

Ciencias sociales: balance y perspectivas desde América Latina

Pampa Arán y
Marcelo Casarin
(coordinadores)



Ciencias sociales: balance y perspectivas
desde América Latina



Ciencias sociales: balance y perspectivas desde América Latina

Pampa Arán
Eduardo Oscar Audisio
Dora Barrancos
Rafael Blanco
Jorge Horacio Bruzzone
Marcelo Casarin
Oscar Armando Castro López
Eduardo A. Escudero
Laura Golovanevsky
Carolina Justo von Lurzer
Cecilia Lesgart
Félix Raúl Eduardo Martínez Cleves
Daniela Monje
Cristina Ochoviet
Renato Ortiz
Ramón Sanz Ferramola
Ruth Sosa

Colección Posdoc

La colección POSDOC fue creada por Francisco Delich, en el año 2012, con la finalidad de difundir los resultados del programa posdoctoral del Centro de Estudios Avanzados que él mismo fundó y dirigía. Los tres primeros títulos, publicados por la editorial Comunicarte, son los siguientes: *Marx, ensayos plurales* (2012), *Muerte del sujeto y emergencia subjetiva* (2014) y *Economía, política y sociedad* (2017). A partir del número 4 la colección continúa bajo el sello editorial del Centro de Estudios Avanzados.

Universidad Nacional de Córdoba

Rector: Dr. Hugo Oscar Juri

Decana de Facultad de Ciencias Sociales: Mgter. María Inés Peralta

Editorial del Centro de Estudios Avanzados

Centro de Estudios Avanzados, Facultad de Ciencias Sociales,
Av. Vélez Sarsfield 153, 5000, Córdoba, Argentina

Directora: Adriana Boria

Coordinación Ejecutiva: Alicia Servetto

Coordinación Editorial: Mariú Biain

Comité Académico de la Editorial

M. Mónica Ghirardi

Daniela Monje

Alicia Servetto

Alicia Vaggione

Juan José Vagni

Coordinador Académico del CEA-FCS: Enrique Shaw

Coordinador de Investigación del CEA-FCS: Marcelo Casarin

Asesora externa: Pampa Arán

Cuidado de edición: Mariú Biain

Diseño de Colección: Silvia Pérez

Diagramación de este libro: Silvia Pérez

Responsable de contenido web: Diego Solís

Dibujo de tapa: América invertida, de Joaquín Torres García, 1943

© Centro de Estudios Avanzados, 2019

Ciencias sociales : balance y perspectivas desde América Latina / Marcelo Casarin ... [et al.]; compilado por Pampa Olga Arán; Marcelo Casarin. - 1a ed compendiada. - Córdoba: Centro de Estudios Avanzados. Centro de Estudios Avanzados, 2019.

Libro digital, PDF - (Colección Posdoc ; 5)

Archivo Digital: descarga

ISBN 978-987-1751-69-3

1. Ciencias Sociales. 2. América Latina. I. Casarin, Marcelo, comp. II. Arán, Pampa Olga, comp.

CDD 301.098



Atribución-NoComercial-
SinDerivadas 2.5. Argentina

Índice

Presentación Pampa Arán y Marcelo Casarin	11
¿Para qué sirven las humanidades? Algunas notas breves Dora Barrancos	15
La internacionalización de las ciencias sociales: una reflexión Renato Ortiz	23
Psicoanálisis y neurobiología: reflexiones en torno a las posibles vinculaciones Eduardo Oscar Audisio	37
Mujer, género, queer. Un vocabulario reciente para las ciencias sociales locales Rafael Blanco	55
Economía, desarrollo y libertad. Amartya Sen y una perspectiva ética de la economía Jorge Horacio Bruzzone	75
La enseñanza de la Historia al interior de las ciencias sociales escolares en Colombia y su comparación con Argentina Oscar Armando Castro López	89

La Historia como conocimiento en Córdoba durante la primera mitad del siglo XX: aproximación metodológica Eduardo A. Escudero	105
La desigualdad: sus dimensiones e implicancias en la era digital Laura Golovanevsky	123
Estudios de comunicación y género en Argentina: tradiciones y énfasis en la conformación de un campo de investigación Carolina Justo von Lurzer	143
Usos del concepto autoritarismo en la ciencia política Cecilia Lesgart	167
Aportes para una historia de la historiografía de las ciencias sociales en Colombia Félix Raúl Eduardo Martínez Cleves	187
Mercados nocivos y bienes públicos globales en el ecosistema comunicacional convergente Daniela Monje	207
Literatura y matemática en el aula escolar Cristina Ochoviet	229
La bioética en la actualidad latinoamericana. Procedencia y perspectivas epistemológico-políticas Ramón Sanz Ferramola	247

Nuevas cartografías abiertas por las epistemologías feministas. Conocimientos situados, cronotopías culturales y movimientos en torno al saber y al poder en la teoría social latinoamericana

