

UNIVERSIDAD DE CHILE
Facultad de Filosofía Humanidades y Educación
Escuela de Periodismo

"FEMINISMO Y COMUNICACION ALTERNATIVA"

Dos ejes para una redefinición de la imagen de la mujer en los medios



Profesora Guía: Bárbara Hayes
Alumnas: Patricia Farías A.
Paulina Iriarte R.

Agradecemos a todas las personas que nos aportaron en este trabajo y, muy especialmente a nuestra Profesora Guía y a Bernarda Gallardo y Marisa Weinstein.

I N D I C E

Capítulo I	
Mujer y Comunicación Masiva: ¿Una Relación Alienada?.....	5
Capítulo II	
Buscando Caminos para una Nueva Comunicación.....	36
Capítulo III	
Hacia la Consolidación de un Movimiento de Mujeres en Chile.....	58
Capítulo IV	
Cuatro Experiencias en Búsqueda de la Redefinición.....	76
Capítulo V	
Conclusiones.....	124
Bibliografía	

Una mirada crítica a los medios de comunicación de masas permite evidenciar que, respecto de la mujer, éstos entregan una visión única y universalizante, basada en los conceptos más tradicionales de su rol y relación con la sociedad. Para los media, la mujer es fundamentalmente madre y esposa o, en su defecto, una amante seductora, encasillándola así en actividades y características que correspondan a uno de estos dos destinos inevitables.

No obstante la absoluta preeminencia que los media y sus mensajes han logrado durante el presente siglo, la década del sesenta marca el inicio de cuestionamientos profundos que, con los años, han ido dando sus frutos. Es por ello, que creemos que hoy es posible imaginar una relación distinta entre mujer y comunicación, sustentada, por una parte, en los intentos de variados grupos de mujeres por redefinir su relación con la sociedad, buscando una inserción más protagónica en ella y, por otro, en el desarrollo de una nueva corriente comunicacional que apunta a la democratización de los procesos de emisión de mensajes y elaboración de medios.

Lo que pretendemos, en el presente trabajo, es dar cuenta de este fenómeno en Chile, a fin de descubrir hasta qué punto estas nuevas experiencias comunicacionales son utilizadas por los grupos de mujeres y en qué medida logran proyectarse socialmente, materializando una relación desalienada entre mujer y comunicación.

Santiago, 14 de Septiembre de 1988.

MUJER Y COMUNICACION MASIVA: ¿UNA RELACION ALIENADA?

Aprendiendo a ser mujer

Si entendemos que la sociedad es un sistema, formado por las diversas expresiones y relaciones humanas que en él interactúan, podremos encontrar, también, que en ella coexisten diversos grupos específicos que, en su interrelación constante dan vida al cuerpo social en su conjunto. Estos, si bien son parte de la sociedad, pueden ser identificados como unidades, a partir de referencias que les son comunes, de formas específicas de mirar el mundo, de valores y actitudes que les son propias y sobre todo de los roles que desempeñan en el todo social.

Las causas que dan origen a la formación de estos grupos son de carácter muy diverso e igualmente diversa es la situación que ellos poseen respecto a la sociedad; sin embargo, por regla general, su existencia es expresión de contradicciones, ya sean permanentes o momentáneas. Siguiendo este esquema encontramos que las mujeres se constituyen también como un grupo específico, lo que las sitúa en una posición determinada otorgándoles roles estipulados como propios.

Lo que intentaremos a continuación es describir aquellos elementos que convierten a las mujeres en un grupo específico e, igualmente, referirnos a sus características y ubicación en nuestra sociedad.

Al hacer esta descripción lo primero que salta a la vista es la necesidad de entender que la situación de las mujeres no es la misma en las diferentes culturas de nuestro planeta, ni ha sido igual tampoco, en las diversas etapas de nuestra historia. Como estamos hablando de fenómenos sociales, se trata evidentemente de

procesos, término que supone la noción de cambio, más allá de las valoraciones positivas o negativas que de él podamos hacer.

Sin embargo, la evolución que las sociedades o sus diversos segmentos pueden experimentar a lo largo de la historia, no significan, muchas veces, la existencia de cambios profundos o definitivos en ellos.

Con respecto a la situación de las mujeres en nuestra sociedad, podemos encontrar grandes cambios, pero también elementos inmutables, como su relación con la esfera de lo doméstico y todo lo que de ella se desprende.

Hablar de la mujer se convierte en una tarea extensa cuando partimos de la base de que existe una problemática que le es específica y, más extensa es aún, cuando tratamos de abordarla desde un punto de vista científico y global, que dé cuenta real del fenómeno, más allá de discusiones de sentido común en torno a elementos meramente reivindicativos. En efecto, y haciéndonos eco de las palabras de la socióloga María Jesús Izquierdo, pretender ser rigurosos en este tema implicaría, necesariamente, considerar un enfoque multidisciplinario del problema, más aún, si tomamos en cuenta que estamos hablando de un grupo que abarca a la mitad de la población mundial y cuyas vivencias afectan también a la mitad masculina de los seres humanos.

Sin embargo, y sin pretender ser demasiado ambiciosas, intentaremos entregar una visión lo más profunda que nos sea posible, apoyándonos para ello en lo que las mismas mujeres han escrito sobre el tema y enmarcándonos en los conceptos de la teoría del patriarcado y en los intentos del feminismo marxista por dar explicación al surgimiento de la división sexual del trabajo, base de la diferenciación y asignación de roles a hombres y mujeres en nuestra sociedad.

Aunque cada día es mayor el número de personas para quien la condición discriminada de la mujer es una verdad incuestionable, no podemos desconocer tampoco que son muchos los que niegan esta premisa o quienes consideran que la situación de la mujer corresponde a un orden natural e inalterable de la estructura social. La historia, sin embargo, nos entrega múltiples elementos que nos permiten constatar esta desigualdad. Muchos de ellos son evidentes y explícitos, pero encontramos también un sin número de situaciones que se han venido sucediendo cotidianamente a lo largo de la formación de nuestra cultura y que hoy se manifiestan bajo matices mucho más sutiles y por lo tanto más difíciles de advertir. En definitiva, son estas manifestaciones tan arraigadas en nuestra cultura las que dificultan especialmente el reconocimiento de la condición discriminada de la mujer, ya que de tanto aprenderlas y repetirlas, terminamos interiorizándolas como normales y naturales y, por lo tanto, incuestionables.

Nuestra intención en este primer capítulo no es comprobar la discriminación de la mujer, ni describir en profundidad este hecho, ya que ello es para nosotras una premisa. Lo que pretendemos es indagar sobre las causas que generan esta situación de desigualdad entre hombres y mujeres e, igualmente señalar las consecuencias de este fenómeno.

A pesar de que existen diversos puntos de vista para encontrar una explicación al surgimiento de la discriminación de la mujer, y de que en este terreno sólo es posible trabajar con hipótesis y no con explicaciones acabadas, podemos distinguir un elemento que es compartido por muchos de estos diferentes enfoques y que implica reconocer que la discriminación de la mujer está asociada a la división sexual del trabajo, la que, en última instancia, se constituye en punto de partida y expresión básica de esta

condición discriminada.

La división sexual del trabajo produce una separación entre la esfera del trabajo y producción doméstica y la esfera del trabajo y producción social, en donde la primera queda asignada a las mujeres y la segunda a los hombres. El origen de esta división ha intentado ser explicado desde diversos puntos de vista; de estas diferentes posturas nosotras tomaremos aquella que relaciona el surgimiento de la división sexual del trabajo -y la consecuente discriminación de la mujer- con el desarrollo de la estructura económica de la sociedad, explicación que ha sido planteada fundamentalmente por el feminismo marxista.

Esta separación, que en principio puede parecerse sujeta a elementos de orden natural e inquestionable o a razones meramente funcionales, tiene en sus raíces y en su desarrollo implicancias que van muchísimo más lejos y que involucran aspectos no sólo de orden socio-económico, sino también ideológicos y cultural.

La división entre esfera doméstica y no - doméstica implica separar las actividades relacionadas con la reproducción de las referidas a la producción. En efecto, dentro de la unidad doméstica es donde tiene lugar la reproducción, pero entendida ésta, no sólo en su dimensión biológica, sino como un concepto más amplio.

"Edholm, Harris y Young (1977) han introducido una distinción útil entre tres aspectos de la reproducción que corresponden a diferentes niveles de abstracción teórica; reproducción social, reproducción de la fuerza de trabajo y reproducción biológica." (1)

La reproducción social para estos autores se refiere a la reproducción de las condiciones que sostienen un sistema social, ya que la reproducción de la fuerza de trabajo implica, no sólo el mantenimiento cotidiano de los trabajadores presentes y futuros, sino también la entrega de elementos que reproduzcan las diferen

tes posiciones sociales y la ubicación en el proceso productivo. La reproducción biológica, en tanto, es entendida como la procreación y la mantención física de los individuos.

Lo anterior no parece dar explicación cabal a porqué este proceso se constituye en subordinante y opresor para la mujer; por lo cual, para comprender este fenómeno, no basta con constatar que la división del trabajo por sexo existe, sino que es necesario contestarnos la interrogante de por qué existe y por qué se da con las características señaladas.

Una de las tendencias del feminismo marxista establece una asociación directa, entre el surgimiento de la división sexual del trabajo y la sociedad patriarcal con la institucionalización de la propiedad privada. En tanto otro grupo, dentro de la misma corriente teórica, sostiene que este origen debe buscarse aún antes de existir la propiedad privada. Más allá de asumir como válida una u otra teoría, lo que sí parece fundamental es vincular el nacimiento de la división del trabajo por sexos con la aparición de la sociedad de clases, es decir de una organización social jerarquizada.

Cuál es entonces la relación entre el surgimiento del patriarado y la aparición de una sociedad de clases, y dónde comienza su carácter opresor.

En una organización social de tipo comunitario la reproducción supone la transmisión de los recursos colectivos de una forma compartida, en tanto, en una sociedad jerarquizada se hace imprescindible identificar la línea de sucesión hereditaria a fin de perpetuar ese orden. Pues bien, la maternidad es siempre un dato incuestionable, ya que por razones de tipo biológico la identificación entre la madre y el hijo es un dato constatable, no obstante, no pasa lo mismo con la paternidad.

Cuando el ordenamiento social requiere de esta identificación comienza a establecer un control sobre la actividad reproductora de la mujer, a fin de asegurar la mantención de ese orden estratificado. Este control tiene dos consecuencias inmediatas; por una parte se restringe la movilidad de la mujer, lo que introduce un elemento opresor a la condición de ésta y, por otro lado, transforma al hogar en el foco principal del trabajo femenino.

La restricción de la movilidad de la mujer y su consecuente asignación al ámbito doméstico, permite la extensión de su rol de reproductora meramente biológica a una actividad reproductora también de la fuerza de trabajo y de la estructura social. De este modo su relación con lo doméstico ya no obedece sólo a razones económicas, sino que se extiende al terreno de lo ideológico, puesto que su reclusión en el hogar no permite únicamente identificar la línea hereditaria, sino que se transforma además en espacio de transmisión valórica y cultural, en tanto queda a su cargo la preparación de los individuos para asumir el lugar social que les corresponde y la perpetuación de las condiciones que permiten el sostenimiento del sistema.

El posibilitar la identificación hereditaria de los individuos no es, sin embargo, la única repercusión económica de la división sexual del trabajo. La separación de la actividad doméstica y la no-doméstica conlleva la consideración de que lo primero no constituye actividad económica y, por lo tanto, no recibe remuneración. Sin embargo, si bien es cierto que la actividad externa al hogar es básicamente de producción para el mercado, no es menos cierto que el trabajo doméstico contiene también labores productivas, aunque sea difícil trazar una línea clara de diferenciación entre éstas y las meramente reproductoras. La elaboración de comidas, por ejemplo, el cuidado de enfermos, el cultivo de pequeños huer

los caseros, el acarreo de aguas y muchas otras son muestras claras de faenas que constituyen tareas productivas que, aunque orientadas al consumo familiar, ya sea como bienes o servicios, y no a su transacción en el mercado, ocupan un lugar en el proceso económico de cualquier sociedad.

En tanto estas actividades están asociadas a las funciones propias y derivadas naturalmente de la reproducción, son desarrolladas gratuitamente dentro de la unidad doméstica; lo que implica un ahorro para el sistema económico.

La relación existente entre la división sexual del trabajo y los sistemas económicos está en permanente proceso de cambio; sin duda los mecanismos económicos de la sociedad feudal son muy diferentes de los de la sociedad capitalista, y todo ello repercute también, en el desarrollo de la división del trabajo por sexos.

Uno de los aspectos en que este cambio produce importantes variaciones es en el que se refiere a la mayor o menor separación de las esferas del trabajo doméstico y no-doméstico, así como en el tipo de actividades que se realizan principalmente en la primera.

Las sociedades de tipo agrario, son ejemplo de organizaciones sociales en las que los ámbitos ya mencionados se ubican en esferas muy similares y donde, por lo tanto, es muy alto el porcentaje de trabajo productivo que contiene la esfera del hogar. En las sociedades industrializadas, en tanto, la separación de estos dos espacios es muchísimo mayor y casi la totalidad de la actividad de producción se concentra en los grandes complejos fabriles, ubicados en el ámbito público, externo al hogar; eliminando, casi por completo, las actividades productivas en este último.

Si la mencionada división del trabajo está directamente ligada al surgimiento de sociedades estratificadas, ¿querría decir

entonces que la eventual desaparición de este tipo de sociedades implicaría el fin de la subordinación de la mujer? Pareciera ser que la relación no es tan mecánica y un ejemplo de ello es la realidad de los países del mundo socialista en los que, si bien se tiende a disminuir y a buscar la desaparición de las clases sociales, no logran dar solución a la condición discriminada de la mujer.

La razón de esto podríamos encontrarla en la paulatina ideologización que esta división del trabajo por sexos ha generado en su devenir histórico, transformándose en una fuente de diferenciación de roles fuertemente arraigada en nuestra cultura.

Cuando el elemento ideología entra en juego en esta división que, en principio separó aquello que era propio de las hembras de aquello que era propio de los machos, el fenómeno escapa a la frontera de biológicamente sexual para entrar en lo que podemos llamar lo culturalmente sexual. Ya no se trata de separar aquello que es de las mujeres de aquello que es de los hombres, a partir de este momento la división estará marcada por lo que es patrimonio femenino y lo que es propiamente masculino.

De Hembra a Mujer

Aún cuando no asumieramos como verdadera esta explicación marxista del surgimiento del patriarcado, lo que si se presenta como algo incuestionable es que en nuestra sociedad no es lo mismo ser hombre que ser mujer, diferencia que se expresa, como ya hemos dicho, en la asignación de tipos de comportamiento determinados para cada uno de los grupos, los que implican una escala de valores diferente, distintas visiones de mundo y, en definitiva, la asignación de un lugar específico y prácticamente inamovible en la sociedad.

Para conceptualizar esta diferencia que separa a la especie humana en hombres y mujeres no basta sólo con elementos de orden fisiobiológicos. La socióloga española, María Jesús Izquierdo, plantea la necesidad de abarcar el fenómeno de modo más amplio: "En la medida que admitamos que en nuestra persona existen unos factores innatos y otros adquiridos, no podremos abarcar los dos aspectos con el término sexo. Se hace preciso el uso de un segundo vocablo; me refiero al género, palabra con que expreso lo adquirido." (2)

En nuestra sociedad el género es un concepto dicotómico, estableciéndose así, una división que sólo acepta dos posibilidades; lo masculino y lo femenino. Esto, que nos puede parecer tan evidente, podría no serlo del todo si aceptamos las contribuciones que la antropología ha hecho al tema, según las cuales determinadas culturas contemporáneas aceptan, al menos, una tercera posición de género. Los datos antropológicos nos indican igualmente que la caracterización de roles que nuestra sociedad hace para cada género no es tampoco un fenómeno universal, ya que se ha constatado, por ejemplo, la existencia de grupos humanos en que los hombres se ocupan de los ámbitos y poseen las características que nosotros otorgamos a las mujeres y viceversa, o en que ambos sexos comparten funciones y características.

Todo esto nos permitiría cuestionar, o al menos relativizar, la dicotomía de género que existe en nuestra cultura y su relación con la diferenciación sexual. Según ésta, la consideración y valoración social de una mujer viene dada no sólo por su condición de hembra, sino además por su adquisición de lo femenino; de la misma manera, el ser macho no basta, para ser hombre hay que ser un macho-masculino.

Así, los seres humanos quedamos estigmatizados socialmente

para asumir un rol determinado, según el cual la mujer se centrará en el ámbito doméstico, en su relación con los hijos y la pareja y deberá asumir conductas y rasgos que se le asignan o se desprenden de ese rol, tales como la dependencia, la fragilidad, la dulzura, etc. El hombre por su parte, se ubicará en el mundo público, el de la política, el del trabajo asalariado y, consecuentemente, deberá ser fuerte, dominante, seguro, etc.

Para lograr que cada hombre o mujer se convierta en lo que se espera de él o ella, se pone en marcha un intenso dispositivo de socialización. Aún antes del nacimiento de cada persona comienzan las especulaciones sobre el sexo del futuro ser, para decidir si la ropa se comprará rosada o celeste, si se comprarán autitos o muñecas, o si se aportará al mundo con una nueva madre de familia o con un nuevo trabajador, para -de este modo- ir configurando el género de este nuevo individuo.

Si nos detenemos a mirar con más detalle cómo se realiza este proceso de socialización, sobre todo al interior de la familia, veremos que no sólo los contenidos son distintos, sino también las formas en que el proceso se desarrolla, diferencia que contribuirá a reforzar la especificidad de cada género.

"En los primeros años de vida de la niña y el niño las figuras más próximas son casi siempre femeninas; sus madres, las madres de otros niños y las abuelas, en la socialización primaria; y las puericultoras y maestras en la socialización secundaria que tiene lugar en la guardería y escuelas. Mientras la niña dispone en estos años de personas de carne y hueso como modelos a imitar, el niño se encuentra imitando lo masculino a tientas. Los hombres que le son cercanos aparecen ante él en una sola dimensión, la doméstica, mientras que la pública queda escondida a su vista, puesto que las niñas/os, como las mujeres, viven en el territorio do

méstico y no tienen contacto con la esfera pública." (3)

La persona al nacer no tiene conciencia de su individualidad, es decir, de su existencia y para lograrlo requiere experimentar el sentimiento de carencia, saber que las demás cosas pueden dejar de estar y él seguir estando para sí mismo. Esta primera separación va conformando el concepto del "Yo", en que el niño va adquiriendo la conciencia de ser una unidad separada del todo.

En una segunda etapa, la persona va conformando el sentido de la pertenencia colectiva, del "Nosotros", y este proceso también requiere de la dualidad presencia/ausencia: -Yo comparto características con algunos seres humanos y me diferencio de otros.

La constitución del género apunta también a este sentimiento de identificación grupal: -Yo pertenezco al "nosotras" las femininas o al "nosotros" los masculinos. Para lograr esto último, la niña o niño recurre a su entorno más cercano, la familia, el jardín infantil, la escuela, y va buscando allí los modelos a imitar. Es en este punto donde la experiencia de hembras y machos se da de manera diferente. Como las primeras tienen a su lado el objeto de identificación en la presencia permanente de la madre, y su "nosotras" femenino está estrechamente vinculado a su desarrollo vital, a la satisfacción de sus necesidades materiales y afectivas, liga este proceso a elementos básicamente emocionales. Los niños, por su parte, deben realizar su camino de identificación de género a partir de la negación. Lo masculino es lo que no es femenino, ya que el mundo de los hombres está lejos de su entorno cotidiano, por lo que debe copiarlo de los estereotipos creados por elementos mediatizadores como los medios de comunicación de masas. De este modo la internalización no se hace a través de vivencias directas, sino de un proceso intelectual ligado a la razón.

La presión permanente del entorno para que el individuo asuma las características que se supone le son propias, define al género como una dimensión obligatoria. La hembra o el macho no pueden decidir, por sí solos, cómo quieren comportarse, qué es lo que les gusta y qué no; el margen de elección es muy bajo y la sanción ante el incumplimiento de lo esperado, demasiado alta. La insistencia de nuestra sociedad en que sólo existen dos posiciones de género que deben ser respetadas, no sólo es coactiva para el desarrollo de las potencialidades individuales de cada ser humano, sino, además, fuente de frustración y angustia por el constante y casi siempre fallido, intento de ajustarse con perfección al modelo. Esto parece casi imposible, ya que ningún individuo puede ser 100% femenino o 100% masculino, premisa que la realidad se encarga de constatar a diario.

Si bien lo anterior es válido tanto para hombres como para mujeres, hay una serie de elementos que refuerzan el carácter subordinante y opresor del fenómeno para estas últimas, lo que fundamentalmente es debido a la separación entre mundo público y privado, que se acentúa con especial fuerza en las sociedades industrializadas, y a que el capitalismo hace una sobre valoración del ámbito externo al hogar, ya que es el foco de la actividad productiva, principal eje de este modelo económico sustentado en la acumulación y el consumo. Es también en este espacio donde se accede al poder, entendido como la capacidad de incidir en el desarrollo individual y colectivo.

Lo Doméstico como Centro de la Mujer

La sensación de dependencia es una de las principales consecuencias de la ubicación que se le asigna a la mujer en la sociedad.

dad. En un sistema como el nuestro, el dinero es símbolo de poder y de superioridad, y la mujer dentro de este esquema depende del hombre para obtenerlo; es él quien lo lleva a casa, él quien se lo gana diariamente, en tanto, las actividades domésticas, propias de las mujeres, no reciben recompensa económica. Así, la mujer pasa de la dependencia al sentimiento de inferioridad, a la no valoración de su trabajo, a la sensación de que todo lo que hace es para los demás, en función de éstos y que, por lo tanto, el sentido de su vida está dado por "esos otros" -los hijos, la pareja, los padres- y desaparece con ellos.

El hogar va generando también una sensación de aislamiento, el contacto con el mundo externo se realiza siempre en función de elementos domésticos y aún así es limitado, por lo que organizarse, colectivizar la realidad de cada una es prácticamente impensable.

Este prototipo de mujer, centrada exclusivamente en el hogar, parece romperse con su paulatina integración al mundo del trabajo asalariado, sin embargo, ello no constituye una verdadera solución al problema. En primer lugar no se trata de algo casual, como no parece serlo tampoco la destinación de la mujer al trabajo doméstico no remunerado. "El trabajo de la mujer beneficia al capitalismo (Mackintosh 1981) en la medida en que constituye una fuerza de trabajo barata, que puede actuar como ejército de reserva y que ese trabajo no pagado aumenta el nivel de vida de la familia y permite mantener el nivel general de los salarios en unos mínimos, al presionarlos a la baja, mediante la incorporación puntual de la mujer al mercado laboral." (4)

Social y culturalmente la entrada de la mujer al mundo del trabajo, y su consecuente acceso a un salario, se considera como una actividad secundaria, como una forma de conseguir un suplemento

...económico para el hogar o como una manera de lograr algún ingreso para sus gastos personales. Por ello, la mujer no se integra a este mundo en iguales condiciones que los hombres, normalmente consigue puestos mal remunerados, sueldos más bajos que los de un varón para un mismo trabajo, y muy difícilmente cargos de alta responsabilidad que le permitan ascender en la jerarquía.

De otra parte la mujer trabajadora, salvo muy contadas excepciones, debe asumir la carga de una doble jornada de trabajo, ya que su ingreso al mundo laboral no la exime de sus actividades domésticas, debiendo repartirse entre las responsabilidades que le implica su empleo y las labores de la casa.

Lo anterior genera dos efectos inmediatos. De un lado contribuye a aumentar la discriminación laboral bajo pretexto de que la mujer no es tan eficiente como el hombre; ya que debe pedir permiso cada vez que los niños se enferman, que hay algún problema en la casa o que se embarazan. Por otra parte, el asumir ambas responsabilidades significa, las más de las veces, no poder cumplir cabalmente ni con una ni con otra, lo que aumenta el sentimiento de inferioridad de la mujer al pensar que realmente no es capaz de enfrentar un trabajo asalariado, haciendo crecer en ella, además, un fuerte sentido de culpa porque la casa no está todo lo limpia que debería o porque no estuvo cerca del hijo cuando se accidentó o cuando dijo sus primeras palabras.

Otra característica propia del trabajo asalariado de las mujeres, es que mayoritariamente éstas se desempeñan en oficios o profesiones que son una prolongación de las actividades del hogar. Si bien ser profesora, parvularia, enfermera o secretaria implica una vinculación laboral con el mundo público, no significa una ruptura con las actividades y áreas de preocupación que culturalmente se entienden como femeninas.

La mujer se ve envuelta así en un círculo vicioso, en que, cada día se convierte en una reafirmación del rol que la sociedad le ha impuesto, y en el que se siente impulsada a buscar apoyo y seguridad en las precarias garantías de esa situación de ser subordinado y sobreprotegido.

El peso de la cultura y el sistema

Ante la certeza de que este sistema de articulación sexo/género provoca una realidad coactiva para hombres y mujeres, e implica un estado de subordinación y opresión para estas últimas, cabe preguntarse por qué no intentar un cambio en la estructura social, surgiendo también la necesidad de identificar responsabilidades en este ámbito.

