva del varón. Esta dificultad se relaciona con situaciones contextuales, políticas y económicas como el desempleo (*Para Ti*, 2; *Luna*, 6) o la cultura consumista que no puede sustentarse con un solo sueldo (*Para Ti*, 2). Pero en especial, la dificultad para cumplir el rol de proveedor se presenta en relación con el acceso de la mujer al mundo laboral, lo que genera un simple desconcierto ante la pérdida de la autoridad que brindaba ser el único sostén económico del grupo familiar (*Luna*, 4 y 7; *Para Ti*, 2). Esto puede verse en el temor que produce la inversión de los roles cuando la mujer gana más dinero que su marido o es la única que tiene trabajo (*Para Ti*, 2; *Luna*, 6) o incluso en la presentación de la inserción laboral femenina como *causa* del desempleo masculino (en el suplemento especial de *Para Ti*, los grupos de hombres afirman que «hasta el gobierno dice que parte de la desocupación es culpa de que las mujeres salieron a buscar empleo»).²

Otro aspecto del rol tradicional que se percibe negativamente es la *masculinidad como negación de sentimientos*. Esto se traduce en una incomprensión no de un género hacia el otro, sino del hombre hacia sí mismo, hacia un aspecto de su personalidad que no domina del modo en que domina su actuación laboral, física o sexual, y que es potencialmente desestabilizador de una masculinidad que tiene como uno de sus mandatos fundamentales la negación de las «femeninas» emociones (*Para Ti*, 2; *Luna*, 7). El reconocimiento y la comprensión de las emociones propias son presentadas como «signaturas pendientes», «necesidades» de los hombres de los 90, como un conocimiento

aún por adquirir. Hombres y mujeres actuales, sin embargo, siguen siendo definidos por la oposición básica racional/emocional: los hombres hablan de «fórmulas, soluciones, resolver, definiciones» y las mujeres de «estados de ánimo, sentimientos, emociones, sensaciones» (*Para Ti*, 1).

- *Elementos emergentes de la masculinidad*. En relación con los rasgos negativos del rol masculino moderno, aparecen otros elementos que se presentan como emergentes positivos o, en algunos casos, ambivalentes. Es el caso de la «caída del hombre duro», que se desarrolla junto al surgimiento de un nuevo «hombre blando», poniendo el énfasis en la capacidad de expresar emociones (*Luna*, 4), la vulnerabilidad ante los sentimientos amorosos (*Cosmopolitan*, 2; *Marie Claire*, 2) y la desaparición del hombre protector de capa y espada (*Única*, 1). Estos elementos emergentes son valorados de manera positiva por las voces enunciativas identificadas como mujeres, mientras que las voces masculinas los presentan de una manera a veces negativa, como fuente de desconcierto y pérdida del lugar masculino tradicional, y a veces positivamente, como recuperación de una parte de su persona o liberación de un rol impuesto y limitador.

En el marco del debilitamiento de la rigidez del modelo masculino moderno, aparecen elementos más sorprendentes y distanciados de las pautas fijadas por la modernidad, en especial una creciente *preocupación estética por el cuerpo masculino*, tematizada como la aparición del «hombre objeto»: el suplemento de *Elle*, «Hombres», dedica gran parte de su espacio a publicidades de perfumes y cosméticos masculinos, así como a mostrar moda para hombres, y a tratar el tema de la construcción del cuerpo ideal en gimnasios y con cirugías estéticas, y sus posibles consecuencias negativas. En estos artículos, como en el dossier de *Luna* (4), se presenta esta nueva visión de la masculinidad como generada desde los medios masivos de comunicación: cine y publicidad ofrecen imágenes estéticas de cuerpos masculinos como antes ofrecían imágenes femeninas: surge el «hombre objeto». Frente a esas imágenes, el hombre común aumenta su preocupación por el cuerpo y el consumo de cosméticos (*Luna*, 4; *Para Ti*, 2).

Por otra parte, el rasgo emergente más reiterado y el que concita unánimes valoraciones positivas es el que determina el ejercicio de una *paternidad activa*, un nuevo modelo de padre muy diferente al

distante, proveedor y única autoridad familiar que había instituido la modernidad (*Para Ti*, 2; *Elle*, 3). Este ejercicio activo de la paternidad es presentado no desde la responsabilidad y el deber, sino desde el placer o la necesidad afectiva (*Luna*, 4; *Cosmopolitan*, 3; *Única*, 1), es decir, como la fuerte relación afectiva con los hijos. Esta nueva paternidad se contrapone a la visión estereotipada de los géneros que aún tiene hegemonía en la sociedad (en *Luna*, 3 se plantean las dificultades para que los jueces, ante un divorcio, otorguen la tenencia de los hijos a ambos padres en forma compartida, aún a su pedido). Curiosamente, mientras que el rol materno femenino planteado en la modernidad identifica cuidado y dedicación a los hijos con cuidado del hogar y tareas domésticas, el ejercicio masculino de la paternidad no implica una dedicación paralela o equivalente a las labores domésticas. De hecho, la posibilidad de que el hombre se dedique a tales labores sólo se menciona con connotaciones negativas, como manifestación de la pérdida de la masculinidad que se asocia al desempleo (*Luna*, 6) o como elemento de conflicto en la pareja, dentro del esquema tradicional «ama de casa preocupada sólo por la limpieza/hombre trabajador y desordenado» (*Plena*, 1).

Al parecer, los hombres son más selectivos que las mujeres al momento de transgredir la exclusión entre lo público y lo privado. Mientras las mujeres *suman* el trabajo remunerado a sus ocupaciones tradicionales como madres y amas de casa, con los conflictos que esto suscita y que analicé en el capítulo anterior, los hombres acceden a aquellos ámbitos de lo privado que se presentan como fuente de mayor conocimiento de sí mismos (afectividad) o como fuente de placer y sentido de trascendencia (paternidad activa), mientras que se mantienen a prudente distancia de las tareas domésticas, desvalorizadas, poco creativas y aparentemente estériles (pese a su papel esencial en la conservación de la salud y la vida misma, prácticamente ignorado).

3.3. Circulación de ideologemas

La imagen más recurrente para describir la situación de los hombres en los 90, frente al resquebrajamiento de las matrices modernas de exclusión entre lo público y lo privado, es la del desconcierto, el ma-

reo, la duda: sin dudas, el sentimiento de una *des-territorialización*³ que se expresa en términos muy claros: «el hombre ya no sabe quién es ni cuál es su lugar» (*Para Ti*, 2); «Están mareados, es evidente» (*Luna*, 7). No se trata sólo de la pérdida del lugar que la modernidad le había otorgado, sino de las dificultades para imaginar y construir un nuevo lugar masculino, capaz de estar en armonía con las transformaciones que las mujeres han provocado en sus roles: «el hombre está descolocado ante la invasión femenina en distintas áreas de poder» (*Elle*, 3); «Las mujeres cambiamos, y mucho. Ellos, sin muchas ganas, algo» (*Para Ti*, 2). Si las mujeres impulsaron cambios en el excluyente sistema genérico moderno de manera afirmativa como respuesta a sus necesidades y para revertir la opresión patriarcal, los cambios masculinos que se insinúan parecen no responder a las necesidades masculinas, sino al impulso del avance femenino: «Los hombres no se sienten muy dueños de su situación» (*Luna*, 7). Al menos, así se lo plantea en el discurso de las revistas femeninas, destinado a las mujeres, si no emitido por ellas.

Estos cambios en los roles genéricos femeninos, en especial el acceso a la esfera pública del trabajo remunerado, antes territorio exclusivamente masculino, provocan reacciones que van desde la incomodidad («uno de los lugares clásicos de fricción y desaliento para el hombre de hoy es ver a la compañera en posiciones exitosas, de mayor protagonismo, algo que pone en crisis el poder masculino que antes se detentaba sin cuestionamiento», *Luna*, 4; «por lo general es el varón el que formula las quejas, pero son los dos los que se sienten incómodos», *Luna*, 6), hasta el desconcierto («este varón disminuido, lleno de dudas e incertidumbres por el avance de la mujer», *Luna*, 4) o la sensación de pérdida de su identidad como hombre al verse despojado de la autoridad que el rol de único proveedor traía consigo («un hombre que gana menos que su mujer suele sentirse disminuido en su virilidad», *Luna*, 6; «siempre fue ella quien aportó la mayor parte del dinero... La empecé a perder desde que me negué a ser un hombre», *Marie Claire*, 2).

- *Inaccesibilidad de los géneros*. Como se vio al analizar los tópicos recurrentes, cuando las revistas *femeninas* abordan la cuestión de la identidad *masculina*, surgen recurrentemente ideologemas que señalan una inaccesibilidad, una imposibilidad fundamental de compren-

sión entre los géneros (ya sea que las voces enunciativas se presenten como hombres o como mujeres). Esta inaccesibilidad presenta diferentes matices. En primer lugar aparece la incomunicación, la incapacidad de comprensión: de las mujeres hacia los hombres («el problema es que no los entendemos», *Para Ti*, 2), o mutua («Nos tenemos miedo. Ellas a nosotros y nosotros a ellas», *Luna*, 7). En alguna ocasión se presenta como una falta de comunicación por parte de los hombres («no dicen lo que quieren, no saben lo que dicen o quieren lo que no saben», *Luna*, 7); las voces masculinas ofrecen otra versión del mismo ideograma: «no es que los hombres no quieran responder: no pueden», *Para Ti*, 1).

Otro matiz es el de las diferencias de expectativas o de objetivos entre hombres y mujeres, que aparecen separadas por límites casi infranqueables («Uno no se anima a preguntar qué es lo que quiere el otro», *Luna*, 7), en especial en torno a las relaciones afectivas: «La realidad es que las mujeres estamos más pendientes y esperamos más de las relaciones que los hombres» (*Plena*, 1), aunque a veces se reducen a cuestiones cotidianas y domésticas: «En cambio, el hombre tiene objetivos más ‘importantes’ que darle el gusto a su mujer y no dejar, por ejemplo, el toallón mojado sobre la cama» (*Plena*, 1).

Son voces femeninas las que sugieren la posibilidad de superar las diferencias y contradicciones entre los géneros, proponiendo el compañerismo («mientras los hombres atisban desde la incertidumbre, lo único que parece claro es que el futuro podría imaginarse desde un reparto mínimamente equitativo de identidades», *Luna*, 4) y la actitud de comprensión («Cuando los hombres buscan compartir sus dudas corporales, tienen la ventaja de encontrar una oreja compasiva en sus compañeras», *Elle*, 3). El presupuesto de la inaccesibilidad de los géneros parece tener mayor vigencia y persistencia en el discurso enunciado por voces masculinas: «¿Qué pueden hacer las mujeres para ayudarnos a salir de ahí? Mi respuesta es: las mujeres no pueden hacer nada» (*Para Ti*, 1).

- *Persistencia de estereotipos*. Uno de los rasgos más destacados en este discurso sobre la identidad masculina, tanto en los que enuncian hombres como en los que enuncian mujeres, es la recurrencia de ideogramas que reiteran estereotipos de género, aquellas imágenes

femeninas y masculinas que responden a las exclusiones más rígidas de la modernidad.

Es posible establecer una gradación en estas figuras estereotipadas, entre aquellas que se limitan a presentar atributos femeninos y masculinos como mutuamente excluyentes, hasta aquellas que reproducen valoraciones despectivas y hasta ofensivas hacia las mujeres, pasando por las que reproducen la vigencia de los roles tradicionales de esposa y madre y hombre proveedor.

En primer lugar es posible mencionar aquellos ideogramas que postulan atributos diferentes para hombres y mujeres, siguiendo exclusiones formuladas en modelos genéricos incluso anteriores a las definiciones modernas, como aquellas que identifican lo masculino con la acción y la racionalidad, y lo femenino con la pasividad y la emoción: «Los varones tenemos un lenguaje efectivo. Hablamos sobre temas concretos (política, economía, negocios, deporte, tecnología) y lo hacemos para resolver cuestiones»; «Los estados de ánimo, los sentimientos, las emociones, las sensaciones (...) pertenecen al mundo de lo abstracto y ese mundo, según nosotros creemos, es 'femenino'» (*Para Ti*, 1); «Creo que los hombres tenemos la agresividad necesaria para ejecutar acciones, así como las mujeres nos protegen con el don de la intuición» (*Única*, 1); «Normalmente son las mujeres las que sufren la terrible experiencia de ser abandonadas por sus parejas» (*Marie Claire*, 2).

Si bien estas asignaciones de atributos aparecen en enunciados diversos, su menor recurrencia los hace aparecer como elementos residuales, que aunque permanecen activos en la doxa, están perdiendo su vigencia y aceptabilidad. Resulta mucho más significativa la recurrencia de ideogramas que se sustentan en la dicotomía moderna entre espacio público (laboral) masculino y espacio privado (doméstico) femenino. Estos ideogramas son muy abundantes y aparecen especialmente enunciados por voces masculinas, pero también en algunos artículos enunciados por voces femeninas.

La imagen de la maternidad como tarea exclusiva y trascendente de la mujer es una de las que surgen en primer lugar: «La mujer debe tener tiempo disponible para su marido y la familia, no para que se lo maneje otro tipo en el laburo»; «siempre es el hombre el que para la olla. La lógica lo indica así: la mujer tiene que cuidar a los hijos» (*Para*

Ti, 2). Junto a éstas, las imágenes de la «reina del hogar», la mujer dedicada a las tareas domésticas, también ocupan un lugar: «En la mayoría de las parejas existe una suerte de contrato en el cual generalmente el hombre puede ser desordenado mientras que la mujer (es una de sus virtudes) se encarga de organizar un poco el mundo de él»; «Por lo tanto, al iniciar la convivencia las mujeres sentimos justificada nuestra existencia manteniendo impecable ese paraíso terrenal que es nuestro hogar» (*Plena*, 1).

La contrapartida masculina de estas imágenes tradicionales, el hombre como proveedor y autoridad familiar, también se enuncia: «Ponerle las pilas para que él progrese es uno de los roles principales de la mujer»; «Los hombres están muy exigidos socialmente, sienten que tienen que poderlo y saberlo todo, ser una especie de superhéroes»; «Si bien es el hombre el que, en última instancia, decidirá qué hacer con sus proyectos, la mujer podrá acompañarlo»; «Cuando el marido elige consultar a su mujer acerca de ciertos proyectos, debemos opinar con criterio» (*Plena*, 3). Estos ideogramas ponen el acento en el rol subordinado y de mero acompañamiento, sin posibilidad de decisiones propias, que la tradición moderna asignaba a la mujer; en otros casos, se acentúan las exigencias femeninas que perpetúan esos atributos: «cuando suena la alarma biológica de una mujer, lo que importa es un compañero que aporte un sueldo jugoso» (*Cosmopolitan*, 3); «Al hombre se le pide todavía que sea el proveedor y al mismo tiempo dulce, tierno, que se emocione» (*Luna*, 7).

En otros casos, se reproducen las figuras masculinas caracterizadas por los atributos de valor, protección, arrojo: «Desde el principio de los tiempos, por hache o por be, las mujeres hemos sido las miedosas de la película. Pero siempre había alguien dispuesto a protegernos»; «A ellos, en cambio, les tocó el papel de valientes y protectores»; «Siempre entendí que como hombre, por naturaleza, mi deber es defender a las mujeres y a la mía en particular» (*Única*, 1). También la figura del mujeriego y la mujer que logra reformarlo encuentran su lugar: «Yo estaba fascinada y no me molestaban sus coqueteos porque en definitiva, su único refugio eran mis brazos» (*Plena*, 1).

Por último es posible señalar la persistencia de los estereotipos femeninos más negativos, caracterizados por la falta de inteligencia y de lealtad, la promiscuidad sexual, la tentación que lleva al hombre a

traicionar: «También están las lindas, las inteligentes y... (risas) la mayoría»; «La amistad es más leal entre los hombres... Las mujeres no conservan siempre su grupo de amigas» (*Para Ti*, 2); «A ninguna de estas mujeres se las puedo presentar a mi mamá... están vestidas como prostitutas» (*Luna*, 7); «Ella me pareció irresistible, y sin importarme en lo más mínimo que fuera la pareja de un amigo, me propuse seducirla. [...] mi trofeo de donjuán me costó la amistad con Miguel» (*Marie Claire*, 2). Cabe señalar que estos estereotipos discriminatorios y descalificadores aparecen siempre enunciados por voces masculinas.