Ruth Sosa

269

Acerca de los autores

289

Estudios de comunicación y género en Argentina: tradiciones y énfasis en la conformación de un campo de investigación

Carolina Justo von Lurzer

Introducción

Las investigaciones que desarrollo se inscriben en la articulación de los estudios de género y los de comunicación y cultura. Esta articulación se produjo tempranamente cuando investigadoras feministas identificaron en los procesos culturales y en los medios de comunicación masiva, un terreno fértil para comprender la conformación y el funcionamiento de una estructura social desigual en términos de género y sexuales. El proceso de institucionalización de los estudios de las mujeres, luego de género y sociosexuales, conllevó a partir de 1960 el desarrollo de investigaciones sobre comunicación y género en Estados Unidos y su posterior desarrollo dentro de los Estudios Culturales británicos que se extenderían a nuestra región. A nivel local, desde mediados de los 90, se observa la paulatina institucionalización de un cuerpo de conocimientos en torno de “comunicación y género” que abrevia, de modos peculiares, en las corrientes anglosajonas.

Este trabajo procura reconstruir e interrogar algunos de los diálogos y elusiones en los que se funda la investigación en comunicación y género en Argentina a fin de contextualizar y problematizar ciertos debates locales contemporáneos sobre la función social de los medios como reproductores o transformadores de las desigualdades de género y las experiencias de las audiencias en relación a los sentidos sobre géneros y sexualidades que circulan en los textos comunicacionales.

Las transformaciones en materia de derechos sexuales y de género sucedidas en Argentina

en los últimos años así como los avances en materia de regulación de los servicios de comunicación audiovisual, impulsaron un debate público renovado sobre algunos tópicos de los estudios de comunicación y género que se volvieron dominantes en las perspectivas de indagación e intervención: “violencia mediática”, “sexismo”, “cosificación de las mujeres”, entre otros. Esto dio lugar al crecimiento de abordajes comunicacionales dominados por estas categorías que opacaron dimensiones como el placer en la recepción, las pedagogías sexuales y de género o las rutinas profesionales en las empresas culturales.

Me interesa comprender el modo en que se ha producido conocimiento científico sobre comunicación y género en Argentina porque entiendo que esa producción tensiona consensos disciplinares y repone discusiones vigentes tanto en el campo comunicacional como en los estudios de género y sociosexuales: la centralidad del “texto mediático” como unidad aislable; la perspectiva negativa y denunciante sobre los procesos de mediatización; la focalización en la categoría “mujer” y en su representación por sobre otras identidades y tópicos; la preeminencia de una mirada moralizante y la exigencia de estrategias de intervención punitiva sobre los productos culturales, entre otras.

Este texto es una primera aproximación al trazado de un mapa de problemas, perspectivas y abordajes que desde hace algunos años aparecen reunidos en dossiers y eventos académicos bajo la denominación “Comunicación y Género”. Esta misma clasificación opera en espacios institucionales científicos y universitarios identificando áreas, grupos de trabajo y especializaciones en la formación. Podemos encontrar luego sub clasificaciones –Estudios Feministas de Medios, Estudios de Medios y Género– pero todas se agrupan bajo la referencia general que remite a los dos campos de estudio en los que abrevan: los estudios de comunicación y los estudios de género.

Para Elizalde (2007) es precisamente este diálogo entre campos lo que permite pensar a los estudios de comunicación y género como un espacio transdisciplinar ya que entre ambos se produce una

rearticulación específica de conceptos y relaciones entre conceptos, que da lugar a la producción de objetos de estudio, también específicos. Es decir, que no pertenecen a priori a ninguna

disciplina en particular sino que se construyen históricamente en los distintos planteos teóricos (Elizalde, 2007: 17).

En igual sentido Sánchez Leiva y Reigada Olaizola afirman que “los estudios feministas en comunicación comenzaron a consolidarse en la academia impulsados desde enfoques y disciplinas tan diversas como la sociología, la semiótica, el análisis fílmico, el psicoanálisis y la teoría literaria” (2007: 7). Estos estudios se ocupan de los procesos culturales y los medios de comunicación masiva en particular como terreno de indagación sobre la conformación y funcionamiento de una estructura social desigual en términos sexuales y de género. Se desenvuelven en tres zonas prioritarias de atención: “las representaciones de género, el modo en que impactan en las vidas de las mujeres en tanto audiencias, la participación de las mujeres en los medios como productoras, periodistas, etc.” (Mendes y Carter, 2008: 1703). El “mediacentrismo” de esta definición se corresponde con las preocupaciones iniciales de las activistas feministas que denunciaban el rol de los medios en la reproducción de la ideología patriarcal. Si bien los estudios comunicacionales no se agotan en los medios de comunicación –sea en sus discursividades, rutinas de producción o consumo– este sesgo es una marca de origen en aquellos que piensan la comunicación desde el género. De hecho, algunas autoras observan con preocupación la ausencia de enfoques en otras áreas comunicacionales como la historia, la economía política de la comunicación o la teoría general de información y comunicación (Sánchez Leiva y Reigada Olaizola, 2007).