Quizá una respuesta a estas dos inquietudes esté en la comprensión de que enfrentamos un fenómeno cultural que ha estado presente durante miles de años en la historia de hombres y mujeres y que está fuertemente relacionado con elementos económicos e ideológicos de gran importancia para nuestra sociedad.

Que las cosas sucedan como hemos intentado explicar en las páginas precedentes no es consecuencia de que los hombres sean intrínsecamente dominadores y posean una inagotable sed de poder, ni tampoco de que las mujeres tengan un innato sentido de la obediencia o sean incapaces de buscar cambios ante una situación dada. Las cosas son como son en concordancia con el sistema de sociedad en que se desarrollan, y es este sistema jerarquizado el que se beneficia de la separación de roles entre hombres y mujeres. En lo económico, el trabajo doméstico no remunerado de la mujer implica una capacidad de ahorro para el sistema; en lo ideológico, la mujer actúa como agente reproductor no sólo de seres

humanos, sino también de las estructuras y valores en los que el modelo social se sustenta. Esto, sin embargo, no entrega una respuesta totalmente satisfactoria, ya que el sistema no es una entelequia, sino un cuerpo social formado por los individuos que lo integran y reproducen.

Es así, que tanto los hombres como las mujeres estamos en la base de sustentación y perpetuación de este sistema sexo/género y de la jerarquización social que se le desprende. Pero esta participación no es fortuita ni premeditada obedece, más bien, a las condicionantes culturales presentes a lo largo de la historia de nuestra sociedad y en la vida de cada individuo, así como a los mecanismos que el propio sistema genera para su defensa.

El nivel de interiorización de los roles femeninos y masculinos es tan alto, producto del proceso de socialización, que la toma de conciencia de los peligros y desventajas que acarrea se hace tremendamente difícil.

Para la mujer esta dificultad tiene una doble dimensión ya que su realidad, al centrarse en el mundo doméstico, se convierte en un fenómeno aislado que le sucede a cada una por separado y colectivizar este proceso requiere de un alto grado de conciencia y capacidad de organización.

Entre los elementos culturales e ideológicos que actúan sobre esta realidad es necesario mencionar con especial énfasis lo referido a la maternidad, ya que ello constituye un eslabón fundamental en la cadena que retroalimenta el proceso. En tanto las mujeres se ocupan de lo doméstico y con ello de los hijos, la supervivencia de éstos queda estrechamente ligada a la madre, lo que produce una fuerte asociación entre la mujer y su función maternal. "La criatura entra en la sociedad interiorizando a niveles muy profundos de su conciencia la figura femenina (...) Aprende que

la madre es mujer y que la mujer es madre y que es la hija/o quien da vida a la madre. En efecto, para la hija/o la madre no puede tener otra vida que la que se desarrolla en función de ella (o él). Por contra, el padre es esa persona presente algunas veces y ausente otras, y lo que la define en forma diferente es precisamente su autonomía". (5)

A modo de conclusión, podríamos decir que los individuos nacen diferenciados biológicamente en función de su sexo y son diferenciados culturalmente en relación a uno de los dos géneros que nuestra realidad acepta; de este modo, el ser mujer u hombre se transforma en un proceso cultural. Esto no implica afirmar que no existan diferencias entre uno y otro sexo; desde ya, las diferentes funciones en el proceso de reproducción conllevan una serie de especificidades para cada uno. Lo que sí queremos establecer es que gran parte del proceso de identificación de la conformación del concepto del "nosotras/os" no tiene sus raíces en causas naturales e inamovibles, sino que responde a una convención cultural en la que a las mujeres -y también a los hombres- se les suponen una serie de conductas, valores, pautas de comportamientos y normas que les son aplicadas más allá de su voluntad consciente. De este modo la identidad de las mujeres no es construida desde ellas mismas sino a través del proceso de socialización que es externo a cada individuo.

Este proceso tiene su expresión básica en el núcleo familiar, lugar donde se desarrolla primariamente la vida de los seres humanos y es complementado por múltiples factores, tales como la educación escolar, la religión, y en el transcurso de este siglo también los medios de comunicación masiva, los que, y en el tema que nos interesa, han actuado como vehículos reafirmadores y reproductores de los roles de hombres y mujeres y de las relaciones de jerarquía entre ellos.

Los medios masivos en el proceso de socialización

Es este proceso socializador el responsable de la adquisición, formación y desarrollo de la mayoría de los roles sociales. Estos son adscritos a la persona y surgen del sistema social en que ésta vive. La uniformidad de conductas y asunción de roles está directamente ligada al sistema de valores imperante en cada grupo social, si bien estos gozan de cierta estabilidad pueden evolucionar con el paso del tiempo, cambios que serán asumidos gradualmente por la sociedad que los produzca.

Los distintos sistemas culturales se reproducen por medio de la comunicación, sea ésta interpersonal, grupal o social. Es esta interacción la que aumenta las probabilidades de semejanza entre las personas y la que puede encauzar un desarrollo social determinado. Sin duda, el sólo acercamiento a un sistema concreto podría ayudarnos a hacer predicciones acertadas sobre la gente que ahí vive, sin más conocimientos que el de los roles que cada uno desempeña en dicha sociedad. Podemos también asegurar que la organización social será más compleja y democrática en tanto mayor sea el número de personas que puedan acceder a las instancias encargadas de la construcción de las políticas comunicacionales.

Si bien ya hemos dicho que la comunicación influye en la configuración y afirmación de un modelo social determinado, no es menos cierto, que una sociedad específica generará una comunicación acorde a sus principios, por lo tanto, estos fenómenos no pueden ser analizados separadamente sin que la naturaleza del proceso sea falseada.

En este proceso de socialización, otrora guiado completamente por la familia y luego por los sistemas de enseñanza formal, revisa una importancia creciente la irradiación de los medios de comunicación de masas y por ende de su ideología. Como se ha analizado anteriormente, la mujer, más allá de su sexo biológico, es un sector

cultural de esta sociedad. Esta formación de un estereotipo de mujer ha implicado: la elaboración de una categoría que las abarca, la asignación de rasgos característicos a esa categoría y la selección de estos rasgos. La mujer catalogada así al interior de la sociedad, es blanco de una socialización específica a su género. En la tarea de imponer el rol femenino, los medios de comunicación masivos cumplen un papel vital, sobre todo por su capacidad de manipulación.

La dificultad de las mujeres para tener un acceso directo al ámbito de lo público y a los recursos decisivos para su orientación, las convierten en objetivo fácil para imposición solapada de determinada conductas, siempre funcionales al sistema.

Según, el sociólogo chileno, Jorge Gissi, "la funcionalidad de la institución exige la institucionalidad de los roles de sus miembros; y es para crear roles funcionales, o sea, para crear buenas dueñas de casa, ya desde la infancia, que la socialización de la mujer intentará crear a la mujer según el mito (...) de inmediato se incluye en el eterno femenino lo que a cada cultura le interesa, disfrazando sus pautas culturales relativas en algo absoluto. Lo cultural en lo natural, y lo histórico en lo eterno". (6)

De ahí que la imagen de mujer transmitida por los medios refuerce su pertenencia a los roles tradicionales de ama de casa, madre, esposa, objeto sexual y estético, y aunque en los últimos tiempos se ha promovido-bajo la forma de modernidad, el trabajo de las mujeres fuera de su casa, éste no pasa de ser sino una prolongación de su trabajo doméstico, absolutamente necesario para el desarrollo de la sociedad industrial.

El formato femenino

El desarrollo de los medios de comunicación de masas ha

derivado en una fragmentación del mundo en universos cerrados y, por lo tanto, en la creación de públicos específicos que darán origen a diversos géneros. Según el sociólogo Armand Mattelart estos formatos o géneros dan lugar a programas o revistas que encierran su problemática en universos restringidos, y admiten, ellos mismos, ser parcelados en subdivisiones. Estos mundos imponen un orden y, a veces, también son excluyentes, formando dicotomías: deporte versus política, manual versus intelectual, etc. Para Mattelart esto correspondería a una división social del trabajo y a una jerarquización del status.

Diferente es la visión al respecto de A. Gouldner, para quien "la creación moderna de público se apoya en la desintegración de los estamentos tradicionales y en la aparición de un mercado de significados que desafía las concepciones unitarias y autoritarias del mundo." (7)

Pensamos, que si bien es inevitable una sectorización que responda a los distintos intereses humanos, lo importante será analizar el criterio que guía tal división del mundo en apartados específicos. ya que, sin duda, el hecho de fragmentar públicos permite al sistema actuar con mayor eficacia sobre estos grupos sin correr el riesgo de que los mensajes se diluyan en una comunicación no específica.

Un sector constitutivo de género, en el sentido más exacto de la palabra, son las mujeres y de ahí que quizás el formato más antiguo y difundido sea el denominado "género femenino".

Exponentes de dicha expresión cultural son las radionovelas, teleseries y fotonovelas, todas ellas representantes de la llamada "comunicación popular". La fotonovela, aunque algo anticuada, dista mucho de ser un género en ocaso. El sistema está interesado en mantener latentes las viejas y modernas motivaciones de las mujeres, de ahí que lo "seudo amoroso sigue siendo paradójicamente imprescin-

dible en un contexto tecnocrático." (8) Estos melodramas son canales efectivos de transmisión de valores, a través de supuestos imaginarios reproducen las relaciones sociales manipulándolas con una intención ideológica clara. Aunque escasos en nuestro país, también podemos encontrar dentro de este formato expresiones radiales y televisivas, especialmente bajo la forma de magazine femenino. Sin embargo las revistas y suplementos constituyen la expresión máxima de este género. Por medio de ellos, las mujeres no sólo se ven reflejadas en sus roles tradicionales, sino también son educadas para ser mejores madres, mejores cocineras y más buenamozas.

¿Por qué la existencia de una revista femenina? se preguntaba el magazine PAULA en un artículo titulado: "Revista femenina y Vale la pena?" y se contestaba "...la revista femenina se ha constituido en una necesidad de la mujer moderna. Le muestra cómo decorar su casa, las últimas recetas culinarias, a usar psicología sin necesidad de recurrir a un especialista; también la entretiene y la hace reír. Le indica qué tiene que usar para estar a la moda y la hace soñar. Y principalmente la forma transmitiéndole valores e inquietudes." (el subrayado es nuestro) (9)

Sin duda, esta respuesta es demasiado simple e inocente.

Detrás de las revistas femeninas, dirigidas a los diferentes sectores sociales, hay una imagen implícita y única de mujer que se quiere promover, y que corresponde claramente al parámetro cultural dominante. No se rescatan las identidades de cada grupo y se trata más bien de homogeneizar comportamientos, aspiraciones y llevar a cabo una nivelación social inexistente.

La publicación femenina refuerza el aislamiento de la mujer en el hogar, la separa de la realidad concreta y le atribuye el patrimonio de lo frívolo, lo superficial y el de los sentimientos.

El magazine femenino moderno no duda en publicar un variado

atamiento de temas para satisfacer la mayor gama de intereses posibles, de este modo, se pasa de lo frívolo a lo trascendental sin mayores problemas.

Según Michelle Mattelart, es este mismo fenómeno de contigüidad temática el que permite la neutralización de contenidos virtualmente provocativos; la sólo yuxtaposición de un hecho violento con los amores de un príncipe cualquiera, disuelve la potencialidad revolucionaria del tema agresivo.

El género femenino nos muestra un mundo en donde no existen las contradicciones sociales, y en el que la realidad del hogar no es presentada en toda su dimensión. El modelo familiar expuesto es el de la clase media alta, por lo tanto, se crea un mundo cultural específico con valores propios a esa clase. Este fenómeno ha sido descrito por Michelle Mattelart como el tropismo de una clase, de sus bienes y de sus posibilidades, para la autora se trata de la "universalidad de la transfusión superestructural que presenta el modelo -todo pasa como si la savia de la burguesía circulara por las venas de la población toda - se diluye, estalla, cuando este arquetipo se confronta con la realidad que demuestra ser obsesivamente dialéctica y caótica. Al confrontarse el modelo con la realidad en que se influye, su aspecto de mito se hace bien visible." (10)

Si bien en este tipo de medio pueden ser descritas las vivencias de otros grupos sociales (pobladores, campesinos, trabajadores) la fuerza del modelo nivelador las excluye como realidades representativas, y su inclusión no pasa de ser un aspecto folklórico o anecdótico que contribuirá a dar visos democráticos a la publicación.

Por otro lado, la imagen de la mujer que trabaja fuera del hogar se presenta deformada y carente de contradicciones. En la vivencia cotidiana el sentido emancipador que podría tener el trabajo no doméstico se pierde y peor aún, a su rol de madre y esposa, la mujer debe sumar el de trabajadora, lo que la sumerge en una situa

ción de doble explotación. A pesar de esto, muchas veces la prensa femenina otorga al mundo laboral un carácter de terapia para la felicidad, que liberará a la mujer de todas sus frustraciones.

Dentro de la gama de intereses que pretende satisfacer la prensa femenina encontramos la información política y social, por lo general referida a hechos internacionales. Los acontecimientos son narrados como hechos aislados de otros hechos que lo preparan y permiten su existencia, y que en nada influyen o alteran el orden inmutable de este mundo cerrado: el femenino.

Esta visión de la realidad conlleva una despolitización de la mujer y por lo tanto su anulación como agente de cambio político y social. Según señala Gouldner "la gente rechaza cada vez más la política y busca la individualidad psicológica mediante la exploración de estilos de vida privatizados." (11)

El mundo privado y la racionalidad de los sentimientos

Como ya hemos dicho, la definición de mujer, por su pertenencia al hogar, la aparta del ámbito público, por lo que las revistas reivindicarán como patrimonio de las mujeres el mundo de lo privado.

Para José Joaquín Brunner "El mundo privado es el de la interioridad por oposición a la exterioridad de la vida pública. Su base es el núcleo familiar, organizado en torno a la comunidad de afectos, la educación primera de los hijos y la gestión doméstica de los sentimientos." (12)

El género de lo femenino adoptará como suya esta racionalidad de los sentimientos, en oposición a la razón masculina e intelectual. Bajo ese concepto el mundo del hogar será el de los afectos y sólo ahí la mujer podrá encontrar la libertad; ella es el centro de esa comunidad de sentimientos y los medios de masas elevarán a lo sublime el amor de madre y esposa. Al contrario, en el mundo exterior prevalecerán las actitudes impersonales y agresivas, y por

Lo tanto, será definido como el mundo masculino.

Esta racionalidad reduce la existencia de la mujer a la intimidad del hogar familiar; el círculo afectivo se cierra en la familia, en la relación madre e hijo y desesperadamente en la de pareja. Otros tipos de afectividades como la amistosa o fraternal no son contempladas en estas publicaciones.

El hecho de fomentar otro tipo de relaciones, fuera de la familiar, conllevaría el peligro de sumergir a la mujer en otras realidades que les están vedadas, y que se contraponen al sistema. La mujer, protegida así por el amor de su familia, permanecerá en el mundo que se le ha asignado.

El ámbito afectivo creado en torno a la mujer es expuesto públicamente, tiene un lenguaje específico y un público preconstituido que genera un mercado de sentimientos. Para José Joaquín Brunner este fenómeno tiene una dimensión estrictamente comercial "el funcionamiento de un mercado de sentimientos involucra otro aspecto que es más importante: la valorización en ese mercado de un lenguaje legítimo para hablar de la gestión de los sentimientos el que, por extensión, conlleva las imágenes de una autocompasión y un autoreconocimiento de la esfera privada de la vida." (13)

Esta ideología sentimental, de la que se impregnan las revistas, no sólo atraviesa los espacios privados, definidos por esencia como centros de afecto; en el magazine la racionalidad de los sentimientos y su visión de mundo se expande y penetra el ámbito de lo público sentimentalizándolo. Un ejemplo claro de esta traslación de las racionalidades es el tratamiento dado a las entrevistas efectuadas a hombres de figuración social en las revistas femeninas. En éstas, el hombre es enfrentado a su historia personal apartándose de su papel público; las preguntas sobre su infancia su mujer y sus hijos se suceden, creando así un ambiente de intimidad. A este ti

po de esquema Brunner lo ha denominado el "discurso privado de lo público" señalando que, en este "la entrevista es modelada -en cuanto a situación de discurso- como una situación de intimidad y el ritmo de la conversación tiende a seguir el ritmo del juego a moroso, o al menos lo que el sentido común prescribe como tal. Hay unas escaramuzas de acercamiento y hay, en el otro extremo, un climax: lágrimas, temblor, confesión. Se busca, en breve, traspasar las barreras del pudor del hombre público que son percibidas, por lo general, como las que protegen su vida privada." (14)

El concepto de modernidad

A lo largo de este capítulo han ido apareciendo rasgos que de notan la dimensión publicitaria de la revista femenina. A primera vista pareciera innecesario ahondar en este punto, ya que la publicidad no es algo específico del género femenino sino inherente a todos los medios comerciales de masas. Sin embargo es en el magazine femenino en donde esta dimensión invade todos los elementos del medio; no se trata sólo de vender productos sino también conductas y modelos estereotipados, lo que configura en el fondo una cultura y estilo de vida determinado.

Este flujo publicitario expresa su ideología más allá del aviso mismo, haciendolo también a través de su diagramación, de sus elementos gráficos y de su redacción, la que según Adriana Santa Cruz y Viviana Erazo, es la que entrega "el marco teórico, el apoyo redaccional que necesita para convertirse, más que en un vehículo informativo de productos de consumo, en un vehículo formativo y educativo del público." (15)

Uno de los conceptos fundamentales para el desarrollo de este modelo publicitario es el de modernidad. En este esquema lo moderno es el motor de la sociedad de consumo. Esta ideología de la mo

dernidad es propagada desde la superestructura y pretende la formación de una cultura consumista, lo que significa generar en el ser humano aspiraciones que tienen por fin la mantención de un sistema económico determinado. Según Michelle Mattelart esta situación de manipulación es posible debido a que "todos los objetos que ocupan el universo consumidor son susceptible de una lectura que revela la coexistencia de dos niveles de presencia, o de dos funciones, una función práctica -un modo de presencia instrumental y una función simbólica que se define por pluralidad implícita de aparentar, el status, el prestigio." (16)

En el mismo sentido, el teórico francés Edgar Morin, señala que "lo moderno ocupa el centro de la dualidad inherente al mensaje publicitario entre información e incitación. En la medida en que sus significantes o apoyos concretos abarcan el ámbito global de las tentaciones asumen combinaciones proteiformes y gozan de poder de ubicuidad." (17)

El factor modernidad, en su relación con los roles tradicionales asignados a la mujer, nos parece una coartada para el cambio. Si bien podemos decir que existen revistas que dan cuenta de las contradicciones de roles hombre - mujer, éstas caen en la antinomia entre su afán de cambios y la mantención de la mujer en la esfera del hogar.

La noción de cambio que admite "lo moderno" en las femeninas -alude a objetos- sobre todo a la moda. Las relaciones sociales, conductas y actitudes permanecen invariables. Se trata de una renovación constante de elementos formales, un remozamiento de las apariencias. En el fondo la publicidad y su concepto de modernidad que vende el género femenino, seguirán manteniendo a la mujer subordinada al hombre y al hogar, si bien, el proceso de integración de la mujer es reflejado en algunos de estos magazines, esta realizi

dad se muestra alienada y carente de aspectos contradictorios, ejemplo de esta situación es el caso de la revista Cosmopolitan, su puesta vanguardia en la liberación de la mujer. En un análisis de dicho medio llevado a cabo por Adriana Santa Cruz y Viviana Erazo se desprende que el hecho de promover -en esta publicación- el trabajo de la mujer fuera de su casa e incentivar su agresividad sexual como formas de emancipación, no son más que elementos de una política de consumo, destinada a atraer el poder adquisitivo de las mujeres que tienen un trabajo remunerado.

Otro aspecto relevante es el que atañe a la construcción misma de la publicidad femenina. El rol que generalmente juegan las mujeres en los spots no es más que una reafirmación de sus roles tradicionales: en las pantallas de los televisores y en las páginas de las revistas, las mujeres día a día lavan, sacuden, limpian, cocinan, trapean, tejen, compran, cuidan a sus hijos y, llegada la noche, se convierten en la seductora que todo hombre desea. Sin duda ésta no es sino una visión manipulada de lo que la mujer es y aspira a ser.

La ideología de la modernidad conducirá a la mujer a optar por una actitud escapista a través de una visión alegre y alienada del mundo y de su situación de sexo. Este acceso a "un imaginario" creado en torno a la revista -democrático por esencia- cobrará su dimensión real al momento que se produzca la relación adquisición - dinero.

La "mujer - patria"

Creemos importante incluir en este análisis global, acerca de la relación mujer - medios de comunicación de masas, una pequeña reseña sobre la imagen oficial de la mujer chilena en estos últimos quince años de régimen militar; ya que si bien, el modelo de

mujer propagado por el régimen no es radicalmente distinto al de cualquier otro país subdesarrollado, existen rasgos específicos que configuran un nuevo estereotipo de mujer: "la mujer-Patria".

La instauración del régimen militar trajo consigo la transformación no tan sólo de las políticas económicas y sociales de nuestro país, sino también implicó un cambio profundo en el ámbito ideológico-cultural. El que se pueda desarrollar esta nueva cultura hace necesario la participación de una "nueva mujer", de ahí que en el régimen desde sus inicios creara un discurso específico para ella.

Muy representativo de la postura oficialista frente a la mujer resulta el discurso que el Jefe de Estado, Augusto Pinochet, dirigía a las mujeres el 25 de abril de 1974. En él decía:

"Chile necesita y agradece el aporte técnico de sus profesionales femeninas, y lo aprecia en el alcance de su brillante capacidad. Pero no subestima por eso la labor anónima de las mujeres que trabajan en el laboratorio silencioso del hogar, velando por resguardar el más precioso capital de la nación, el cuidado de sus hijos, esperanza futura de la Patria. Por el contrario, creemos que es necesario hacer mayor conciencia en la propia mujer y en la sociedad entera del valor que a ésta le corresponde. " (18)

Diez años más tarde un discurso sobre "Conceptos de Familia" pronunciado por el mismo Augusto Pinochet, convertido ya en Presidente de la República, deja aún más clara esta visión oficialista de la mujer:

"La mujer desde que se hace madre ya no espera nada en el terreno material; busca y encuentra en su propio hijo la finalidad de su vida, su único tesoro y la meta de todos sus sueños." (19)

De este discurso podemos desprender, que ante nada la mujer es madre (reproductora) y portadora (transmisora) de valores patrios. Ella realiza esta labor patriótica a través de su familia y, por medio de ella, contribuye al futuro de Chile. Su participación en la construcción de esta nueva sociedad consistirá en la responsabilidad de reproducir, a través de la maternidad y de la educación de sus hijos, el modelo de sociedad que se quiere imponer. La misión que se le ha encomendado exigirá abnegación, sacrificio y entrega, tanto en el hogar como en los momentos históricos. Este papel asignado a la mujer se inscribe en la nueva institucionalidad cuyo concepto medular es la doctrina de Seguridad Nacional, la que no tiene otro fin que no sea el de garantizar la derrota del enemigo interior y exterior: el comunismo. Según Michelle Mattelart, convertido así el mundo en dos bloques (Este-Oeste), "La mujer es también un nuevo soldado. En el campo de batalla que se le asigna: educar a sus hijos en el culto de la patria y adecuar la economía familiar a las necesidades de la economía nacional." (20)

Sin duda es este concepto de mujer patria, que se agrega a la definición clásica de mujer, el que le otorga una dimensión específica al rol femenino en la ideología oficialista.

Como hemos visto en el presente capítulo, el grupo Mujeres, no constituye, desde sí mismo, sus elementos identificatorios, sino que ellos les son dados desde fuera y las más de las veces impuestos, aunque esto último no aparezca implícito ante nuestros ojos. Es lo anterior lo que nos permite hablar de una identidad alienada de mujer.

En esta internación de pautas, valores y roles que hace a cada individuo, el proceso de socialización juega un papel fundamental, ya que es él el encargado -especialmente en los primeros años de vida- de traspasar a cada mujer u hombre las normas sociales en función de las cuales deberá insertarse en su realidad colectiva.

Este proceso de socialización se ha desarrollado tradicionalmente a partir de diversos canales y espacios: la familia, la educación formal, el grupo de pares, etc. Sin embargo, en el transcurso del presente siglo se ha sumado un nuevo actor: los medios de comunicación masiva, que se han transformado, paulatinamente, en agentes claves de esta internalización valórica. De este modo, la prensa, la televisión, la radio o el cine, se convierten en vehículos, también, para la transmisión de la imagen de mujer construida socialmente desde fuera de ellas mismas, lo que implica que la relación entre mujer y comunicación, es también alienada.

Si bien este esquema se ha mantenido estático por décadas, existen dos fenómenos, que surgen entre los años 60 y 70, que resultan fundamentales para el cambio de esta realidad.

Por una parte el cuestionamiento a los mecanismos de la comunicación. Este fenómeno, llamado comunicación alternativa, se plantea críticamente y busca redefinir el carácter vertical, poco participativo y comercial de la comunicación de masas.