- *Conflictos con el rol masculino tradicional*. Frente a la persistencia de los estereotipos que acabo de señalar, son también recurrentes los ideogramas que plantean conflictos y dificultades en el cumplimiento de los roles masculinos tradicionales. Entre los más conflictivos aparece el rol de proveedor y único sostén económico de la familia, amenazado por el desempleo («Un varón desempleado tiene su identidad resquebrajada, porque la identidad del varón está construida a partir de su papel de productor y proveedor»; «El hombre estaba acostumbrado a construir su identidad peleando por la comida, aun contra otros cazadores. En la realidad esto no es así», *Para Ti*, 2) y las dificultades económicas («un hombre que gana menos que su mujer suele sentirse disminuido en su virilidad»; «los hombres se ven impedidos de pedirles [a sus esposas] que renuncien porque es raro que con un solo ingreso sea posible afrontar los gastos», *Luna*, 6), o cuestionado por su misma rigidez («otro de los problemas masculinos es el peso del rol... ser proveedores, fuertes, continentales, valientes, ganar dinero y ser sexualmente potentes», *Luna*, 7).

Otro elemento que provoca conflictos con el mandato moderno es la fisura que generan los cambios provocados por las mujeres, que se traduce en: un desafío ante la competencia de la mujer que trabaja («uno de los lugares clásicos de fricción y desaliento para el hombre de hoy es ver a la compañera en posiciones exitosas, de mayor protagonismo, algo que pone en crisis el poder masculino que antes se detentaba sin cuestionamientos», *Luna*, 4; «siempre fue ella quien aportó la mayor parte del dinero. Ahora que puedo pensar las cosas con calma, me parece que ésa fue una de las razones que hizo que mi mujer me dejara», *Marie Claire*, 2); o en una exigencia de un compromiso emocional que se suma a las exigencias económicas y del que el hom-

bre todavía se siente excluido: «encima de que carga con el peso secular de deber ser proveedor de sexo y dinero, tiene que bancarse la crítica de las mujeres...» (*Luna*, 4); «al hombre se le pide todavía que sea proveedor y al mismo tiempo dulce, tierno, que se emocione»; «Lo primero que te dicen es que no quieren ningún compromiso»; «no quieren ponerse de novios porque tienen miedo de engancharse» (*Luna*, 7). La construcción de la masculinidad como negación y exclusión de los sentimientos femeninos y maternos de la que habla Badinter⁴, muestra toda su vigencia en estos ideologemas y se despliega recurrentemente en especial en enunciados emitidos por voces masculinas: «Para ser varón, desde chiquitos nos dijeron que había que poder pelearse, no llorar, no dudar, tener bastantes minas»; «La ternura masculina hay que construirla» (*Para Ti*, 2); «Desde hace mucho a los hombres se nos ha enseñado a no meternos en el mundo interior, en los pliegues del alma, en la maraña de los sentimientos»; «Esa es nuestra asignatura pendiente. Entrar al mundo de nuestras emociones profundas, de nuestras cuestiones más postergadas» (*Para Ti*, 1).

- *Elementos emergentes*. Para complejizar aún más el panorama de la identidad masculina, mientras algunos enunciados reafirman los estereotipos tradicionales y otros ahondan en sus aspectos conflictivos, un último grupo de ideologemas aparece con cierta recurrencia: los que plantean la desaparición irrecuperable del rol masculino moderno, la *caída del «hombre duro»*, que en algunos casos se enuncia explícitamente como un hecho consumado e irreversible: «Ha muerto el capo, el macho, el rey del hogar, y ninguno ha salido en su reemplazo» (*Luna*, 4); «¿Por qué entonces, esta sensación de que al último que vimos jugarse la vida por su dama fue a Mel Gibson...?» (*Única*, 1). A estos se suman los ideologemas que anuncian la aparición de un nuevo modelo masculino, caracterizado por los atributos de la emocionalidad y la afectividad que antes se excluían de la identidad masculina: «asoma en el paisaje un nuevo hombre que se anima a asumirse como vulnerable» (*Luna*, 4); «aunque para muchos éste sea un problema básicamente femenino, los casos de hombres abandonados sí existen y han aumentado durante los últimos años» (*Marie Claire*, 2).

Un aspecto particular de este nuevo modelo de hombre es la creciente preocupación estética por el cuerpo masculino, el surgimiento mediático de un «hombre objeto» que reúne belleza física y accesi-

bilidad afectiva: «La imagen masculina reflejada por los medios es la que predomina en el espíritu de las mujeres: un hombre soft, vulnerable en su desnudez, listo para ser consumido, como lo fue desde siempre el cuerpo femenino» (*Elle*, 3). Esta nueva imagen masculina no recibe valoraciones homogéneas: en algunos casos se la cuestiona («no sólo hay un culto al cuerpo de los hombres, hay una exigencia física y de la estética que tiene que ver con la falta de otros valores», *Elle*, 3) y en otros, se la recibe como un paso más hacia la equidad de los géneros («encuentro muy sano este nuevo equilibrio entre los sexos», *Elle*, 3). Los espectadores no permanecen ajenos a esta tendencia fomentada por los medios, y su acceso al territorio antes femenino de la cosmética y el cuidado personal ya no está estigmatizado: «no les da vergüenza ser coquetos» (*Luna*, 4).

El rasgo más sobresaliente de estos elementos emergentes es la búsqueda y la valoración de una nueva *paternidad activa*, una relación del padre con sus hijos que abarca cuidados, compromiso afectivo, cercanía y compañerismo: «los padres jóvenes se están involucrando más en la relación con los hijos» (*Para Ti*, 2); «Y no es que ahora muera por casarme, pero quiero tener hijos»; «transformarse en el Sr. Mamá ya no es un concepto tan extraño» (*Cosmopolitan*, 3). Esta nueva forma de enfocar la paternidad está cargada de valores positivos, como experiencia personal afectiva («van dándose cuenta de que la crianza de un hijo es algo muy enriquecedor», *Para Ti*, 2) y como sentido de trascendencia («Habrà alguien para continuar mi legado cuando me haya ido y para cuidarme cuando sea viejo», *Cosmopolitan*, 3); «El perder contacto con los chicos produce un gran vacío y una pérdida total del sentido de la vida», *Luna*, 3). Este elemento emergente se relaciona también con el acceso femenino al mundo de lo público-laboral, que abre la posibilidad de que el hombre comparta el mundo privado y familiar de la paternidad con un mayor nivel de compromiso y participación: «quiere ser mejor padre y ocupar un lugar junto a los hijos que las mujeres dejamos un poco vacante» (*Elle*, 3); «Hoy la mujer sale igual que el hombre, los roles de la crianza se comparten... Están en condiciones de cuidarlos» (*Luna*, 3); «hay un montón de mujeres que viven bien, adoran su profesión y necesitan un tipo como yo: un amo de casa que se quede con los chicos mientras ellas se realizan paredes afuera» (*Cosmopolitan*, 3).

3.4. Marcas evaluativas

Estos ideogramas que se presentan de manera explícita en los enunciados me han permitido analizar evaluaciones sociales en torno a la identidad masculina que aparecen como emergentes y su confrontación con la persistencia de estereotipos y evaluaciones más antiguas. A partir de las marcas evaluativas como manifestación de presupuestos dóxicos, analizaré en especial las modalidades virtualizantes y actualizantes que modifican el ser y el hacer de los hombres en estos enunciados. Entre las primeras, Greimas (1982) ubica el *deber* y el *querer*; entre las segundas, el *poder* y el *saber*. En el análisis actancial que propone este autor, estas modalidades son las condiciones o competencias necesarias para que el sujeto lleve a cabo su hacer o transforme su ser.

La masculinidad como identidad en permanente construcción y afirmación, es un espacio donde estas modalidades se ponen en juego constantemente, y por lo general se trata de una modalización del ser masculino, no tanto de su hacer. En gran parte de los enunciados analizados, estas modalidades aparecen en su aspecto negativo, como carencia, pérdida, privación.

Un «no saber» caracteriza a la identidad masculina en sí misma, la que ha perdido sus certezas para transformarse en el lugar incierto de la des-territorialidad: «se pregunta qué lugar ocupa», «ya no sabe quién es ni cuál es su lugar» (*Para Ti*, 2); «no tiene nada que le sirva como referencia o explicación sobre qué se espera de él: ser varón»; «los hombres atisban desde la incertidumbre» (*Luna*, 4); «ya no saben lo que se espera de ellos» (*Luna*, 7).

Pero también los nuevos atributos emergentes de la masculinidad se ven modalizados por este no saber, como la preocupación estética por el cuerpo masculino o la participación en el trabajo doméstico («no sabe si se tiene que teñir el pelo ni si está dispuesto a lavar los platos», *Elle*, 3), la manifestación de su afectividad («no sabe muy bien qué o cómo debe sentir, y si debe expresarlo», *Luna*, 4), o como la relación con las mujeres entendidas como una otredad, definida por la imposibilidad de comprensión («tampoco saben qué esperan ellos de una mujer», *Luna*, 7; «cuando nos preguntan por nuestra interioridad no sabemos responder», *Para Ti*, 1).

La masculinidad, a pesar de las transformaciones que se insinúan, sigue estando muy marcada por un *deber-ser* que define de una u otra manera las posibilidades de ser efectivamente un hombre: «mandatos y poderes otorgados para ejercer su masculinidad», «debemos ser eficaces para competir, acumular, poseer» (*Para Ti*, 2); «subsiste la idea patriarcal de que la tiene que proteger» (*Luna*, 7); «siempre entendí que mi deber es defender...» (*Única*, 1). Nuevos «deberes» se suman en los 90, acrecentando incertidumbre al contradecir algunos mandatos tradicionales: las exigencias estéticas («deben cuidar su cuerpo», *Elle*, 3), el requerimiento de manifestar su afectividad, que como vimos es entendida como manifestación de debilidades («tienen que hacerse cargo de su propia debilidad, de su propio no saber, no poder», *Luna*, 7).

A ese «no saber» sobre su propia identidad, a la contradicción entre deberes tradicionales y nuevas exigencias, se suman en la cuenta de las incertidumbres masculinas la carencia del «poder», la otra modalidad actualizante que permite llevar a cabo lo que se debe o se quiere hacer: no se pueden cumplir viejos mandatos («ya no puede ser aquel viejo boy scout», *Luna*, 4; «no fui capaz de enfrentar mi realidad», «me fue imposible encontrar otro trabajo», «me negué a ser un hombre», *Marie Claire*, 2), pero tampoco a veces es posible cumplir con los nuevos, tales como la manifestación de la afectividad o el ejercicio de una paternidad activa («Los define la sensación de impotencia frente al hecho de no tener más contacto con sus hijos», *Luna*, 3; «no es que no quieran responder: no pueden», *Para Ti*, 1).

Señalemos para concluir este análisis de las modalidades actanciales que rigen la construcción de la identidad masculina, que en los enunciados analizados aparece en muy pocas ocasiones la modalidad fundamental y virtualizante del querer-hacer. En varias de las pocas ocasiones en que esto sucede, se refiere al ejercicio activo de la paternidad: «quiere ser mejor padre» (*Elle*, 3); «no es que me muera por casarme, pero quiero tener hijos» (*Cosmopolitan*, 3). Tal como vimos en los otros dos niveles de análisis abordados, éste es uno de los elementos emergentes de la «nueva masculinidad» que se presenta con valoraciones positivas de parte de los mismos hombres.

3.5. Los contradictorios varones de los 90

Como vimos, en este capítulo se destaca un aspecto de la masculinidad de los 90 que participa a la vez de la persistencia de los estereotipos genéricos y de nuevos elementos emergentes de la masculinidad: la indagación de la afectividad masculina. He analizado cómo se manifiesta a nivel de los tópicos recurrentes la persistencia de la matriz genérica que identifica *masculinidad* con *negación de sentimientos*. Esta matriz comienza a ser percibida negativamente, como causa de la incompreensión del hombre de un aspecto de su propia personalidad, un aspecto todavía amenazador. El mundo de los sentimientos es aún potencialmente desestabilizador de una masculinidad en permanente cuestionamiento, por constituir una de las prohibiciones más fuertes de la modernidad para el varón. El reconocimiento y la comprensión de las emociones propias son presentadas como «asignaturas pendientes», «necesidades» de los hombres de los 90, como un conocimiento aún por adquirir. Otro aspecto de esta necesidad de acceder al mundo emocional es la exigencia, por parte de las mujeres, de un compromiso emocional del que el hombre todavía se siente excluido. La construcción de la masculinidad como negación y exclusión de los sentimientos femeninos y maternos de la que habla Badinter muestra toda su vigencia en el nivel de los ideogramas explícitos, en especial en enunciados emitidos por voces masculinas y en la ambigüedad de las evaluaciones en torno a la aparición de un nuevo modelo masculino, caracterizado por los atributos de la emocionalidad y la afectividad que antes se excluían de la identidad masculina. Si en los enunciados generados por voces femeninas este nuevo modelo es valorado positivamente, en los enunciados emitidos por voces masculinas predominan las valoraciones negativas de las emociones y los sentimientos: «dudas e incertidumbres» se identifican con un «varón disminuido»; el compromiso afectivo, con la «debilidad»; la esfera de lo afectivo se describe como una «maraña», como «pliegues», como algo «oculto», «profundo». Incluso a un nivel gráfico y descriptivo, estas formas de denominar la emocionalidad la identifican con el cuerpo y el mundo de la mujer, con una carga negativa de la que parece difícil escapar.

Esta manera de concebir el mundo afectivo se corresponde con la visión occidental tradicional de la emoción que analiza y critica Ali-

son Jaggar (1990). La perspectiva que tiene como base la racionalidad moderna caracteriza a las emociones como respuestas individuales involuntarias, privadas, pre-sociales, instintivas. Por el contrario, sostiene Jaggar, las emociones son construidas socialmente: cada cultura enseña a los niños cuáles son las respuestas adecuadas para ciertas situaciones; los niños aprenden los modos culturalmente apropiados de expresar las emociones; cada cultura construye diferentes concepciones de lo que son las emociones. Por otra parte, las respuestas emocionales implican juicios de valor, es decir, modos socialmente construidos para dotar de sentido al mundo: por ejemplo, el enojo es una respuesta a una conducta que se valora como incorrecta, injusta. Algunas teorías psicológicas, señala Jaggar, interpretan las emociones como acciones por las que el agente no quiere hacerse responsable. En esta perspectiva, las emociones muestran su utilidad, su funcionalidad para el individuo y/o la sociedad. No se trata entonces de respuestas pasivas e involuntarias, sino de maneras de interactuar y aún de construir el mundo. Cuando la tradición occidental excluye la emoción (o su expresión) de la identidad masculina, identificando a ésta con la racionalidad dominante, llega a los extremos de reprimir en los hombres la capacidad de experimentar emociones, de identificar sus sentimientos; no se trata de que los hombres sean menos emocionales que las mujeres, sino de que son menos aptos para reconocerlas en sí mismos y en los demás. «Paradójicamente, la falta de reconocimiento de sus propias respuestas emocionales frecuentemente tiene como resultado que estén más influenciados por sus emociones, y no menos» (Jaggar, 1990: 142).

Desde este punto de vista, la emergencia de un varón más en contacto con sus emociones no implica sólo un mayor conocimiento de sí mismo, sino incrementar la capacidad de comprensión del otro y de las valoraciones fundamentales que rigen la interacción social. El hecho de que esta posibilidad sea valorada aún de una manera tan negativa y presente tantas resistencias es, por un lado, sin dudas desalentador. Pero por otro lado, la insistencia en presentar esos reparos, la recurrencia de los cuestionamientos a los mandatos modernos de la exclusión del sentimiento, indican tal vez, junto a la más apreciada nueva paternidad, los primeros pasos para atravesar las exclusiones generéricas desde el lado masculino de la frontera. A esa posibilidad parece

apuntar también la recurrencia de modalidades marcadas por el «no saber» que señalan la incertidumbre de los varones de los 90 ante una identidad masculina en proceso de cambio y reformulación.