Así, la definición de un cuerpo de objetos y un horizonte problemático –el lugar de los medios en el “engendramiento” de los sujetos– está relativamente estabilizada mientras que los modos de abordaje y las perspectivas teóricas son todavía objeto de debate. Cómo se conciben los procesos comunicacionales y la relación de las personas con sus prácticas culturales es todavía un terreno de fuertes disensos e, incluso, antagonismos. Me propongo que las reflexiones aquí desarrolladas funcionen como insumo para contextualizar algunas discusiones que parecen anacrónicas en el campo de la comunicación. El trabajo aborda las investigaciones centradas en “medios de comunicación” porque es la zona en la que se inscriben mis indagaciones y debates.

Organizo el texto en tres secciones: primero presento una genealogía de los estudios de

comunicación y género a nivel internacional con especial atención en dos de sus localizaciones clave, Estados Unidos e Inglaterra. Luego mapeo el surgimiento y consolidación de los estudios a nivel local así como sus principales tendencias de investigación. Aquí se explicitan algunas hipótesis sobre los problemas y perspectivas que dominan la producción de conocimiento. Finalmente, planteo ciertos desafíos y perspectivas para la investigación en comunicación y géneros contemporánea.

Estudios de comunicación y género en clave genealógica

El malestar del contenido

Los estudios de comunicación y género surgen de un malestar: los medios de comunicación representan de modo sesgado e irreal a las mujeres. Ya en 1963 Betty Friedan sienta las bases de lo que muchas autoras consideran el primer “repudio furioso” a las representaciones mediáticas sobre las mujeres y los efectos que estas tienen en sus vidas (Gamba, 2008; Buonanno, 2014). Esas bases, identificadas como hito en las reflexiones que animarán la “segunda ola del movimiento feminista”, se constituyen en precursoras de una línea de pensamiento sobre los medios de comunicación que continúa —no sin cuestionamientos— hasta hoy.

Buonanno señala que “los estudios feministas de medios tienen la característica particular de encontrar un origen y estímulo por fuera de la academia en los círculos activistas de la segunda ola del feminismo” (2014: 8). Fueron sus intereses los que iniciaron el debate acerca del rol de los medios en las configuraciones de género y los tradujeron en estudios académicos y demandas al Estado. Los 70 constituyen el momento de mayor embate contra el sexismo y la violencia generada en y por los medios hacia las mujeres. Tuchman (1978) habla directamente de la “aniquilación femenina” en los contenidos mediáticos. Es en este contexto cuando empiezan a desarrollarse un conjunto de investigaciones que observaron en los mensajes mediáticos la construcción de sentidos sociales sobre la desigualdad entre varones y mujeres¹.

Estos estudios inaugurales, conocidos como “estudios sobre las imágenes de la mujer”, se sitúan en la tradición funcionalista norteamericana² (Elizalde, 2009). Según Hollows, es-

taban basados en el análisis de los efectos de los mensajes en la “socialización de las mujeres en nociones restrictivas de feminidad” (2000: 17). Ello derivó, entre otros supuestos sobre la cultura masiva, en la consideración de que los medios de comunicación representaban “mal” la realidad. Las imágenes de las mujeres constituían estereotipos limitados y discriminatorios que era necesario reemplazar por imágenes positivas (Hollows, 2000; Jaddou y Williams, 1981). Este reclamo por la inversión y/o la erradicación de las imágenes inadecuadas pasará a formar parte del sentido común del activismo y la investigación feminista sobre la comunicación así como de las declaraciones de principios de los organismos internacionales³.

Según Hollows, hay dos problemas con este enfoque. El primero es cómo se piensa la relación entre medios y sociedad: se entiende a los primeros como una ventana al mundo cuyas imágenes son o deberían ser un reflejo de la realidad. Esto supone, además, el acuerdo sobre un modelo real de feminidad. Hollows recupera una emblemática afirmación de Brunsdon –otra pionera en los estudios aquí abordados–: “pedir imágenes más realistas es siempre un argumento a favor de la representación de ‘tu’ versión de la realidad” (2000: 18). El segundo problema refiere a la metodología del análisis de contenidos como una aproximación meramente “textual”. Esto acarrea la separación de esos textos de su marco de aparición, del contexto cultural en que se producen y consumen, así como el olvido de los contratos de lectura establecidos con los medios.