En otro ámbito se observa un renacer de los movimientos feministas, en lo que se ha llamado la segunda ola del feminismo.

Aún cuando ambos fenómenos se desarrollan en ámbitos distintos su búsqueda de ruptura con lo establecido los encamina hacia objetivos, en cierta medida, similares. Es por ello, que pensamos que es posible una articulación entre estos dos procesos, la que, a su vez, podría contribuir a desalienar la relación entre mujer y comunicación.

En los capítulos siguientes pretendemos explorar este fenómeno, para lo cual hemos intentado una definición de lo que es la comunicación alternativa y hemos recopilado la historia del movimiento de mujeres en Chile, principalmente en los últimos diez años.

Junto a ello, hicimos también un estudio de cuatro medios de comunicación, editados en Chile por grupos de mujeres, con el fin

de comprobar en qué medida el desarrollo de estas dos realidades
antes descritas da o no origen, en nuestro país, a una nueva rela
ción entre mujer y comunicación.

NOTAS

CAPITULO I

- 1.- Edholm, Harris y Young. citados por Beneria, Lourdes en, "Reproducción, producción y división sexual del trabajo." Cambridge Journal of Economics, 1979. p.14
- 2.- Izquierdo, María Jesús. "Las, Los, Les (...Lis, Lus)" LaSal edicions de Les Dones. Barcelona, 1983. pp.47-48
- 3.- Ibid. p. 40
- 4.- Ibid. p. 64
- 5.- Ibid. p. 72
- 6.- Gissi, Jorge. Mitología de la Femeneidad, en "Cuadernos de la Realidad Nacional" Nº 11 Santiago, 1972. p. 171
- 7.- Gouldner, A. W. citado por Brunner, José Joaquín en, "Entrevistas, discursos, identidades." Flacso. Santiago, 1983. p. 304
- 8.- Mattelart, Michelle. "La Cultura de la Opresión Femenina" Serie popular Era. México, 1977. p. 17
- 9.- Galmez, A.M. Revista Femenina y vale la pena? en, Revista Paula Nº507 Santiago, 1987 p. 48
- 10.- Mattelart, Michelle op. cit. p. 38
- 11.- Goulner A.W. op. cit. p. 299
- 12.- Brunner, José Joaquín "La mujer y lo privado" material de discusión Nº51 Flacso. Santiago, 1983. p. 5
- 13.- Brunner, José Joaquín op. cit. p. 231
- 14.- Brunner, José Joaquín op. cit. p. 260

- 15.- Santa Cruz, Adriana y Erazo, Viviana "Compropolitan. El orden transnacional y su modelo femenino. Un estudio de las revistas femeninas en América Latina" Ilet- Nueva Imagen. México, 1980. p. 97
- 16.- Mattelart, Michelle op. cit. p. 46
- 17.- Mattelart, Michelle op. cit. p. 64
- 18.- Pinochet, Augusto Discurso a las mujeres, en El Mercurio, Santiago 25 abril 1974.
- 19.- Pinochet, Augusto "Conceptos de Familia", en Material discusión Nº57 Flacso. Santiago, 1984 p. 50
- 20.-Mattelart, Michelle op. cit. p.23
- 21.-Santa Cruz, Adriana y Erazo, Viviana op. cit. p.148

Capítulo II.-

BUSCANDO CAMINOS PARA UNA NUEVA COMUNICACION

1.- La supremacía de lo hegemónico: una etapa a superar

El desarrollo actual de la comunicación está influido y determinado por tendencias surgidas a fines del siglo pasado que han permanecido y se han perfeccionado en el transcurso de éste. Es durante la segunda mitad del siglo XIX, que la comunicación comienza a adoptar las características con que hoy la conocemos, especialmente en lo que se refiere a su expresión masiva. Este fenómeno tiene, por una parte, directa relación con el avance tecnológico que ha permitido visualizar el mundo como una globalidad y masificar los procesos de emisión de mensajes y, por otra, con el avance y la consolidación del modelo capitalista de desarrollo y las implicaciones ideológicas que éste conlleva.

Las características actuales de la comunicación masiva en las sociedades capitalistas no son arbitrarias, sino que responden a condicionantes ideológicas del modelo social hegemónico que, a su vez, están directamente relacionadas con aspectos de carácter económico.

Podemos afirmar, sin temor a equivocarnos, que la comunicación es un instrumento de poder, ya que el nivel de acceso que tengamos a la información determinará nuestras mayores o menores posibilidades de escoger e influir en la sociedad. Esta premisa ha sido entendida por los países desarrollados, que actúan como centros de poder a nivel mundial, y los han llevado a diseñar cuidadas estrategias en el campo de la comunicación, a fin de utilizarla como instrumento para la expansión del modelo. El investigador norteamericano Herbert Schiller, sostiene que el manejo de la comunicación se suma

a otras herramientas que permiten la sustentación del actual sistema de desarrollo: "La dominación en la era actual ya es imposible con el único recurso de la dominación militar, es necesaria la dominación semántica de los mass media. Esta penetración semántica en los países dominados tiene como consecuencia la debilitación de la autoridad cultural autónoma."(1)

La influencia y control que los grupos dominantes tienen sobre la comunicación es un fenómeno que podemos advertir tanto a nivel transnacional como local. El investigador en comunicaciones Fernando Reyes Matta habla de un sistema comunicativo que responde a un modelo externo, que es coherente con grupos de poder interno, refiriéndose de esta manera a la doble dimensión del problema.

En el ámbito internacional las grandes concentraciones de flujos informativos están en poder de los países desarrollados y económicamente dominantes. La gran mayoría de los centros emisores de información a nivel mundial, como agencias de noticias, productoras cinematográficas, empresas discográficas y productoras de programas de televisión son propiedad de capitales norteamericanos y europeos, quienes a su vez abastecen, casi en su totalidad, a los países del tercer mundo.

A nivel local el fenómeno es similar, ya que la mayoría de los medios de comunicación de masas son propiedad de poderosos grupos económicos que responden ideológicamente a los intereses del capital multinacional.

A partir del control que los grupos de poder económico ejercen sobre los procesos comunicativos se ha ido conformando un modelo que responde a los intereses de esos grupos. Tanto los mecanismos como los contenidos de las informaciones se hacen funcionales a la mantención del sistema, intentando en el plano ideológico configurar un modelo político, social y cultural que apoye esos intereses.

Para el logro de estos objetivos no es suficiente la transmisión de mensajes y contenidos funcionales, es necesario, además, configurar un modo de comunicación determinado, cuyos mecanismos y orientaciones permitan la interiorización de las pautas ideológicas transmitidas.

"Lo primero es cuestionar el carácter de mercancía que se otorga a la noticia, la que modifica la naturaleza e importancia de los hechos. Se la descontextualiza y cambia para hacerla vendible según el gusto de los compradores."(2)

Este concepto de información podría señalarse como el elemento central del modelo, y estaría determinando en gran medida las restantes características del mismo.

Cuando hablamos de criterio mercantil, no nos referimos al hecho de que la información -ya sea en forma de noticia, serial de televisión, disco u otra- sea comprada diariamente por los receptores, sino al carácter de bien de consumo que ésta adquiere, debiendo entrar al mercado en el mismo juego de libre competencia que cualquier otro servicio o manufactura transable. De esta manera, los mensajes pierden paulatinamente la relación con su contexto, convirtiéndose en fenómenos aislados cuyo valor depende, cada vez más, de su posibilidad de ser o no vendido a los consumidores.

El carácter mercantil de la información y su consecuente alejamiento de su contexto social, son reforzados en la comunicación dominante por un esquema vartical en la emisión de mensajes. Nos encontramos frente a un pequeño centro emisor que selecciona y orienta la información para enviarla a un receptor gigantesco, cuya posibilidad de respuesta es muy baja y la ingerencia en la selección de los mensajes, completamente nula.

De esta manera, los propietarios de los centros emisores, tanto a nivel internacional como local, poseen una gran capacidad de

control sobre la elección de los contenidos y la forma que estos adquieren, sesgando con ello la realidad e implantando masivamente un modelo ideológico y cultural determinado. "La alta presión informativa que el modelo ejerce desde tantos diversos orígenes va eliminando la capacidad de reacción frente al mensaje, con lo cual progresivamente el sujeto receptor se transforma en un elemento pasivo sin capacidad de juicio crítico, convenciéndose de que el modelo transnacional de consumo y desarrollo es históricamente inevitable." (3)

Orígenes de lo alternativo en comunicación

Durante la primera mitad de nuestro siglo la hegemonía del modelo de comunicación masiva, así descrito, fue incuestionable. Sin embargo, a fines de la década del sesenta comienzan a visualizarse prácticas y corrientes teóricas que se plantean alternativas al respecto.

El surgimiento de lo alternativo en comunicación aparece vinculado a un proceso histórico mundial marcado por la tendencia al cambio y por las posturas ideológicas rupturistas. El mundo enfrenta un momento de gran efervescencia social, en el que está presente la necesidad de modificar estructuras creando nuevos caminos y parámetros para las definiciones políticas, sociales, culturales y generacionales.

En Estados Unidos surge con fuerza el movimiento hippie y la respuesta colectiva de rechazo a la intervención militar en la guerra de Vietnam, todo ello reforzado por la evidencia de que la responsabilidad recaía en las antiguas estructuras y que el cambio debía pasar necesariamente por la construcción de alternativas en todos los ámbitos del quehacer social.

Para Europa, son los años marcados por el llamado "movimiento francés de mayo del 68" y sus similares en otros países del conti-

mente; expresión de una propuesta generacional vanguardista, que busca también la revisión absoluta de las viejas estructuras sociales y la proyección hacia una sociedad distinta. Junto a esto, comienza el desarrollo de la llamada segunda ola del feminismo, cuyas propuestas en torno a la liberación de la mujer, implicaban cambios más estructurales que los planteados por las sufragistas de principios de siglo. También en esta época el viejo continente ve surgir movimientos vinculados a la defensa de la paz y la conservación del equilibrio ecológico.

América Latina también es escenario de cambios. El fortalecimiento de los movimientos de izquierda, potenciados por experiencias como la revolución cubana, ponen en primer plano la búsqueda de alternativas políticas radicales para los países del continente. Junto con esto, se desarrolla un fuerte sentimiento anti-autoritario y la necesidad de construir una identidad latinoamericana, basada en el rescate de su cultura propia, de su música, su poesía y su literatura.

El continente africano no escapa a las tendencias revolucionarias de la época, viviéndolas a través de su proceso de descolonización. Son los años del nacimiento de naciones como Nigeria (1960), Zaire (1960), Zambia (1964) y tantas otras que, luego de largas luchas logran convertirse en países libres y comienzan un proceso de recuperación de sus propias dimensiones culturales.

Es en este contexto mundial, en que se plantea la necesidad de pensar la sociedad de una manera nueva, que el término "alternativo" se extiende también al ámbito de las comunicaciones, introduciendo los primeros cuestionamientos al modelo hegemónico.

Fernando Reyes Matta en "Comunicación alternativa y desarrollo solidario ante el mundo transnacional" explica el surgimiento de lo alternativo en comunicación a través de lo que denomina "las

verrientes históricas". Según el autor, se pueden definir cuatro puntos de partida, directamente relacionados con la situación histórico mundial de fines de la década del 60: " a) Las luchas contra el colonialismo, b) Las reacciones nacionales e internacionales contra el neo-colonialismo, c) Las expresiones por la defensa de la calidad de la vida, d) Las reacciones frente a los autoritarismos políticos y económicos." (4)

A nuestro juicio, hay ciertos puntos de la clasificación de Reyes Mattá que sería importante destacar. En primer lugar lo alternativo en comunicación aparece siempre vinculado a la necesidad de expresión de los grupos dominados de la sociedad, ya se trate del proletariado, de las mujeres, de los países tercermundistas; en segundo término, la comunicación alternativa está relacionada también con la búsqueda de nuevas identidades culturales que intentan romper los modelos creados por el sistema imperante.

De la década del 60 hasta hoy las tendencias políticas y sociales en el ámbito mundial han sufrido cambios considerables. Los efervescentes años sesenta y la primera mitad de los setenta, dejan paso a una época de reflujo de los movimientos sociales en la que, incluso, podemos advertir una fuerte tendencia al conservadurismo.

Sin embargo la necesidad de buscar nuevos caminos para la comunicación sigue presente y, es así, que durante estos últimos veinte años se han desarrollado una multiplicidad de propuestas teóricas y experiencias prácticas en torno al tema.

Hasta hoy no se ha logrado una sola definición en torno a qué es la comunicación alternativa, y la experiencia parece indicarnos que es utópico pretender hacerlo. Si bien la comunicación alternativa responde, en términos generales, a una ideología progresista, debemos entender que al interior de ésta coexisten múltiples tendencias, cada una de las cuales enfatizará uno u otro matiz en la búsqueda

quede de "lo otro" en comunicación y esto, inevitablemente, arrojará diversas aproximaciones al concepto.

Por otra parte, en tanto lo alternativo pretende oponerse a las expresiones dominantes de la sociedad, estará siempre determinado por las circunstancias y contexto específico en que se desarrolló cada experiencia, ya que la expresión del modelo hegemónico es también variable.

En el plano teórico las propuestas expresan esta diversidad, encontrando un amplio abanico de proposiciones que van desde la búsqueda de espacios libres al interior de la actual estructura comunicativa, hasta el planteamiento de alternativas globalmente revolucionarias.

En esta última línea, algunos teóricos postulan la aniquilación de los medios de comunicación de masas como único camino para lograr una real redefinición de las comunicaciones. Este planteamiento supone una postura atecnológica que, a la vista del gran desarrollo de la comunicación masiva, parece inimaginable.

Para otros teóricos, entre ellos Vilem, Flusser, Barthes, Viña y Baudrillard la realidad es en sí incomunicable, ya que cualquier acto comunicativo requiere de códigos y éstos falsean irremediablemente la realidad. La alternativa, por lo tanto, es el silencio.

Esta dificultad de encontrar una definición clara de lo alternativo en comunicación afecta, no sólo el ámbito teórico, sino también al intento por desarrollar experiencias prácticas en torno al tema.

La multiplicidad de tendencias y propuestas, en relación a la comunicación alternativa, se limitan a ofrecer una nueva concepción ideológica de las relaciones que constituyen el proceso de la comunicación, pero sin diseñar las herramientas necesarias para concretarlas.

A partir de ello, podemos decir que la comunicación alternativa se sitúa aún en un terreno casi exclusivamente político, cuyo principal eje es el cuestionamiento ideológico de las estructuras y modelos comunicativos hegemónicos, todo ello, sin lograr la creación de un sistema comunicacional, que permita combinar esta nueva visión teórica con los instrumentos prácticos requeridos para su implementación.

De esta manera, la comunicación alternativa debe entenderse como un fenómeno en gestación más que como una realidad acabada, un fenómeno que definirá sus mecanismos fundamentales, a partir de las características y formas que adopten la multiplicidad de experiencias prácticas, que se desarrollan hoy, y las que se implementarán en el futuro.

2.- Consideraciones para una definición de Comunicación Alternativa.

Como ya hemos dicho, lo alternativo en comunicación no tiene definición estable, ya que lo alternativo, por ahora, existe como una praxis más que como una corriente teórica. Sin embargo, es posible reconocer ciertas características que son generalizables al abanico de definiciones que se han dado de comunicación alternativa.

Este nuevo concepto no se explica solo, sino en una globalidad de elementos que van más allá de lo exclusivamente comunicacional. Para Fernando Reyes Matta la comprensión del fenómeno alternativo debe hacerse viendo las interacciones con las problemáticas generales que a nivel "de lo político y cultural, afectan y determinan tanto a las sociedades del centro como de la periferia." (5)

Los nuevos medios al irrumpir en oposición al modelo comunicacional desarrollado por el capitalismo, no sólo postularán una nue

va forma de comunicación sino una propuesta de cambios profundos al interior de la sociedad. La respuesta alternativa será más intensa en los países donde exista una mayor opresión por parte del sistema.

En su propósito renovador este nuevo modelo opone a la idea de información vista como mercancía una concepción de la información como bien social.

En este juego de oposiciones el teórico Hans Magnus Enzensberger, en su libro Elementos para una teoría de los medios de comunicación plantea el antagonismo entre comunicación hegemónica y comunicación alternativa a partir de su clasificación entre lo que ha denominado el uso represivo de los medios y el uso emancipador de los medios y que ha graficado de la siguiente manera:

USO REPRESIVO DE LOS MEDIOS	USO EMANCIPADOR DE LOS MEDIOS
- Programa de control central	- Programas descentralizados
- Un transmisor muchos receptores	- Cada receptor un transmisor en potencia
- Inmovilización de individuos aislados	- Movilización de las masas
- Conducta de abstención pasiva respecto al consumo	- Interacción de los participantes feed-backs
- Proceso de despolitización	- Proceso de aprendizaje político
- Producido por especialistas	- Producción colectiva
- Control por propietarios burocratas	- Control socializado por organizaciones autogestoras. (6)

La nueva tendencia pretende romper con la pasividad de la audiencia, condición fundamental para el funcionamiento y perpetuación del modelo de masas, por lo tanto los medios estarán orientados a la acción y no a la contemplación. Los medios alter-

nativos serán, en última instancia, la expresión de un propósito alternativo global que desea el cambio.

Esta nueva visión comunicacional es una respuesta al sistema hegemónico impuesto desde los centros de poder y de ahí que su desarrollo se ligue con la aspiración al cambio global de éste. Esta lucha se dá mediante múltiples prácticas comunicativas que, si bien, no siempre dan como resultado un quiebre en el modelo hegemónico, a lo menos, producen una distorsión en la comunicación dominante, comprobando la vulnerabilidad del sistema.

Requisito fundamental para el desarrollo de este nuevo modelo es lo que se ha denominado praxis social, que condiciona la existencia de una verdadera comunicación alternativa.

Entendemos este concepto de praxis en dos sentidos, primero como la necesidad de que el medio se identifique con un movimiento social, impulsado por grupos que se organizan para tal propósito, como por ejemplo: mujeres, trabajadores, jóvenes u otros; y segundo, como la urgencia de lograr una audiencia comunicante que rompa con el aislamiento de quienes participan en el proceso, esto significa entes activos con capacidad para generar sus propios mensajes y con una posición crítica ante los mass media. A partir de ahí, podemos afirmar que la comunicación alternativa no es una expresión de lo marginal ya que, como plantea "Fernando Reyes Matta" se es marginal (...) si el programa, la publicación o el mensaje que se construye se hace al margen de un cuerpo social que le sirva de marco, de factor de diálogo; de un antes y un después para la continuidad del debate(...) La mayoría de las experiencias surgen de una situación marginal, pero se proyectan hacia lo alternativo en cuanto crean una espiral social que las dinamiza y expande." (7) Esto significa la acción colectiva, de todas las personas involucradas en la comunicación, sobre una reau

lidad que es sentida como propia, lo que incentiva a la participación. Sin duda este actuar, democrático y solidario, que permite el desarrollo de la praxis social, no surge espontáneamente sino más bien es fruto de la organización y consenso al interior del cuerpo social y del movimiento gestor del medios alternativo.

La necesidad de un movimiento que garantice y respalde esta participación es una limitante al espectro de audiencia de los medios alternativos, lo que no significa necesariamente, la homogeneización del receptor ya que, a diferencia de los medios masivos, la comunicación alternativa supone el reconocimiento de elementos identificatorios al interior de los diversos grupos que componen el conjunto receptor.

El crecimiento y estabilidad del modelo alternativo estará condicionado por la cantidad de nuevos sectores que se integren y participen de este propósito. Podemos asegurar que el logro de una real comunicación alternativa en la sociedad dependerá, por una parte de aspectos cualitativos que la condicionan y, por otra, de aspectos cuantitativos que le dan fuerza.

Relación Emisor-Receptor: Rompiendo la verticalidad.

De la multiplicidad de definiciones que, durante nuestra investigación, hemos encontrado de comunicación alternativa, llama la atención que ninguna en la práctica rompa totalmente con el tradicional esquema Emisor - Mensaje - Receptor. La mayoría de los teóricos sólo proponen una relación diferente entre estos elementos, el acento en uno u otro se traducirá en diferentes visiones del fenómeno alternativo. Existen autores que han expresado posiciones críticas a este modelo; es el caso de los comunicadores Gonzalo Abril y Jorge Lozano, quienes señalan que "si nuestras prácticas comunicativas van a seguir siendo orientadas por el rancio paradigma E - M - R estamos condenados al travestismo de la reproducción: ciertamente podremos sustituir un E capitalista por un E consejo obrero, y al R se le asignarán más holgados espacios en la sección de cartas al director." (8). Esto significaría, sin embargo, una me-

na sustitución de un elemento por otro y no alternativa comunicacional.

La relevancia que adquiere la praxis social en la comunicación alternativa otorga una importancia máxima a la figura del receptor que, ahora, gozará de una gran capacidad de respuesta y protagonismo en el modelo. Este hecho representa una importante ruptura en relación al modelo hegemónico, que refuerza la pasividad de la audiencia y destruye su capacidad de acción para el cambio, asegurando de esta manera la continuidad del sistema. El sociólogo Armand Mattelart, en su libro "La comunicación masiva en el proceso de liberación", sostiene que si bien el fin no es que todos seamos emisores "se trata de poner en jaque la dimensión unilineal emisor - receptor que establece una relación sólo ficticia y mercantil entre dos polos. El material elaborado debe cumplir con el requisito de la circularidad, expresión genuina de un verdadero circuito de comunicación, es decir que lanzado por su emisor a "las masas", debe retornar a su emisor, desalienado y enriquecido por los resultados de su paso por las masas"(9)

El modelo alternativo pretende acabar con este esquema vertical en que es transmitido el mensaje en los mass media, en donde un pequeño grupo privilegiado actúa como emisor de mensajes a una masa heterogénea con poca capacidad de respuesta. Dentro de esta verticalidad el emisor es el amo de la comunicación, ya que concentra en él el poder de emitir y escoger lo emitido según la ideología dominante. La posibilidad de una comunicación global que de paso a nuevas ideas es casi una utopía en este esquema masivo; según Yona Friedman este proceso selectivo, al que deben someterse los mensajes transmitidos, se verá entrampado por la cantidad de material acumulado. "Esta selección será tanto más difícil en lo que se refiere a las ideas nuevas e inhabituales, cuya terminología no está todavía establecida y que exigen cierta reflexión. Los editores o censores encargados de la selección conservarán automáticamente el material más mediocre y ya conocido y rechazarán toda idea nueva." (10). Este hecho empobrece el desarrollo cultural y anula las posibilidades de cambiar las condiciones dominantes.

Esta nueva comunicación no es sólo un proceso de emisión de mensajes, en donde enviado éste desaparece sin retornar al flujo circular de la comunicación. Es para asegurar esta circularidad que el modelo alternativo estimula fórmulas de participación y un aprendizaje crítico frente a los mensajes recibidos, lo que permitirá su reformulación.

El feed back definido como el mecanismo de respuesta que tiene el receptor en la comunicación masiva no es suficiente para asegurar una democratización de la comunicación. Para J.L. Gómez Monpart y Mar Fontcuberta, periodistas catalanes, "el sistema necesita el feed back como dispositivo de seguridad, de autorregulación sin constituirse en una forma de reciprocidad, permite la continuidad de la palabra emisora y el alejamiento del silencio, que constituiría ruido absoluto y conecuentemente una polisemia total." (11)

Imaginemos que existiera una red de feed backs y un sistema computacional capaz de recibir los millones de reacciones producidas por los mensajes masivos. Sin duda aunque la información quedara registrada sería humanamente imposible conocer y, por lo tanto, dar respuestas a tal cantidad de reacciones. De esta manera las instituciones en el poder configuran, mediante informes llevados a cabo por "expertos", un cuerpo de intereses que será asumido como generalizable a todos los habitantes de esa sociedad. La situación es diferente en pequeñas comunidades, en donde es factible tener conocimiento de las opiniones de todos los participantes de esa colectividad.

Es por esto último que, muchas veces, se identifica a la comunicación alternativa con los micromedios, lo que no es necesariamente así. Podemos decir, sin embargo, que la comunicación alternativa se ha desarrollado esencialmente privilegiando ese

tipo de medios (boletines, videos, diaporamas, etc.), ya que son éstos los que pueden expresar el modelo en forma más pura logrando altos niveles de participación.

A partir de las nuevas tecnologías universalizantes, resulta cada vez más difícil identificar socialmente al emisor de los media. Según Armand Mattelart no faltan las posturas proféticas que hacen aparecer al medio como un monstruo sin cabeza, propagando su propia ideología de medio en sí.

La solidaridad e identificación entre emisor y receptor es fundamental en la comunicación alternativa, debido a la praxis social que la impulsa; de ahí que este modelo comunicacional y todos sus elementos deben ser coherentes con la praxis social que lo respalda. El emisor ya no es un ente ajeno al receptor que imponga determinados mensajes o, en el mejor de los casos, interprete las necesidades del receptor. Nos encontramos frente a un emisor que obedece a los intereses colectivos del circuito comunicacional, que selecciona y orienta los mensajes a partir de las necesidades de la audiencia de la que, en último término, él también forma parte.