Recordemos que Badinter señalaba que el feminismo de los años 60 contribuyó a la situación de incertidumbre masculina, al acabar con los presupuestos de la superioridad «natural» del varón sobre la mujer. Éste fue el presupuesto fundamental de los sistemas patriarcales, al menos durante toda la historia occidental, y el feminismo, según la autora, mostró su eficacia para desmontarlo en pocas décadas.

El hecho de que las visiones más estereotipadas de los géneros, las más rígidas y despectivas, se encuentren en un solo artículo, aquel enunciado por grupos de hombres, enmarcados en valoraciones que las cuestionan y que no encuentren prácticamente eco en el resto de los enunciados, muestra la poca aceptabilidad de estos ideogramas, y aparecen como un rasgo particular de la identidad masculina argentina. Esta identidad, marcada por rasgos latinos que acentuaban la misoginia y el donjuanismo, sólo parece mantener vigencia cuando se actúa —performativamente, digamos, recordando a Butler y Honig— frente a otros pares. Cuando la identidad masculina, ese acto performativo variable y móvil, se dirige hacia destinatarias femeninas —periodistas que hacen reportajes, lectoras de una revista—, esos rasgos pierden su vigencia y la masculinidad se abre hacia el reconocimiento de su emocionalidad. Dos observaciones se imponen para situar adecuadamente estas conclusiones: en primer lugar, este panorama es pertinente en el universo discursivo de las revistas femeninas, poco permeable a los ideogramas y las evaluaciones sociales subyacentes que aún sostienen valoraciones jerarquizadas de la mujer y del hombre, estereotipos discriminatorios o insultantes. En segundo lugar, la variable de edad también incide en la persistencia de evaluaciones sociales en torno al sistema de género. Es más probable que las evaluaciones más tradicionales y rígidas aparezcan en el discurso de las generaciones educadas en la hegemonía moderna, que llegaron a la adultez *antes* de que los movimientos de liberación femenina de los 60 hicieran oír su voz e impusieran nuevas evaluaciones en la doxa. Por el contrario, el discurso de aquellas generaciones que crecieron junto a los movimientos feministas o después de su surgimiento, parece más permeable a las eva-

luaciones emergentes, a la manifestación de conflictos y la aceptación de los cambios en torno a las identidades de género.

Incluso en un sector reducido del discurso social como el de las revistas femeninas, los cambios en la masculinidad no se presentan sin contradicciones; que la identidad sea múltiple no convierte a sus diferentes posibilidades en fragmentos aislados sin relación entre sí. La emoción, la afectividad, siguen siendo vistas negativamente, como sinónimo de irracionalidad, de debilidad; pero al menos, el acceso masculino al dominio ya no privado sino íntimo de lo emocional, es percibido por algunas voces como difícil pero necesario. Si el hombre accede a este dominio antes relegado exclusivamente a la identidad femenina (no los sentimientos, sino su expresión y su comprensión en sí mismo y en los demás), se consolida el cuestionamiento de las exclusiones de género más antiguas, y aumenta la posibilidad de quebrar la barrera binaria de inaccesibilidad entre los géneros, suplantando «incomunicación» por «comprensión». Por lo pronto, ya parece ser casi inenunciable el presupuesto de superioridad «natural» de lo masculino sobre lo femenino, al menos en el discurso hegemónico mediático (burgués y occidental, como señala Mattelart, pero extendiendo su aceptabilidad bajo el manto de la globalización cultural e industrial), realizando un cambio cuya profundidad aún no puede ser valorada, y que altera concepciones que habían permanecido invariables desde la antigua Grecia, si no desde antes. El cambio apenas está en sus comienzos: lo que estoy analizando aquí es un sector del discurso mediático, y hace evidente la distinción entre una hegemonía discursiva y el dominio social y político, consolidado en tradiciones e instituciones (jurídicas, estatales, consuetudinarias) que no cambian tan fácilmente, y que siguen respondiendo a presupuestos inenunciados de superioridad masculina.⁵ Conviene aquí recordar algunos conceptos de Angenot (1989): al ofrecer su primera definición de la *hegemonía*, sostiene que ésta «completa, en el orden de la 'ideología', los sistemas de dominación política y de explotación económica que caracterizan una formación social» (p. 6). Más adelante refuerza esta distinción entre la esfera discursiva y las instituciones sociales y su dinámica particular, al afirmar que «el análisis del discurso social no vale de ninguna manera por un análisis de la coyuntura global. El discurso social es un dispositivo para ocultar, para esconder de la mirada» (Angenot, 1989: 17). Es

decir, analizar la representación en la doxa de las revistas femeninas las transformaciones de la identidad masculina, no equivale a postular que estas transformaciones tienen plena vigencia en las prácticas sociales y políticas. Este «desfase entre la doxa y el curso de las cosas», dice Angenot (1989: 18), «no es fácil de explicar», pero sin dudas existe; y con más razón cuando se analiza, como en este trabajo, un sector reducido del discurso social. Más grande aún puede ser el desfase en un discurso «interesado», que tiene un objetivo en primer lugar económico (una revista es una empresa con fines de lucro), y que para alcanzar dicho objetivo se propone «seducir» a sus lectoras, mostrarles un mundo representado con ribetes positivos, enfatizando aquello que pueda resultar atractivo a las mujeres (como ciertos cambios en la conducta masculina) y silenciando (o al menos disimulando) aquellos aspectos negativos o «desagradables», tales como la persistencia de situaciones de opresión o sojuzgamiento de las mujeres en la sociedad local y contemporánea.

Un último punto en el que me detendré es la relación entre el medio, el espectro de lectoras que cada revista presupone y su representación de la masculinidad. En primer lugar, es significativo el espectro de revistas en las que el tema de la identidad masculina como tal está prácticamente ausente: ni en *Mía* ni en *Máxima* me fue posible encontrar artículos que desarrollaran esta temática; en *Única* y en *Plena* sólo aparece de manera secundaria, como excusa para presentar reportajes a famosos o como un elemento más dentro de artículos que tratan de manera central las relaciones conyugales, respectivamente. Se trata de las cuatro publicaciones que privilegian de manera especial la dimensión doméstica, el rol tradicional de madre, esposa y ama de casa. *Mía* y *Única*, semanales y de bajo costo, se dirigen a un público de clase media-baja, con pocas preocupaciones laborales y culturales, o tal vez, que no concibe lo laboral como espacio de realización personal; *Máxima* y *Plena*, mensuales y de mayor costo, apuntan a un grupo mejor situado socioeconómicamente, un poco más interesado en lo laboral, aunque siempre en un rango secundario de intereses, y en lo cultural, al menos como consumo más diversificado de espectáculos. La moda y la belleza ocupan también un lugar importante en todas estas publicaciones, que comparten el rasgo de una enunciación pedagógica distanciada y son, de todas las revistas analizadas, las que pre-

sentan un modelo de lectora más tradicional y limitado. En estas revistas, que cuestionan poco el rol femenino tradicional, tampoco parece haber lugar para cuestionar o interrogar el rol masculino. La reproducción no es sólo de una imagen de mujer, sino de un sistema de géneros en el que cada identidad se construye en relación con la otra.

Un segundo grupo lo constituyen aquellas revistas que abordan ocasionalmente el tema de la masculinidad, y que se dirigen en general a una capa media-alta de la sociedad. Los perfiles en este grupo no son tan homogéneos como en el anterior: *Para Ti*, de larga tradición en nuestro medio, construye una imagen de la destinataria interesada en temas sociales y culturales pero sin necesidades laborales o afectivas significativas, atraída por la dimensión estética de lo corporal, lo doméstico y lo cultural. Aunque limitado, suele reservar espacios para entrevistas a «especialistas», poseedores de saberes específicos. En este marco se presentan una columna de Sergio Sinay (coordinador de talleres sobre masculinidad y escritor de libros exitosos sobre el tema) y un suplemento especial destinado a los hombres. Su interés por el tema de la identidad masculina parece ser una respuesta a la «moda» de esta problemática en medios europeos y norteamericanos más que a una preocupación por abordar la problemática de los géneros en su conjunto o de indagar con cierta continuidad la situación de hombres y mujeres en nuestro país. Las otras dos publicaciones que incluyo en este grupo son ediciones locales de revistas francesas que también tienen una larga tradición. *Marie Claire* es un caso similar al de *Para Ti*; su modelo de lectora presupone intereses más variados en lo cultural, lo estético, lo social, lo lejano y no tanto de lo próximo o cotidiano, correspondientes a una destinataria de clase media-alta sin necesidades laborales o domésticas. La presencia de lo masculino es entonces anecdótica, presentada como «casos curiosos», y no se aparece como una indagación general de la identidad masculina, así como no se encuentra en ella un espacio para el cuestionamiento de la identidad femenina. *Elle*, finalmente, permanece fiel a su perfil: los rasgos principales de su lectora son el predominio de los enunciados informativos y de consumo, y de los tópicos de la estética corporal y lo cultural que desplazan a lo doméstico como centro de atención. Estos elementos, y los saberes presupuestos, trazan la silueta de una lectora de clase media-alta, con escasas necesidades prácticas, laborales y sociales. Su su-

plemento especial sobre hombres mantiene esa distribución, destinando la mayor cantidad del espacio a publicidades, directas o indirectas, de cosméticos y ropa masculinos. Las revistas destinadas a las capas medias-altas, entonces, se hacen eco de una problemática desde su repercusión mediática y económica (se reitera la mención del aumento del consumo de cosméticos masculinos), pero sin vincularla a cuestiones locales y, con pocas excepciones (algunos artículos de *Para Ti*), sin vincularlas a experiencias vitales cercanas.

En el último grupo incluyo las revistas más novedosas dentro de un género bastante estereotipado: *Luna*, producción local, y *Cosmopolitan*, producción norteamericana de éxito mundial. La primera presenta una imagen de su destinataria que no se restringe a los ámbitos tradicionalmente considerados femeninos, y se la presupone poseedora de saberes e intereses referidos a la vida social y cultural más allá de lo doméstico y lo estético, sin que estos desaparezcan. Es una lectora que busca información y es capaz de hallarla en diferentes niveles del enunciado (imagen, texto, recuadro). El cuestionamiento de la identidad femenina es un tópico recurrente, y se manifiesta no sólo de manera explícita sino también en la inclusión de temas que el rol femenino tradicional no contemplaba: automóviles, computación, economía, asuntos legales. En este marco, el cuestionamiento de la identidad masculina ocupa un lugar de importancia, y es sin dudas en esta revista donde esta problemática se aborda con más frecuencia, siempre desde las voces de especialistas y la apelación a testimonios y experiencias personales, situando su abordaje del tema en nuestra sociedad y nuestra época.

Cosmopolitan es otro caso particular, dirigido a una destinataria identificada como una mujer joven, soltera, con problemas referidos a la sexualidad, la afectividad o el trabajo, muy alejada de lo doméstico y muy cercana a su entorno social y laboral. La masculinidad no aparece explícitamente problematizada desde la enunciativa cómplice de la lectora, sino en una columna que en cada edición es escrita por un hombre. No se apela a especialistas, sino que se da lugar a la experiencia vital de alguien que se identifica con la lectora en cuanto a su edad, su estado civil (soltero) y sus preocupaciones laborales, pero se diferencia en cuanto al género. La preocupación central de estas lectoras, sin embargo, no son los hombres sino su propio desarrollo personal (labo-

ral, sexual, afectivo, estético). No necesitan cuestionar los roles tradicionales de esposa y madre, ni los del varón como único proveedor de la familia, ni la exclusión entre lo doméstico y lo privado, porque no vive de acuerdo a esos roles, sino de acuerdo las posibilidades post-feministas de actuar performativamente su género.

La lectora de *Mía o Plena* y la de *Cosmopolitan* parecen separadas por varias décadas; la de *Luna o Máxima* muestra los esfuerzos por conciliar posibilidades, por anular los límites de la distribución tradicional de roles. El cuestionamiento de los roles tradicionales, la búsqueda de nuevas identidades femeninas y masculinas, parece encontrar un terreno más propicio en las publicaciones que se dirigen a capas medias de la sociedad, y a adultos económicamente activos. Las revistas destinadas a sectores menos favorecidos socialmente presentan el perfil más conservador, con el hogar y la belleza como centro del mundo de la mujer, y si dedican algún espacio a los nuevos roles femeninos, los cuestionamientos a la masculinidad tradicional están ausentes de sus páginas. En el otro extremo, las publicaciones que se dirigen a capas altas de la sociedad ignoran estas problemáticas, y si lo doméstico ya no es una preocupación central de sus lectoras, lo laboral tampoco lo es, y esta comodidad que les brinda su estatus económico parece desalentar todo cuestionamiento al statu quo, incluso al sistema genérico, por otra parte menos esclavizante para la mujer puesto que se ve libre de las tareas domésticas, y para el hombre que no parece enfrentarse a la incertidumbre del desempleo.

Notas:

1 Esta situación es analizada también por Marc Angenot en 1889. *Un état du discours social*, en especial en el capítulo «El fin de un sexo», traducido en Angenot, 1998.

2 Estos hombres no están solos con su opinión. En una entrevista publicada por el diario *Clarín* el 24/01/99, el politólogo Francis Fukuyama, luego de calificar la situación económica de aquel momento como «el mayor desorden social desde la época de la Revolución Industrial», sostiene que: «Esta crisis es resultado de los cambios económicos que impulsaron masivamente a la mujer al mercado de trabajo, y la consecuencia es la decadencia de la familia, base fundamental del edificio social» y que «en el ingreso masivo de mujeres al mercado laboral está el origen de la gran ruptura». Cabe cuestionar la supuesta «masividad» del trabajo femenino, cuando en octubre de 1997,

por ejemplo, el porcentaje de mujeres con empleo era menos de un tercio del total de la población femenina (y eso, en su mayor parte, en sectores laborales escasamente remunerados y reconocidos), frente al 49,4% de empleo en la población total masculina (según datos proporcionados por *Clarín* en base a datos del INDEC – *Anuario Clarín 98-99*).

3 Dalmaso y Boria sostienen que el discurso social de los 90 se caracteriza por una tendencia hegemónica que denominan *des-territorialidad*, aludiendo a la movilidad y el desplazamiento en los bordes de identidades (no sólo las genéricas) que parecen adquirir la forma de continuidades que se proponen a sí mismas como deslizamientos permanentes, definiciones inestables que se niegan a asegurar un lugar en el mundo. Se trata de subjetividades des-territorializadas porque carecen de un lugar marcado positivamente (Informe presentado ante Secyt, 1999, correspondiente al programa de investigación «Discurso social. Lo visible y lo enunciable»).

4 Si bien tanto la identidad masculina como la femenina, según afirmé en el capítulo «Formulaciones teóricas»: Acerca del concepto de identidad, se construyen de manera relacional y opositiva, Badinter enfatiza que la construcción de la masculinidad exagera la exclusión, estableciendo una ruptura violenta y un rechazo de lo femenino. Aunque la identidad femenina se construya por oposición a lo masculino, no se basa en un rechazo del hombre o una ruptura total con la imagen paterna. Tal vez por eso, ha sido más fácil para las mujeres atravesar las exclusiones y asumir prácticas y atributos tradicionalmente considerados masculinos, mientras que los hombres encuentran más difícil y desestabilizante asumir prácticas y atributos «femeninos».

5 Tal es el caso de situaciones de ejercicio del poder legal y físico que constituyen punto de discusión y reclamo de muchas mujeres (identificadas o no como feministas). La inclusión de estos puntos en el debate político de nuestro país es aún muy débil y reviste poca trascendencia, como lo demuestra el triunfo del discurso más que conservador en la provincia de Buenos Aires en las elecciones del 24 de octubre de 1999.

4. La construcción del espacio doméstico

4.1. De lo privado a lo doméstico

En capítulos anteriores analicé la construcción del sistema de géneros en la modernidad como exclusión entre lo público y lo privado (ver 2.1 en esta parte C, Corte sincrónico). Estos términos son usados frecuentemente juntos, acentuando el contraste y la oposición entre dos esferas de la vida y las prácticas humanas que a primera vista parecen separadas por límites claros, pero que al primer análisis detallado señalan sus interconexiones y sus zonas de «contaminación». Sin embargo, al centrar la atención en cada uno de estos términos por sí mismos, se advierte que su evolución no ha sido simétrica, que lo que se entiende por «público» y por «privado» ha sufrido cambios y desplazamientos a lo largo de la historia.