En un sentido similar, Jaddou y Williams sostenían tempranamente que “en muchos casos el análisis de contenido simplemente afirma y confirma lo obvio” (1981: 106). Explican que este tipo abordaje –especialmente cuando se fundamenta en la identificación de la frecuencia de aparición de estereotipos– “falla en analizar e investigar las contradicciones que aparecen en los modos en que son presentados esos estereotipos”. Por ejemplo, “el rol de secretaria en un drama específico ¿es utilizado para confirmar el lugar de las mujeres en la oficina o para cuestionar la división sexual del trabajo?” (Jaddou y Williams, 1981: 106). Los estereotipos reproducidos en los medios de comunicación se ajustan a un cierto verosímil social sobre las mujeres, por ejemplo, en una sociedad capitalista basada en desigualdades de género y se conforman así –hasta un cierto grado– con las efectivas posiciones de las mujeres en esas sociedades y es por ello que resultan efectivos, porque “nunca son por completo falsos o nunca están por completo

equivocados” (1981: 106). Reclamar la erradicación de estos estereotipos es inviable porque implicaría desentrañar los medios de la sociedad de la que son parte. Reclamar su inversión por “imágenes positivas” podría minar la lucha del movimiento de mujeres en la medida en que presente representaciones de mujeres “ya liberadas”. Incorporan además el clivaje de clase y no solo cuestionan la homogeneización operada por ciertas feministas –tema central de debate del “feminismo de la tercera ola”– sino que sostienen que el énfasis en “cómo son representadas las mujeres” diluye la preocupación por “cómo es representada la lucha de las mujeres” (1981: 123). Trabajos como este son ejemplo de los tempranos reparos que se hicieron a las perspectivas sostenidas en el presupuesto de la inadecuación de la representación.

Este enfoque supone, como dijimos, la existencia de imágenes adecuadas, incluso –en el extremo– “reales”. Esto abre un conjunto de interrogantes: ¿cómo somos las mujeres?, ¿existe la posibilidad de establecer un referente que se “adecue” a la heterogeneidad de mujeres como sujetos concretos? y, de ser así ¿quiénes asumirían el rol de dicha representación y por qué? Estas discusiones son constitutivas del feminismo en tanto movimiento político e intelectual (Mouffe, 1992; De Lauretis, 1996; Butler, 2007, entre otras).

Las teorías del discurso que han analizado la dimensión simbólica de géneros y sexualidades han permitido distinguir entre “la mujer” –como objeto de la representación– y *las mujeres* –como sujetos históricos– (De Lauretis, 1996). La primera es “una construcción ficticia, un destilado de los discursos, diversos pero coherentes, que dominan en las culturas occidentales (discursos críticos y científicos, literarios o jurídicos) que funciona a la vez como su punto de fuga y su peculiar condición de existencia” (p. 15), mientras que las segundas son “los sujetos históricos reales que poseen una existencia definida en relación con estos discursos pero cuya materialidad excede la dimensión discursiva” (p. 15). Así, la ilusión de la existencia de “un” real identificable por fuera del discurso cede frente a la concepción de que las representaciones no solo no podrían agotar el universo “mujeres” sino que tienen una relación no directa ni refleja con la configuración de la experiencia de mujeres concretas, con su autorepresentación. Incluso, contrariamente, podrían potenciar dichas experiencias. Estas críticas orientarán la segunda etapa de estudios en comunicación y género.

El malestar inicial que habilitó la reflexión sobre la configuración simbólica del género,

dio lugar a la exigencia de la regulación de los contenidos de los medios. Los criterios de definición de las figuraciones femeninas que son “adecuadas”, “realistas” o incluso “dignas” continúan teniendo centralidad en los debates feministas sobre comunicación: ¿qué tipo de imágenes de mujeres deberían emitirse por los medios?, ¿quiénes lo definirían?, ¿cómo lograrían mantenerse estas definiciones cuando cambie el contexto social y político? Existen algunos consensos en torno de –por ejemplo– los discursos de odio, pero esto no implica asumir que el debate está saldado. Incluso si acordáramos que llegamos a un consenso sobre cómo deberían tratarse ciertas temáticas relativas a géneros y sexualidades en los medios, y que ese consenso se ha materializado en protocolos, recomendaciones y hasta legislaciones, ¿podríamos asumir que esos son los límites posibles –y deseables– para las representaciones sobre las mujeres? ¿Cómo sostendríamos que no hemos dejado nada por fuera de lo representable o que logramos un umbral aceptable de pluralismo? ¿Es eso posible? ¿Qué haremos cuando algún grupo de mujeres se sienta excluido de los protocolos de representación y los discuta? De hecho, uno de los aspectos más cuestionados de estos enfoques es precisamente la poca problematización de la noción de sujeto (mujer) con la que trabajan (Laudano, 2010: 43).