El mensaje como punto de partida de la redefinición.

Para la construcción de un modelo alternativo es esencial cambiar la imagen de realidad transmitida por los medios de comunicación de masas. A través de los media a un receptor -pasivo y aislado- se le suministran mensajes en forma de "mitos" incuestionables, frutos de un estado de naturaleza inmóvil, y no resultado de un proceso social. En relación a este punto Herbert Schiller afirma que "Los mensajes que generan intencionalmente una imagen falsa de la realidad y que producen una conciencia que no puede captar o que rechaza voluntariamente las condiciones de vida, per

sonales o sociales, son mensajes de manipulación."(12)

Una verdadera comunicación alternativa debiera oponerse a esta falsa visión ideologizada que ofrecen los medios de comunicación de masas. Es a partir de esta prioridad que muchos teóricos de la comunicación alternativa han puesto el acento en el cambio del mensaje; asegurando que sin discurso alternativo no hay medio alternativo.

Pero la mera inversión del signo no basta, si no se modifica la estructura impuesta por el sistema cultural dominante. La sola reorientación de los contenidos, manteniendo las formas y concepciones comunicativas del poder hegemónico, encierra una trampa; los mecanismos heredados no permitirán escapar de las formas culturales burguesas.

Es la izquierda quien con más fuerza ha utilizado esta inversión del signo en sus medios, según J.L. Gomez y M. Fontcuberta, "en general la inversión del signo se encuentra presente en la mayoría de los media de izquierda. Y muchas veces no en base a una utilización consciente si no a la misma confusión de signo que existe a nivel comunicativo en la sociedad. Uno de los ejemplos más claros (...) es la adopción por parte de los medios políticos de un lenguaje publicitario." (13)

El mensaje alternativo, pues, no sólo debe modificar sus contenidos si no también proponer un nuevo lenguaje, un nuevo código que movilice al receptor a reformular el mensaje recibido, enriqueciendo el circuito comunicacional. Esto, debido a que la alternatividad del mensaje radica, sin duda, en su capacidad de generar nuevos significados y en la posibilidad de que estos sean rediscutidos.

A partir de la idea de que no hay tal neutralidad del lenguaje, los nuevos mensajes deben cuestionar el uso hegemónico

de éste, a través del cual se transmiten los estereotipos de la cultura dominante. Lo alternativo debe crear un lenguaje propio, dinámico y desprejuiciado, que sea compatible con los nuevos contenidos y significados transmitidos.

Un cambio en el código podría producir confusión en la lectura de los mensajes, pero se parte de la base que la praxis social debe traducirse en una conexión estrecha entre emisor y receptor, lo que permitirá adaptarse al cambio. Este no será un código impuesto desde el poder sino generado por las propias bases, resultado de una praxis social.

Los contenidos de la comunicación alternativa han hecho un rescate del mundo cotidiano en oposición a la cultura de lo extraordinario impuesta por los mass media. Lo alternativo busca romper las dicotomías que, según A. Mattelart funda la cultura masiva de la burguesía, "a saber el divorcio entre el trabajo y el ocio, la producción y la diversión, lo cotidiano y lo extraordinario." (14)

El criterio mercantil de la cultura de masas busca lo sensacional, lo inusual y lo que venda. Este "hecho insólito" se presenta aislado y descontextualizado, dejando de lado todos los otros factores que lo hicieron posible y, por lo tanto, alienando el mensaje.

Interrogantes para la Comunicación Alternativa

Como hemos podido observar, más que una definición de comunicación alternativa, la práctica y elaboraciones teóricas en torno al tema nos permiten aproximar una serie de elementos que irán conformando el concepto.

Esta incapacidad de acotar con claridad los límites del

fenómeno tiene una doble dimensión. Por una parte, nos enfrenta a la existencia de un proceso "vivo", en permanente cambio, que redundará en el enriquecimiento constante de la comunicación alternativa; de la misma manera su flexibilidad permite adaptar el desarrollo de esta nueva comunicación a las diferentes realidades y contextos en que quiera ser aplicada.

Desde otro punto de vista, la falta de una definición estable deja muchas cuestiones sin resolver y múltiples preguntas sin respuesta. Todo ello significa, en muchos casos, la distorsión exagerada del concepto y su aplicación fuera de marcos mínimos que le otorguen real sentido.

A las dificultades que el desarrollo mismo de la comunicación alternativa nos plantea, se agregan las generadas por el sistema hegemónico que, como tal, utiliza todos los mecanismos a su alcance para evitar la proliferación de prácticas que atenten contra su estabilidad.

La gran presión que el modelo hegemónico comunicativo ejerce sobre la sociedad, complementado con otros mecanismos ideologizadores tales como la educación, el sistema económico, el sistema político, etc., relegan a las nuevas prácticas a un rol completamente secundario, en comparación al poder de la gran comunicación.

Es por ello, que nos parece importante insistir en que no puede desarrollarse una comunicación diferente sin que este proceso vaya acompañado de otros que lo complementen. Se debe por una parte estimular las experiencias alternativas en comunicación y por otra debilitar los mecanismos ideologizadores que conforman la cultura dominante.

Entre las preguntas que quedan pendientes está aquella relacionada con la propiedad de los medios. En el actual sistema

capitalista esto se resuelve, en consonancia con su doctrina económica, a través de la primacía casi absoluta de la propiedad privada de la comunicación. Este fenómeno es apreciable con mayor claridad en los países tercermundistas y en Estados Unidos, en donde la mayor parte de las empresas periodísticas y, en general las vinculadas a la comunicación, están en manos privadas. La situación europea presenta, a primera vista, condiciones distintas; ya que si bien existen medios de carácter privado hay también un gran desarrollo en el ámbito estatal y cooperativo. Sin embargo, esto no parece implicar modificaciones de fondo, puesto que, aún cuando la propiedad pueda no estar directamente en manos privadas, la orientación y selección de mensajes y contenidos se determina finalmente por la publicidad, que es el vehículo principal de financiamiento para los medios.

Esta dimensión económica nos remite nuevamente al ámbito del control ideológico, ya que las operaciones en el campo de la industria de la comunicación suponen grandes inversiones, por los que este elemento se constituye en un nuevo mecanismo de control de las clases hegemónicas mundiales y nacionales.

Por todo ello, el problema de la propiedad es un asunto que compete también a este intento por modificar la comunicación. Si los dueños de los medios y, consecuentemente los emisores de la información, son los países dominantes en el ámbito transnacional y los grupos de poder económico a nivel local, difícilmente podemos pensar en reorientar los contenidos y objetivos de la comunicación.

Si bien el problema de la propiedad está para muchos, en el centro de la discusión sobre lo alternativo, constituyéndose incluso en el punto de partida para la solución, no encon

tramos en las diferentes corrientes teóricas una postura definitiva al respecto.

A la hora de las proyecciones en este ámbito, entran a jugar de lleno los proyectos globales de las distintas tendencias y, es así, que encontramos desde las posturas más ortodoxas, que plantean un control completo del estado sobre la propiedad de los medios; hasta quienes proponen soluciones mixtas, basadas en la mantención controlada de la propiedad privada en coexistencia con otras como el cooperativismo.

Otro importante problema que queda sin resolver, es la proyección del modelo alternativo a nivel masivo. Las prácticas desarrolladas hasta ahora se inscriben más bien en el ámbito de la micro comunicación o de la comunicación intermedia, quedando el espacio de lo masivo prácticamente en el terreno de las propuestas teóricas.

Esto no implica, sin embargo, que los estudiosos del fenómeno nieguen la posibilidad de una comunicación masiva alternativa. En esto Reyes Matta es enfático cuando afirma que es posible el desarrollo de lo alternativo a nivel masivo, incluso al interior de una sociedad capitalista, "si bien existe una sociedad como la nuestra, al interior de ella existen conglomerados que tienen su identidad particular y con una cultura totalmente distinta a la cultura hegemónica autoritaria que impone el sistema dominante. Si no, no existiría un movimiento juvenil que existe y no existirían todas las experiencias a nivel poblacional y de otro tipo que existen en el país. Y son estas experiencias las que crean, las que refuerzan en otros casos, la iniciativa comunicacional que alguien hace." (15)

Las palabras de Reyes Matta, apuntan principalmente a descubrir la posibilidad de la existencia de praxis sociales di

ferentes, e incluso contestatarias al sistema, dentro de las actuales sociedades capitalistas, que asegurarían el respaldo necesario para la realización de prácticas comunicativas distintas en el ámbito masivo. Si bien esto parece ser cierto, su existencia aislada no garantiza la posibilidad de desarrollar acciones alternativas en este campo, ya que, si bien, la praxis es fundamental para el desarrollo de lo alternativo no es la única condición necesaria.

La multiplicidad de factores, que deben concurrir para el diseño de una práctica verdaderamente distinta, hacen difícil imaginar hoy un modelo alternativo para la comunicación masiva, lo que no implica que no se pueda trabajar, desde ya, en intentos prácticos por lograr ese objetivo y en la búsqueda de concepciones teóricas que ayuden a materializarlo.

Por otra parte, es importante destacar también la existencia de algunos proyectos que, si bien, no son prácticas globalmente alternativas, se acercan a ello. Es el caso de ciertas agencias internacionales como la Inter Press Service (IPS), que trabaja en la difusión alternativa internacional, dirigida principalmente al tercer mundo, intentando el rescate de valores y prácticas culturales propias de estos países.

Pese a las múltiples dificultades que supone la realización de experiencias en comunicación alternativa, éstas se han desarrollado con mucha fuerza en los últimos años. Las características que asumen estas prácticas, están fuertemente condicionadas por el contexto en que se desarrollan.

En el caso concreto de América Latina, existe una gran tendencia a poner un acento especial a la revisión de contenidos y a la modificación de la relación vertical emisor - receptor, pero sin introducir mayores cambios a nivel formal de los me-

dios y códigos utilizados.

Por otra parte, estas nuevas experiencias comunicativas Latinoamericanas aparecen por lo general vinculadas orgánicamente a movimientos sociales, tales como sindicatos, grupos campesinos, grupos de mujeres y otros similares. También es común encontrar medios alternativos que funcionen apoyados o asesorados por instituciones no gubernamentales (ONG).

En el terreno del accionar concreto, estas experiencias deben enfrentar múltiples problemas, algunos de ellos surgidos de su condición de prácticas marginales al sistema hegemónico y otros de las definiciones propias de esta comunicación.

Una de las principales dificultades a la que se enfrentan estos medios es lograr un financiamiento estable, que les asegure cierta continuidad y calidad técnica.

La publicidad, principal vehículo de financiamiento para los medios masivos es, por muchas razones, descartado como forma de obtener entradas económicas para los medios alternativos. Por una parte, es difícil pensar que alguna empresa o comercio, expresiones claras de las clases económicas dominantes, desee pagar por publicitarse en un medio cuyos contenidos son disfuncionales al statu quo que las sustenta. De la misma manera quienes trabajan en comunicación alternativa consideran a la publicidad como una forma más de ejercer control ideológico sobre los contenidos, lo que traicionaría la esencia liberadora de esta otra comunicación.

Es así como las fuentes de financiamiento poseen un alto nivel de inestabilidad, sobre todo en los medios que no están respaldados por estructuras orgánicas sólidas. Esta nueva comunicación debe autofinanciarse, ya sea a través de la venta, del aporte económico de los usuarios y, en algunos, con la ayuda

otorgada por organismos internacionales de apoyo al desarrollo.

Desde otro punto de vista, el intento por lograr una nueva relación entre emisores y receptores ha llevado con frecuencia a la desprofesionalización de estas experiencias comunicativas.

Si bien, por una parte esto permite altos niveles de identificación entre los diversos actores del proceso comunicativo, ya que quienes confeccionan los medios son parte integrante del colectivo receptor, por otra, conlleva múltiples dificultades, principalmente en lo que se refiere a los conocimientos técnicos necesarios para la elaboración de medios. Es por esta razón que muchas experiencias alternativas carecen de un nivel técnico básico, lo que dificulta transformarlas en una real alternativa a la prensa formal.

NOTAS

CAPI TULO II

- 1.- Schiller, Herbert. citado por Moragas, Miquel en, "Teorías de la comunicación" Gustavo Gili. Barcelona, 1981 p.85
- 2.- Somavía, Juan "La estructura transnacional del poder y la información internacional" Ilet. México, 1976 p.11
- 3.- Ibid. p.4
- 4.- Reyes Matta, Fernando "Comunicación alternativa y desarrollo solidario ante el mundo transnacional" Ilet. México, 1981 p.149
- 5.- Ibid. p.153
- 6.- Enzensberger, Hans Magnus "Elementos para una teoría de los medios de comunicación" Anagrama. Barcelona, 1984 p.43
- 7.- Reyes Matta, Fernando "Comunicación transnacional: conflicto político y cultural" Desco- Ilet Lima, 1982 p.165
- 8.- Abril, Gonzalo y Lozano, Jorge .citados por Fontcuberta, Mar y Gomez, José Luis en, "Alternativas en comunicación" Mitre . Barcelona, 1983 p.68
- 9.- Mattelart, Armand "La comunicación masiva en el proceso de liberación" Siglo XXI. México, 1976 p.95
- 10.- Friedman, Yonna "Utopías realizables" Gustavo Gili. Barcelona. p.57
- 11.- Fontcuberta, Mar y Gomez, José Luis op. cit. p.80

- 12.- Schiller, Herbert op. cit. p.88
- 13.- Fontcuberta, Mar y Gomez, José Luis op. cit. p. 100
- 14.- Mattelart, Armand Ruptura y continuidad en la comunicación:
puntos para una polémica en, "Cultura y comunicación de masas"
Laia Barcelona, 1976 p. 97
- 15.- Reyes Matta, Fernando Entrevista realizada por las autoras del
presente trabajo. Abril, 1987

Capítulo III.-

HACIA LA CONSOLIDACION DE UN MOVIMIENTO DE MUJERES EN CHILE

1.- Explorando el nacimiento de una conciencia feminista

En nuestro país los antecedentes de las organizaciones de mujeres se remontan a principios de siglo. Varios factores de sencadenan este surgir feminista en Chile, para las historiadas chilenas E. Gaviola, X. Jiles, L. Lopresti y C. Rojas en ese proceso son fundamentales los siguientes hechos: la dictación del decreto Amunátegui (1877), que permitió a las mujeres acceder a la enseñanza superior; la incorporación de la mujer al trabajo asalariado; la influencia de pensadores que propugnaban la igualdad y la visita de conferencistas extranjeros que difundieron el feminismo en nuestro país.

En la primera década, parte importante de la economía chilena se basaba en la explotación de los minerales del norte, lo que generó en esa zona una gran actividad y concentración de mano de obra que trabajaba en condiciones precarias. En ese contexto el norte chileno fue centro de grandes movilizaciones sindicales y obreras que constituyen hitos fundamentales de los movimientos sociales de nuestro país.

También para la mujer la actividad salitrera fue escenario de sus primeras expresiones de organización, ya sea al interior de los movimientos obreros, como apoyo a éstos o de forma más autónoma, en la constitución de grupos propiamente femeninos como lo fueron los Centros Belén de Zárrega. Invitada por Luis Emilio Recabarren en el año 1913 Belén de Zárrega, feminista hispana, recorre el norte de Chile motivando a la mujer a organizarse para luchar por el libre pensamiento y el anticlericalismo.

Si bien hubo en Valparaíso un centro femenino anterior a los Centros Belén de Zárrega fueron éstos " los pioneros del feminismo en Chile, dado la solidez de sus principios, su continuidad en el tiempo y su nivel de organización y participación femenina." (1)

En el año 1915 se funda en Santiago el Círculo de Lectura de Señoras y, un año más tarde, el Club de Señoras. Ambos pretenden potenciar la inquietud cultural de la mujer, pero son las dificultades con que se topan en su quehacer las que les hacen tomar conciencia de su discriminación.

En los siguientes años -y hasta 1949- la labor de los grupos de mujeres se centró en la lucha por su participación politica como ciudadanas plenas y en la batalla por otros derechos legales.

A este proceso se sumaron grupos de mujeres de las más variadas tendencias políticas y sociales constituyendo numerosas organizaciones. Una de ellas es el Partido Cívico Femenino, creado en 1919 por doña Ester La Rivera de Sanhueza. Este partido, de origen radical laico, orientó su acción, en el campo político, hacia el logro de mayores derechos ciudadanos para las mujeres.

En el año 1935 se funda el Movimiento Pro Emancipación de la Mujer (MEMCH) que, a diferencia del Partido Cívico, es una agrupación de orientación izquierdista respaldada por el Frente Popular. Sus reivindicaciones van más allá de la lucha por el derecho a voto, abarcando también aspectos como el mejoramiento de las condiciones de salud, trabajo, educación y otros.

Más tarde se formarán la Federación Chilena de Instituciones femeninas (FECHIF), en 1944; y el Partido Femenino Chileno, en 1946, compuesto fundamentalmente por segmentos sociales bajos

y medios.

En términos generales la perspectiva de estos grupos fue su mar a la mujer a la vida política nacional, lo que los transformará, dentro del contexto histórico en que se desarrollaron, en expresiones de cambio e incipientes búsquedas de caminos feministas. Pero no existe, en la mayoría de ellos, la voluntad de querer modificar profundamente los roles que en nuestra sociedad se les asigna a las mujeres. En este período ellas buscaron su inserción en la vida ciudadana, pero situándose siempre en su papel tradicional de mujer.

Luego de la conquista formal de la ciudadanía plena los sectores femeninos comienzan a desarrollar una praxis propia en el campo de la política, la que sin embargo no durará mucho tiempo.

En las elecciones de 1952, en que Carlos Ibáñez asume la presidencia del país, el Partido Femenino Chileno gana un escaño en el Senado. María de la Cruz, presidenta del citado partido es elegida senadora. Su elección, lograda con el voto de un electorado principalmente femenino, generó la reacción de los partidos tradicionales, que vieron desviado el apoyo de las mujeres que cada cual había imaginado para sí. La participación de María de la Cruz en el Senado termina con una acusación política en su contra, siendo finalmente desaforada por la mayoría de los miembros permanentes de esta Cámara, desestimándose una recomendación en su favor interpuesta por la Comisión Parlamentaria Investigadora.

"La caída de María de la Cruz como senadora significó la deserción de la gran mayoría de las mujeres, tanto miembros del partido como independientes, quienes, sin comprender ni asumir que estas eran contingencias propias de toda organización política, llegaron a aceptar que "no estaban preparadas" para la política. Aceptaron y reconocieron una "inmadurez" que las llevó de vuelta

a casa. La conducta femenina será, en adelante, la pasiva responsabilidad de votar, o bien, en un plano de mayor compromiso, la militancia de los partidos "maduros" que se ofrecen a sus diversas expectativas ideológicas" (2)

Los años siguientes, que se han denominado de "la caída" para el movimiento feminista chileno, se caracterizaron por una baja participación política de las mujeres, fuera del acto formal de acudir a las urnas; y, más claramente aún, por la inexistencia de organizaciones propias fuera de los Departamentos Femeninos creados en los distintos partidos. Esta baja del movimiento feminista chileno es coherente con un proceso similar vivido en el resto del mundo, en donde luego del gran auge sufragista se produce un decaimiento de la lucha propia de las mujeres y un privilegio por los conflictos sociales globales.

Esta relación entre el desarrollo del feminismo mundial y el del chileno se rompe a comienzos de la década del 70, que marca, en el mundo, el surgimiento de la "segunda ola feminista". El proceso interno de nuestro país, centrado básicamente en el conflicto de clases y en la defensa de un proyecto político liderado por la izquierda desde el gobierno, desvía a los sectores femeninos de una preocupación por su problemática específica.

Es así, que el resurgir de los movimientos de mujeres no se observa en Chile hasta después de implantado el régimen militar y, más aún, los movimientos de orientación definitivamente feminista no aparecen sino hasta finales de la década del 70.



2.- Distintos ejes para la articulación de un movimiento de mujeres en Chile

La mujer frente a la crisis.

Luego del golpe militar son las mujeres las primeras en organizarse buscando espacios y soluciones a los problemas más urgentes, como el de la agudización de la crisis económica y la violación a los derechos humanos.

Si bien se trata de dos problemáticas distintas, una asociada a la búsqueda de formas de subsistencia diaria para las familias de sectores populares y otra, relacionada con la defensa de la vida, lo que a su vez implica que las organizaciones surgidas en torno a ellas tienen también distintos objetivos, este tipo de organizaciones comparten una serie de características que nos permiten agruparlas metodológicamente como un mismo fenómeno.

En primer lugar, se las puede señalar a ambas como pioneras en el resurgimiento de actividades organizadas y colectivas fuera del ámbito de gobierno, luego del golpe militar. Ya en 1973 nace la primera organización de defensa de los derechos humanos; bajo el nombre de Asociación de Mujeres Democráticas, un grupo de dueñas de casa y profesionales de clase media, se reúnen para iniciar actividades de apoyo y solidaridad con los detenidos políticos y sus familias. Al año siguiente se crea la Comisión de Familiares de Detenidos Desaparecidos y, posteriormente, una gran cantidad de organizaciones similares.

De la misma manera, poco tiempo después del golpe militar comienzan a gestarse las Organizaciones Económicas Populares (OEP). Primero, y generalmente con el apoyo de la Iglesia, se crean los comedores infantiles; luego las OEP van aumentando y diversificándose con la creación de ollas comunes, comprando juntos, comités de cesantes, comités de vivienda y muchas otras; llegando en 1982 a existir 495 grupos de este tipo. (3)

La segunda característica común a estos dos tipos de organizaciones, y la que más interesa a nuestro estudio, es que -aún tratándose en muchos casos de organizaciones mixtas- la participación femenina es marcadamente mayoritaria.

En efecto, de las 495 OEP catastradas en el estudio del Programa de Economía del Trabajo (PET) de la Academia de Humanismo Cristiano, 139 de ellas estaban integradas sólo por mujeres y 53 eran exclusivamente masculinas. El estudio del PET muestra también un incremento en la participación de las mujeres a través del tiempo; las cifras indican que los grupos femeninos aumentaron de 139 en 1982 a 436 en 1985, en tanto los grupos formados por hombres, disminuyeron de 53 que eran en 1982 a sólo 8 en 1985.

En términos generales, la mayoritaria presencia femenina en este tipo de organizaciones, pareciera tener que ver con su actitud de respuesta ante situaciones de crisis. La relación permanente de la mujer con el ámbito doméstico -la casa, la familia, los hijos- la vincula de manera especial con las necesidades de subsistencia diaria: alimentación, vivienda y otros; y también la liga estrechamente a la conservación de la vida. No olvidemos que parte importante de las funciones de su rol en nuestra sociedad es el cuidado de los niños y la atención de ancianos y enfermos.

En el caso específico de las organizaciones de defensa de los derechos humanos, la preeminencia femenina se explica además por la mayor cantidad de hombres que constituyen el grupo afectado: presos políticos, detenidos, muertos y desaparecidos luego del golpe militar, todo lo cual impulsa a sus mujeres -madres, esposas, hermanas- a constituir grupos de defensa y denuncia.

La situación en el caso de las OEP parece relacionarse más directamente con los roles de hombres y mujeres al interior de la familia. Socialmente es el hombre el encargado de proveer económi

camente el sustento del grupo familiar, función que se ve dificultada o imposibilitada por el aumento de la cesantía. Esto, suele tener grandes repercusiones a nivel psicológico entre los varones, la sensación de frustración aumenta, limitando su capacidad de respuesta. La mujer, por su parte, es siempre la encargada de poner en funcionamiento el hogar, tiene a su cargo las labores domésticas y ello implica el dar de comer a sus hijos y en general a su familia. Es por esto que ante la disminución o carencia del ingreso familiar, ella busca los mecanismos que permitan esa subsistencia diaria. Visto así, su participación en las OEP, principalmente en aquellas relacionadas con la alimentación, se explica como una proyección colectiva de su actividad individual al interior de la familia. En algunos casos, la mujer asume también el rol de mantenedora del hogar, buscando para ello un trabajo remunerado, que realiza conjuntamente con las actividades colectivas de subsistencia.

Por todo esto, es difícil suponer que la participación de las mujeres en estos dos tipos de organizaciones, derechos humanos y subsistencia, se relacionen con un cuestionamiento a las contradicciones de género. Su presencia en éstas aparece, por el contrario, fuertemente marcada por el rol que les es impuesto en esta sociedad.

Mas allá de lo estrictamente femenino, si bien, en ambos casos la existencia misma de estos grupos tiene un origen claramente coyuntural y específico, la dimensión que adquieren es diferente. Las organizaciones de derechos humanos están ligadas en su esencia con un problema de tipo político, lo que incidirá permanentemente en las mujeres que las integran. Las OEP, en cambio, presentan esta dimensión de manera menos clara, ya que la crisis económica, con todo lo que ella implica, no siempre es entendida como una consecuencia directamente política y, de esta forma, mu

chas mujeres que participan en las OEP, sólo ven en ellas un mecanismo para enfrentar la subsistencia diaria, que no implica un cuestionamiento más global.