La esfera de lo público se ha ido desplazando desde el lugar de la capacidad humana por excelencia, la acción política, el lugar de la libertad y la manifestación de la individualidad entre pares (como caracteriza Arendt [1993] a la *polis* griega), hasta reducirse a la participación en el mundo del trabajo remunerado y la acción económica como garantía de ciudadanía (Astelarra, 1992). Lo privado se introduce en la esfera pública –degradándola, dice Arendt– a través del Estado de Bienestar, que adopta como tarea de la comunidad el cuidado de la salud y la educación de sus miembros, por ejemplo; tareas que pertenecen al mantenimiento y la reproducción de la vida física, material, al mundo de las necesidades biológicas y que son, por lo tanto, privadas y domésticas.

Privado y doméstico: si el polo de la esfera pública se complejiza en un análisis al que me he asomado en el capítulo anterior mencio-

nado, la esfera privada no es más sencilla de abordar ni ofrece menos complejidades al análisis. La palabra «privado» suele usarse en sentidos diversos: una de las revistas analizadas (*Elle*) incluye bajo el rótulo de «vida privada» secciones que abarcan aspectos tales como *festejos, sexo, salud, solidaridad, jardinería y chicos*.

Lo que caracterizaba a la concepción griega de lo privado, tal como la presenta Arendt en *La condición humana*, era la necesidad biológica, lo contrario de la libertad, la futilidad de labores que no dejan rastro y que son, sin embargo, esenciales para la supervivencia del individuo y de la especie: la alimentación, la procreación, la limpieza tenían su lugar en el *oikos*, el hogar. De allí estaba excluida, por contrapartida, la acción y las capacidades verdaderamente humanas. En la reformulación moderna de esta dicotomía, estas tareas adquieren otra denominación: sin dejar de ser consideradas como privadas, se engloban bajo el rótulo de lo *doméstico*. El *trabajo doméstico* es la tarea femenina en el reparto de los trabajos: las tareas repetitivas y degradadas del mantenimiento de la vida y la reproducción de la fuerza de trabajo. El rol femenino se consolida en la imagen del «ángel del hogar»: el hogar es el espacio físico y simbólico de las tareas de mantenimiento y reproducción de la vida humana, en su doble aspecto de trabajo rutinario y núcleo de la afectividad que representa la familia burguesa consagrada en el siglo XIX. En este proceso de reformulación de lo privado, Arendt señala la incorporación de una dimensión enteramente nueva que se suma a la dimensión doméstica: la esfera de lo *íntimo*, creación romántica en reacción al avance del igualitarismo en la sociedad burguesa, que va a abarcar ámbitos como la afectividad y la sexualidad.

Lo privado moderno puede entonces sintetizarse en *el hogar*: el lugar donde se repliega la esfera de lo íntimo, el espacio de la domesticidad como labor repetitiva, pero también la zona en que esos dos elementos se intersectan y constituyen un *espacio físico estetizado*. Es el lugar en que la «personalidad» (elemento constitutivo de lo íntimo) se manifiesta materialmente como efecto y origen de un trabajo material y productivo: lo que se sintetiza como la «decoración» del hogar, su construcción estético-simbólica a través de los objetos.

Esta complejidad suele verse reducida en los diferentes trabajos que abordan el problema de la esfera privada y la identificación de lo

femenino con lo doméstico como su área de responsabilidad exclusiva, que privilegian en general uno de los dos aspectos principales (lo íntimo o lo doméstico), y en muy pocos casos toman en cuenta la dimensión estética (y simbólica) de lo doméstico.

Tomemos en primer lugar el trabajo de Soledad Murillo, *El mito de la vida privada. De la entrega al tiempo propio* (1996). Desde la sociología, Murillo distingue en primer lugar dos sentidos del término «privado»: en su sentido hegemónico (masculino) designa una «retirada voluntaria y puntual de un espacio público, para beneficiarse de un tiempo propio» (1996: xvi), tiempo destinado al cultivo de la individualidad y al desarrollo personal (*apropiación de sí mismo*). El segundo sentido es el de la privacidad en femenino: identificado con lo doméstico, es una *privación de sí mismo*, la dedicación y entrega sin reservas a las necesidades y demandas de los otros, de lo ajeno. En ambos casos hay un aislamiento respecto a la mirada de lo público, pero para Murillo se trata de dos ámbitos distintos, uno de los cuales (el sentido masculino) es positivo, mientras que el otro (el femenino) es negativo por su sentido de privación. El hombre es así el único dueño de su tiempo libre-privado, mientras que la mujer no puede sustraer un tiempo propio de sus labores domésticas-privadas (en un sentido amplio que abarca no sólo tareas concretas como la limpieza, el orden, la cocina y la responsabilidad exclusiva sobre ellas, sino también la actitud de entrega afectiva a los demás). Murillo propone un recorrido histórico por los discursos que han fundamentado la exclusión de la esfera pública y la privada, centrándose en la constitución de la ciudadanía moderna en Francia en los siglos XVII y XVIII, y en la separación de la producción doméstica y mercantil en la Inglaterra del siglo XIX. Para esta autora, la modernidad convierte a la mujer no en *sujeto*, como ciudadana de plenos derechos, sino simplemente en *función*, identificada plenamente por las características del género, carente de individualidad.

El análisis de Murillo, realizado sobre la base de grupos de discusión compuestos por mujeres trabajadoras españolas, coincide en algunos puntos con el de Clara Eugenia Salazar Cruz (1997), quien hace un trabajo similar con familias mexicanas de clase media-baja, centrado en el uso del tiempo libre de acuerdo al género y la edad. Salazar Cruz concluye que en general el uso del tiempo libre, entre los

adultos, es individual y no compartido. En el caso de los hombres, el tiempo libre no se destina al trabajo doméstico sino a actividades recreativas, mientras que en el caso de las mujeres, trabajen o no fuera del hogar, «no logran establecer para sí un uso de tiempo libre diferenciado de las tareas domésticas» (Salazar Cruz, 1997: 130). En los casos analizados por la investigadora mexicana, los entrevistados se veían a sí mismos según concepciones de los géneros tradicionales y rígidas: las mujeres, como «amas de casa» entregadas al cuidado de la familia; los hombres, como proveedores y principal sustento económico de la familia; en las mujeres españolas entrevistadas por Murillo estas identidades están cuestionadas, pero la atribución de las tareas domésticas como responsabilidad exclusiva de la mujer no se modifica sustancialmente. Estas tareas no remuneradas y no reconocidas socialmente son llamadas «el trabajo invisible» por muchas investigaciones feministas que tratan de reivindicar su importancia, no sólo para la vida individual, sino como contribución a la economía general, a través de la «reproducción de la fuerza de trabajo, vale decir, de las energías y capacidades humanas que serán necesarias para poner en funcionamiento toda la vida social» (Bas Cortada y Danieletto, 1994: 302). La familia como comunidad doméstica es la única que asegura la reproducción y el mantenimiento de la fuerza de trabajo; y la responsable de que esa unidad funcione, a partir de la distribución moderna de las esferas de actividad y de los géneros, es la mujer. En este arreglo, señalan Bas Cortada y Danieletto, el trabajo doméstico, con su invisibilidad, libera al Estado y al capital del costo de la reproducción de la fuerza de trabajo.

Además de esta dimensión de lo doméstico como trabajo no reconocido, repetitivo, que no deja huellas y responde a las necesidades biológicas de cuidado, alimentación y reproducción, la configuración moderna del *hogar burgués* establece otra dimensión de lo doméstico, lo que he llamado su aspecto estético-simbólico. Como vimos, Anderson y Zinsser (1992) señalan que a partir del surgimiento de la burguesía, entre los siglos XVIII y XIX, las mujeres se ven apartadas del trabajo productivo y recluidas al espacio de la casa y de su nuevo lugar de privilegio, la sala de estar, como centro simbólico de la familia. Cuando las labores más pesadas se delegan en el personal de servicio y se ven facilitadas por los adelantos tecnológicos (agua corriente,

calefacción, luz eléctrica, van disminuyendo las exigencias físicas y temporales de las tareas domésticas), aparece la contradicción entre el tiempo que «sobra» y las críticas a la indolencia femenina. Surgen así las «labores femeninas», trabajos ornamentales (pintura, bordado) que cumplen una doble función: proporcionar una ocupación a las mujeres y las niñas y realzar la posición social alcanzada por el jefe de la familia. Estas labores, en definitiva poco valorizadas por criterios productivos, salvaguardan a las mujeres de la «perniciosa ociosidad» y simbolizan, por lo que las llamaré su «plusvalía estética», los logros económicos y sociales del hombre que las posibilita a través del aporte de su sustento. También Murillo señala este fenómeno, aunque no se detiene en su análisis: el adorno, la ornamentación y la confortabilidad del hogar, a cargo de la esposa, lo conforman como «escaparate del éxito familiar». Este mundo de labores femeninas ornamentales, decorativas, no sólo tienen este sentido simbólico de realzar la situación socioeconómica de la familia y la dedicación femenina al hogar: para Murillo se trata de una «compensación simbólica» (1996: 25) que dota de sentido a un espacio invisible para todos, una compensación del desprestigio social que sufren las tareas domésticas rutinarias. Es en un sentido semejante en el que hablo de «plusvalía estética».

Esta dimensión estético-simbólica de la construcción de lo doméstico es, en general, poco abordada por quienes se preocupan por analizar la esfera privada, que a lo sumo la mencionan al pasar como Murillo o Anderson y Zinsser. Pero encontramos un trabajo muy sugerente, que proviene de una perspectiva teórica quizás desplazada por otros aportes: un análisis estructural del *sistema de los objetos*, realizado en 1968 por un Jean Baudrillard muy cercano al Barthes de *La semiología*, *El sistema de la moda*, *Análisis estructural del relato*. A partir del intento de trasladar las categorías de la lingüística estructural (partiendo de la dicotomía lengua/habla) al estudio de otras materias significantes no lingüísticas, Baudrillard trasciende ese estudio de las estructuras para hacer un análisis de la dimensión simbólica de los objetos que aún hoy resulta interesante. Cuando se refiere a *Entorno tradicional*, aborda la constitución del espacio doméstico a través de muebles y objetos, tal como lo presentan las revistas de decoración: «El interior burgués prototípico —dice— es de orden patriarcal... [Los muebles] se ordenan alrededor de un eje que asegura la cronología regular de las

conductas: la presencia perpetuamente simbolizada de la familia ante sí misma» (Baudrillard, 1992: 13). A este interior tradicional se contraponen el interior moderno, funcional, propio del avance técnico del siglo XX. La «funcionalidad» de este sistema es «la facultad de integrarse a un conjunto... el objeto se consume en su relación exacta con el mundo real y con las necesidades del hombre» (Baudrillard, 1992: 71). Estos objetos tienen la función de *signos*; como signo de la naturaleza y del tiempo, en especial. Una naturaleza sistematizada, abstracta: no en la representación o figuración de seres vivos (plantas, animales), sino en colores, texturas, formas que remiten a elementos primarios (luz, agua, roca, calor). Un tiempo histórico representado en los objetos singulares, auténticos o no, que traen un sentido de origen y fundamento al espacio moderno.

En las páginas que siguen voy a centrar el análisis en los aspectos vinculados a lo doméstico como «trabajo invisible» y como dimensión estético-simbólica. La tercera dimensión de lo privado, la esfera de lo íntimo, ocupa a través de las temáticas de la afectividad y la sexualidad un lugar muy importante en las revistas analizadas, pero no voy a abordarla aquí por dos razones. En primer lugar, sería necesario un tiempo mayor para hacerlo por la extensión y abundancia del mismo material; en segundo lugar, estas dimensiones ofrecen una especificidad y una complejidad que no me es posible abordar en el marco de este trabajo.

4.2. Tópicos recurrentes

Lo primero que se observa al analizar la construcción del espacio doméstico en las revistas analizadas es el predominio de la dimensión estética sobre la dimensión de trabajo. Lo estético aparece representado en la oferta de objetos exóticos y suntuosos para el consumo (*Marie Claire, Elle, Para Ti*), en las sugerencias para combinar muebles y colores en la ambientación del hogar (*Luna, Plena, Para Ti*), en las instrucciones para realizar (producir, fabricar, «reciclar») objetos prácticos y decorativos (*Plena, Máxima, Mía, Única*). En *Cosmopolitan* esta dimensión aparece tan poco representada como la del trabajo doméstico. En realidad, el trabajo doméstico como generalmente se lo com-

prende (las tareas de limpieza y mantenimiento del hogar) aparece representado sólo en unas pocas publicaciones, aquellas destinadas a los sectores medios-bajos (*Mía* y *Única*, en menor cantidad, *Plena*). Como veremos más adelante, la única excepción a esta elisión del trabajo doméstico es la cocina. Las recetas de cocina no faltan en ninguna publicación.¹ En este juego de representación y elisión del trabajo doméstico, en algunas revistas y en la construcción del «hogar» como espacio simbólico, es posible advertir la manifestación de cambios y resistencias en el rol femenino tradicional a partir de la representación del espacio doméstico y las labores decorativas.

¿Qué aspectos del mundo doméstico se representan en estas revistas? Lo que se construye en cada caso como espacio de la domesticidad varía radicalmente según el sector social al que se dirige cada publicación. Una de las que menos espacio ofrece a lo doméstico es *Cosmopolitan*. Con lectoras caracterizadas como jóvenes, solteras y trabajadoras, esta revista sólo incluye en cada número una nota de decoración («Decorá tu búnker») generalmente como publicidad indirecta que ofrece objetos al consumo (aunque en algún caso puede tratarse de instrucciones para confeccionar pequeños objetos decorativos) y una de cocina, que en general se caracteriza como rápida y para una o dos personas. Sólo en un caso la publicidad se relaciona con las tareas domésticas: se trata de un microondas, electrodoméstico que representa modernidad, agilidad, practicidad.

En el espectro de revistas destinadas a los sectores medio-altos (*Elle*, *Marie Claire*) es poco el espacio que se destina al hogar, aún en su dimensión estética. Esta temática aparece abordada como factor de consumo en notas de publicidad indirecta que ofrecen desde objetos de adorno hasta pequeños muebles, sin otra información que el precio, o que muestran ambientes lujosos y sofisticados con descripciones de estilos, colores, texturas (*Marie Claire*). *Elle* ofrece un breve espacio instructivo referido a pintura decorativa de paredes, y otro destinado a una tarea que conjuga el elemento de trabajo con el estético: la jardinería, otro tópico recurrente en estas revistas.

Como ya dije, el único elemento propio de la dimensión laboral de lo doméstico que aparece en todas las publicaciones es la cocina. En las revistas dirigidas al público de clase media-alta, esto se materializa en recetas y menús formales y sofisticados, pensados para reu-

nes o festejos y no para la alimentación diaria. En la publicidad de estas revistas aparecen elementos relacionados con la cocina (mayonesa, servicios de catering, pastas), con la decoración (porcelanas) y el equipamiento del hogar (calefones), pero no más de dos o tres casos por número.

Dentro del grupo de publicaciones mensuales, pero destinadas a sectores medios, *Máxima* y *Plena* otorgan más espacio y por lo tanto diversifican más su representación de lo doméstico. Se reiteran las notas de publicidad indirecta que ofrecen productos para el consumo, pero los objetos pasan de lo exótico y lo sofisticado a lo útil y práctico, aunque sin perder lo estético como atributo principal, y correlativamente los precios se ubican en una escala descendente. En las secciones fijas que la caracterizan (las «Fichas»), *Máxima* privilegia la cocina, que se hace más práctica y cotidiana y ocupa unas 12 páginas por número, y destina una sección especial, «Casa», a los enunciados instructivos para la confección de elementos útiles o decorativos, la reparación de elementos del hogar, la jardinería. Aquí aparece brevemente la dimensión de trabajo doméstico (limpieza de muebles y objetos, pintura de puertas y ventanas), pero de manera esporádica. También en *Plena* la cocina ocupa uno de los lugares privilegiados, y se muestra práctica y cotidiana. La jardinería, el bricolaje o producción artesanal de objetos decorativos, las sugerencias de decoración tienen en esta publicación un espacio privilegiado como en *Máxima*. En estas dos revistas predomina la dimensión estética, aún como producción o fabricación casera: las tareas rutinarias de limpieza y mantenimiento del hogar aparecen (reparación de secarropas o cocinas, cómo sacar manchas difíciles), pero en una proporción mucho menor. Incluso la publicidad referida a lo doméstico en cualquiera de sus dimensiones es escasa: una o dos por número (utensilios, guantes de goma: ninguna de detergente o electrodomésticos, como se podría suponer).