En suma, estos primeros estudios fueron cuestionados por su visión del proceso comunicacional, su énfasis casi exclusivo en el análisis del texto como unidad aislada de la que podían derivarse sus efectos. En ese marco, era

innecesario relevar las formas de decodificación activadas en las lectoras, dado que se presumen ‘normatizadas’ por la codificación y eficacia de la manipulación mediática. En definitiva, una mirada rígida sobre los medios, los cuales operarían como instituciones todopoderosas de (re) producción, aislados de otras prácticas e instituciones culturales generadoras de sentidos (Laudano, 2010: 44).

Las investigadoras feministas del Centro de Estudios Culturales Contemporáneos de Birmingham darán un primer giro radical a esta perspectiva a partir de la indagación de la relación de las audiencias con la cultura masiva. Algunas de ellas se preguntarán también por los procesos productivos: quiénes y en qué rutinas profesionales elaboran los productos comunicacionales.

Si bien esta inclinación a observar la relación de los sujetos con los medios es general en los estudios culturales –y también en ciertas corrientes teóricas en Estados Unidos (como la de “usos y gratificaciones”)– la condición transdisciplinar de las investigaciones implicó profundos cambios tanto en los estudios de comunicación como en las perspectivas feministas. En el primer caso, dado que, aún para quienes no inscribieran sus intereses en la problemática de “comunicación y género”, iba a resultar insoslayable considerar el género como una dimensión constitutiva de los procesos de significación y no como una mera variable demográfica o un atributo de sujetos o prácticas. Dice Hall: “para los estudios culturales la intervención del feminismo fue decisiva [...] fue completamente revolucionaria de forma práctica y teórica” (2010: 57).

En relación a las perspectivas feministas, este giro fue crucial para la reflexividad sobre la condición de sujetos comunicacionales de las investigadoras, que comenzaron a revisar sus propias posiciones como audiencia y a registrar las tensiones en las que se encontraban frecuentemente –entre la crítica y el disfrute de los productos comunicacionales–. Así, se comenzó a cuestionar la distancia que el paradigma de los efectos suponía entre las “mujeres comunes” y las feministas.

El placer de la cultura

A partir de los 80 los procesos de “recepción” comenzaron a ser tenidos en cuenta en los estudios de comunicación, y categorías como “placer” y “resistencia” emergieron en las investigaciones. McRobbie, exponente de estos estudios, señaló la necesidad de romper la barrera que algunas feministas crearon al asignarse una inteligencia superior a la de las “mujeres normales” que impedía analizar en profundidad el papel de la cultura de masas en la configuración de identidades.

La autora entiende que el rechazo al vínculo entre placer y consumo de productos culturales políticamente “incorrectos” fue para cierto feminismo un obstáculo epistemológico y, a su vez, un camino para la producción de una cultura del puritanismo que dio lugar a placeres culpables señalados como sitios de falsa conciencia (1998). En esa línea, Wise (2006)

se pregunta por qué el gusto de las mujeres por ciertos objetos de las industrias culturales –ídolos musicales, por ejemplo– se explica solo desde el supuesto de una atracción sexual o romántica. A partir de un auto-socioanálisis sobre su experiencia adolescente como fan de Elvis Presley y su devenir feminista en la adultez cuestiona la exigencia de dejar atrás al ídolo porque suponía una contradicción con el paradigma ideológico al que comenzaba a adscribir. Al morir Elvis, Wise observa los análisis producidos en torno de su figura y concluye que buena parte del conocimiento producido sobre estos acontecimientos encuentra exactamente lo que va a buscar: indaga en lugares selectivos, hace solo algunas preguntas e ignora información incómoda o inadecuada para sus hipótesis (2006: 396).

Lo que evidencia esta segunda etapa es que el paradigma moralizador y normativista de algunas posiciones académicas y políticas contribuye a simplificar y dicotomizar el vínculo entre la cultura de masas y los sujetos, especialmente las mujeres. Esto constituye la base de ciertas miradas victimizadoras y estupidizadoras (Justo von Lurzer y Spataro, 2015) que al excluir del análisis dimensiones como emoción, placer y agencia, solo confirman lo que suponen: que la cultura de masas es nociva para las mujeres.

En este período fueron clave los aportes de la teoría del cine, en particular los de De Lauretis (1996) quien conceptualizó a los medios como una “tecnología de género” entre otras. Esto, lejos de quitarles peso en una sociedad mediatizada, mostró la compleja trama de discursos y prácticas reguladoras del ideario de género que establecen (en conjunto y en cada momento histórico), los contornos de lo posible en términos de representación y autorepresentación. Así, De Lauretis reconoce y pone en escena la relación entre discurso y acción en la configuración de la experiencia. Como se ve, no hay un cambio en los objetos de investigación sino en la concepción del proceso comunicacional y de la relación de los medios con otras instituciones sociales.

En términos de enfoque resulta crucial el abordaje etnográfico de las prácticas de los sujetos y la observación de las textualidades en sus contextos de circulación cultural. Se inscriben aquí investigaciones clásicas como las de Ang (1989) sobre *Dallas*, Radway (1991) sobre lectoras de literatura romántica, McRobbie (1998) sobre consumo y producción de revistas femeninas y Lila Abu-Lughod (1997) sobre el consumo de telenovelas en Egipto.