Cabe preguntarse qué pasará con este protagonismo que las mujeres han desarrollado en estos años, ya que, por sus propias características, tanto las OEP como las organizaciones de derechos humanos, dejarán de existir en algún momento. No parece haber una respuesta clara a esta interrogante. Por un lado, hay que considerar que esta participación no ha implicado una ruptura con los roles tradicionales de la mujer en nuestra sociedad, pero por otro, no se pueden desconocer más de catorce años de experiencia, que no se limitan exclusivamente al trabajo específico de cada grupo. En efecto, y esta es otra característica que comparten ambos tipos de organización, la participación de las mujeres en estas instancias implica crear espacios de encuentro, en los cuales se intercambian experiencias, conflictos, deseos, frustraciones; descubriendo una identidad que les pertenece como colectivo y como individualidades, así como su capacidad para actuar y tener un protagonismo creciente en la construcción del futuro del país.

Articulándose en torno a la especificidad de género

Como decíamos en las páginas anteriores, las primeras organizaciones de mujeres nacen en torno a objetivos muy concretos y, más allá de que con el tiempo se transformen en espacios generadores de una conciencia distinta en las mujeres que las integran, su accionar continúa centrado en un quehacer específico.

En tanto los años van pasando y la hermética sociedad chilena post-golpe comienza a abrirse y a crear canales de intercambio con el exterior. El fin de la década del 70 marca el inicio de una nueva etapa; el paulatino y lento retorno de los exiliados, así como

una apertura en los espacios del quehacer interno del país, generan una nueva dinámica que permite, entre otras cosas, recibir en el país los influjos del exterior, tanto de nuestro continente como de Europa.

Es así que el feminismo, junto a otros movimientos -como el ecologismo y el pacifismo- comienzan a ocupar un lugar en el panorama interno del país, a través de la formación de grupos propios o de su inserción en las distintas expresiones políticas.

Si bien los grupos de mujeres que existían hasta este momento no respondían a una alternativa feminista, habían mostrado a la mujer como un ser activo en la sociedad capaz de organizarse desde sí misma y de responder creativamente. Todo esto permite al feminismo entrar en Chile a una "carrera con ventaja", en la que los primeros metros ya estaban recorridos. Las concepciones feministas actuarán como elementos enriquecedores para estos primeros colectivos de mujeres.

El desarrollo de los grupos feministas en Chile no es homogéneo, sino que en su interior se advierten distintas tendencias que provienen principalmente de las diferencias sociales e ideológicas de los colectivos que las expresan, a partir de lo cual podemos distinguir dos líneas básicas.

La primera surge con la formación en 1977 del grupo ASUMA, que fue el primer colectivo de mujeres que tras el golpe militar se constituye en la perspectiva de analizar el conflicto de la mujer desde su especificidad.

Luego de dos años de trabajo, y en el marco de la dificultad que cualquier actividad organizativa no gubernamental presentaba en nuestro país en esa época, el grupo ASUMA se vio en la necesidad de buscar un apoyo institucional, al amparo del cual desarrollar sus actividades. A partir del año 1979 este grupo de mujeres comienza a trabajar junto a la Academia de Humanismo Cristiano,

formando el Círculo de Estudios de la Mujer.

El trabajo al interior de la Academia dio a las mujeres un espacio de crecimiento en el que, paralelamente al aprendizaje, fueron surgiendo las diferencias y dudas respecto del papel que el Círculo debía cumplir. Es así que comienzan a configurarse dos líneas de proyección para este quehacer, que ponían el énfasis en diferentes aspectos. De un lado quienes sostenían la necesidad de continuar con una actividad de reflexión, orientada principalmente a la creación teórica y, de otro, quienes planteaban la búsqueda de instancias que permitieran generar una práctica a partir de lo aprendido. La diferencia entre estas dos tendencias se vio alimentada por la creciente movilización social alcanzada en el país en 1983, que creó en las mujeres la necesidad de hacer presencia desde su especificidad en la lucha política nacional. Fruto de todo esto fue el surgimiento, en 1984, de dos nuevas instituciones que trabajarían separadamente pero alimentándose la una a la otra. El Centro de Estudios de la Mujer (CEM) tomó a su cargo una actividad fundamentalmente de investigación, en tanto la Casa de la Mujer la Morada se orientó hacia la acción feminista.

Este camino, iniciado con la formación del grupo ASUMA, encierra un proceso complejo, cuyo eje principal es la paulatina definición por un feminismo explícito. En el primer colectivo existían ciertas intuiciones que, a la luz del trabajo y las influencias teóricas, se van convirtiendo en ideología que permite hoy a las feministas hablar de un proyecto de sociedad.

La coordinadora de la Casa de la Mujer la Morada, Margarita Pisano, dice al respecto, "El movimiento feminista tiene características distintas a las del resto de los movimientos sociales. El movimiento feminista tiene visión de futuro, tiene una idea de sociedad, de cambio profundo; atraviesa toda la sociedad. Por eso,

en su especificidad, conlleva una proposición profunda de cambio, de cambio cultural, de un mundo totalmente distinto, busca anular las estructuras de poder." (4)

Esta expresión feminista, que surge de sectores básicamente profesionales e intelectuales, reconoce una relación entre lucha de género y lucha de clase, En tanto ambas apuntan a un cambio en la sociedad. No obstante, ellas privilegian el conflicto de género y la oposición que, desde allí, el feminismo plantea frente al sistema. La subordinación de la mujer, en tanto es entendida como un problema común a todas las expresiones sociales femeninas del país, se constituye en un eje de lucha que puede ser compartido por todos estos sectores.

Este feminismo no sólo privilegia la contradicción de género, sino que redimensiona el quehacer político a través de la integración de lo privado a este terreno, entendiendo que el desarrollo de lo primero ha estado, en última instancia, determinado permanentemente por el devenir de lo segundo, ámbito que en nuestro sistema aparece como hegemónico. De este modo, se plantea que la relación de la mujer con lo político no debe hacerse sólo desde la perspectiva de su inserción en los canales clásicos, los que por lo demás han sido construidos por los hombres y ocupados históricamente por ellos, se trata más bien de reformular la acción y los contenidos políticos, a partir de la entrada de la mujer a este campo.

La tendencia definida en los párrafos anteriores es quizá la expresión más cercana, en nuestro país, al desarrollo que este fenómeno ha tenido a nivel mundial, especialmente en Europa, durante la llamada "segunda ola" del feminismo. Es por ello que en sus definiciones ideológicas encontramos elementos del feminismo radical, del feminismo revolucionario e incluso del feminismo de la diferen

cia; todos los que, en su esencia, privilegian claramente la con_ tradicción de género, la identificación de una problemática espe_ cífica de las mujeres y la creación de espacios propios en los que ellas mismas vayan configurando caminos de salida para el cambio en la estructura dominante.

Si bien esta expresión del fenómeno, que surge de elementos teóricos para convertirse en una práctica, constituye un sector importante del feminismo chileno; coexiste con otras formas de a_ frontar esta corriente de pensamiento, siendo quizá la más signi_ ficativa aquella que surge del trabajo con mujeres en sectores po_ pulares y que ha sido definida como "feminismo popular".

El sector poblacional de nuestro país ha vivido en los últi_ mos años un paulatino proceso de organización. Este se ha expre_ sado en la formación de innumerables colectivos; estructurados en torno a diferentes actividades y motivaciones ya sean culturales, juveniles, de subsistencia, de iglesia u otras; en los que, como de_ cíamos anteriormente, la mujer ha tenido un rol protagónico.

Al principio estos grupos no tuvieron un proyecto específico respecto de la mujer; se trataba de juntarse ante la necesidad de buscar respuestas colectivas o para tener un espacio de discusión frente a la realidad nacional. Sin embargo, a la luz del trabajo y la creación de instancias comunes para las mujeres, sus integran_ tes van despertando a la necesidad de hablar de ellas mismas, de compartir experiencias y, a partir de éstas, van encontrando con_ flictos comunes, vivencias que les corresponden como grupo y de esta manera comienza el descubrimiento de una identidad propia de mujeres pobladoras.

Este trabajo, en un principio aislado, va con el tiempo crean_ do canales de coordinación, que buscan aunar esfuerzos y compartir lo aprendido en el quehacer individual de cada colectivo. Ya sea

a partir de lo geográfico, de coincidencias ideológicas o de otros elementos unificadores, distintos grupos de mujeres de base se juntan para constituir coordinaciones.

Una de las expresiones más claras de este feminismo popular es el Movimiento de Mujeres Pobladoras (MOMUPO), que agrupa a diversos colectivos de la zona norte de Santiago. "Esta organización nace -nos cuenta Aída Moreno, una de sus dirigentas- después de un trabajo con mujeres en los sectores de Renca y Conchalí. Un trabajo que era de grupos aislados y que por contacto con gente que conocía a los dos sectores hicimos una coordinación (...) Cada grupo es autónomo, tenemos trabajos en los sectores con temas de formación y hacemos actividades en torno a distintos acontecimientos; esto permite a cada grupo conocer lo que pasa en otros lados." (5)

El Comité de Defensa de los Derechos de la Mujer (CODEM) se inscribe en esta misma línea de trabajo con mujeres pobladoras; aunque con una definición más marcadamente política y menos feminista en lo explícito. Esto último no porque haya una negación de lo específico de las mujeres, sino por la dificultad que muchas veces plantea el uso del término feminismo en los sectores poblacionales.

Una tercera manifestación de esta línea de trabajo es el Frente de Liberación Femenina de Chile, que agrupa a mujeres principalmente de la zona sur de Santiago y de la comuna de Pudahuel desarrollando actividades de capacitación en torno a la problemática de la mujer, a la subsistencia y al apoyo a grupos de presas y presos políticos.

Si bien estos colectivos de mujeres pobladoras conocen del feminismo sus expresiones teóricas, principalmente a través del contacto con grupos de profesionales feministas, tienen con este fenómeno una relación en gran medida nacida de la práctica, de su rea

lidad cotidiana, lo que les permite evidenciar la situación de o_ presión y discriminación de la mujer y las diferencias con que en el mundo popular se vive el machismo, respecto de como se manifies_ ta en otras clases sociales.

"En nosotras -nos dice una dirigente del MOMUPO- hay una de_ finición feminista, la asumimos, pero la bautizamos feminismo po_ pular. La diferencia entre nuestro feminismo y otro, es que noso_ tras incorporamos la lucha feminista a la lucha de clases, son dos cosas que van juntas, y lo otro, es que nosotras, como mujeres po_ bladoras, vivimos el machismo en forma diferente. Es un problema de prioridades, las otras mujeres privilegian el feminismo, noso_ tras buscamos un equilibrio de esto con la lucha de clases". (6)

Dentro de este proceso organizativo de las mujeres en torno a su especificidad y estructurado a partir de los dos ejes que describíamos anteriormente, surge, en 1982, el Movimiento Feminis_ ta (MF). En sus siete años de existencia esta instancia no ha lo_ grado constituirse en un espacio institucionalizado, viviendo im_ portantes procesos de cambio en los que se ha visto debilitado en algunos momentos y fortalecido en otros. El MF inicialmente se planteó como un lugar de coordinación para las diversas experien_ cias de trabajo con mujeres que había en el país, pero la hetero_ geneidad de éstas no permitió la consolidación de ese espacio con_ junto.

Hoy, el Movimiento Feminista se constituye en una especie de trinchera política. Integrada por 14 colectivos y por personas a título individual es el canal a través del cual se desarrollan ac_ tividades específicas vinculadas al tema de la mujer: campañas de denuncia, planteamiento de demandas propias, conmemoración de hitos históricos y otros.

Mujer y Política

Dar cuenta de estas dos tendencias del feminismo chileno está muy lejos de reflejar, cabalmente, todo el trabajo con mujeres que se realiza en el país; ya que junto a ellas, existe una multiplicidad de expresiones que obedecen a distintas tendencias o matices; lo que parece ser una característica propia de este tipo de fenómeno social, que se define en torno a objetivos generales, dentro de los cuales cabe un sin número de interpretaciones.

Aún cuando, parte de este trabajo con mujeres se constituye con miras a la formación de un movimiento social que, en tanto tal, sea autónomo de las distintas opciones partidarias, eso no significa que no existan también colectivos que tienen una relación más estrecha con alguna opción política.

La mujer en estos años no sólo se ha preocupado de su problemática específica, sino que ha enfrentado y asumido una postura frente a la contingencia nacional, enmarcada en la realidad de un régimen de facto.

Si bien es cierto que algunas feministas plantean la necesidad de estructurar un movimiento de mujeres amplio, en el cual estén presentes las más variadas expresiones sociales y políticas, no es menos cierto que las mujeres, que hasta hoy se han identificado con el trabajo feminista, pertenecen o responden a las distintas corrientes de la oposición chilena y más especialmente a las de la izquierda.

Esta toma de conciencia se ha expresado orgánicamente, en la creación de departamentos o federaciones de mujeres al interior de los partidos y movimientos políticos de la oposición chilena; lo que, en sí, no constituye una novedad, puesto que algunos de ellos existieron también en otros períodos históricos, pero lo que los diferencia hoy es que, en mayor o menor medida, estos colectivos se insertan en las orgánicas desde una perspectiva específica, re

conociendo a la mujer no sólo como un actor más dentro de la política, sino como un grupo que posee demandas propias.

Mujeres de Chile (MUDECHI), la Federación de Mujeres Socialistas, la Comisión de Defensa de los Derechos de la Mujer (CODEM), el Departamento Femenino de la Democracia Cristiana y Movimiento de Mujeres por el Socialismo (MMS), son ejemplos de este tipo de colectivos que, partidariamente o en forma independiente, adscriben una posición clara dentro del espectro político chileno y, en consecuencia, actúan a partir de una estrecha articulación entre las demandas y proyectos propios de las mujeres y las orientaciones ideológicas de su grupo de identificación, tanto a nivel coyuntural, como de proyecto a largo plazo.

El amplio abanico que abarca esta expresión de organizaciones de mujeres permite, en muchos casos, reconocer marcadas diferencias entre ellas; las que, por lo general, se expresan en el mayor o menor énfasis que pongan a su dimensión feminista o a su proyecto político.

En este desarrollo paulatino de las mujeres como actores sociales, van generando una necesidad de hacer presencia pública, ya no en términos generales, sino que planteándose como mujeres ante la realidad nacional.

Es así, que en 1983 las feministas salen por primera vez a la calle para protestar directamente contra el gobierno desde su especificidad, bajo el lema "Democracia en el país y en la casa".

Esta actividad será punto de partida para muchas movilizaciones futuras, en las que la principal característica será buscar una articulación y unidad entre todas las expresiones políticas de las mujeres opositoras. Esta búsqueda no parece pretender ocultar la existencia de posiciones divergentes, se trata más bien, de encontrar puntos comunes que permitan, aceptando la diversi-

dad, actuar conjuntamente frente a problemas que son compartidos.

Para el desarrollo de estas acciones los distintos grupos de mujeres buscan coordinarse, y es en esta línea que, en 1983, nace el MEMCH'83. Esta agrupación recoge su nombre del Movimiento Pro Emancipación de la Mujer Chilena que, en la década del 40, tuviera activa participación en el logro del voto político femenino.

"El Memch'83 surge como una instancia de coordinación de organizaciones que tienen una orientación feminista, progresista y de izquierda (...) Viene a suplir una necesidad sentida por casi la totalidad de las mujeres que en ese momento comenzaban a participar en la incipiente movilización opositora. Las mujeres se encuentran ahí para informarse, para participar en acciones conjuntas o simplemente para compartir sus inquietudes."(7)

Al momento de su formación, el Memch'83 agrupaba a 24 colectivos que realizaban trabajo con mujeres y, si bien su perspectiva era feminista, el énfasis de sus actividades ha estado en la movilización contra el gobierno.

Durante sus cinco años de existencia esta coordinación ha experimentado cambios, principalmente en relación a los colectivos que la integran, habiéndose retirado algunos de ellos, la mayoría de los cuales posee orientaciones feministas más radicales.

También en 1983 se constituye "Mujeres por la Vida", como otra instancia de coordinación, cuyo objetivo principal es la movilización de las mujeres. A diferencia del Memch, este nuevo colectivo no agrupa organizaciones, se trata más bien de una instancia donde un grupo de mujeres, de cierta figuración nacional se juntan, para convocar a movilizaciones específicas.

A la luz de esta historia podemos inferir que la participación de la mujer en la reconstrucción de organizaciones, su actitud frente a la crisis nacional y la toma de conciencia de sus conflictos

específicos de género, la sitúan hoy en un papel relevante en muchas áreas del quehacer nacional. Todo ello hace pensar que existe en Chile un proceso, aunque no acabado, que tiende a reconocer la existencia de una problemática propia de la mujer y la importancia de repensar y modificar su inserción en la estructura social.

Más que hablar hoy de una conciencia feminista efectivamente consolidada en nuestro país, cabe referirse a un movimiento de mujeres en formación, que es la suma de las distintas expresiones que en estos años se han dado en el trabajo con mujeres.

NOTAS

CAPITULO III

- 1.- Gaviola, Eda y otras "Queremos votar en las próximas elecciones"
coedición de: La Morada, Ilet, Isis, Librería Lila, Pemci, Cem.
Santiago, 1986 p. 31
- 2.- Kirkwood, Julieta "Ser política en Chile. Las feministas y los
partidos" Flacso. Santiago, 1986 p. 153 y 154
- 3.- Silva, María de la Luz "La participación política de la mujer
en Chile: las organizaciones de mujeres" Fundación Friedrich
Naumann. Buenos Aires, 1987 p. 109
- 4.- Entrevista a Margarita Pisano, Octubre 1986
- 5.- Entrevista a Aída Moreno, Octubre, 1986
- 6.- Entrevista a dirigente del Movimiento de Mujeres Pobladoras
(Momupo) Julio, 1987
- 7.- Entrevista al Equipo de comunicaciones del MEMCH 83. Agosto, 1987

Capítulo IV .-

CUATRO EXPERIENCIAS EN BUSQUEDA DE LA REDEFINICION

1.- Introducción

En los capítulos anteriores hemos intentado desarrollar un marco teórico, que nos permita analizar las experiencias comunicacionales que han desarrollado mujeres chilenas que buscan, desde diversos puntos de vista una revisión de su papel en nuestra sociedad.

Como hemos visto, a nivel de la prensa masiva la relación entre mujer y comunicación es alienada. Los media actúan como reafirmadores de una identidad que no ha sido creada por ellas mismas, sobre la cual su capacidad de decisión es mínima y a la que la mayoría de las mujeres accede como lo natural. Esta concepción de mujer es funcional a un sistema social determinado, de igual manera que el general de los contenidos de los medios de comunicación, cuya emisión y selección está controlada a nivel transnacional por los países desarrollados y a nivel nacional por las burguesías dominantes.

Ahora bien, estas dos realidades, la de la mujer y la de los medios de comunicación, son sujetos al cambio, el que se ha desarrollado lentamente en estos últimos años, a partir de un cuestionamiento de las condiciones actuales. Es así que, por una parte, evidenciamos en el mundo y en nuestro país un proceso que tiende a cuestionar y redefinir el papel de la mujer, ya no desde fuera, sino a partir de ella misma. De la misma manera, estos últimos 25 años nos dan cuenta de nuevas búsquedas en el terreno de las comunicaciones, tendientes a descubrir formas más democráticas y horizontales de realizar el proceso comunicacional.

La constatación de estos dos fenómenos no es más que el punto de partida para el desarrollo de múltiples elaboraciones en el terre

no de lo teórico y de lo práctico, las que deberán ser construidas a partir de cuestionamientos más profundos de las realidades involucradas. Si aceptamos que el papel de los medios de comunicación en una sociedad como la nuestra es de gran incidencia en el proceso de socialización de los individuos y, por tanto, en la conformación de la identidad de las mujeres, creemos que salta a la vista la necesidad de redefinir los procesos comunicativos, de modo que no sean ya alienantes, sino que contribuyan a la la formación de una identidad femenina construida desde las mismas mujeres.

En este último capítulo lo que pretendemos descubrir es si es o no posible esa redefinición, y en qué medida la producción comunicacional alternativa de las mujeres en Chile ha permitido generar una relación desalienada entre éstas y la comunicación.

Con este fin revisamos el material producido en estos últimos años por grupos de mujeres, buscando experiencias que sirvieran de fuentes informativas para nuestra investigación. La selección se realizó a partir de diversos criterios. En primer lugar, la elección de una muestra que representara lo más ampliamente el gran abanico de experiencias de trabajo de mujeres y, en segundo lugar, que se tratara de boletines con un cierto nivel de estabilidad que les otorgara una presencia más o menos permanente. Sin embargo, el estudio en terreno no fue fácil, ya que nos topamos con dificultades reales para encontrar ejemplos que cumplieran con el segundo requisito

Finalmente seleccionamos cuatro boletines, representativos de las distintas tendencias al interior del movimiento de mujeres chileno: Vamos Mujer del Comité de Defensa de los Derechos de la Mujer, que se inscribe en la línea del feminismo popular, pero con un gran acento en lo político; la Boletina Chilena del Memch83, organización de carácter esencialmente política; la revista Nos/otras editada por un grupo de mujeres feministas independientes y el boletín Inquietu_

de la Lucha del Movimiento de Mujeres Pobladoras, organización repre
sentativa del feminismo popular (En el caso de este último y por el
escaso número de boletines editados, complementamos el material con
tres trípticos producidos por el Momupo, a saber: " Mujer con tus manos
vas forjando tu destino", " ! mujer...lucha por tu nuevo amanecer" y
" Reproducción nuestro derecho".

Este análisis se hizo tanto desde el punto de vista de su calidad
de medios comunicativos en sí, buscando descubrir hasta que punto
constituyen experiencias alternativas de comunicación; como desde
el punto de vista de los mensajes, a fin de conocer en qué medida
son portadores de una nueva imagen de mujer.

En lo que se refiere a la búsqueda de lo alternativo partimos
de la premisa de que no existe una definición única de este concepto,
ya que se trata de algo en esencia variable y, por lo tanto, apuntamos
a descubrir los elementos de alternatividad de cada medio más que
a una clasificación rígida entre los que son y los que no son alternativos.

Con dicho fin, hicimos una descripción del proceso comunicacional
de los medios seleccionados, apoyándonos en una serie de categorias
que Mar Fontcuberta y José Luis Gómez Mompert señalan como ejes
de alternatividad, a saber: Calidad y Cualidad del Emisor, Lenguaje
Usado por el mismo, Pluralidad y Decodificación del Contexto del Mensaje,
Posibilidades y Limitaciones del Medio, Homogeneidad o Heterogeneidad
del Receptor e Imprevisibilidad y Reversión de los Efectos
de la Comunicación.

Sobre la base de los resultados obtenidos en cada publicación,
realizamos un análisis a la luz de los elementos que, en el presente
trabajo, se señalan como indispensables en un proceso alternativo.
Buscamos en qué medida los diversos boletines se sostenían y respondían
a una praxis social, siendo a la vez, capaces de generar una autu

ciencia crítica, e integrada activamente al proceso comunicacio_ nal. Por otra parte nos preocuparon también las características que en estos boletines presenta la relación emisor-receptor, hasta qué punto se logra una redefinición que permita generar un flujo circular de mensajes, cuál es la capacidad real de feed back que tiene el receptor y en qué medida la acción de éste logra reformu_ lar los contenidos.

Si bien, como dijimos, el objetivo no era llegar a una con_ clusión taxativa, que nos permitiera clasificar a los boletines entre los que sí eran alternativos y los que no lo eran, este aná_ lisis nos proporcionó los elementos necesarios para constatar en qué medida el medio en sí, como producción comunicacional, se plan_ tea caminos nuevos y diferentes, materializando una propuesta comu_ nicacional verdaderamente distinta a la de los medios tradiciona_ les.

Con el fin de complementar esta descripción realizamos di_ versas entrevistas a los equipos encargados de elaborar cada pu_ blicación, integrando parte de los testimonios recogidos en el análisis de alternatividad.

El paso siguiente fue introducirnos en los contenidos de los mensajes, con el propósito de conocer la imagen de mujer refleja_ da en cada uno de los medios. Este análisis tenía para nosotras una doble importancia; por una parte contribuiría a complementar el examen sobre la mayor o menor propuesta alternativa de los bole_ tines, en tanto el mensaje constituye uno de los elementos en que se juega la alternatividad y, por otra, nos permitiría conocer en qué medida plantean una verdadera redefinición de la identidad y rol de la mujer.

Esto último constituye una pieza medular para buscar una res_ puesta a la tesis central que nos planteamos, ya que sólo a partir

de la existencia de una nueva concepción de mujer se puede pensar en una relación de alienada entre ellas y la comunicación.

Para la búsqueda de esta identidad interrogamos al contenido de cada ejemplar de los boletines, trípticos y revista, a partir de las siguientes preguntas: Qué son (somos) las mujeres, Qué quieren las mujeres, Cuáles son sus demandas y Qué es lo que no son o Cómo no son. Las respuestas fueron dadas por la suma de adjetivaciones encontradas en cada artículo, noticia y editorial. La información obtenida de esta lectura analítica la complementamos con una revisión temática, todo lo cual fue analizado posteriormente a partir del modelo desarrollado por el investigador Francisco López en "Evangelizar la cultura". (1)

Esta metodología de análisis de mensajes busca construir una representación de la imagen que de sí mismos poseen los emisores, así como del contexto en que éstos se desenvuelven. Para dicho propósito se trabaja sobre la base de oposiciones que expresan, en un polo los elementos positivos y en el otro los negativos, de diversos elementos que constituyen la realidad colectiva e individual de quienes generan esos mensajes.