En el grupo de las revistas que se publican semanalmente, *Para Ti* se distingue por estar destinada a un público de clase media-alta. Por ello su construcción de lo doméstico se asemeja a la que proponen *Elle* o *Marie Claire*: un espacio de consumo que ofrece a la mirada espacios y objetos lujosos y alejados de lo cotidiano; junto a esto, sin embargo, en algunas ocasiones aparecen enunciados instructivos que proponen la producción de objetos decorativos. La dimensión del tra-

bajo doméstico aparece siempre en la cocina (también marcada por lo exótico, poco ligada a lo cotidiano) y a veces en la jardinería, pero nunca como trabajo de mantenimiento y limpieza. La publicidad referida a lo doméstico es más abundante que en las revistas que hemos visto hasta ahora: por una parte abundan las referidas a lo culinario (aceite, leche, productos enlatados) y por otra los electrodomésticos (microondas, licuadoras, batidoras) y artefactos como cocinas y heladeras.

Luna es también semanal, pero destinada a sectores medios; señalé anteriormente que esta publicación se propone distanciarse de los modelos tradicionales, desplazando el tratamiento de lo doméstico por la información general y referida a áreas que no solían considerarse de interés femenino. La fórmula decoración y cocina no desaparece, pero se hace más cercana a una práctica y una producción cotidianas; lo que sí desaparece son los enunciados instructivos para la producción de objetos decorativos. En esta revista la publicidad referida a lo doméstico se diversifica, aunque tampoco es abundante: electrodomésticos, alimentos, productos de limpieza.

Es dentro del grupo de revistas destinadas a los sectores medios-bajos donde lo doméstico se establece como preocupación central. En *Mía* y en *Única* la mayor parte de los enunciados son instructivos, y la dimensión de trabajo, de limpieza y mantenimiento del hogar se suma a la cocina en la representación de lo doméstico. Las instrucciones para la producción de pequeños objetos decorativos también abundan, pero se trata de objetos sencillos y de materiales poco costosos. Las propuestas de cocina son más variadas: junto a series de menús formales, más costosos y elaborados, aparecen propuestas para simplificar el trabajo y reducir los costos tanto en lo referido a la cocina como a la limpieza. En estas revistas, la publicidad de productos de uso doméstico es más abundante: electrodomésticos, detergentes, productos alimentarios.

4.3. Circulación de ideogramas

Una característica que distingue al tratamiento de lo doméstico de los otros ejes analizados en capítulos anteriores (la mujer en el espacio

público y la identidad masculina) es que en este caso encontramos muy pocos enunciados «de comentario» (ver «Prólogo») en los que se propongan desarrollos argumentativos o expositivos sobre problemáticas comunes. En general se trata de publicidades indirectas (no presentadas como tales, pero que sólo muestran objetos y sólo informan de su precio y el lugar donde comprarlos) o de enunciados instructivos. Por ello, la presencia de ideogramas explícitos es más reducida, ya que el componente expresivo, argumentativo, valorativo de estos enunciados es mínimo. Me centraré en este punto en los escasos enunciados que se refieren a la dimensión de lo doméstico como labor.

En primer lugar se destaca la coincidencia en señalar a las labores domésticas como una actividad pesada, interminable, rutinaria, que subrayan la multiplicidad de tareas que se realizan en un hogar y la dificultad de organizar y minimizar esa multiplicidad: «Cuando sienta que las tareas de la casa son muchas para un solo día, recurra a una técnica sencilla y divertida que la ayudará a simplificar las cosas», «Al final del día, sentimos que estamos agotadas y que aún queda mucho por hacer», *Mía* (4); «Desde que me levanto hago veinte mil cosas. Mientras soluciono las cuestiones del banco, estoy pensando en los proveedores, en el plomero, el pintor, lo que hay para cenar en casa», *Luna* (2); «cose algunas camisas de su marido mientras mira la televisión y cocina un rico plato para la cena», *Única* (4).

Estas tareas son consideradas unánimemente como responsabilidad exclusiva de las mujeres, en general de manera explícita («aún más allá de lo consciente, las mujeres asumen y naturalizan lo que la socióloga llama el trabajo invisible, esa doble jornada que consiste en una especie de continuum donde es casi imposible diferenciar los límites entre familia, ámbito laboral, trabajo y recreación», *Luna*, 2; «Y ya que tiene que hacerlo, hágalo como corresponde», *Única*, 4; «Desde chicas, las mujeres fuimos educadas para servir y proteger a los demás y en eso, muchas veces, se nos va la vida», «Las mujeres sentimos culpa cuando pedimos ayuda porque pensamos que deberíamos ser capaces de hacer todo con una sola mano», *Plena*, 4; «una mujer media tiene una doble jornada laboral: la de afuera y la de adentro, la oficial y la oficiosa, la del trabajo de verdad y la del trabajo invisible, llámese lavar, planchar, cocinar, limpiar», *Elle*, 4). Esta identificación de la mujer con la responsabilidad única y última de las tareas domésticas pue-

de aparecer cuestionada, pero no superada: «En los hogares donde ambos cónyuges trabajan, debería haber una reformulación de la división sexual del trabajo... pero... la responsabilidad sigue recayendo en la mujer» (M. Del C. Feijoo en *Luna*, 2).

Por otra parte, las mismas tareas aparecen en algunos enunciados como un elemento positivo, o al menos capaz de tener aspectos positivos: un sentido de autonomía («Por un lado es mejor no tener pareja, porque si bien las responsabilidades recaen sobre mi espalda, no tengo a quién consultar y decido yo», *Luna*, 2), beneficios para la salud («sin saberlo, usted es toda una atleta, porque cada tarea doméstica es un ejercicio para quemar grasas», *Única*, 4; «tanta actividad no sólo no llega a abrumarnos, sino que nos fortalece. Las mujeres más proclives a la depresión son las que disponen de más tiempo», *Elle*, 4). Pero en general, predomina un sentido negativo, de «privación de sí», para retomar un término de Murillo: «Esta sola enumeración bastará para dejarla exhausta», *Mía* (4); «es casi imposible diferenciar los límites entre familia, ámbito laboral, trabajo y recreación», *Luna* (2); «nos ocupamos de los chicos, la casa, el trabajo, de todo menos de nosotras. Pasan los días y los meses y sentimos que no hicimos nada que realmente nos cause placer», *Para Ti* (5); «Combinar trabajo, familia y lo que queremos hacer para nosotras mismas siempre parece conflictivo. Pero no es imposible», *Plena* (4); «sin batallas internas pensando que estamos limpiando los pisos que todos ensucian cuando en realidad podríamos estar haciendo algo por nosotras mismas. Lo importante es estar convencidas de que el tiempo libre es útil», *Plena* (4).

Ante esta exigencia múltiple que sustrae a la mujer de sus propios deseos y de sí misma, las soluciones propuestas pasan, por un lado, por la distribución racional de tiempo y tareas («Cuando sienta que las tareas de la casa son muchas para un solo día, recurra a una técnica sencilla y divertida que la ayudará a simplificar las cosas», *Mía*, 4; «haga las compras en el supermercado una vez por semana», «organice el lavado y el planchado», *Plena*, 4; «recoger y limpiar de inmediato, así no se acumulan tareas», *Elle*, 4), por encontrar aspectos positivos inesperados en ellas, por otro («Si la limpieza general no puede postergarse más, llévela a cabo pero contando cada caloría que consume», *Única*, 4), como así también por disminuir el nivel de exigencias de un hogar impecable («La mujer que no trabaja... se exige exagerada-

mente en cosas que no lo merecen como limpiar la casa y cocinar, y casi no se permite estar libre para ocuparse de ella misma», «No se obsesione con la limpieza», *Plena*, 4; «desterrar lo superfluo», «no hay que ser tan perfeccionista: el polvo y un poco de desorden no matan a nadie», *Elle*, 4). En último lugar se propone recurrir a otros miembros de la familia, pero siempre en calidad de ayuda o apoyo, sin que esto libere a la mujer de ser la responsable última del funcionamiento hogareño: «acostumbrar a los demás (adultos y niños) a que sus cosas y espacios son asuntos de su responsabilidad», «dejar los trabajos penosos (limpiar las ventanas o la heladera, sacar la ropa de temporada, etc.) para ser realizados los fines de semana. Es más fácil recibir ayuda familiar», *Elle* (4); «faltan brazos para realizar las tareas no sólo productivas sino reproductivas que requiere el mantenimiento de la casa», Feijoo en *Luna* (2).

4.4. Marcas evaluativas

Si en el nivel de los ideologemas explícitos es escaso el desarrollo de la representación del universo doméstico, cuando se trata de las marcas evaluativas que manifiestan las evaluaciones sociales subyacentes,² el desarrollo se vuelve más rico y productivo, con matices más diferenciados. Así, es posible abordar este nivel de análisis en torno a los dos ejes ya señalados: lo doméstico como trabajo invisible y en su dimensión estético-simbólica. A su vez, esta dimensión estética se presenta en dos aspectos diferenciados: el del consumo, como presentación de objetos exóticos y lujosos, y el de la producción artesanal decorativa.

- *El trabajo invisible*. Las tareas rutinarias, repetitivas, vinculadas al mantenimiento de la vida biológica, van desde la limpieza del hogar, la ropa, los objetos, al cuidado y la alimentación de los miembros de la familia. Estas labores que desaparecen sin dejar huella, sólo para ser hechas una vez tras otra, se revisten de algunos valores reiterados en las publicaciones que les dedican algún espacio.

En primer lugar, la eficacia, la practicidad, la capacidad de resolver problemas con poco esfuerzo: «ideas útiles», «sustituto muy eficaz», (*Mía* 16/12);³ «un equipo de limpieza eficaz», «adornos como nuevos» (*Mía*, 4/11); «útiles, prácticos y perdurables», «cocina rápida

y fácil», «recetas fáciles, rápidas y riquísimas» (*Única*, 21/8); «preparar fácilmente platos variadísimos» (*Plena*, mes de abril); «fácil de hacer» (*Plena*, mes de mayo). Esta insistencia en la eficacia y la falta de dificultad de las tareas propuestas implican, por el contrario, un presupuesto de exceso de esfuerzo y dificultad en las tareas diarias, que el saber ofrecido por las revistas puede subsanar. La insistencia en la duración de los resultados («vidrios que brillen por más tiempo», *Mía*, 4/11; «útiles, prácticos y perdurables», *Única*, 21/8) aparece como compensación por la futilidad de las labores, su constante hacer para desaparecer.

En segundo lugar, contra el carácter rutinario del trabajo doméstico («si ya se cansó de probar siempre los mismos sabores», *Mía*, 16/12), se refuerzan los valores de originalidad y novedad, especialmente en la tarea que reúne los atributos de la necesidad diaria y una capacidad estético-simbólica, la cocina: así, algunos alimentos se presentan como capaces de «vestir de fiesta», «sorprender», ser un «obsequio de lujo» (*Mía*, 16/12); en otras ocasiones se ofrecen «recetas exquisitas para salir de lo común» (*Única*, 21/8); «los platos más variados y nutritivos» (*Plena*, abril), «sabor original» (*Plena*, mayo). Otras características que realzan el valor de la cocina como producción doméstica son su autenticidad («el irresistible sabor de las pastas caseras», *Única*, 21/8) y su prestigio («un clásico de la cocina», *Plena*, abril; «postre clásico de la cocina internacional», *Plena*, mayo) que transforman el trabajo de preparar diariamente la alimentación familiar en una oportunidad de demostrar habilidades personales y alcanzar un reconocimiento a la excelencia del trabajo realizado: «quedar como una reina ante sus invitados», «lucirse frente a toda su familia» (*Única*, 21/8); «espectacular para recibir» (*Plena*, mayo); «aceptado por todos» (*Plena*, abril). Tal vez sea esta capacidad de la cocina de otorgar, si no permanencia y reconocimiento económico, al menos visibilidad y reconocimiento afectivo a la habilidad de quien la realiza, lo que explique el lugar de privilegio que tiene en todas las revistas, junto a su indudable valor simbólico y a que surge de una necesidad ineludible, constante y vital.

En las revistas dirigidas a los sectores menos favorecidos, aparece otro valor privilegiado, el que se refiere a la posibilidad de reducir los gastos del hogar: «cocina económica», «renueve sin gastar» (*Mía*,

16/12); «ricos, económicos y muy fáciles» (*Mía*, 4/11); recetas para «ahorrar dinero» (*Plena*, abril). En este contexto, «económico» es un sinónimo de «barato», pero que sustrae el valor despectivo o peyorativo para transformarlo en una connotación positiva, como uso racional del dinero.

- *La producción artesanal decorativa*. Una parte importante de las revistas analizadas reserva un lugar especial a ofrecer saberes prácticos, destinados a un hacer como producción doméstica de objetos decorativos. Así como la cocina ofrecía por encima de la mera satisfacción de una necesidad biológica la posibilidad de un reconocimiento por parte de los otros, esta producción decorativa ofrece la plusvalía estética de manifestar la posibilidad de elevarse por encima de la necesidad y la labor rutinaria convirtiendo el hogar en un espacio estético, alcanzando un ideal de superación socioeconómica a través de ese valor agregado.

Algunas valoraciones acerca de estos saberes y estas prácticas los vinculan a los valores de las labores domésticas que analizamos más arriba. Así se reiteran marcas que apuntan a la sencillez de la tarea propuesta, su falta de complejidad como posibilidad de que cualquier lectora las lleve a cabo, aún sin contar con saberes o habilidades especiales: «sin necesidad de ser una experta» (*Máxima*, junio); «su confección sólo demanda buen gusto» (*Máxima*, mayo); «una tarea que parece difícil, pero es sencilla» (*Plena*, abril); «una técnica sencilla» (*Plena*, mayo); «propuestas simpáticas y accesibles» (*Mía*, 16/12); «con un poco de maña y buen gusto pueden transformarse» (*Mía*, 16/12); «una técnica simple y clásica» (*Mía*, 4/11). Como en el caso de la cocina o las labores de limpieza, se destacan muy a menudo las posibilidades de reducir los costos económicos, insistiendo en el carácter cotidiano de los materiales utilizados («a partir de materiales de desecho», *Plena*, mayo; «renovar muebles deslucidos», *Mía*, 4/11), su poco costo y su falta de complejidad («muy pocos son los materiales», «cambiar los ambientes con poco dinero», *Máxima*, junio; «son muy económicas», *Máxima*, mayo; «por pocos pesos renovar sus muebles», *Plena*, abril; «incluso muebles a un costo mínimo», *Plena*, mayo; «adornitos económicos», «no requiere materiales costosos»; *Mía*, 16/12; «decore con pocos pesos», *Mía*, 4/11).

Un elemento importante en esta manera de presentar y valorar las artesanías domésticas es la posibilidad de expresión personal que éstas brindan, de variación y adecuación al gusto individual: «posibilidades múltiples», «adaptar a su gusto» (*Máxima*, junio); «crear objetos originales», «despliegue de creatividad» (*Plena*, mayo). Su visibilidad, frente a la invisibilidad de las labores fugaces y rutinarias, les confiere la capacidad de materializar y hacer visible el esfuerzo de su creadora, de vestirse con sus habilidades y su buen gusto, de generar entonces el reconocimiento ajeno y la sensación de realización personal transferida a la dimensión simbólica del hogar: «el resultado será siempre espléndido», «una mesa paquetísima» (*Mía*, 16/12).