Algunos estudios fueron criticados por presentar “una perspectiva del sujeto como autónomo y capaz de ahondar y poner al descubierto todas las influencias de los medios sobre sí” (Gill, 2012: 490).

Estudios de comunicación y género en Argentina. Intermitencias, oportunidades y ausencias

Planteadas estas dos grandes “etapas”, caracterizaré los estudios de comunicación y género a nivel local para vincular sus tendencias dominantes con las particularidades de su momento de auge e institucionalización.

Diferentes autoras argentinas se ocuparon de reconstruir la relación entre teorías de comunicación y género (Elizalde, 2009), esbozar un mapa de tradiciones (Laudano, 2010) e indagar en la producción local reciente en la articulación de los dos campos (Elizalde, 2007). Aquí pretendo avanzar en la conexión entre las “grandes tradiciones” y los encuadres epistemológicos locales. No pretendo una caracterización exhaustiva sino una primera lectura del proceso de emergencia y consolidación de los estudios de comunicación y género en Argentina que sirva de contexto para las investigaciones actuales.

Si bien destaco la producción crítica sobre medios desde los 80 tanto en revistas culturales feministas (como *Feminaria*⁴) como en secciones especializadas y suplementos periodísticos y más tarde en medios alternativos y portales de comunicación feministas (RIMA, Artemisa, Comunicar Igualdad, etc.) este trabajo se acotará a las producciones académicas.

Intermitencias

La historia intelectual del campo comunicacional en Latinoamérica y Argentina tiene un doble sesgo de género. Por un lado, la ausencia o subvaloración de las investigadoras⁵, quienes no suelen aparecer en las genealogías del proceso de autonomización e institucionalización. Por otro, la ausencia de la perspectiva feminista y de los interrogantes ligados al género en la desigualdad cultural que quedaron postergados por los “grandes problemas” durante los pro-

cesos revolucionarios o populares en la región (Richard, 2009). Hay una excepción: Michèle Mattelart, cuyos trabajos en el Centro de Investigaciones Sociológicas de la Universidad Católica de Chile fueron pioneros en la articulación entre comunicación y género. Si habitualmente se considera que los estudios de género fueron “de afuera hacia adentro” y “de abajo hacia arriba” –es decir del activismo feminista hacia la producción de saberes en espacios institucionales y desde el interés de las comunidades universitarias hasta volverse políticas educativas y de conocimiento– en los contextos anglosajones estos intereses se encontraban con campos de estudios de comunicación ya consolidados.

El inicio del proceso de autonomización del campo en Argentina es contemporáneo al cuestionamiento de los medios en clave de género en otras latitudes, aunque en un contexto sociopolítico y académico muy diferente. Tal como sostiene Zarowsky (2017), a inicios de los 70 comenzó a delimitarse en el país un conjunto de estudios que pretendían denunciar los procesos de configuración hegemónica e intervenir entre la acción colectiva y las significaciones sociales, entre los mensajes masivos y la ideología dominante, con la finalidad de contribuir a la transformación social. Elizalde coincide en que su principal objetivo fue dilucidar las funciones ideológicas de los medios “según los intereses económicos a los que servían”. Parecía claro que el estudio detallado de los mensajes mediáticos y de la estructura de propiedad de los medios “constituía la mejor herramienta para relevar las vías usadas por el poder para ‘invadir’ e ‘infiltrar’ ideas a su favor, creando así dependencia” (2009: 25).

Fueron estos los grandes problemas de la comunicación que dieron origen a las principales líneas en el área: semióticas, historia cultural y de los medios, estudios sobre culturas populares, economía y política de la comunicación, comunicación alternativa, popular y comunitaria.

Los orígenes de la investigación se caracterizaron por su condición transdisciplinar y por la intermitencia en su desarrollo, producto de los golpes de Estado. En el retorno democrático se asiste a un momento de institucionalización definitiva, con el surgimiento y consolidación de carreras de formación específicas.

La tradición crítica latinoamericana está menos centrada en la identificación y análisis de los estereotipos de género y más influenciada por las *mitologías* barthesianas (Mattelart, 2007). Gill (2012) sostiene que aunque esta tradición trabaje sobre las superficies textuales

lo hace con mayor complejidad, atendiendo a los dilemas y ambivalencias de los textos. Sin embargo, estas mismas influencias resultaron un obstáculo al momento de proponer analizar los consumos culturales porque

se desdibujaba el análisis principal organizado desde una lectura de las relaciones de dominación de clase. A la vez por temor a ver relegados marcos interpretativos macro estructurales de los fenómenos de comunicación –de notable peso en la trayectoria regional de investigación– en pos de estudios etnográficos de corte micro (Laudano, 2010: 47).