Primero, y luego de haber procesado el contenido - lo que en el presente estudio se llevó a cabo a partir de las interrogantes señaladas en párrafos anteriores- se busca lo que el modelo denomina "la Alternativa Vital", en la cual se expresa la imagen positiva e ideal que se tiene de sí mismo, lo que se debe conquistar para llegar a "ser" verdaderamente (YO +). A esta imagen ideal corresponde una negativa, que es aquella que se rechaza como meta de la realización personal (YO -).

Tomando como punto de partida esta alternativa vital, se analizan los mensajes en la búsqueda de otras referencias que complementen la identidad, trabajando siempre sobre la base de oposicio_

nes. Es así, que se determinan los actores, ubicando en el polo po__
sitivo a aquellos que contribuirán al logro del YO + y en el nega__
tivo a los que detengan este proceso. El modelo busca también iden__
tificar las acciones que éstos llevarán a cabo, por un lado aqué__
llas que promueven el desarrollo de esta imagen positiva y, por
otro, las que lo retarden o lo impidan. La lectura analítica de los
mensajes también permitirá conocer las valoraciones que se hacen
del espacio en el que se desenvuelven los actores.

Todo lo anterior servirá de base para detectar lo que en el
mensaje aparece como el mundo positivo y el mundo negativo, que
dicho en otras palabras son los diferentes planos -validados o
invalidados- de la realidad social y personal en que se desenvuel__
ven los individuos.

Finalmente, el modelo articula el plano del mundo con el de
la identidad individual, logrando, a partir de ese cruce, des__
cribir el proyecto de vida que orienta a las personas y grupos
hacia un futuro por construir.

Este análisis de mensajes, junto a la descripción del proce__
so de producción comunicacional de los cuatro medios escogidos
para el presente estudio, nos permitieron proponer consideracio__
nes parciales para cada experiencia, luego de lo cual tomamos el
material en su conjunto en la búsqueda de conclusiones generales
que nos llevaran a una respuesta para nuestra tesis central.

FICHA DESCRIPTIVA:

NOMBRE: NOS/OTRAS

FORMATO: 18 / 25

PAGINAS: 40

TIRAJE: 500 ejemplares

PERIODICIDAD: Trimestral

CARACTER: Editada por un grupo independiente

Antes de comenzar el análisis de la revista Nos/otras debemos hacer notar que, si bien esta publicación no corresponde al formato boletín, la hemos incluido en nuestro trabajo por ser la única exponente regular del feminismo radical en Chile.

A diferencia del resto de los medios analizados, el equipo que edita la revista Nos/otras no conforma una organización, y su único objetivo para reunirse es sacar esta publicación al iniciar cada estación del año.

El no ser parte de una orgánica se traduce en una mayor heterogeneidad del equipo, "buscamos un cierto grado de pluralidad, edades e historias distintas, y que exista algún nivel de amistad."

El grupo está compuesto por profesionales que comparten, además de una amistad, afinidades ideológicas; por una parte el feminismo militante y, por otra, su identidad con el socialismo renovado.

Según el equipo, la revista surge de la necesidad de crear un medio en donde se recoja el pensamiento y la práctica de las mujeres, a fin de crear una corriente teórica, por ahora deficiente,

que sea un aporte real al movimiento de mujeres en Chile.

En relación al destinatario de la revista, Nos/otras aclara que no pretende "remecer las conciencias de nadie", ya que aspiran a un público formado en el feminismo al cual entregar material teórico para la reflexión, a partir de una lógica de mujeres. En última instancia lo que se pretende es educar al feminismo.

De ahí que el lenguaje utilizado por ellas sea bastante específico. Están concientes de que este elitismo del lenguaje les limita el acceso a otros segmentos de mujeres, pero el receptor esperado nunca ha sido otro que el capaz de comprender lo escrito en la revista. Salvo contadas excepciones, principalmente en el aspecto icónico, no hay una búsqueda de nuevos usos del lenguaje.

Como todo medio candidato a ser calificado de alternativo, Nos/otras también presenta muchas limitaciones, y quizás la más importante sea la autolimitación que implica la búsqueda de un público específicamente feminista, lo que sin duda restringe de manera importante la figura del receptor. Otro problema grave es el hecho de que el medio prácticamente se autofinancie, situación que conlleva a una constante incertidumbre sobre su permanencia, cantidad de páginas o calidad de impresión.

La distribución también es un aspecto conflictivo para el grupo, ya que no existen las condiciones para que sea eficiente, dado que no tienen autorización para circular públicamente. De ahí que sean ellas mismas las que distribuyen los ejemplares, fundamentalmente, entre sus compañeras de trabajo y sus círculos más próximos. Esta estrechez del ámbito de distribución determina, casi con nombres y apellido, al receptor de la revista.

En nuestro análisis, un factor fundamental a indagar, para determinar la posible alternatividad de un medio, es su inserción en una praxis social que le dé sentido. En relación a este punto puede

mos decir, que sin duda la publicación Nos/otras se inscribe en una praxis social, dado que se alimenta y pretende contribuir al movimiento de mujeres que se está gestando en la sociedad chilena. Debemos también tomar en cuenta el hecho de que las emisoras de este medio, de manera individual y en su desempeño profesional, ejercen una práctica permanente en el trabajo con mujeres.

En todo caso cabe preguntarse si esta praxis social en la que se insertan logra romper la marginalidad, en que se encuentra el medio por su carácter elitista. Para Nos/otras la praxis social, a diferencia de los otros medios analizados, es más un marco de referencia que una realidad concreta en la que actuar como medio en sí. No existe una inserción orgánica de la revista en el movimiento de mujeres, lo que dificulta la potenciación de una respuesta crítica y colectiva a partir de la existencia del medio, por lo cual la acción contestataria de la revista de Nos/otras se hace de manera individual.

El circuito comunicacional que genera la publicación rompe con la verticalidad de la relación emisor-receptor, que caracteriza los medios no alternativos. En este esquema, el emisor es absolutamente identificable, y constituye junto al receptor un todo en donde la compenetración es total. De este modo el feed-back entendido en términos tradicionales (cartas al director, telefonazos, etc.) no es necesario, ya que las respuestas están siendo recibidas permanentemente, desarrollándose así un flujo comunicacional circular.

Si bien esta circularidad en el caso del Nos/otras está asegurada sobre todo por su distribución, sólo será alternativa si considera y, en muchos casos reformula, los contenidos cuestionados dando una participación al receptor en el proceso comunicativo. Pensemos, que si bien los feed-backs más cercanos al equipo pueden producir una alteración de los contenidos, los comentarios que provengan de receptores que esten fuera de aquél prefijado no serán considera

dos, ya que no hay intención de ampliar el receptor.

ANALISIS DE CONTENIDO

1.- De la Alternativa Vital

En el caso de la revista Nos/otras, la alternativa vital planteada a través del discurso es:

MUJERES FEMINISTAS	V/S	MUJERES NO FEMINISTAS
YO +		YO -

Por medio del discurso de la revista podemos descubrir con claridad, que lo que constituye una imagen positiva de mujer está siempre asociado a una toma de conciencia de su condición discriminada, y a una opción individual por el feminismo. Este proceso de toma de razón se expresa, en el discurso, a través de la recurrencia de categorías tales como "subordinadas", "oprimidas", "violentadas" y otras similares, de esta manera identifican las mujeres del Nos/otras su papel en nuestra sociedad. El mensaje de la revista se aboca a describir esta situación de desmedro de los sectores femeninos, y al llamado a todas las mujeres a que asuman su discriminación, no sólo desde un punto de vista vivencial, sino también a través de un proceso intelectual.

El análisis de contenido no nos permite solamente definir a la mujer a partir de su realidad de oprimida, sino que pretende también, a partir de la identificación de la mujer con conceptos tales como: "creativas", "racionales", "agentes de cambio", "modificadoras de la cultura" y "profesionales", construir una identidad en la cual ella aparece potencialmente capacitada para desarrollarse de una manera radicalmente distinta a la que le impone la "sociedad patriarcal". Será así, que la toma de conciencia de su estado de subordinación

actuará como el primer detonante en su proceso de desarrollo personal.

2.- Del espacio

ESPACIO PUBLICO

V/S

ESPACIO DOMESTICO

(+)

(-)

Puesto que en la alternativa vital, lo positivo pasa por la toma de conciencia de la discriminación de la mujer y la consecuente negación de los roles clásicos, a nivel de los espacios encontramos una relación similar. En el mensaje es fácilmente apreciable que es el espacio público el indicado como ideal para el desarrollo de la mujer positiva. Esta mujer, independiente y autónoma, que asume su discriminación y busca revertirla, nada tiene que hacer en el mundo doméstico, pues allí está todo lo que la reafirma en su rol tradicional. En el ámbito público, el del trabajo, el de la política, el de las distintas instancias de poder, donde esta mujer puede desarrollarse y producir el cambio.

Si bien podríamos pensar que la oposición natural de lo público es lo privado, el discurso del Nos/otras nos muestra un matiz interesante, ya que aunque lo doméstico aparece siempre connotado negativamente, no pasa lo mismo con lo privado, haciéndose una distinción entre ambos conceptos.

Lo privado aparece asociado al mundo de lo íntimo, de lo interior, de lo que cada mujer es en sí misma a nivel individual, y el discurso señala este ámbito como el punto de partida para la redefinición da cada mujer. Es a partir de una recomposición de este espacio privado y personal, que integra también las relaciones más cercanas de cada una, que las mujeres detonarán en ellas el cambio que les permitirá desenvolverse plenamente en lo público y en todas las esferas sociales.

3.- De los actores

MUJERES

V/S

REPRESENTANTES DE LA
SOCIEDAD PATRIARCAL

(+)

(-)

Los actores que tienen a su cargo la consecución del proyecto planteado en el Nos/otras, son las mujeres en su conjunto. El mensaje deja entrever la existencia de una "esencia de mujer", que sería común a todas las integrantes del género femenino y, por lo tanto, aunque algunas de ellas no hayan logrado su pleno desarrollo, todas, por el sólo hecho de ser mujeres, son potenciales actrices de este proceso de cambio. No obstante podemos distinguir distintos niveles de protagonismo, lo que se traducirá en la existencia de una vanguardia que posee una conciencia feminista. En contra-partida, los representantes de la sociedad patriarcal y sus diversas instancias se constituyen en actores negativos, que detienen y evitan la transformación.

El actor, en el mensaje, no es considerado colectivamente, se define más bien como actores individuales, que pueden o no estar organizados, pero que aportarán al proceso fundamentalmente a partir de su individualidad, ya que si bien el proyecto supone un cambio global, éste se alimentará de la suma de transformaciones personales.

4.- De las acciones

EDUCAR (SE)

V/S

NO EDUCAR (SE)

REFLEXIONAR RACIONAL
Y CRITICAMENTE

ACTUAR SIN REFLEXIONAR

ROMPER

CONSERVAR

(+)

(-)

El análisis del discurso del Nos/otras nos permite advertir la

gran importancia otorgada a toda acción tendiente a la reflexión racional, proceso que permitirá a las mujeres llegar a una toma de conciencia de su marginación, no sólo a través de la constatación práctica y cotidiana, sino también por la vía de una teorización del problema. De esta forma, el mensaje es coherente con la idea planteada por las editoras del medio de "educar al feminismo".

A través de temas tales como: "El fascismo masculino", "Lo político de la conducta de las mujeres", "La división emocional del trabajo", "Mujer, comunicación y democratización" o "La libertad no es divisible", el discurso insta a las receptoras a reflexionar sobre el feminismo y muestra a la teoría como parte fundamental en el camino de toma de conciencia; proponiéndole así a la mujer un espacio de desarrollo que tradicionalmente le ha sido vedado o, cuando menos, limitado.

Junto a lo anterior, el discurso propone otras acciones entre las que cobran especial importancia las de "búsqueda" y "ruptura". Lo primero se relaciona estrechamente con la proposición de educar(se), ya que este proceso aparece como el que permitirá a la mujer acceder al conocimiento de nuevas concepciones del mundo y de sí misma, que le harán posible una redefinición de su identidad.

La idea de ruptura está presente también permanentemente en la revista, y es planteada en el tratamiento de temas tales como: "la redefinición feminista de la iglesia", "la reflexión en torno al derecho a la libre opción sexual" o "una mirada crítica del rol maternal"; evidenciándose así, una validación de acciones que supongan una postura irreverente frente a los esquemas culturales y morales de nuestra sociedad.

En la revista los conceptos de educación, reflexión, búsqueda y ruptura, están siempre enfocados hacia un accionar individual, lo que no implica una negación absoluta de acciones colectivas, sino más

bien el que éstas no sean planteadas en función de grandes objetivos. Lo que se promueve es la generación de pequeños grupos de mujeres, que permitan un espacio para compartir los descubrimientos y el crecimiento individual.

5.- Del mundo

El análisis del discurso del Nos/otras, nos permite descubrir que para ella el mundo negativo, aquel que no quieren, es -en síntesis- la sociedad patriarcal. Esta sociedad aparece caracterizada en el mensaje fundamentalmente por la existencia de un estado de subordinación de la mujer, situación que es reflejada en categorías tales como "marginadas" u "oprimidas", que ocupan el 30% de los conceptos con que se autodefinen las mujeres en el Nos/otras.

Por otra parte, el mundo positivo es definido como aquel en donde cada vez un mayor número de mujeres toma conciencia de su condición y desarrolla acciones que buscan anular esta discriminación, tanto a nivel del espacio privado y personal como a nivel de lo público. Este quehacer supone en la mujer una actitud permanente de oposición al sistema patriarcal, una redefinición constante de todas sus relaciones y un acercamiento a otras mujeres, a fin de constituir espacios de reflexión y crecimiento colectivo que permitan una capitalización de la suma de procesos individuales.

1.- El proyecto

NO +

Mujeres Feministas

crítico

Representantes
de la sociedad
patriarcal

No educar
Actuar sin (-)
reflexionar
conservar

Público

Mujeres

educar
(+) romper
reflexionar
racional y
críticamente

NO -

Mujeres no Feministas

A partir de lo expresado anteriormente podemos concluir que el proyecto transmitido por el mensaje de esta revista es el de un mundo radicalmente opuesto al actual, en lo que se refiere a la mujer. El proyecto supone también transformaciones en el ámbito social pero, indudablemente, pone el acento en la creación de una "auténtica cultura femenina", donde sea valorada y respetada la especificidad de la mujer, y donde éstas puedan acceder plenamente al mundo público y a las diversas instancias de poder, todo ello desde sus cualidades propias. Esta utopía debería implicar una ruptura total con los roles y actividades tradicionalmente asignados a la mujer, así como con la separación entre la esfera pública y privada, ya que, lo que pase en esta última deberá ser también entendido como político.

Comentarios

En este análisis pudimos descubrir varios elementos que configuran al medio como alternativo. Si bien el acento de esta alternativa está puesto en el mensaje, existen otros ejes que refuerzan este propósito de cambio.

Podemos ver, que si bien esta revista, a diferencia de los otros medios analizados, no pertenece a una organización, ella tiene también una gestión colectiva, lo que le da un carácter democrático al funcionamiento del equipo y una participación igualitaria a cada una de sus integrantes en la selección y orientación de los contenidos.

A nivel de la relación emisor-receptor podemos concluir que, si bien hay una ruptura de la verticalidad y se crean mecanismos que de alguna manera aseguran la circularidad de esta comunicación, existe un factor que la distorsiona, cual es la delimitación del receptor. En efecto, este exclusivismo del destinatario del Nos/otras, lo transforma en un medio elitista, incapaz de llegar a todos los actores que constituyen la praxis que lo respalda. De esta manera, las exigentes condiciones para ser receptora de la revista no sólo provocan una restricción del universo: destinatario, sino también de la praxis, que no será ya todo el movimiento de mujeres, sino sólo aquél que se autodefina expresamente como feminista, transformando de este modo a la revista en un medio marginal.

El lenguaje usado es altamente específico y supone una cierta formación feminista para lograr una real comprensión de los mensajes, todo lo cual refuerza aún más el carácter elitico de la revista.

Sin duda, el aspecto en que la revista se muestra más alternativa es en el mensaje, se encuentran allí proposiciones radicalmente distintas a las que las publicaciones masivas plantean respecto de la mujer.

El mundo y el proyecto, revelado por el análisis de contenido, nos permite descubrir una redefinición absoluta de la identidad de la mujer y una ruptura total con su rol clásico. La nueva identidad no estará dada solamente por la inserción de la mujer en ámbitos de los que se ve relegada generalmente, sino, además, por una reformulación absoluta de sus relaciones con la familia, con la maternidad, con la pareja, con la política y con el poder.

Es a partir de esta radical revisión de la identidad de la mujer, que los contenidos de los mensajes se extienden hacia una mirada multiubal de la sociedad; podemos advertir una propuesta de cambio general, que supone una estructura social más democrática, pluralista y libre, coherente con esta auténtica "cultura femenina" a la que se aspira.

FICHA DESCRIPTIVA:

NOMBRE: INQUIETUDES DE LA LUCHA

FORMATO: Medio oficio

PAGINAS: 16

TIRAJE: 300 ejemplares

PERIODICIDAD: Ocasional

CARACTER: Medio Organizacional

El boletín Inquietudes de la lucha y los trípticos, son editados por el Movimiento de Mujeres Pobladoras (MOMUPO) que es una instancia de coordinación de diversos grupos de mujeres pertenecientes a sectores poblacionales de la zona norte del Area Metropolitana. Estos colectivos de base, estructurados en torno a diversos objetivos, buscan una articulación entre el trabajo con mujeres desde una perspectiva específica de género, con su realidad poblacional, identificándose con la línea del feminismo popular.

En estas publicaciones, no existe una identificación directa entre el equipo de comunicaciones, encargado de la producción del material, y el emisor del mismo. En términos estrictos, el emisor del medio es la organización en su conjunto, ya que es allí donde se realiza la selección y orientación de los mensajes. Los mecanismos de este emisor colectivo son diversos, algunos de los cuales profundizaremos en el desarrollo de la relación emisor-receptor, pero, en términos generales, se desprenden de la organización interna de esta coordinadora, siendo en última instancia las dirigentes quienes, en representación de todo el MOMUPO, actúan como emisor.

Visto así, el equipo de comunicaciones se transforma en una especie de intermediario técnico de los mensajes que, en tanto forma parte de la organización, participa también del proceso de emisión, pero no es autónomo en esas funciones. Es por esta razón unida a la falta de preparación técnica y disponibilidad de tiempo de las integrantes del Momupo, que el equipo tiene bajo nivel de estabilidad, lo que muchas veces implica que el trabajo recae en su totalidad en la persona encargada del área de comunicaciones.

El receptor constituye un universo con un alto nivel de homogeneidad y dentro de éste se pueden identificar dos segmentos: el primero de ellos está constituido por las integrantes de la organización, quienes poseen características similares y participan de una misma experiencia organizativa. En lo concreto, se trata de mujeres pobladoras, dueñas de casa en su mayoría, que han trabajado y reflexionado en torno a la condición específica de las mujeres de sectores populares.

Si bien el segundo segmento puede romper, en alguna medida, la homogeneidad del receptor total del Momupo, al tratarse de mujeres no organizadas, esta ruptura queda compensada por los muchos elementos comunes derivados principalmente de su condición de pobladoras.

Entre las características del receptor es importante señalar que existe un alto nivel de analfabetismo, ya sea por desuso o por falta de educación, lo que constituye un elemento importantísimo si consideramos que tanto los trípticos como los boletines son medios escritos. Esta situación impone una fuerte limitante a la efectividad en la transmisión de los mensajes, ya que estos medios son disfuncionales al receptor al que van dirigidos.

En una entrevista que mantuvimos con dirigentes e integrantes del equipo de comunicación del Momupo, ellas planteaban que los medios de comunicación más efectivos para su receptor eran el video, los dia

poramas o cualquier otra forma de comunicación audiovisual, pero sin embargo, y conscientes de las limitaciones que tienen para el acceso a ella, habían optado por los medios escritos, ya que estos requieren un financiamiento mucho menor que cualquier audiovisual y pueden ser elaborados por mujeres que no posean mayor preparación técnica.

En un intento por acortar al máximo las limitaciones que los medios escritos plantean, los boletines y trípticos hacen un uso simple, directo y familiar del lenguaje, buscando los mayores niveles de identificación con las receptoras. De la misma manera, se utiliza abundante material gráfico, especialmente el dibujo y en menor medida la fotografía.

En este contexto, es evidente que la recepción de los mensajes se enfrenta a limitantes reales y la imprevisibilidad de sus efectos aumenta. Frente a ello, el emisor ha diseñado herramientas que permitan apoyar este proceso, supliendo las carencias derivadas de la disfuncionalidad del código. La más importante de ellas es la promoción de lecturas colectivas de boletines y trípticos en los grupos integrantes del Momupo, lo que permite, además, generar un espacio de discusión sobre los contenidos de los mensajes convirtiendo estas lecturas en grupo en un importante eslabón de la cadena de retroalimentación.

A partir de la descripción del proceso productivo y de las características del material editado por el Momupo, podemos extraer algunas consideraciones preliminares en lo que se refiere a la alternativa del proceso comunicativo. En primer lugar, creemos que la identificación del emisor con la organización en su conjunto, permite suponer la existencia de una praxis social que respalde a los medios. Los boletines y trípticos no nacen en el vacío, sino que se gestan y alimentan de un grupo organizado de mujeres. Si bien puede parecer limitante el que estos medios tengan un carácter exclusivamente or

ganizacional y aparezcan, por lo tanto, restringidos a la experiencia y desarrollo del Momupo, no podemos desconocer que éste, aun cuando posee características muy específicas es parte de un todo más grande y, en líneas generales, responde y se articula con un movimiento social de mujeres mucho más amplio.

Por otro lado, el receptor no es entendido como un ente pasivo, cuya única función en el proceso es la recepción del mensaje. Su papel es dinámico estableciéndose mecanismos que permitan su participación activa. La idea es transformar a cada receptora en una emisora en potencia, lo cual está, en alguna medida, asegurado por el carácter organizacional de los medios y la estructura democrática al interior del Momupo. La posibilidad de que cualquiera integrante pueda participar de la elaboración del boletín colabora también con esta potenciación de los receptores como posibles emisores de mensajes. Por último, las lecturas y discusiones colectivas del material permiten una participación real del receptor en el proceso de selección de contenidos.

Lo anteriormente dicho nos permite decir que existe una relación e identificación profunda entre emisor y receptor, y que el flujo de mensajes es circular.

ANALISIS DE CONTENIDO

1.- De la Alternativa Vital

La Alternativa Vital planteada en las publicaciones del Momupo es la siguiente:

POBLADORAS CON
CONCIENCIA DE
GENERO

V/S

POBLADORAS SIN
CONCIENCIA DE
GENERO

YO +

YO -

La identidad positiva de mujer, expresada en los mensajes de las publicaciones del MOMUPO, está dada por la interiorización de su condición específica de género, idea ésta, que deberá reforzarse con la toma de conciencia de su realidad de pobladora. Esta nueva visión de mujer no supone una ruptura absoluta con los espacios y actividades que tradicionalmente se le asignan. En el discurso no son rechazadas las relaciones que, en cuanto dueña de casa, las mujeres mantienen con su entorno, así como su papel de madre y esposa. Lo que se propone más bien es una nueva mirada de la mujer que ejerce estas relaciones y roles; lo valorado, entonces, no es el que la mujer redefina radicalmente su participación en el todo social, sino que logre modificar las connotaciones que tradicionalmente se otorgan a esa inserción, destruyendo las implicancias de dependencia, inferioridad y limitaciones a su desarrollo personal.

Todo lo anterior es reflejado en el mensaje a través de la definición positiva de mujer con las categorías de "participativas políticamente", "conscientes de la problemática de la mujer", "mujeres de este pueblo", "partícipes de las organizaciones populares", "comprometidas con el cambio social", "conscientes de sus derechos de mujer" y "organizadas en torno a su problemática".

Estas categorías nos permiten apreciar que, si bien se reconoce una problemática específica de las mujeres, existe amplia conciencia también de que ésta tiene connotaciones particulares al interior de mundo popular, escenario en donde se desenvuelve la historia de las mujeres del MOMUPO.

2.- Del espacio

LA POBLACION

V/S

ESPACIOS PUBLICOS
IMPERSONALES

(+)

(-)

En el discurso existe una valoración del espacio familiar y doméstico, sin embargo, éste no es entendido sólo dentro de los márgenes físicos de la casa, sus límites van más allá, extendiéndose a otras relaciones de su entorno poblacional. Su vinculación con los vecinos, la olla común, el centro de madres, la organización poblacional son instancias altamente valoradas como espacios de encuentro y desarrollo de las mujeres.

Si bien estos ámbitos están, formalmente, fuera del hogar, son espacios que poseen códigos similares a los manejados en la casa, implicando relaciones sustentadas en el afecto y la familiaridad.