Como señalé más arriba, Jean Baudrillard (1992) analiza la manera en que el hogar burgués tradicional, organizado bajo el mismo orden patriarcal de la familia, cede el paso al interior funcional y tecnologizado. Esto no se realiza de un día para el otro ni sin contradicciones, lo que implica que uno y otro modelo convivan en un mismo espacio en los hogares reales, habitados por gente real. Pero en los modelos (re)presentados en las revistas, el modelo funcional que Baudrillard analizaba en los 60 se manifiesta de manera recurrente, incluso en las publicaciones destinadas a sectores medios y bajos, y en los enunciados que ofrecen instrucciones para la decoración artesanal. Si se insiste en que para su realización no son necesarios saberes técnicos, se alude en cambio a la necesidad de conocer unas reglas de combinatoria específicas: «claves para combinar bien» (*Plena*, abril); «simples reglas de diseño», «distribución de los diversos componentes» (*Máxima*, mayo), en referencia a elementos abstractos como «forma, color y textura»: «tiene un solo secreto y es la armonía» (*Mía*, 4). Este saber funcional y estético se convierte en medida de identificación social: «con un poco de maña y buen gusto» (*Mía*, 16/12). Este sistema de combinación de elementos abstractos (ya no muebles con historia y tradición o figuraciones) privilegia, sin embargo, la connotación de la naturaleza; o como señala Baudrillard, de «naturalidad», con el sufijo que indica su esencialización, su descomposición en elementos casi primarios como las texturas, los materiales, los colores, la iluminación. Los objetos que se proponen para su elaboración tienen así «una mezcla de colores de la naturaleza», «el dibujo y el color acompañan la forma del recipiente de una manera suave y natural» (*Máxima*, junio);

se caracterizan por su «calidez» (*Mía*, 16/12), por «combinar elementos naturales» (*Máxima*, mayo); los colores en especial se describen por relación a elementos naturales: «paletas de tonos frutales... colores ácidos (tomate, naranja, verde intenso), marinos...» (*Mía*, 4/11).

- *La decoración como consumo*. En las publicaciones destinadas a los sectores con mayor poder adquisitivo, desaparecen los enunciados que ofrecen instrucciones o sugerencias para la producción doméstica de objetos decorativos; en lugar de ello, se presentan objetos y ambientaciones destinados al consumo, a la compra. Se generan así dos modelos de ambientes o espacios domésticos: el orientado a capas medias-bajas de la sociedad aparece caracterizado por el color, la profusión de objetos y adornos pequeños y personales (como los de producción casera o las fotografías), el reciclado de elementos en desuso. En un marcado contraste, los ambientes orientados a sectores más altos de la sociedad se caracterizan en los últimos años de los 90 por la exacerbación de las tendencias funcionalistas descritas por Baudrillard, lo que se denomina «minimalismo»: una decoración completamente despojada («Lejos de la saturación, una decoración sencilla», «opción funcional», *Marie Claire*, noviembre), que descarta colores y adornos, privilegiando la luz y el espacio: «líneas muy simples», «colores monocromáticos» (*Para Ti*, 13/10); «simplicidad», «colores claros», «sensación de relax» (*Para Ti*, 20/1). Para el gusto argentino, sin embargo, este modelo puede resultar demasiado abstracto, y se insiste más, por ello, en relacionarlo con los valores más vitales de la naturaleza, como la «calidez», a través de los mismos elementos que vimos más arriba como portadores de naturalidad: «luz muy cálida», «combinación de metal y madera», «iluminación muy cálida en colores suaves» (*Para Ti*, 13/10); «naturalidad en el mobiliario» (de madera), «formas modernas conjugadas con elementos como la madera, el barro de las macetas y las plantas» (*Marie Claire*, noviembre). Hay una tensión entre la conservación de elementos del espacio tradicional («la chimenea juega el rol protagónico», *Para Ti*, 13/10) y el deseo de superarlos («Una Navidad creativa y llena de contrastes que le dice adiós a viejas costumbres», *Marie Claire*, diciembre).

He dejado para concluir este apartado el análisis de una publicación que ya en otras ocasiones ha presentado particularidades que la distinguen de las demás: la revista *Luna*. Destinada a clases medias, a

mujeres que conjugan la familia y el hogar con el trabajo, *Luna* no tiene un espacio para la producción artesanal o el trabajo doméstico (excepto la cocina). Pero sí destina un espacio a la presentación de ambientaciones y objetos decorativos, aunque tampoco los ofrece sólo para el consumo. *Luna* acompaña la presentación fotográfica de ambientaciones con una extensa información que despliega esas reglas de uso y combinación que en otras publicaciones son aludidas pero no desarrolladas.

Así, aconseja «Unificar por un material o un color» (22/8); indica una «iluminación estratégica» (18/4). Dedicar un artículo a la manera adecuada de integrar un mueble antiguo a una ambientación moderna: «deben guardar proporción con el resto del mobiliario»; «requieren cierto estudio del espacio» (6/6). También aquí las premisas funcionalistas de uso del color y del espacio tienen vigencia: se prefiere el blanco, «un color que da amplitud porque capta la luz» (16/5); los «materiales simples y muebles reciclados» (22/8); «una adecuada distribución interior» (16/5); no por ello se descartan las connotaciones de naturalidad en los ambientes urbanos: «una cama de madera sencilla», «paredes pintadas en verde», «evocan casa de campo y vida natural» (18/4). Si estos elementos se relacionan con las revistas destinadas a sectores altos, una preocupación por el aspecto económico relaciona estas propuestas con las dirigidas a lectoras de sectores de menor poder adquisitivo: «Poca plata y mucho gusto», «bajo costo, con materiales simples y muebles reciclados» (22/8); «conviene comprar un mueble a menor costo y renovar su look» (6/6).

4.5. El hogar: del trabajo invisible a la plusvalía estética

La construcción del espacio doméstico en las revistas femeninas argentinas muestra un predominio de la dimensión estética de la domesticidad, el aspecto que está presente en todas las publicaciones analizadas. La cocina también tiene su lugar constante en todas ellas: se trata de una tarea que conjuga la necesidad vital con el sentido estético y simbólico. Las tareas más rutinarias, limpieza y mantenimiento, son las que sólo aparecen en contadas oportunidades y son las únicas que dan lugar a enunciados de comentario, escasos, pero cuestionadores.

Existe una clara gradación en la representación de lo doméstico: desde una mínima presencia, que lo vincula al consumo y lo distancia de la vida cotidiana a través del exotismo, el lujo y la formalidad, esto aparece en las publicaciones destinadas a los sectores económicamente más favorecidos; hasta una presencia máxima de las prácticas domésticas tanto estéticas como rutinarias y la necesidad de ahorro en tiempo y dinero en las revistas destinadas a los sectores más bajos. Como en otros aspectos, las publicaciones destinadas a los sectores medios se ubican en una tensión, esta vez entre la representación privilegiada de lo estético, pero mostrado como «posible», sin la distancia del exotismo y el lujo, y la representación de la tarea doméstica de mayor carga simbólica y hasta estética, la cocina, también referida como una práctica cotidiana, pero elidiendo las tareas más rutinarias como la higiene. Un elemento a destacar es la casi ausencia de publicidades vinculadas a productos de uso doméstico en estas publicaciones, en contraste con la abundancia de publicidades de ropa y cosméticos (volveré sobre esto más adelante).

Carola García Calderón señala, refiriéndose a las publicaciones mexicanas, que «el hogar continúa siendo el espacio femenino clásico, los consejos de la revista femenina giran en gran parte en función de él» (1993: 385), el trabajo doméstico aparece como una «condición natural», mientras que el trabajo fuera del hogar aparece sólo un lugar de «posibilidades sentimentales». Esta perspectiva conservadora «establece que la mujer no debe ocuparse de lo que ocurre más allá de los límites [de su casa], y si lo hace es para defender el derecho a quedarse en casa» (p. 385). Situación muy diferente a la de nuestro país, donde lo doméstico, cuando se expresan opiniones y se reflexiona sobre ello, aparece como cargado de negatividad, como exigencia excesiva, como conflicto con el desempeño laboral remunerado. Esa valoración negativa de las tareas domésticas está en la base de su elisión en la mayor parte de las revistas argentinas, que prefieren presentar el aspecto estético-simbólico de la domesticidad, que puede cargarse de los valores positivos de la creatividad, la realización personal, y sobre todo, la visibilidad de un resultado material permanente.

La definición tradicional de lo doméstico estaba dada por la exclusión de la esfera pública; en la representación del trabajo y las labores que se desarrollan cotidianamente aparecen, sin embargo, va-

lores y atributos que generalmente se consideran propios de la esfera pública, como el ejercicio de la racionalidad en el manejo del dinero o la búsqueda de un reconocimiento público. Otro aspecto por el que la esfera doméstica se relaciona indisolublemente con la esfera de lo público y lo laboral es en su valor de reproducción de la fuerza de trabajo. No hay sin embargo en las revistas analizadas una conciencia de este valor de las tareas domésticas: las evaluaciones sociales que marcan al trabajo en el hogar como poco valioso, desagradable y rutinario muestran su vigencia inapelable en la casi total exclusión de estas labores del mundo representado en las revistas femeninas. Esto no significa que la identificación de mujer-trabajo doméstico haya sido superada o subvertida: por el contrario, manifiesta una fuerza tal, que cuando estas tareas son nombradas, desplegadas, mencionadas, no es posible evitar presentarlas como responsabilidad exclusiva de la mujer. Aun cuando esto sea objeto de cuestionamientos o críticas, lo que se constata siempre es que es la mujer quien carga con la obligación y la responsabilidad de la organización y el mantenimiento de la vida hogareña, aunque esa misma mujer se desempeñe laboralmente fuera de las paredes de su casa.

Si volvemos a la definición de la labor como tarea específica de la esfera privada que daba Arendt (1993), recordaremos que su rasgo característico era la sujeción al ámbito de la necesidad biológica, física. Ese orden de la necesidad es lo que se ve desplazado por la manera en que las revistas femeninas presentan lo doméstico. Es la correlación con lo impostergable, lo imperioso de las necesidades vitales lo que confiere el carácter de sujeción y el peso de una carga excesiva a las tareas hogareñas. Por el contrario, la dimensión estética que se despliega en las revistas analizadas no pertenece al orden de lo necesario, al menos en el sentido biológico, de reproducción de la vida. Se trata como dije antes de una plusvalía estética que abre lo doméstico ya no al orden de lo privado (en el sentido llano que Arendt expresa como lo que debe ocultarse a la vista de los demás), sino a la dimensión más pública de lo que debe, o merece, ser mostrado a la mirada y la aprobación de los otros. Este desplazamiento de la necesidad al reconocimiento público es claro en la concepción de lo que aquí se ha llamado «ambientación» o «decoración», que consiste en producir (por la fabricación o el consumo) un espacio doméstico dotado de esteticidad y

apto para ser exhibido. También en la presencia constante de la cocina, ya no como respuesta a la necesidad de alimentación sino como práctica y saber específico dotado de complejos aspectos simbólicos y hasta estéticos: se trata de una producción pensada para la aprobación y la admiración de otros. La publicidad no escapa de este desplazamiento: no son las publicidades de productos que facilitarían o aliviarían las tediosas y rutinarias tareas domésticas las que ocupan mayor lugar en las publicaciones femeninas, sino las que apuntan a la concepción del cuerpo como un objeto estético: la ropa, la cosmética. El trabajo invisible sigue siendo invisible en estas revistas: lo que se despliega es la dimensión de lo doméstico que se hace visible y por tanto susceptible de la mirada y la aprobación públicas.

Notas:

1 Hay que señalar enseguida que las recetas de cocina aparecen en la mayor parte de las revistas, femeninas o no. En prácticamente todas las revistas de interés general o de actualidad hay un espacio para ellas.

2 Estas evaluaciones sociales subyacentes también entran en el orden de los ideogramas, pero, como aclaré en la primera parte del trabajo, me centré en aquellos ideogramas que se enuncian en la superficie del discurso, manifestando etapa de crisis y reformulación de ciertas evaluaciones; en cuanto a aquellos que permanecen en el nivel de los presupuestos, son el fundamento de las valoraciones que analizo a través de las marcas evaluativas.

3 En este apartado se citan títulos o fragmentos mínimos de numerosos artículos que no se detallan en el índice por su abundancia y porque la mayor parte de su contenido no resulta relevante para el análisis; se indica en este caso la fecha correspondiente de su publicación.

5. Las vacilaciones del género

Al comenzar este trabajo definí el objeto de mi investigación, las identidades de género, en términos de construcciones discursivas, y al discurso como espacio de una lucha por el poder y la imposición de las valoraciones propias de cada grupo social en el sentido común, en la doxa. La doxa de los 90 en Argentina (tal como se manifiesta en las revistas femeninas) muestra vacilaciones y zonas de incertidumbre en la reformulación de las identidades genéricas, en lo que se define socialmente como femenino y masculino. Las problemáticas del género atraviesan el discurso social; mi análisis se centró en un tipo particular de discurso mediático, definido justamente por una variable genérica: las revistas femeninas.

Lo que analicé aquí, como dije en el «Prólogo», no es el conjunto de las relaciones de poder que configuran el sistema de géneros de los 90 como prácticas sociales, políticas o privadas; el análisis no es extensivo a todo el conjunto discursivo ni define la situación de la mujer en los 90. Quise mostrar en el análisis de estas publicaciones a las identidades femeninas y masculinas como construcciones inestables, en proceso de transformación, que manifiestan incertidumbres, contradicciones y resistencias.

Esta segunda parte de la investigación se desarrolló en tres etapas, en cada una de las cuales analicé nuevas formulaciones de las identidades genéricas que implican una transformación en la dicotomía público/privado y en su correlación con lo masculino y lo femenino.

En primer lugar trabajé aquellas formulaciones que, atravesando la exclusión moderna de la mujer del espacio público, presentan a una nueva «mujer trabajadora». Pero la conquista del ámbito laboral no se logra sin conflictos. Si en la doxa de los 90 que condensan estas

revistas no aparecen ya casi negaciones de la capacidad femenina para lo laboral, la insistencia en reafirmarla y explicarla (las apelaciones a la «multifuncionalidad» femenina) hacen evidente que no se trata de un presupuesto socialmente consolidado todavía. La maternidad y la emocionalidad aparecen como fuertes obstáculos para una plena aceptación de la mujer trabajadora. En el primer caso, en la doxa argentina aparecen evaluaciones emergentes, todavía aisladas pero tal vez con posibilidades de profundizarse, que reclaman por una extensión mayor de lo social sobre lo doméstico, situando al cuidado infantil como responsabilidad de la «sociedad», y, por tanto, susceptible de ser tomado a su cargo por la administración estatal o comunitaria, superando la tradicional concepción moderna de la maternidad como consagración exclusiva de la mujer al cuidado y la educación de los hijos. El segundo obstáculo, la emocionalidad, también da lugar a evaluaciones emergentes, más extendidas que las anteriores, que sostienen una oposición entre valores masculinos (fuerza, poder, dominio, racionalidad) y femeninos (conciliación, diálogo, confianza, intuición) y un triunfo de los segundos sobre los primeros, tanto en los ámbitos familiares como laborales. Cuando el trabajo se desplaza del sector productivo al de administración y servicios, la fuerza y el dominio ya no son valores redituables, y los valores más «domésticos» y femeninos del buen trato y la comunicación interpersonal se ven revalorizados.

La segunda etapa del trabajo estuvo centrada en las transformaciones de la identidad masculina. Entendidas muchas veces como consecuencia de los cambios femeninos, y no como resultado de los deseos o reivindicaciones masculinas, esas transformaciones en lo que se acepta y se espera de un hombre dejan intacta la *matriz binaria heterosexual*, la concepción de los géneros como exclusivamente dos y absolutamente inaccesibles uno al otro. Esta persistencia de concepciones tradicionales es también evidente en los estereotipos femeninos y masculinos que suelen aparecer en el discurso de los hombres que toman la palabra en estas revistas. Los conflictos con el rol tradicional del hombre protector y proveedor, sostén económico de la familia, no están sin embargo ausentes: relacionados con el avance de la mujer en lo laboral, que le quita al hombre la exclusividad del aporte económico al hogar, o con el contexto sociopolítico de la desocupación (real o como fantasma), generan tanto el repliegue a las perspectivas tradicionales y

hasta estereotipadas como la búsqueda de nuevos modelos. Entre esos nuevos modelos, aparecen elementos emergentes: la preocupación estética por el cuerpo, la apertura —aún marcada por la incertidumbre, la desconfianza y el no saber— hacia un reconocimiento de la afectividad masculina, y en especial el ejercicio de una paternidad activa y participativa, modalizada a menudo por un «querer» que marca este cambio como vinculado a un deseo positivo ausente de otras modificaciones a la concepción moderna de lo varonil. Este último punto, la paternidad activa, es interesante por las posibilidades de acuerdo que ofrece ante el conflicto entre maternidad y trabajo femenino.