Laudano, pionera en el análisis del consumo de medios en los 90, reconoce que –aunque pocos y aislados– los trabajos desarrollados en los 60 y 70 pusieron en escena la crítica feminista a los medios de comunicación aun cuando la mayoría de los enfoques se centraban en la dimensión de clase y la cultura popular (sin atender a su carácter generizado) y estimularon el desarrollo de las experiencias de comunicación alternativa.

A mediados de los 90 puede identificarse ya un conjunto de trabajos sobre “comunicación y género” a nivel local aunque no se autodefinan necesariamente así. Desde sus orígenes los estudios de “mujeres”, más tarde los de género y diversidad sexual se propusieron rehuir de la “ghettización” en los procesos de institucionalización. Esto se tradujo en un esfuerzo de transversalización disciplinar que asume contornos más difusos e inscripciones múltiples para la construcción de conocimiento sobre géneros y sexualidades⁶.

Así, en Argentina –mucho antes de la consolidación de un área que se defina como aglutinadora de los estudios de comunicación y género– encontramos una serie de trabajos que abordaron la representación de las mujeres en las revistas femeninas o la literatura sentimental, la prensa y revistas culturales feministas, trabajos pioneros sobre telenovela, cine comercial y cine feminista, pornografía, etc. Estas investigaciones podrían —y en muchos casos así sucedió— inscribirse en zonas tradicionales del campo comunicacional sin conexión explícita con los estudios de género y viceversa. Es precisamente esa *conexión* y su institucionalización la que me interesa indagar.

Se produjo, entonces, una paulatina y progresiva expansión de investigaciones sobre géneros y sexualidades en el universo académico nacional a partir de propuestas impulsadas

por investigadoras feministas y del campo de la diversidad sexual que incluyeron estos temas en los programas de sus materias, seminarios optativos e instancias de formación y estudio colectivas. En el caso específico de las carreras de Comunicación en universidades nacionales podemos mencionar trabajos señeros como los de Laudano en La Plata; Delfino, Chaneton, Gutiérrez, Campagnoli, y luego Elizalde, en Buenos Aires; Delmas y Cremona en La Plata; Fernández Hasan en Cuyo; Rovetto en Rosario; Morales en Córdoba, entre otras que desarrollan sus tareas de investigación y docencia en el campo de la comunicación. Las incipientes redes de estos equipos de investigación y los diálogos desarrollados en los congresos y espacios de producción y circulación académica fueron la base de cierta institucionalización de los estudios de “comunicación y género” que encuentra, ya en 2000, una generación de investigadoras/es formados y egresados en carreras de grado y posgrado en Comunicación. Estos grupos comenzaron a generar espacios en eventos académicos y, simultáneamente, aprovecharon la expansión del sistema científico público a través del incremento de becas. El ingreso de investigadoras/es al CONICET multiplicó las tesis y proyectos en torno a estas temáticas y la creación de ofertas de posgrado y programas especializados de docencia e investigación⁷.

En relación con los objetos⁸, el análisis de las representaciones mediáticas ocupa un lugar preponderante. En estos casos,

las producciones se limitan a desmontar las lógicas de construcción mediática a partir del análisis lingüístico y de discurso sin avanzar en la producción de conclusiones que no sean sólo la verificación de un sentido común extendido sobre cómo los medios estereotipan la realidad social (Elizalde, 2007: 17).

La autora señala, además, que la mayoría de los trabajos “reflexionan en relación cuasi exclusiva a *las mujeres* y en torno al *cuerpo femenino* como obsesión prioritaria de la atención investigativa” (Elizalde, 2007:17).

Es en relación a esta etapa que quiero proponer dos hipótesis acerca de los hechos que contribuyeron a consolidar esta tendencia de análisis de contenido que parece haberse insta-

lado como dominante hasta hoy. Sobre estas pistas pretendo seguir profundizando en futuros trabajos.

Oportunidades

En un período de intensa incidencia política y debate público tanto respecto de los derechos sexuales y de género⁹ como de la función social de los medios y su regulación, en 2009 se abre una doble ventana de oportunidades: las organizaciones feministas consiguen la sanción de la Ley de *Protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres* y la inclusión en la Ley de *Servicios de Comunicación Audiovisual* de artículos específicos relativos a la discriminación por cuestiones de género y sexualidad. El diálogo explícito entre ambas leyes –que se remiten mutuamente en sus textos– sentó nuevas (viejas) bases para la discusión y producción sobre comunicación y género.

Se crearon observatorios de medios específicamente dedicados a monitorear el tratamiento de cuestiones de géneros y sexualidades en universidades y se comenzó a focalizar de un modo más agudo en otros organismos del Estado (Observatorio de la Discriminación en Radio y Televisión y la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual). En este marco, la producción de datos se constituyó en insumo necesario no solo para los organismos del Estado responsables de la implementación de las leyes sino para las organizaciones feministas que demandaban el desarrollo de políticas públicas y vehiculizaban sus denuncias en estos nuevos canales institucionales.