A través del discurso podemos apreciar una validación especial por los espacios colectivos específicos de mujeres, tales como: talleres de autoconciencia, talleres de reflexión, talleres de capacitación y, en general, toda forma de organización propia de mujeres.

Aunque este privilegio es advertible en el discurso, ello no tiene una connotación excluyente del resto de los miembros de la comunidad y lo que pasa en estos grupos servirá a las mujeres para redimensionar su relación con la familia y la sociedad en general, provocando con ello un cambio también en estos últimos.

Si bien no aparece explicitado en los contenidos, se observa una valoración negativa para los espacios impersonales. El mundo público, entendido como el de las grandes preocupaciones y decisiones, aparece más como fuente de conflicto que de satisfacciones. Esto no quiere decir que las mujeres se mantengan fuera del devenir político del país, sino, más bien, el que esta participación en las instancias de poder se haga, fundamentalmente, desde su entorno inmediato.

3.- De los actores

LAS POBLADORAS	V/S	LOS OPRESORES
(+)		(-)

Las mujeres pobladoras aparecen, claramente, en el discurso del Momupo, como las protagonistas del proceso de cambio que permita a la mujer un desarrollo pleno y la consecución de un orden social en el que se redefinan las connotaciones de los roles tradicionales al interior de la familia.

El análisis nos muestra a la mujer como un ser capaz de tomar conciencia de su condición en la sociedad, y de las distorsiones con que se desarrollan las relaciones familiares. Esta toma de conciencia no será, sin embargo, patrimonio exclusivo de la mujer, si bien ella estará a la vanguardia del proceso en la evolución de éste irá sumando aliados que, en la medida que entiendan la necesidad del cambio, se transformarán también en actores.

Por contrapartida, los actores negativos aparecen globalizados en el concepto de "opresores", entendidos éstos no como individuos o segmentos sociales específicos, sino como cualquiera que se oponga a la transformación del mundo de la mujer en algo creativo y creador. De tal modo, los actores negativos pueden estar representados por los capitalistas, que niegan condiciones mínimas de vida a los pobladores y pobladoras; por los maridos, que se oponen al crecimiento personal y a la organización de sus mujeres; por el gobierno, que no soluciona la precariedad de vida; por la policía, que reprime las acciones colectivas o por cualquier otro que represente este rol opresor.

4.- De las acciones

DESARROLLAR(SE)	V/S	NO DESARROLLAR(SE)
CAPACITAR(SE)		NO CAPACITAR(SE)
CREAR ESPACIOS COLECTIVOS		TRABAJAR INDIVIDUALMENTE
REIVINDICAR		NO REIVINDICAR
(+)		(-)

En tanto para las publicaciones del Momupo, la valoración positiva de mujer supone que ésta sea capaz de crear y aportar socialmente, las acciones propuestas en el discurso apuntan en su mayoría a abrir espacios para su crecimiento. Así, aparece recurrentemente la propuesta de generar organizaciones, a través de las cuales se pueda dar este proceso colectivo de crecimiento, la idea no es que las mujeres modifiquen en esencia sus actividades domésticas, sino que transformen su vida cotidiana en fuente de satisfacciones para lo cual un punto de partida es la ruptura del aislamiento en que tradicionalmente se desarrollan las actividades del hogar.

Visto así, la organización de estas mujeres no se plantea grandes objetivos estratégicos, se trata más bien de generar pequeños y grandes espacios de encuentro, en los que la mujer pueda desarrollarse y colectivizar su realidad particular.

Para hacer posible este crecimiento aparecen como fundamentales otras acciones que se ejecutan básicamente desde la organización y, entre las cuales cobra especial importancia la de la capacitación. La mujer del Momupo entiende que, en función del rol que la sociedad le ha asignado, sus posibilidades de acceder al conocimiento han estado siempre limitadas y que esta carencia ha sido un flanco débil para lograr una consideración igualitaria en la sociedad. Por lo anterior el Momupo promueve la creación de instancias propias, a través de las cuales capacitarse, tanto en términos teóricos como en aspectos prácticos que le otorguen a las mujeres mayores herramientas para su quehacer cotidiano y su subsistencia. La mujer pobladora es para la organización un ente activo que debe tomar parte e incidir en el devenir nacional, especialmente en lo que se refiere a la situación de su entorno poblacional. Por ello este discurso las insta a llevar a cabo acciones reivindicativas y de denuncia frente a su realidad económica, sus condicio-

nes de vida y la situación política del país.

5.- Del mundo

El análisis anterior nos permite concluir, que la configuración del mundo negativo del Momupo, está marcada por el plano de relegación en que vive la mujer y por su calidad de explotada. Este plano de explotación no aparece como exclusivo de la mujer, sino que se hace extensivo a todo el mundo poblacional, en donde las dificultades económicas y la marginalidad tienden a aumentar.

En contrapartida, el discurso, nos muestra como positivo un mundo en que la mujer pobladora toma conciencia de su condición de discriminada y busca caminos para la superación, que suponen, más que un cambio en los roles, una modificación de las connotaciones sociales de éste. En ese mundo la mujer, a partir de su propio proceso, deberá extender esta nueva mirada de lo clásicamente femenino a todo el resto de la sociedad.

Junto al eje del género aparece como parte importante de este mundo positivo la dimensión social, relevándose por lo tanto una actividad permanente de hombres y mujeres que tiendan a mejorar las condiciones de vida de los sectores poblacionales.

6.- Del proyecto

Y0 +

Pebladoras con
Conciencia de Género

2) Espacios públicos
impersonales

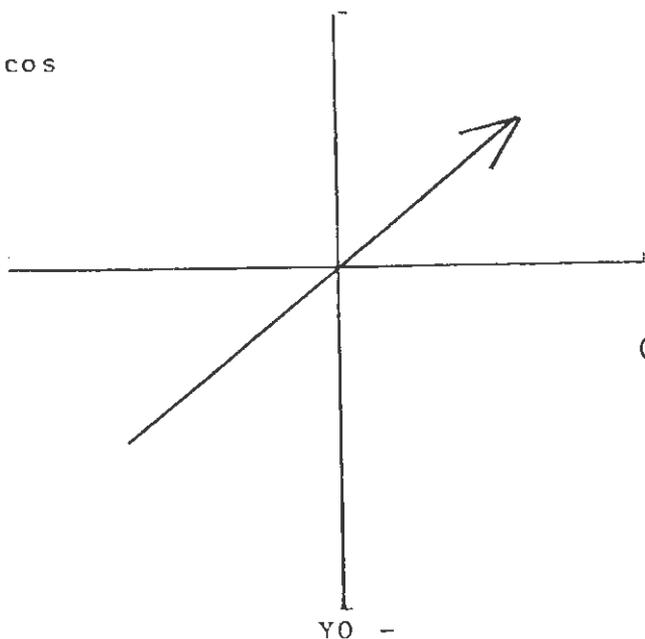
La Población

3) Opresores

Las pebladoras

4) No desarro
llar(se)
No Capaci
tar(se)
Trabajar
individual
mente
No reivindicar

M
U
N
D
O
(+)
Reivindicar



Pop. sin Conciencia de Género

La revisión del mensaje del Momupo, nos muestra un proyecto que se sustenta en elementos, que de alguna manera, implican contradicción. Para ellas el mundo ideal no supone transformaciones radicales en torno a las grandes estructuras sociales, lo que se plantea más bien es la reformulación cultural del actual orden. En el mundo ideal del Momupo las mujeres no necesariamente dejarán las labores que tradicionalmente se les asignan pero, a diferencia de lo que hoy ocurre, ese rol no será fuente de marginación, sino por el contrario, espacio de creación y desarrollo de las mujeres para incidir en lo social. En este proyecto la mujer no estará sola, ya que la nueva connotación de su papel será compartida y promovida por la sociedad en su conjunto.

Desde el punto de vista de lo social, no se plantean grandes transformaciones, ya que no hay una propuesta propiamente de clase; las preocupaciones se enfocan, más bien, al ámbito de lo poblacional, que en el mensaje no aparece claramente como sinónimo de clase obrera.

Comentarios

En estas publicaciones encontramos el acento de la alternatividad en la relación emisor-receptor, la que se complementa con otros rasgos alternativos evidenciados por, fundamentalmente, el mensaje y la gestión.

Respecto de esta última, encontramos aquí elementos comunes con los demás boletines que pertenecen a organizaciones, y que se refieren a la gestión colectiva del medio. Si bien no existe un equipo permanente, las decisiones respecto de los contenidos y la orientación del mensaje son siempre colectivas, participando en ellas representantes de todos los grupos que conforman la organización.

Esta participación, que genera una estrecha relación entre emisor y receptor, se da fundamentalmente a partir de las lecturas

colectivas, las que permiten que los contenidos sean discutidos permanentemente, produciéndose una retroalimentación constante que garantiza la circularidad de esta comunicación. Es importante hacer notar que las lecturas grupales no solo responden a un deseo de colectivizar la recepción del mensaje, sino también a la necesidad de crear una instancia en donde sea posible transformar el código escrito en oral, de mejor comprensión para las integrantes de la organización. De esta manera si bien no existe en las publicaciones un uso alternativo del lenguaje, en términos formales, se introducen elementos innovadores como es la decodificación grupal del material.

De lo extraído en el análisis de contenido podemos inferir que el mensaje sí plantea una nueva visión de mujer, reformulación que supone una ruptura real con la imagen pregonada en los medios tradicionales.

En esta búsqueda se pueden distinguir dos elementos que, articulados entre sí, la diferencian de las planteadas por los otros medios. En primer lugar está el hecho de situar la redefinición en la realidad de la mujer pobladora. No queremos decir con esto que el mensaje sea excluyente del resto de las mujeres, pero no es menos cierto que el contenido insiste en situar la búsqueda en un segmento socio-económico, lo que le otorga a la lucha una dimensión social que, en tanto tal, suma en algún momento a hombres y mujeres. La segunda característica que se relaciona directamente con el cuestionamiento al rol tradicional asignado a la mujer es que la publicación nos muestra a las mujeres como seres que pueden sobrepasar con creces los límites que la sociedad les impone. En el mensaje se reconoce la discriminación, pero se apuesta a la reversión de esta situación, en la medida que se haga conciencia de ella.

FICHA DESCRIPTIVA:

NOMBRE: VAMOS MUJER

FORMATO: 18 x 25

PAGINAS: 20

TIRAJE: 1.000 ejemplares

PERIODICIDAD: Bimensual

CARACTER: Medio Organizacional

El boletín Vamos Mujer pertenece al Comité de Defensa de los Derechos de la Mujer (CODEM). Esta es una organización amplia de mujeres, que se coordinan en comités en las diversas poblaciones de Santiago, Valparaíso, Concepción, Chillan y otras. La publicación es en esencia un medio de comunicación interno de la organización; es de las mujeres del Codem y para las mujeres del Codem. De ahí que podemos decir que el emisor de este boletín es la organización, y el equipo a cargo de confeccionarlo actúa sólo como instrumento ejecutor del medio.

Con la intención de democratizar la conformación del equipo, se pensó en que éste fuera rotativo, pero esa idea no se ha podido llevar a cabo por la dificultad que representa encontrar quienes se hagan cargo de esta labor. De tal manera, la formación del colectivo depende de la voluntad y disponibilidad de tiempo de los miembros de la organización. Esto, ciertamente, genera equipos inestables y de baja calidad técnica.

Si bien al interior del grupo que elabora el boletín no hay jerarquías explícitas, éstas vienen dadas por el aparato directivo

de la organización. Sin embargo, el peso que la directiva pueda tener en la orientación de los contenidos, no va más allá de la confección de los editoriales. El resto del material es seleccionado y escrito por el equipo de turno sin más censura que las correcciones ortográficas u otras igualmente formales.

Quienes integran este emisor organizacional: Codem, son mujeres pertenecientes al mundo popular y algunas profesionales que han hecho una opción ideológica, insertándose en esa realidad social. Se definen a sí mismas como "feministas populares", haciendo hincapié en las diferencias que esta línea tiene con un feminismo más radical. Este alejamiento de una orientación absolutamente feminista se ha dado por el rechazo, detectado en las bases del Codem, hacia la aparición del término "feminismo" en el boletín. Según declara el equipo, este rechazo es un problema formal más que algo de fondo, ya que lo cuestionado no son las temáticas feministas sino el que se feminista se explicita.

La organización Codem pone el énfasis de su trabajo en lograr organizar a la mujer para su inserción activa en todas las instancias políticas y sociales, entendiéndola como la única manera de conquistar una nueva sociedad.

De este modo, el hecho de considerar al medio como elemento vital de organización es expresión clara de una firme voluntad de formar parte de una praxis social global que genere cambio. Incluso podríamos decir que si esta praxis no se diera, el boletín no tendría razón para existir.

La fuerte relación existente entre emisor y receptor, debido al carácter organizacional del medio, se ve reforzada por la promoción de lecturas colectivas, que generan una discusión constante y constructiva entre las integrantes de la organización. Todo esto se traducirá en un feed back inmediato y continuo, asegurándose

un flujo circular en la comunicación.

Bien vale insistir en que si no existieran relaciones democráticas al interior del Codem, esta circularidad sería meramente formal, ya que sólo la reformulación de los contenidos, realizadas sobre la base de los intereses del colectivo, otorgará el carácter alternativo a este proceso.

Si bien el receptor privilegiado por el Codem son las integrantes de la organización, éste se amplía al estar integrado el boletín a la red de prensa popular. Aunque la relación emisor-receptor que se da con este auditorio externo es menos estrecha, no es menos circular, ya que la red de prensa popular configura otro circuito comunicacional alternativo.

En cuanto al uso que el boletín Vamos Mujer hace del lenguaje, podemos decir que no hay intentos de innovar. Se mantiene una estructura bastante formal, habiendo poca utilización de elementos gráficos, lo que se debe fundamentalmente a la falta de capacidad técnica. Se habla en un lenguaje simple, pedagógico y muchos de los títulos vienen en un lenguaje claramente panfletario. Tanto la diagramación como el aspecto gráfico carecen de un manejo técnico elaborado, lo que se debe fundamentalmente a la falta de experiencia y capacitación de los equipos en esta área.

Sin embargo, a pesar de las limitaciones de esta publicación, la existencia del boletín es de gran importancia para el Codem, en tanto se constituye en canal de expresión de las necesidades y experiencias de todo el colectivo.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

1.- De la Alternativa Vital

En el discurso del Vamos Mujer la alternativa vital es:

MUJERES ACTIVAMENTE
ORGANIZADAS EN LA
LUCHA POLITICA

V/S

MUJERES PASIVAS Y
DESORGANIZADAS ANTE
LA LUCHA POLITICA

YO +

YO -

La identificación positiva de la mujer en este boletín, está atravesada permanentemente por los conceptos de organización y movilización. Del análisis de contenido se desprende que las categorías más recurrentes para definir positivamente a la mujer son las de: "valientes frente a la lucha", "madres combativas", "organizadas", "comprometidas", "solidarias", "optimistas ante la vida" y "populares". Todo ello permite dimensionar a la mujer propuesta en este boletín como aquella que se organiza y moviliza frente a ejes específicos, siempre vinculados a la lucha popular, a la búsqueda de una transformación social profunda y, coyunturalmente, a la caída del régimen.

Secundariamente aparecen otras categorías que complementan esta identidad, a saber: "portavoces de la mujer popular", "organizadas en torno a la problemática específica", "luchadoras por sus derechos", "críticas", "pensantes" y "dueñas de su cuerpo". Es así, que a la dimensión político-social de la mujer de este boletín, se agrega la relacionada con preocupaciones específicas de género, validando también la organización y movilización en torno a esta problemática.

La selección de los contenidos del boletín, son reflejo de estas dos esferas que el medio plantea como importantes para el desarrollo de las mujeres. En primer lugar se privilegia la información vinculada con el quehacer político y la movilización popular, tanto de las mujeres como de la sociedad en general. En el plano de lo estrictamente vinculado a la mujer, el boletín destaca informaciones en las que ella es protagonista de esta lucha por el cambio

y en las que se denuncia la represión de que es víctima por su participación en este quehacer. Los temas tratados integran también, aunque en menor medida, la condición subordinada de la mujer y preocupaciones derivadas de ésta.

2.- Del espacio

EXTERIOR

V/S

INTERIOR

(+)

(-)

En tanto el polo positivo de la alternativa vital se centra en la organización y movilización, es el espacio exterior en donde puede desarrollarse este "yo". Ello no quiere decir que todo lo que forme parte del mundo externo sea bueno, en ese espacio suceden también cosas negativas como la represión, la violencia o la explotación. Sin embargo, el discurso muestra claramente un privilegio por la inserción de la mujer en el ámbito público, en tanto es allí donde la mujer puede desarrollar su quehacer político, organizarse y actuar. La permanencia de la mujer en el ámbito interior, como sinónimo de la casa, constituye en el discurso una limitante para su desarrollo. Si bien esto último implica una connotación negativa del espacio tradicionalmente asignado a la mujer, el análisis de contenido no evidencia un cuestionamiento directo a las actividades domésticas; respecto de ellas el discurso no hace validaciones ni descalificaciones, constituyéndose más bien en un tema ausente del boletín.

Esta valoración del espacio exterior no viene dada solamente porque sea allí donde se inserta el quehacer de la mujer, el mensaje permite identificarlo además como aquél en donde deben sucederse las transformaciones. Es el ámbito de lo público, con todas las relaciones que allí se dan, el que esta mujer luchadora quiere modi

ficar, no consignándose en el discurso la necesidad ni la búsqueda de cambios en lo personal e individual.

3.- De los actores

CLASE OBRERA	V/S	BURGUESIA
(+)		(-)

En tanto el discurso del Vamos Mujer apunta fundamentalmente a la transformación político-social, es la clase obrera en su conjunto, trabajadoras y trabajadores organizados, el actor que tendrá a su cargo la consecución de este proyecto transformador. De este modo, el boletín considera como protagonistas tanto a hombres como a mujeres, relevando permanentemente la necesidad de un accionar organizado y connotando como negativo el actuar individual.

No obstante, en el discurso es posible advertir un rasgo específico de género, según el cual las mujeres aparecen como actores protagónicos de este proceso. Esto último se refiere, por una parte, a que las mujeres consideren entre los objetivos de sus organizaciones demandas propias, pero fundamentalmente apunta a la necesidad de considerar a la mujer trabajadora y proletaria como un eje básico en la lucha de la clase obrera. Es así, que podemos concluir que en el discurso sí existe una dimensión propia de género, pero que no involucra a las mujeres en su totalidad, sino sólo a aquellas que son parte de las clases populares o a las que, sin serlo, tienen una opción ideológica y política por ese sector social.

4.- De las acciones

ORGANIZAR	V/S	AISLAR
(+)		(-)

La organización es el punto de partida de las acciones propuestas por el Vamos Mujer. En el discurso se destaca la necesidad de organizarse, tanto a nivel mixto, como en agrupaciones propias de mujeres. Para ellas el actuar colectivo es la clave, sin la cual es prácticamente imposible generar el cambio social.

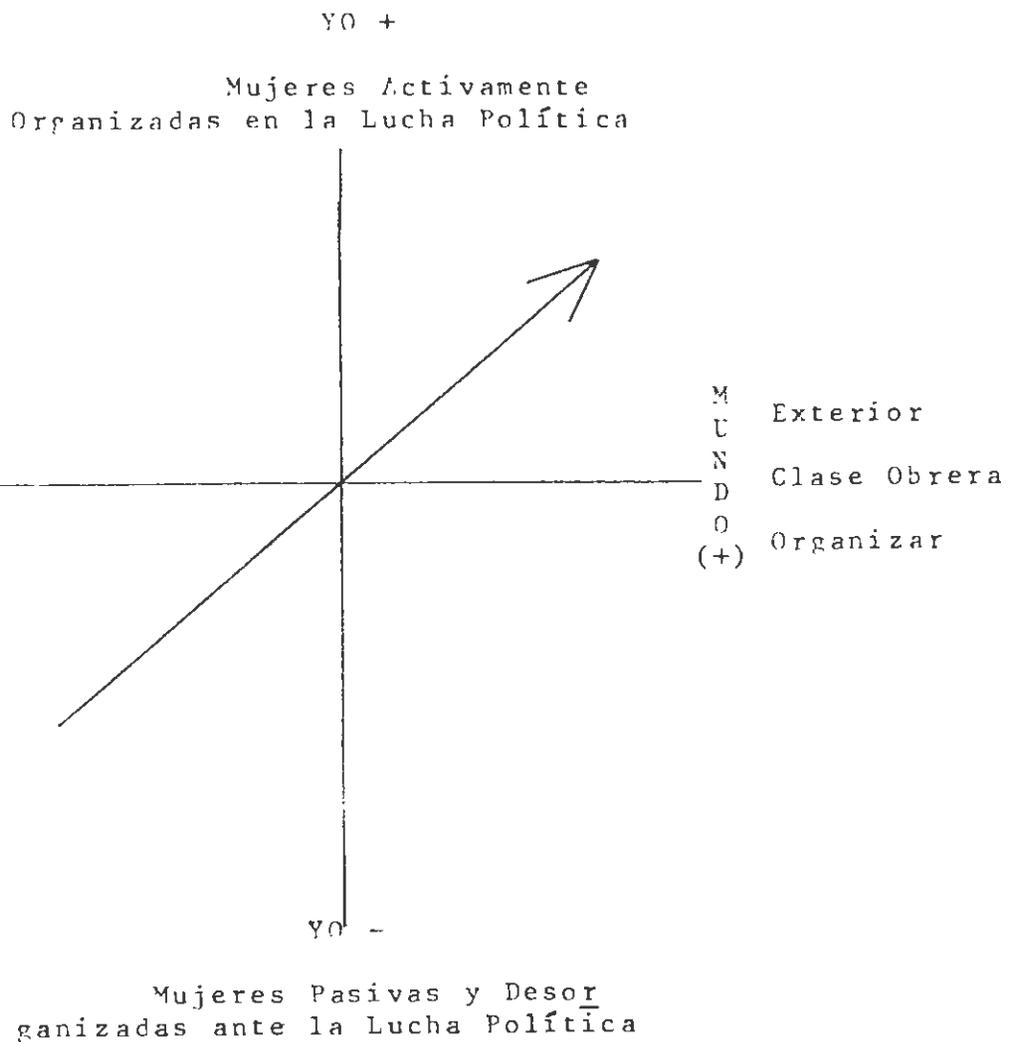
Pero el hecho de estar organizadas (os) no es suficiente, los mensajes apuntan a la necesidad de que esta participación sea activa y suponga un permanente estado de movilización. Es así, que el agruparse tiene como objetivo el desarrollo de otras acciones, tales como: "tomar conciencia de clase", "luchar", "ser críticas", "aprender", "reivindicar" y "denunciar"; la mayoría de las cuales aparecen orientadas al propósito coyuntural de "derrocar a la dictadora".

5.- Del mundo

El análisis anterior nos permite configurar el mundo positivo, propuesto por el boletín Vamos Mujer, como aquel mundo organizado y en lucha permanente por lograr la caída del régimen militar, y en el largo plazo, cambios sociales radicales; simultáneamente, se movilizará por el respeto a los derechos de la mujer. En este mundo, hombres y mujeres actúan conjuntamente, teniendo estas últimas el mandato de sumar ciertas reivindicaciones propias de género a la lucha general.

A este mundo positivo se contraponen uno negativo, en el que imperan la desigualdad, la discriminación de clase y la de género, y en donde existe un régimen de facto, amparado por la burguesía, que "reprime y explota al pueblo".

6.- Del proyecto



El proyecto que se extrae de los contenidos del boletín, aparece marcado por una búsqueda de cambio social que implica transformaciones profundas. Esta utopía supone la construcción de un modelo de sociedad que cubra las necesidades básicas de la clase obrera anulando las diferencias sociales y asegurando un papel más activo a la mujer en la vida pública.

Comentarios

El acercamiento a la elaboración del Vamos Mujer, así como su análisis de contenido, nos permite hacer algunas consideraciones respecto de la alternatividad del boletín, tanto en lo que se refiere a su condición de vehículo comunicativo como a lo que dice

relación con la búsqueda de una nueva identidad para la mujer.

Un primer elemento importante de consignar es que el acento de la alternatividad de este medio está puesto en su gestión. Ella viene dada, sobre todo, a partir de la propiedad y administración colectiva del Vamos Mujer, hecho que se traduce en una fuerte identificación de todos los partícipes del proceso comunicativo.

Es aquí donde encontramos un factor fundamental que distingue a este medio de un boletín exclusivamente organizacional, ya que el medio genera mecanismos concretos para que cada receptor pueda convertirse en emisor. Esto es posible debido al sistema de rotatividad con que funciona el equipo y por la existencia de canales para un flujo amplio y permanente de retroalimentación.