El último aspecto abordado fue la construcción del espacio doméstico. Allí fue posible distinguir tres aspectos (sin incluir la dimensión de lo íntimo): las tareas domésticas de mantenimiento de la vida y reproducción de la fuerza de trabajo (Bas Cortada y Danieleto, 1994), la dimensión de la producción estética artesanal o decorativa, la dimensión de la ambientación y lo estético como consumo. Resulta relevante la preeminencia de las dimensiones estéticas, en todas las publicaciones analizadas, por encima de las labores imprescindibles como la limpieza, la higiene, el cuidado del hogar y la familia. Estas tareas, vinculadas como señala Arendt a las necesidades imperiosas de la vida biológica, siguen siendo evaluadas como despreciables, poco valiosas, carentes de importancia y reconocimiento, aunque son ineludibles para las mujeres. Frente a esa imposición de las tareas más ingratas, las revistas femeninas despliegan una dimensión más gratificante de lo doméstico: la producción o el consumo de lo estético-decorativo. Ya sea según un modelo tradicional que presenta a la decoración del hogar como manifestación a la vez simbólica y material de la familia, sus afectos y sus valores, o según un modelo funcional propio del siglo XX que convierte a la ambientación en una combinatoria de elementos funcionales y abstractos que connotan más la naturalidad que la tradición familiar, la esfera de lo estético en el ámbito doméstico ofrece una plusvalía, un valor agregado, una compensación: su materialidad, su visibilidad y permanencia se alejan de la rutina y la invisibilidad de la labor doméstica para conferir el reconocimiento de los demás, un sentido de satisfacción personal, y una manifestación de la posición social de la familia que habita ese hogar.

En el análisis de los tres aspectos que aquí he resumido, aparece un factor clave para comprender la dinámica de las identidades de género en su sobredeterminación con la pertenencia a grupos socioeconómicos. Dije desde un principio que no concebía a las identidades genéricas como unívocas, reducibles a estereotipos, sino como conjunto de variables que dependen de su intersección con otros factores de pertenencia o filiación. Es así como, en el espectro de publicaciones analizadas, aparecen grupos de revistas que se distinguen por el tipo de público o target al que apuntan. En cada caso varía, además, la manera en que se presentan las transformaciones analizadas: la inclusión de la mujer en el ámbito laboral, los cambios en la masculinidad, la representación del espacio doméstico.

En primer lugar, las revistas que se dirigen a un público de clase media baja (semanales, de costo reducido, con predominio de lo doméstico en sus dimensiones estéticas y de labor) como *Única* y *Mía*. En ellas prima una definición tradicional de la mujer, como madre y ama de casa; y si se concibe su participación laboral, es siempre claramente secundario respecto al hogar: por ello los conflictos trabajo-maternidad son mínimos. Correlativamente, la identidad masculina tampoco se ve cuestionada: si se menciona al hombre, es como marido y sin poner en dudas los roles tradicionales. Es en estas revistas donde aparecen principalmente las pocas menciones a las tareas domésticas de mantenimiento y limpieza, además de la cocina y la producción decorativa.

Otras revistas apuntan, semanal o mensualmente, a una clase media que vacila entre la valorización de lo estético y lo doméstico (*Máxima*, *Plena*: las dos que desaparecen en 1997) y una ampliación de sus intereses a territorios antes inexplorados por las revistas para mujeres, como lo laboral, lo tecnológico, la actualidad política y social, la sexualidad placentera y no reproductiva: novedades aportadas entre 1996 y 1997 por *Cosmopolitan* y *Luna*. En las primeras, lo doméstico encuentra todavía su lugar, y la maternidad sigue siendo privilegiada por sobre el trabajo. Hay sin embargo más atención sobre los cambios en las identidades femeninas como en las masculinas, aunque como una novedad algo lejana frente a la persistencia de los roles tradicionales. *Luna* es una de las publicaciones más cuestionadoras de estereotipos y roles tradicionales: abandona el tratamiento de lo domésti-

co, ofrece las claves para acceder a nuevas maneras de comprender la ambientación, cuestiona permanentemente las identidades de género consolidadas. *Cosmopolitan* ya no necesita hacerlo: destinada a mujeres jóvenes, solteras y trabajadoras, la distribución tradicional de prácticas, valores y atributos de género está muy lejos de sus preocupaciones.

Finalmente, las publicaciones que se dirigen a una clase media alta, en las que predominan las dimensiones estéticas, donde la dimensión del trabajo doméstico se reduce progresivamente a la esteticidad y lo laboral, ocupa un mínimo espacio, si es que lo hace, y presuponen una comunidad de valores culturales: *Para Ti, Marie Claire, Elle*. Aquí también hay una tensión con los roles tradicionales, aunque problemas como los de la distribución del trabajo doméstico no están entre sus intereses.

Concebir al género como una situación estratégica de distribución del poder, me permite analizar cómo la sobredeterminación de género y clase limita y orienta la performatividad del género, las posibilidades de optar por prácticas, valores y atributos más allá de las definiciones de la modernidad. En los medios de escasos recursos económicos y culturales, las posibilidades de escapar de los roles más rígidos de masculinidad y feminidad son mínimas. Liberarse del reino de las necesidades, de la labor doméstica y las estrecheces económicas, abre otras posibilidades de transformación de las identidades de género, aunque también hace menos urgente liberarse de yugos como el trabajo doméstico que puede delegarse a otros. Las tensiones, los reclamos de transformación, las búsquedas de nuevas posibilidades de equilibrar las cargas dentro y fuera del hogar no se dan en medio de la necesidad ni en la abundancia material, sino en esa capa media (burguesa) que lucha por mantener su situación socioeducativa en momentos de incertidumbre económica.

Con los matices ya señalados, todas las revistas analizadas desplazan la dimensión del trabajo doméstico (las labores regidas por la necesidad biológica) y privilegian esferas caracterizadas por el predominio de lo estético, desde la decoración del hogar hasta la moda y la belleza. Embelleciendo el hogar y embelleciendo su cuerpo, las mujeres no sólo siguen dictados comerciales de consumo indiscriminado. La exigencia es más profunda:

Para la mujer, el comprar y usar ropas y productos de belleza, no es tanto consumo como trabajo. Una de las tareas de una mujer en esta sociedad es ser un objeto sexualmente atractivo, y la ropa y los cosméticos, son los útiles del oficio. (Willis, 1989: 37)

Este predominio de la dimensión estética abierta a la mirada de los otros, aún en la representación del espacio privado, participa por una parte de la «publicitación de lo privado» que caracteriza a los medios. Pero es también una manifestación de la ambivalencia en las transformaciones de la identidad femenina en los 90. Cuando la mujer sale del espacio clausurado del hogar y comienza a participar de las esferas públicas de la educación, el trabajo y la política, el ideal femenino de «esposa y madre», el «ama de casa», resulta no sólo poco satisfactorio sino también poco apto para la mirada ajena. La conquista del espacio público lleva consigo, en cierto sentido y paradójicamente, el triunfo de la mujer objeto sobre el ángel del hogar. No en cuanto a su connotación sexual, sino en el sentido de que cuidar la buena apariencia física (lo que implica la vestimenta tanto como el cuerpo mismo) es un requisito para recibir la aprobación de los otros, en especial de los hombres que siguen siendo mayoría en el espacio público. Por eso, si el predominio de los tópicos de la belleza y la moda parecen remitir a una concepción tradicional y estereotipada de la mujer como objeto sexual, la dimensión estética dominante tanto en la presentación del cuerpo como del hogar señala también una apertura a la mirada pública. Por cierto que esto implica –como pude afirmar a partir de la primera parte de la investigación– no el cambio de un modelo por otro, sino la suma. Acceder al espacio público no significa verse libre de la carga de las tareas domésticas: como vimos, éstas siguen siendo responsabilidad femenina por excelencia. Significa agregar a la limpieza, la cocina y el cuidado de los otros, el mandato de cumplir con las exigencias estéticas de la participación en el espacio externo al hogar, de exponerse a la vista de los otros. Como señala Juana Gallego, el nuevo modelo de mujer debe tener «la capacidad seductora de la vamp..., la capacidad laboral masculina..., la disponibilidad sexual de la prostituta..., el aspecto físico de la modelo..., la cultura de la intelectual..., la capacidad de comprensión y bondad de la madre» (1990: 92).

Epílogo

Todo el trabajo desarrollado hasta aquí se ocupa del aspecto verbal, lingüístico del corpus, sin detenerse en el análisis de la imagen, aspecto que posee una especificidad teórica propia. Sin embargo, es posible marcar algunas recurrencias que van más allá del lenguaje y de la imagen, sentidos que atraviesan los significantes en su diversidad, y que me permiten dar a esta tesis un cierre que, lejos de clausurar el tema, abra nuevas posibilidades.

En 1999, la revista *Elle* publica su número de abril bajo el título de «Las mujeres y el 2000», reuniendo encuestas realizadas a mujeres de 30 países acerca de temas como el amor, la familia y el trabajo. Sin necesidad de detenerme a analizar el contenido del número o los resultados de la masiva encuesta, una ojeada a su portada permite reactualizar mucho de lo que he venido diciendo. Por empezar, el título, que domina la tapa: «Las mujeres y el 2000». Una pregunta indirecta, una afirmación, en cualquier caso se presupone que esa conjunción, género femenino y cambio de milenio, ofrece aspectos que es necesario indagar, desplegar: una ecuación cuyo resultado no está dado y merece el esfuerzo y el despliegue técnico de encuestar a más de 72.000 lectoras. En 1991, la revista *Máxima* en su primer número afirmaba que las mujeres de los 90 ya no pensaban «como en la década pasada»; ocho años después, en el último año de la década, la identidad femenina sigue apareciendo como un lugar no definido, un lugar de cambios y transformaciones. La imagen de una portada de *Elle* es también muy significativa: una mujer joven, obviamente situada dentro de los cánones de belleza impuestos por los medios; el pelo corto y la aparente desnudez (lleva un vestido de finos breteles que escapan a una primera ojeada al pasar) pueden connotar una identidad menos tradicional,

aludiendo a la «liberación femenina» bajo la forma de la liberación de la sexualidad. Pero esta mujer, joven, bella y liberada de los prejuicios sexuales, lleva un bebé en sus brazos. La sacralización de la maternidad, la identificación de la mujer con la madre no han cambiado: son matrices profundas y poderosas, que siguen vigentes, ocupando el lugar central de la construcción de la identidad femenina, aunque a ésta se le sumen la posibilidad de trabajar más allá de su casa, de ser legalmente independiente, políticamente activa y económicamente autónoma. En este marco, la desnudez cobra otro valor: es el significante visual de la «naturalización» que identifica maternidad y mujer, del rol materno como «esencia» femenina. Las concepciones esencialistas de las identidades de género, desplazadas de otros ámbitos y tópicos discursivos, encuentran en el ícono (en su doble sentido que reúne representación y sacralidad) de la maternidad el último refugio desde el cual ejercer su resistencia. Despojada de cualquier otro atributo, la mujer todavía es «esencialmente» madre, entre los conflictos laborales y la sacralidad.

Afirmé en la primera parte de este trabajo, leyendo a Derrida (1995), que los medios masivos de comunicación se han convertido en uno de los lugares privilegiados de organización y control del sentido en el espacio público, de garantía de la hegemonía discursiva y político-económica. Las revistas femeninas, como productos mediáticos, son el espacio de la decantación de una serie de discursos que provienen de diversos campos y forman parte de lo que Angenot llama *doxa*, presupuestos irreductibles del discurso social, y que comparte con el concepto de *sentido común* de Gramsci y de *evaluación social* de Bajtín algunos rasgos, como el de ser un conocimiento del mundo considerado natural, indiscutible; no formando un todo coherente u homogéneo, sino como espacio de contradicciones y estratificaciones, de conjunción de lo nuevo y lo viejo; sobre todo la *doxa*, el sentido común, es el espacio de una lucha por el poder, por imponer los sentidos propios en la hegemonía del discurso social. Estos rasgos muestran su dinámica en la construcción discursiva de las identidades de género en las revistas femeninas: en un grupo aparentemente homogéneo y estereotipado de enunciados, surgen los conflictos entre concepciones nuevas, como la mujer trabajadora o el hombre que reconoce sus emociones, y las valoraciones tradicionales de la mujer como madre y el hom-

bre como único proveedor; surgen también las estratificaciones que hacen variar las concepciones de lo femenino y lo masculino según la situación socioeconómica de los destinatarios de la publicación; surgen las ambivalencias, en las que un mismo elemento es a la vez soporte de las evaluaciones más tradicionales y manifestación de valoraciones emergentes, como la primacía de lo estético en la imagen femenina, a la vez persistencia del estereotipo de la mujer objeto y requisito para su ingreso a la esfera pública. La doxa se muestra así en su aparente incoherencia, su dinámica, su ambivalencia pero también su permeabilidad a lo nuevo, su capacidad de adaptar elementos emergentes y de ensamblar lo contradictorio.

En suma, las revistas femeninas nos muestran algo más que estereotipos, mujeres bonitas y amas de casa, vestidos extravagantes y recetas de cocina: son, como parte del discurso social y de la doxa, un campo de batalla entre lo viejo y lo nuevo, dinámico y cambiante, donde lo que aparece como un avance va acompañado de la manifestación de resistencias ancestrales.

Apéndice

Índice de artículos de revistas citados

B. RECORRIDO DIACRÓNICO: La revista *Máxima*

¿Por qué *Máxima*? (Nº 1: 3)

Planteos de *Máxima*: Locas por la belleza (Nº 1: 59-66)

Por qué son más felices las mujeres 10 en 1 (Nº 1: 78)

«Mi marido es un workaholic» (Nº 2: 40)

Propuestas para un día de lluvia (Nº 2: 46)

¿En pie de igualdad con el hombre? (Nº 2: 70)

María Elena Walsh: «¿Qué tiene de malo la frivolidad?» (Nº 3: 36)

12 hábitos que pueden arruinar su carrera (Nº 3: 54)

¿Usted pretende ser una supermujer? (Nº 4: 88)

«Los hombres también necesitan soñar» (Nº 4: 90)

El sabor de lo prohibido (Nº 5: 64)

¿Feminista yo?... Paparruchas! (Nº 5: 130)

Aunque usted no lo crea, la mujer gris es la que tiene mejor color
(Nº 6: 64)

Las mujeres autónomas ya somos legión (Nº 6: 142)

¿Por qué nos enganchamos con brujos y adivinos? (Nº 7: 66)

El estrés puede impedir el embarazo (Nº 7: 94)

La mujer T.S.F. (Nº 8: 64)

¿Usted se atreve a ser una mujer sexy? (Nº 8: 92)

Deje de ser un pulpo (y le irá mejor) (Nº 9: 58)

Papás que son mamás (Nº 9: 71)

Las mujeres inteligentes dicen cómo amar sin sufrir (Nº 10: 63)
 Ahora, para cambiar, los hombres pasan por el taller (Nº 10: 72)
 ¿Es usted demodée? (Nº 11: 68)
 «¿Así que yo tengo imagen top?» (Nº 11: 122)
 El sexo en los '90 (Nº 12: 70)
 ¿Por qué el placer nos da tanta culpa? (Nº 12: 88)
 Mamá en la oficina, Papá en la cocina (Nº 14: 104-105)
 Tratar de ser padres perfectos sólo produce culpas (Nº 15: 102-103)
 Cómo ser hombre (y no morir en el intento) (Nº 22: 88)
 El éxito. Por qué siempre perdemos (Nº 24: 92-95)
 Los nuevos prejuicios masculinos (Nº 26: 84-86)
 El secreto de las madres felices (Nº 32: 96-99)
 Las mentiras que ellos adoran escuchar (Nº 35: 88-89)
 Padres todo servicio (Nº 37: 66-67)
 Ella trabaja, él cocina... ¿Es tan terrible? (Nº 52: 38-39)