Estas características nos parecen de suma importancia, ya que suponen una ruptura con los modelos tradicionales de emisión de mensajes, no sólo a nivel de la prensa masiva sino también con experiencias de micro-comunicación no alternativa. La circularidad que este medio logra crear en la relación emisor-receptor, asegura que el proceso de emisión y selección de mensajes no se desarrolle al margen de los actores que están creando, con su acción cotidiana, la materia prima de la que surgen dichos mensajes. De este modo el receptor se constituye en un actor protagónico del proceso comunicativo, y, a su vez, el emisor se transforma en un ente identificable y cercano frente al cual la audiencia puede plantearse críticamente. Todo lo anterior permite una reformulación permanente de los contenidos y el que el boletín actúe como agente real de modificación de conductas.

A nivel del mensaje podemos concluir en dos vertientes: la primera referida al carácter rupturista del mensaje en general y, la segunda, a lo que se relaciona específicamente con la identidad de la mujer.

Como lo muestra claramente el análisis de contenido, es el eje político-social aquél que constituye la preocupación básica del Vamos Mujer y, en esa perspectiva, el mensaje es sin duda alternativo, proponiéndose un proyecto distinto al hegemónico y validando como positivos todos los elementos que tiendan a la consecución de éste.

En lo que se refiere específicamente a la mujer, podemos hablar de un discurso que plantea redefiniciones en el rol de ésta cuyo acento está puesto en la ruptura de la pasividad de la mujer, llamándola a organizarse y a hacer presencia activa en la lucha social. De ahí, que la redefinición de su status se haga más bien a partir de un aumento de su esfera de acción en la sociedad que de sí misma, lo que nos permite concluir que la búsqueda de una nueva identidad para el Vamos Mujer, no supone una revisión radical del rol clásico.

No obstante, el análisis de contenido nos permite apreciar cómo, durante el periodo estudiado, se van reconociendo e integrando poco a poco elementos que apuntan a la especificidad de género. Esto último nos parece resultado de una coherencia entre la praxis social generada por los grupos de mujeres organizadas y la elección de los mensajes.

FICHA DESCRIPTIVA:

NOMBRE: BOLETINA CHILENA

FORMATO: Medio oficio

PAGINAS: 20

TIRAJE: 300 ejemplares

PERIODICIDAD: Trimestral

CARACTER: Medio Organizacional

La Boletina Chilena es una publicación perteneciente al Movi
miento de Emancipación de la Mujer Chilena (MEMCH 83). Esta es una
coordinadora de organizaciones de mujeres y su ejecutivo está for
mado por una representante de las siguientes agrupaciones: Acción
Femenina, Agrupación de Mujeres Democráticas, Comité de Defensa de
los Derechos de la Mujer, Unión Popular de Mujeres, Unión Chilena
de Mujeres, Liga Pro Paz, Frente de Mujeres Juanita Aguirre, Muje
res de Chile, Comité Pro Retorno, Surco, Nehuen, Fenstracap, Coor
dinadora de Mujeres de Arica y Mujeres de Atacama.

Es así, que su primera función es la de ser instrumento de
coordinación entre estos colectivos, labor que desarrolla, fundamen
talmente, por medio de la recopilación de información sobre las
distintas actividades que las organizaciones realizan. Sin embargo,
esta excesiva preocupación por el aspecto informativo le ha ido
quitando contenido al boletín, convirtiéndolo casi en una calenda
rización de las acciones llevadas a cabo por las organizaciones coordina

das en Memch 83. Por otra parte, la posibilidad de usar el medio como instrumento de convocatoria para sus diferentes actividades queda anulada, ya que toda la información contenida en el boletín corresponde a acciones ya consumadas. Todo esto limita considerablemente la generación de un circuito comunicacional alternativo, ya que sin contenidos susceptibles de ser cuestionados no hay posibilidad de que los mensajes sean reformulados por quienes los reciben, sin que esto implique una transformación global de todo lo que es el medio.

Aunque la idea en un principio era que el emisor del boletín fueran todas las organizaciones adheridas al Memch 83, esto no ha podido ser así. Por lo general, la publicación es elaborada en todas sus etapas por una sola persona, quien trabaja en esta tarea sin mayor relación con el resto del colectivo. Si bien la encargada pertenece a la organización, como un miembro activo de ella, esto no parece ser garantía suficiente para una gestión alternativa.

Aun cuando la directiva del Memch tiene la certeza de que el medio es importante, como testimonio de su quehacer, el distanciamiento entre emisoras y receptoras ha producido una falta de sentimiento de identificación con el boletín. De la misma manera, muchos temas que han generado una discusión interna entre los grupos coordinados no han sido integrados en los contenidos de la Boletina, lo que ha mermado su papel de coordinadora de tendencias, manteniendo siempre una postura demasiado neutra, que no refleja las diversas líneas ideológicas coexistentes en el Memch 83.

Más que hablar de la inserción de este medio en una praxis social podemos decir que la Boletina Chilena es una agenda de las acciones generadas por la praxis que le sirve de marco, la que está estrechamente ligada a la coyuntura política de nuestro país. Se

gún ellas mismas, lo que pretenden no es ir de la política hacia el feminismo, sino más bien feminizar la coyuntura para "transformar a las mujeres en protagonistas de la lucha." De ahí que ellas no se definan como feministas; son una organización de mujeres que reconoce elementos específicos de género, sobre todo a nivel reivindicativo, pero, su integración a esa praxis social que las valida, la hace esencialmente a través de la política.

En relación al uso del lenguaje, éste no muestra ninguna innovación, se trata de un estilo directo, simple y bastante planfietario, adecuado para los mensajes que se transmiten. Hay poca utilización de elementos gráficos, ya que no tienen la capacitación que se requiere para la elaboración de este tipo de material. La variedad visual es entregada por el uso de distintos colores en la impresión y por el empleo de múltiples tipos de letras.

Dado el pequeño tiraje de la revista, la distribución se hace por medio de un listado de personas a las cuales se les envía el boletín. De los 350 ejemplares que se imprimen, la mitad queda en Santiago y se entregan a las directivas de los colectivos de la organización, 50 son enviados a provincia a diversas agrupaciones femeninas y 150 van al extranjero, con el fin de que se repartan entre las mujeres exiliadas.

La directiva del Memch 83 está consciente de todas las limitaciones de este medio, identificando como uno de sus mayores problemas la falta de contenido del boletín. A partir de esta constatación planean reformular su estructura intensificando su carácter de vocero de esta coordinadora, "la idea es acentuar los contenidos específicos de la Boletina, pero sin perder el contexto. No queremos perder el carácter de organización social y por lo tanto estaremos siempre en la coyuntura."

1.- De la Alternativa Vital

ACTIVAS EN LA LUCHA POLITICA Y EN LA DEFENSA DE LOS MARGINADOS	V/S	NO ACTIVAS POLITICAMENTE
YO+		YO-

La mujer positiva definida en el discurso de la Boletina, es esencialmente activa en la lucha política, entendiendo por ello su participación en diversas instancias tales como los partidos, las organizaciones sociales, los comités de bases, las organizaciones propias de mujeres y otras.

Las categorías más recurrentes con que el boletín define esta identidad positiva son: "activas en la lucha política", "democráticas", "participativas", "solidarias" y "protagonistas del proceso político".

Junto a las anteriores aparecen otras que indican los espacios en los cuales se realizará dicha participación y la orientación que tendrá. La primera de ellas es la de trabajadora, que apunta a la definición de una mujer que se integra al mundo laboral, para tener a sí, una presencia real en el ámbito público, que le permita canales de participación en lo político. Lo segundo, es la fuerte identificación con el concepto de madre, pero no entendido como un rol frente a sus propios hijos, sino como una función maternal que la mujer ejerce sobre toda la sociedad. El discurso de la Boletina destaca reiteradamente el papel que la mujer tiene en la defensa de los jóvenes chilenos, de los desposeídos, de las presas políticas, de los oprimidos y oprimidas. De esta manera, se construye la idea de la "madre heroica" dispuesta siempre a luchar por un mundo mejor para la sociedad en su conjunto.

El discurso nos muestra así, a una mujer que está en permanente alerta frente a la defensa de los derechos humanos y que sabe sobreponearse a diario a las múltiples formas de opresión presentes en un régimen como el chileno. Igualmente, ella reconoce ciertas discriminaciones propias de su género, casi siempre asociadas al mundo del trabajo y que son consideradas consecuencia lógica de una estructura socialmente jerarquizada y autoritaria.

2.- Del espacio

LA CALLE

V/S

LA CASA

(+)

(-)

Los espacios mostrados en el discurso como aquellos en los que la mujer debe desenvolverse son múltiples y, "la calle", más que como un lugar concreto aparece como un símbolo de todos aquellos que serán necesarios de utilizar para el desarrollo de su quehacer.

Este ámbito público de "la calle", aparece concretado en el mensaje en el espacio laboral: la fábrica, la oficina y en el espacio de la organización: los partidos políticos, los sindicatos, las organizaciones de mujeres. Junto a lo anterior, se valida también la presencia de los sectores femeninos en todas las instancias de movilización y denuncia desarrolladas en espacios externos a la casa, como plazas, teatros, poblaciones y otros.

En oposición a lo anterior, "la casa" aparece también como un símbolo, pero esta vez negativo. No hay en el discurso de la Boletina un cuestionamiento directo a la permanencia de la mujer en el hogar, pero los mensajes contienen de manera implícita reparos al mundo doméstico, en tanto la actividad de las mujeres en éste las desvincularía del quehacer político y social.

3.- De los actores

LOS OPRIMIDOS

V/S

LA CLASE OPRESORA

(+)

(-)

Los sectores oprimidos y marginados de la sociedad constituyen el actor fundamental que será capaz de llevar a cabo la transformación de la sociedad actual en una más justa e igualitaria. En este proceso las mujeres estarán activamente presentes, y se sumarán a la lucha constituyéndose en actores protagónicos de ella. Sin embargo, esta presencia no se hará a partir de una especificidad de género, ni apuntará a la consecución de mejores condiciones de vida para las mujeres. Su accionar en la lucha es en esencia solidario con el resto de los marginados y oprimidos y será, junto a ellos, que la mujer actúe para la obtención de reivindicaciones sociales generales, al interior de las cuales se reconocerán algunas situaciones específicas, en las que la mujer se verá perjudicada por marginaciones y opresiones propias de su género.

Es esto último lo que pone limitantes a las mujeres que el discurso de la boletina muestra como actoras, ya que no basta con ser mujer, sino que se requiere estar activamente comprometida en la lucha política.

4.- De las acciones

ACTUAR

V/S

NO ACTUAR

DENUNCIAR

SER COMPLICES

MOVILIZAR(SE)

NO MOVILIZAR(SE)

SOLIDARIZAR

NO SOLIDARIZAR

DEFENDER

NO DEFENDER

(+)

(-)

El "actuar" es en el mensaje de la Boletina el punto de partida del quehacer de las mujeres. A través del discurso se otorga una gran importancia a todo aquello que constituya movilización permanente

Se ocupándose gran parte del boletín en difundir informaciones sobre actividades desarrolladas por las mujeres. No se trata, sin embargo, de relevar la participación femenina en las instancias del acontecer político nacional, se trata más bien de destacar las pequeñas acciones que se multiplican en diversos lugares de Santiago y provincias. Es así, que la lucha por la consecución del proyecto de cambio aparece, en el discurso de la Boletina, sustentada en la capacidad de mantener a los actores en una actividad constante, a partir de la cual se genera una red de miles de pequeñas acciones, que tiendan a los objetivos fundamentales de denunciar las condiciones de vida de los grupos más desprotegidos, defenderlos y solidarizar con ellos. De este modo, parte importante de las informaciones del medio se refieren a la realización de marchas, romerías, actos culturales, visitas a las presas políticas, chocoladas y otras similares.

El desarrollo de estas acciones aparece, aunque no de manera excluyente, asociado a diversas formas de organización, la mayoría de ellas propias de mujeres, pero que pueden ser realizadas también por grupos mixtos.

5.- Del mundo

El análisis de contenido permite caracterizar el mundo negativo como aquel que se sustenta en la jerarquización social y dominación de un sector sobre otro, que es marginado y oprimido. Las diferencias de clase de la sociedad capitalista y la represión política del actual régimen aparecen como expresión clara de este orden injusto, a las que se suman algunas discriminaciones propias de las mujeres. Un modelo de este tipo anula la capacidad de reacción social, manteniendo a hombres y mujeres en un estado de inmovilismo y complicidad.

Frente a ello, el discurso positiviza un mundo en acción y movilización constante, que tiendan a la denuncia y toma de conciencia

vido s. De la misma manera se plasma en el discurso la búsqueda de un mundo sin represión y donde los derechos humanos sean respetados.

En este contexto de igualdad, se persigue también una inserción equilibrada de la mujer en la sociedad, permitiéndosele una integración al mundo del trabajo y a la vida pública en general, en iguales condiciones que el resto de los ciudadanos.

Comentarios

Podemos concluir que respecto de la gestión, la Boletina presenta pocas características que la definan como alternativa. Si bien la persona encargada de su elaboración pertenece a la organización y ello asegura que exista identidad entre emisor y receptor, esto no garantiza una verdadera alternatividad en el proceso, ya que el medio no crea mecanismos capaces de generar una retroalimentación que se traduzca en el cuestionamiento y eventual reformulación del mensaje.

Otro aspecto que limita el feed back es la estructura que se da a la información contenida en el boletín, el carácter exclusivamente noticioso y el bajo nivel de contenido que se transmite dificultan una lectura y apreciación crítica de estos mensajes; de tal manera que el único cuestionamiento posible supondría invalidar la actual estructura de la publicación.

Lo anterior nos permite concluir que el proceso comunicativo no genera una real circularidad en la transmisión de los mensajes, ya que el papel del receptor es más bien pasivo y no se crean canales para que éste se convierta en protagonista de la comunicación; de tal manera el boletín se transforma más en un medio organizacional que en uno alternativo. No obstante, el hecho de que la encargada del medio sea una integrante activa de la organización y no una profesional contratada expresamente para la elaboración de la Boletina, supone un matiz de ruptura con el modelo tradicional de comunicación.

A nivel del mensaje es donde podemos encontrar mayores indicios de alternatividad. Aunque en el discurso no hay una búsqueda específica por redefinir la identidad de la mujer, es evidente también, que se transmite una propuesta diferente a la de los medios masivos.

Parece evidente que lo alternativo del mensaje está dado fundamentalmente por una nueva visión de la sociedad en su conjunto y, en lo que se refiere a lo específico de género, si bien no podemos hablar de una redimensión total de la identidad, sí se observa ciertas modificaciones del rol. Esta visión de mujer, aun cuando no cuestiona profundamente su papel social, implica, sin duda, una propuesta alternativa a la de la comunicación hegemónica.

Capítulo V .-

CONCLUSIONES

1.- En torno a la identidad

La redefinición de identidad es, sin lugar a dudas, un proceso complejo, ya que supone la ruptura de viejos esquemas a la vez que la creación de nuevos parámetros en torno a los cuales se habrá de construir. De igual manera, este tránsito se alimentará de dos vertientes que, aunque complementarias, muchas veces pueden ser también fuente de contradicción, en tanto la experiencia vivencial y directa no siempre podrá ir a la par con los postulados ideológicos en el terreno de lo teórico.

El análisis de la Boletina Chilena, el Vamos Mujer, la revista Nos/otras y las publicaciones del Momupo, evidencian esta complejidad, y si lo tomamos como base para buscar un nuevo concepto de mujer, se constituye en una evidencia inmediata el que este proceso de reformulación de identidad no es sólo uno sino muchos.

En efecto, la lectura analítica de los mensajes de estos medios, nos permite concluir que, en todos ellos, existe una intención efectiva de dar una nueva imagen del actor social mujer, la que es en esencia distinta de la tradicional, transmitida y fomentada por los medios de comunicación de masas. Sin embargo, cada una de ellas se estructurará en torno a ejes diferentes, existiendo muchas veces una gran distancia entre unas y otras.

Tanto la revista Nos/otras como las publicaciones del Momupo se plantean la redefinición, fundamentalmente, a partir de la toma de conciencia de su ser género pero, sin embargo, entre ambos discursos existen también diferencias, las que tienen que ver en lo fundamental con el contexto en que se insertan las emi_

NOTAS

CAPITULO

- 1.- Para mayores antecedentes sobre este método véase: Lopez, Francisco "Evangelizar la cultura" nº2 Modelos básicos de representación de la realidad en grupos cristianos . Arzobispado de Santiago. Sin año.

soras de ambas publicaciones. Las mujeres del Nos/otras son expresión de la clase media profesional, en tanto las del Momupo representan a los sectores femeninos poblacionales, todo lo cual no deja de incidir en la búsqueda de una nueva identidad, aun cuando esto pueda, algunas veces, no estar explícito en el mensaje.

En el caso del Vamos Mujer y la Boletina Chilena será lo político lo que acerque ambos discursos ya que, para ellas, este ámbito es el punto de partida de la redefinición. No obstante advertimos también diferencias entre los mensajes de estos medios, ya que el primero evidencia un camino mucho más claro hacia la convergencia de lo político con lo específico de género.

Creemos que estos matices que diferencian un discurso de otro tienen implicancias importantes, sobre todo si hacemos una proyección futura de estas búsquedas de identidad. Cuando la redefinición se hace desde lo político-general, está siempre presente el riesgo de que ésta se sustente, no tanto en las necesidades propias de las mujeres, como en las que el entorno tiene de ella, y es posible, en consecuencia, que el proceso se detenga por una dinámica que, si bien es parte de la población femenina, no le es exclusiva. Por otra parte, una redefinición centrada casi exclusivamente en la contradicción de género, se expone a una descontextualización, que puede llevar a construir la identidad en un plano de aislamiento o marginalidad.

Si bien todo lo anterior es cierto, y por tanto los boletines analizados no dan cuenta de una redefinición acabada ni única de la identidad de la mujer, no es menos cierto e importante que estas búsquedas nacen y se desarrollan desde ella misma. Esto otorga una legitimidad a las nuevas visiones, legiti

midad que no posee aquella en la que la mujer no ha tenido una participación consciente.

2.- En torno a la comunicación

A partir del estudio de los boletines, creemos que es posible afirmar que no existe una política de comunicaciones sólida que se transforme en una alternativa real a la comunicación hegemónica; los medios analizados constituyen más bien una suma de experiencias encerradas en sí mismas que no logran crear una redefinición a nivel global.

Si bien estos cuatro medios cumplen, al menos parcialmente, con requisitos mínimos de alternatividad, no generan una espiral social que los proyecte más allá de los estrechos límites de las organizaciones o grupos que los crean.

En el caso del Vamos Mujer y las publicaciones del Momupo por ejemplo, podemos ver con claridad que poseen procesos de producción altamente participativos y que hay en ellos una real circularidad de los mensajes y una ruptura en la verticalidad de la relación emisor-receptor; sin embargo su vinculación con la praxis social es limitada, centrandose exclusivamente en un desarrollo al interior de la organización. Por todo ello, aunque su aporte a las integrantes de los grupos que generan estos medios es efectivo, y logra hacerlas protagonistas del proceso de comunicación, estas dos experiencias se constituyen más bien en medios organizacionales democráticos, que en fenómenos alternativos a nivel global.

En la Boletina Chilena lo anterior es aún más claro, y nos permite concluir con certeza que, el hecho de que emisores y receptores compartan una misma realidad, no asegura en absoluto la alternatividad del proceso, ya que aún cuando en este me

da. Hay una gran identificación entre los distintos partícipes de la comunicación, no se cumple con el requisito de crear receptores críticos, que modifiquen realmente sus conductas e incidan de manera efectiva en este fenómeno.

Si bien podríamos pensar que el Nos/otras, por su carácter no organizacional, logra una mayor proyección social, el análisis nos muestra lo contrario, ya que, aunque no de manera orgánica, el medio limita también su esfera de acción por la vía del elitismo, relegándose así a la marginalidad.

Lo anterior no invalida en absoluto los niveles de democratización alcanzados por estos medios, ni el aporte que puedan hacer a sus grupos de referencia más inmediatos. Sin lugar a dudas constituyen un avance en la búsqueda de nuevos caminos para la comunicación y potencian el cambio en los sectores a los que llegan, pero es fundamental, también, constatar su falta de proyección social y las limitaciones que esto impone a su constitución como propuesta alternativa.

3.- El resultado de la articulación

Las páginas precedentes nos han abierto un camino para buscar respuestas a la tesis central que motivó este trabajo. Sin duda, podemos afirmar que los medios de comunicación estudiados dan cuenta de una imagen de mujer distinta a la difundida por la comunicación tradicional. Esto, sin embargo, no parece suficiente para pensar en la existencia de una reformulación real en la relación mujer y comunicación, en tanto, su esfera de acción es tan pequeña que no logra romper con la hegemonía de los parámetros culturales dominantes.

Es así, que el efecto redimensionador de estos medios se mantiene en los márgenes de una sub-cultura que, por razones ideológicas que incluso exceden el ámbito propio de las mujeres,

es receptivo a estos mensajes renovadores. Aún cuando la realidad nos permite constatar que nuestro país está muy lejos de integrar socialmente una nueva concepción de mujer, creemos que los logros alcanzados por el movimiento de mujeres superan a los obtenidos en sus experiencias comunicacionales, es así que estas últimas desaprovechan un amplio espectro social en el cual, si bien no existe una conciencia acabada de la problemática de género, hay ciertas intuiciones que lo convierten en potencial auditorio de las nuevas ideas.

Pensamos que es fundamental repensar estas experiencias comunicacionales alternativas y crear nuevos y más efectivos espacios para la construcción, desde las mismas mujeres, de su nueva identidad, ya que de otra manera los contenidos de la comunicación hegemónica seguirán anulando todo esfuerzo orientado hacia el cambio.

BIBLIOGRAFÍA

ARANGUREN, J.L. " Frotismo y Liberación de la Mujer". Ariel
Barcelona, 1982.

BEECHFY, V. Sobre el patriarcado, en "Feminist Review" n°3.
1979.

BENFRIA, L . Reproducción, producción y división sexual del
trabajo, en "Cambridge Journal of Economics" n°3. Cambridge,
1979

BRUNNEF, J.J. "Entrevistas, discursos, identidades" Flacso.
Santiago, 1983

BRUNNER, J.J. "La mujer y lo privado" Material de discusión
Flacso. Santiago, 1983

ENZENSEBERGER, H.M. "Elementos para una teoría de los medios
de comunicación" Anagrama. Barcelona, 1984

FONTCUBERTA, M. y GOMEZ J.L. "Alternativas en comunicación"
Editorial Mitre. Barcelona, 1983

FRIEDMAN, Y. "Utopías realizables" Gustavo Gili. Barcelona,
1982

GAVIOLA, E. y otras "Queremos votar en las próximas elecciones"
Coedición La Morada, Ilet, Isis, Librería Lila, Pemci y Cem.
Santiago, 1986

GISSI, J. Mitología de la femeneidad, en "Cuadernos de la Realidad
nacional" n°11. Santiago, 1972

- IZQUIERDO, M.J. "Las, Los, Les (Lis, Lus)" La Sal edicions de les Pones. Barcelona, 1983
- KIRKWOOD, J. "Ser política en Chile. Las feministas y los partidos" Flacso. Santiago, 1986
- LECHNER, N. y LEVY, S. "El disciplinamiento de la mujer" Material de discusión n57 Flacso. Santiago, 1984
- LUTZEMBERGER, M. y otros "Cultura, comunicación de masas y lucha de clases" Nueva Imagen. México, 1978
- MATTELART, A. "La comunicación masiva en el proceso de liberación" Siglo XXI. México, 1976
- MATTELART, A. Ruptura y continuidad en la comunicación: puntos para una polémica, en "Cultura y comunicación de masas" Laia. Barcelona, 1976
- MATTELART, M. "La cultura de la opresión femenina" Serie Popular FRA. México, 1977
- MORAGAS, M. "Teorías de la comunicación" Gustavo Gili. Barcelona, 1981
- MORAGAS, M. "Semiótica y comunicación de masas" Península. Barcelona, 1980
- MEAD, M. "Macho y Hembra" Alfa-Argentina. Buenos Aires, 1976
- REYES MATTA, F. "La comunicación alternativa como forma democrática" Clacso-Ilet Colombia, 1981
- REYES MATTA, F. "Comunicación alternativa y desarrollo solidario ante el mundo transnacional" Ilet. México, 1981
- REYES MATTA, F. "Comunicación transnacional: conflicto político y cultural" Desco- Ilet Lima, 1982
- SANTA CRUZ, A. y ERAZO, V. "Compropolitán. El orden transnacional y su modelo femenino. Un estudio de las revistas femeninas en América Latina" Ilet- Nueva Imagen México, 1980
- SILVA, M.L. "La participación política de la mujer en Chile: las organizaciones de mujeres" Fundación Friedrich Naumann. Buenos Aires, 1987

SOMAVIA, J. "La estructura transnacional del poder y la información internacional" Ilet. México, 1976

ENTREVISTAS

Todas las entrevistas fueron realizadas por las autoras de este trabajo.

MORENO, aida. Octubre, 1986

SAA, María Antonieta. Octubre, 1986

PISANO, Margarita. Octubre, 1986

Equipo comunicaciones MOMUPO. Julio, 1987

Equipo comunicaciones MEMCH83. Agosto, 1987

Equipo editor de la revista Nos/otras. Julio, 1987

Equipo de comunicaciones CODEM. Septiembre, 1987