C. CORTE SINCRÓNICO: Análisis comparativo de las revistas femeninas

- Luna:**
- 1 Madres de fin de semana (4/4/97)
 - 2 Dossier: Mujeres multifunción (18/4/97)
 - 3 Padre, madre y dos casas (25/4/97)
 - 4 Dossier: Nueva masculinidad, el hombre blando (23/5/97)
 - 5 Las nuevas jefas (8/8/97)
 - 6 Cuando ella gana más (29/8/97)
 - 7 Dossier: Hombres, ¿qué les pasa? (26/9/97)
- Mía:**
- 1 Entre nosotras: quiero trabajar y sentirme útil (14/1/97)
 - 2 Historias de mujeres: La vida a 250 km. por hora (14/1/97)
 - 3 Entrevista de trabajo: Elija la ropa más apropiada (4/11/97)

97)

4 En diez minutos ¡asunto resuelto! (4/11/97)

Única: 1 Y ahora... ¿quién podrá defendernos? (8/5/97)
2 Cómo actuar en la primera entrevista (11/12/97)
3 Aprender a relacionarse (11/12/97)
4 El cuenta calorías del hogar (21/8/97)

Para Ti: 1 El hombre no sabe, no contesta (23/6/97)
2 Suplemento Hombres al desnudo (28/7/97)
3 Las que llegaron dan un paso atrás (17/11/97)
4 En la familia que viene no va a mandar nadie (15/12/97)
5 ¿Hoy, dónde está el placer? (13/10/97)

Elle: 1 Tendencias del 2000: el clicking (enero 1997)
2 Negocios: ¿Por dónde empiezo? (mayo 1997)
3 Suplemento *Elle* hombres (junio 1997)
4 Cómo ganar tiempo (diciembre 1997)

Cosmopolitan: 1 Estás destruida pero tenés que seguir trabajando (febrero 1997)
2 ¿Histérico yo? (julio 1997)
3 Un hombre y su reloj biológico (noviembre 1997)
4 ¡Lo único que hago es trabajar! (noviembre 1997)
5 ¿Sos la nueva de la oficina? (diciembre 1997)

Máxima: 1 Volver a la oficina con un bebé en casa (mayo 1997)
2 Actitudes que ponen en riesgo los logros profesionales (junio 1997)

Plena: 1 Cuando nos casamos ya lo sabías (abril 1997)
2 De corto plazo pero con futuro (mayo 1997)
3 Sea para él un buen motor (mayo 1997)
4 Nunca tengo tiempo para mí (mayo 1997)

Marie Claire: 1 Para ellas el trabajo es lo primero (septiembre 1997)
2 Hombres abandonados (octubre 1997)

Bibliografía

- Allen, Ann Taylor (1996). «The March through the Institutions: Women's Studies in the United States and West and East Germany, 1980-1995». *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, Vol. 22, Nº 11. Chicago: University of Chicago.
- Anderson, Bonnie S. y Zinsler, Judith P. (1992). *Historia de las mujeres: una historia propia*. Barcelona: Crítica.
- Angenot, Marc (1982). *La parole pamphletaire, typologie des discours modernes*. Paris: Payot.
- Angenot, Marc (1984). «Le discours social: problématique d'ensemble». *Cahiers de recherche sociologique*, Vol. 2, Nº 1, pp. 19-44.
- Angenot, Marc (1989). *1889. Un état du discours social*. Quebec: Le Préambule.
- Angenot, Marc (1998). *Interdiscursividades. De hegemonías y diferencias*. Córdoba: Ed. Universidad Nacional de Córdoba.
- Anzaldúa, Gloria (1987). *Borderlands/La frontera*. San Francisco: Spinners/Aunt Lute.
- Arendt, Hanna (1993). *La condición humana*. Barcelona: Paidós ICE/UAB.
- Arfuch, Leonor (1992). *La interioridad pública: La entrevista como género*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales.
- Astelarra, Judith (1992). «Recuperar la voz: el silencio de la ciudadanía». *Isis Internacional. Fin de siglo. Género y cambio civilizatorio*. Ediciones de las Mujeres Nº 17, diciembre. Chile.
- Badinter, Elisabeth (1993). *XY. La identidad masculina*. Madrid: Alianza Editorial.
- Bajtín, Mijaíl (1989). *Teoría y estética de la novela*. Madrid: Taurus.
- Bajtín, Mijaíl (1990). *Estética de la creación verbal*. México: Siglo XXI.
- Bajtín, Mijaíl (1993). «La evaluación social, su papel, el enunciado concreto y la construcción poética». *Criterios*, julio. La Habana, pp. 9-18.

- Bajtín, Mijaíl (1997). *Hacia una filosofía del acto ético. De los borradores y otros escritos*. Barcelona: Anthropos.
- Bas Cortada, Ana y Danieletto, Marta (1994). «Hacia un sistema integrado de estadísticas de la mujer: el trabajo doméstico». En L. Knecher y M. Panaia, (Comps.), *La mitad del país. La mujer en la sociedad argentina*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Baudrillard, Jean (1991). *La transparencia del mal*. Barcelona: Anagrama.
- Baudrillard, Jean (1992). *El sistema de los objetos*. México: Siglo XXI.
- Bedolla Miranda, Patricia (Comp.) (1993). *Estudios de género y feminismo II*. México: UNAM.
- Benhabib, Seyla y Drucilla Cornella (Comps.) (1990). *Teoría feminista y teoría crítica*. Valencia: Alfons el Magnanim.
- Boxer, Marilyn (1998). «Para y sobre mujeres: la teoría y práctica de los estudios de mujeres en los Estados Unidos». En M. Navarro y C.R. Stimpson (Comps.), *¿Qué son los estudios de mujeres?* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Burgelin, Oliver (1974). *La comunicación de masas*. Barcelona: Ed. Planeta.
- Butler, Judith (1990a). «Gendering the body: Beauvoir's philosophical contribution». En A. Garry y M. Pearsall, *Women, knowledge and reality*. Boston: Unwin Hyman.
- Butler, Judith (1990b). «Variaciones sobre sexo y género. Beauvoir, Wittig y Foucault». En S. Benhabib y L. Cornella (Comps.), *Teoría feminista y teoría crítica*. Valencia: Alfons el Magnanim.
- Butler, Judith (1997). «Sujetos de sexo/género/deseo». En *Gender trouble. Feminism and the subversion of identity* (1990). New York: Routledge. Traducido en *Feminaria*, año X, N° 19, junio.
- Butler, Judith (1998). «Sexo y género en *El segundo sexo* de Simone de Beauvoir». *Mora*, N° 4, octubre. Buenos Aires: UBA.
- Butler, Judith y Scott, J. W. (Eds.) (1992). *Feminists theorize the political*. New York, Londres: Routledge, Chapman and Hall, Inc.
- Cháneton, July (1995). «Yo, mujer actual». *Espacios de género I* (Actas

- de las III Jornadas de historia de las mujeres). Rosario: Centro Rosarino de Estudios Interdisciplinarios sobre las mujeres (UNR).
- Chantal, Mouffe (1996). «Por una política de la identidad nómada». *Debate Feminista*, año 7, Vol. 14, octubre. México, pp. 3-13.
- Charles Creel, Mercedes (1993). «Construcción de la identidad de género en la comunicación masiva». En Bedolla Miranda (Comp.), *Estudios de género y feminismo II*. México: UNAM.
- Dalmasso, M. Teresa y Boria, Adriana (1999). *Discurso social. Lo visible y lo enunciable*. (Inédito) Informe presentado ante Secretaría de Ciencia y Técnica (Universidad Nacional de Córdoba).
- Derrida, Jacques (1995). *Espectros de Marx*. Madrid: Trotta.
- Dotti, Jorge (1996). «La ambigüedad de lo público». *Punto de Vista*, Año XIX, Nº 55. Buenos Aires.
- Ducrot, Oswald y Parret, Herman (1995). *Teorías lingüísticas y enunciación*. Universidad de Buenos Aires: C.B.C.
- Eco, Umberto (1981). *Lector in fabula*. Barcelona: Lumen.
- Faludi, Susan (1992). *Reacción - La guerra no declarada contra la mujer moderna*. Buenos Aires: Planeta.
- Femenías, María Luisa (1998). «Butler lee a Beauvoir: fragmentos para una polémica en torno al sujeto». *Mora*, Nº 4, octubre. Buenos Aires: UBA.
- Fernández, Ana María (Comp.) (1993). *Las mujeres en la imaginación colectiva*. Buenos Aires: Paidós.
- Ferrater Mora, José (1977). *Diccionario de filosofía*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Follari, Roberto (1994). *Modernidad y posmodernidad: una óptica desde América Latina*. Buenos Aires: Aique/Rei/I.D.E.A.S.
- Forastelli, Fabricio y Triquell, Ximena (Comps.) (1999). *Las marcas del género. Configuraciones de la diferencia en la cultura*. Córdoba: Centro de Estudios Avanzados (UNC).
- Foucault, Michel (1996). *Historia de la sexualidad. La voluntad de saber*. México: Siglo XXI.
- Fouque, Antoinette (1990). «La causa de las mujeres, una entrevista a

- Antoinette Fouque». *Feminaria*, Año III, N° 6, noviembre. Buenos Aires, pp. 34-35.
- Gallego, Juana (1990). *Mujeres de papel. De ¡Hola! a Vogue: La prensa femenina en la actualidad*. Barcelona: Icaria.
- García Calderón, Carola (1993). «Imagen femenina y vida cotidiana». En P. Bedolla Miranda et al., *Estudios de género y feminismo II*. México: Fontamara.
- Garry, Ann y Pearsall, Marilyn (1990). *Women, knowledge and reality*. Boston: Unwin Hyman.
- Gramsci, Antonio (1984). *El materialismo histórico y la filosofía de Benedetto Croce*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Greimas, Algirdas (1982). *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid: Gredos.
- Hein, Heinrich (1990). «Liberating philosophy: an end to the dichotomy of spirit and matter». En A. Garry y M. Pearsall, *Women, knowledge and reality*. Boston: Unwin Hyman.
- Heinämaa, Sara (1998). «¿Qué es ser mujer? Butler y Beauvoir sobre los fundamentos de la diferencia sexual». *Mora*, N° 4, octubre. Buenos Aires: UBA.
- Henault, Anne (1979). *Les enjeux de la sémiotique*. Paris: P.U.F. Traducido por la Cátedra Semiótica I, Escuela de Letras, Universidad Nacional de Córdoba.
- Hirata, Helena y Kergoat, Danièle (1997). *La división sexual del trabajo*. Buenos Aires: Asociación Trabajo y Sociedad.
- Hobsbawm, Eric (1996). «La política de la identidad y la izquierda». *Debate Feminista*, año 7, Vol. 14, octubre. México, pp. 86-100.
- Honig, Bonnie (1998). «Hannah Arendt y las políticas de identidad». *Feminaria*, año XI, N° 21. Buenos Aires, pp. 9-20.
- Jaggar, Alison (1988). *Feminist politics and human nature*. New Jersey: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Jaggar, Alison (1990). «Love and knowledge: emotion in feminist epistemology». En A. Garry y M. Pearsall, *Women, knowledge and reality*. Boston: Unwin Hyman.

- Kerbrat-Orecchioni, Catherine (1985). *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*. Buenos Aires: Hachette.
- Kimmel, Michael (1992). «La producción teórica sobre la masculinidad: nuevos aportes». *Isis Internacional. Fin de siglo. Género y cambio civilizatorio*. Ediciones de las Mujeres N° 17, diciembre. Chile.
- Laclau, Ernesto y Mouffe, Chantal (1987). *Hegemonía y estrategia socialista*. Madrid: Siglo XXI.
- Laqueur, Thomas (1994). *La construcción del sexo*. Madrid: Cátedra.
- Lozano, Jorge et al. (1982). *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*. Madrid: Cátedra.
- Maffía, Diana (1998). «Aventuras y desventuras del encuentro entre género y academia». *Feminaria*, año XI, N° 21, junio. Buenos Aires.
- Masiello, Francine (1997). *Entre civilización y barbarie. Mujeres, nación y cultura literaria en la Argentina moderna*. Rosario: Beatriz Viterbo.
- Mattelart, Michele (1982). *Mujeres e industrias culturales*. Barcelona: Anagrama.
- Mead, Margaret (1981). *Sexo y temperamento en las sociedades primitivas*. Barcelona: Laia.
- Mignolo, Walter (1996). «Herencias coloniales y teorías postcoloniales». En González Stephan (Comp.), *Cultura y tercer mundo*. Caracas: Nueva Sociedad.
- Moi, Toril (1995). *Teoría Literaria Feminista*. Madrid: Cátedra.
- Mouffe, Chantal (1996). «Por una política de la identidad nómada». *Debate Feminista*, año 7, Vol. 14, octubre. México.
- Murillo, Soledad (1996). *El mito de la vida privada. De la entrega al tiempo propio*. Madrid: Siglo XXI.
- Navarro, Marysa y Stimpson, Catharine (Comps.) (1998). *¿Qué son los estudios de mujeres?* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Newman, Kathleen (1991). *La violencia del discurso. El estado autoritario y la novela política argentina*. Buenos Aires: Catálogos.

- O'Sullivan, Tim et al. (1997). *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Recanati, François (1981). *La transparencia y la enunciación*. Buenos Aires: Hachette.
- Salazar Cruz, Clara Eugenia (1997). «El uso del tiempo libre y las relaciones asimétricas de género y entre generaciones». *Sociológica*, año 12, número 13, enero-abril. México: UNAM.
- Santa Cruz, María Isabel, et al. (1994). *Mujeres y filosofía (I) y (II). Teoría filosófica del género*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Scott, Joan W. (1992). «Experience». En Butler y Scott (Eds.), *Feminists theorize the political*. New York, London Routledge: Chapman and Hall, Inc.
- Scott, Joan W. (1993). «El género: una categoría útil para el análisis histórico». En M. C. Cangiano y L. Du Bois (Eds.), *De mujer a género. Teoría, interpretación y práctica feminista en las ciencias sociales*. Buenos Aires: CEAL.
- Stimpson, Catharine R. (1998). «¿Qué estoy haciendo cuando hago estudios de mujeres en los años noventa?». En M. Navarro y C. Stimpson, C. (Comps.), *¿Qué son los estudios de mujeres?* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Stoll Dougall, Pamela (1994). *El discurso de la prensa femenina*. Alicante: Universidad de Alicante.
- Uzín, María Magdalena (1999). «La construcción del género en las revistas femeninas». En M.T. Dalmasso y A. Boria (Comps.), *Discurso Social. 2. Sujeto: normal/transgresión* (pp. 31-57). Córdoba: Ed. Topografía.
- Valdés, Adriana (1992). «Mujeres, cultura, desarrollo (Perspectivas desde América Latina)». *Isis Internacional. Fin de siglo. Género y cambio civilizatorio*. Ediciones de las Mujeres N° 17, diciembre. Chile.
- Verdugo, Iber (1994). *Estrategias del discurso*. Córdoba: UNC.
- Vernant, Jean Pierre (1998). Entrevista de Jorge Halperin «Amor, democracia, filosofía. Los griegos inventaron todo». *Clarín* (31 de mayo). Buenos Aires.

- Verón, Eliseo (1993). *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, Eliseo (1997). *Semiosis de lo ideológico y del poder. La mediatización*. Buenos Aires: CBC, UBA.
- Voloshinov, Valentin (1976). *El signo ideológico y la filosofía del lenguaje*. Buenos Aires: Nueva Visión. (Otra edición: *Marxismo y filosofía del lenguaje*).
- Voloshinov, Valentin (1997). «La palabra en la vida y la palabra en la poesía». En M. Bajtín, *Hacia una filosofía del acto ético. De los borradores y otros escritos* (pp. 106-137). Barcelona: Anthropos.
- Von Sprecher, Roberto (2005). *Teorías sociológicas. Introducción a los clásicos*. Córdoba: Editorial Brujas.
- Williams, Raymond (1980). *Marxismo y literatura*. Barcelona: Península.
- Willis, Ellen (1989). «El 'consumidorismo' y las mujeres». En M. Randall (Ed.), *Las mujeres*. México: Siglo XXI.