Este escenario contribuyó a la conformación de cierto sentido común que funciona como telón de fondo para el desarrollo de nuevas investigaciones; la “violencia mediática”, el “sexismo”, la “cosificación de las mujeres”, los “estereotipos de género” y sus presuntos efectos en la socialización de los sujetos aparecen nuevamente como el horizonte de problemas dominantes. Este clima de época, exigió cierta radicalidad que implicó un esencialismo estratégico de nuevo signo, sobre las mujeres y sobre las textualidades.

Sánchez Leiva y Reigada Olaizola sostienen que existe “una creciente armonía entre las investigaciones realizadas desde la ‘perspectiva de género’ y la gestión de las administraciones

públicas para alcanzar la igualdad entre los sexos” (2007: 12). Una crítica similar desarrolla Morales cuando afirma que la aplicación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual focalizó en “la forma de aparición de los femeninos en la programación o el uso del lenguaje sexista” (2013: 81) es decir, se redujeron los alcances y potencialidades de la norma a la “discriminación de género”. Y agrega un dato significativo: las críticas feministas a los medios de comunicación desarrolladas, por ejemplo, en los Encuentros Nacionales de Mujeres que desbordan el análisis de contenido o el lenguaje sexista, son sistemáticamente relegadas.

Como se vio en la primera parte de este trabajo, esta perspectiva sobre medios y géneros ha sido abandonada a nivel internacional, sin embargo en Argentina y en el contexto de oportunidad aquí esbozado se revitaliza. Esto se vincula con la segunda hipótesis: la etapa culturalista de estudios en comunicación y género ha tenido escaso desarrollo local.

Ausencias

Como vimos, en el momento de auge internacional de los estudios de audiencias y consumo cultural, Argentina se encontraba en plena transición democrática y sus carreras de Comunicación en proceso de institucionalización. Laudano identifica algunos trabajos que se ocuparon de retomar un objeto clásico de los estudios de cultura popular, la telenovela, para analizarla en recepción (Muñoz, 1993; Alfaro, 1988).

A fines de los 90, cuando aquí recién se observa la incipiente institucionalización de los estudios de comunicación y género mientras que en el mundo se asiste ya a su segunda etapa, el contexto de profunda crisis social y económica prefiguró de algún modo el foco de los problemas de investigación y limitó la inversión pública en educación y ciencia. Hacer estudios de audiencias no debió parecer ni material ni imaginariamente viable en ese período. De hecho, la década de mayor inversión relativa en investigación coincidió con el marco de disputa por las leyes de Violencia de Género y de Servicios de Comunicación Audiovisual. Ese marco encuadró, de manera excluyente, a los estudios de comunicación y género: los contenidos y la desmonopolización de los medios en detrimento del estudio de las prácticas.

Si bien la especialización de los equipos de investigación implicó el acceso a los debates

foráneos, el cuestionamiento a las perspectivas “limitadas” y la apropiación de paradigmas que exceden los contornos del contenidismo, estas investigaciones no dominan la producción local y muchas veces no son bien recibidas en el seno de ciertos debates feministas, acusadas de relativistas e, incluso, de cómplices de la opresión a las mujeres (Chaher, 2017).

Entre los estudios más recientes podemos ubicar aquellos que abordan los consumos musicales de mujeres (Spataro, 2011), las rutinas profesionales en medios (Rovetto, 2010), las investigaciones sobre acción política y agencia en redes sociales y la apropiación de nuevas tecnologías (Laudano, 2016; Rovetto y Camusso, 2016); el abordaje del discurso radiofónico desde una perspectiva de género (Morales, 2013); los análisis de prácticas asociadas (in)directamente a la “cultura mediática”, como los cursos de seducción para mujeres (Elizalde y Felitti, 2015) y los análisis que vinculan críticamente las narrativas mediáticas del espectáculo con las transformaciones en los imaginarios sociosexuales y pedagogías morales (Sánchez de Bustamante, 2016; Justo von Lurzer, 2017).

El desarrollo débil de esta tradición y la escasa experiencia de trabajos en recepción¹⁰ implicó un desplazamiento tanto del placer como del conflicto del centro de las indagaciones. Reconocer la ambivalencia y polisemia de los productos y procesos comunicacionales (Laudano, 2010) conmueve los cimientos de la retórica victimista (y de “repudio furioso”, para recuperar la tradición) desde la que se enuncia en la actualidad la posición crítica dominante sobre los medios.

Desafíos. Sexualización, posfeminismo y crítica cultural

Como cierre pretendo señalar lo que la literatura contemporánea plantea como “tercer momento” y se presenta como nuevo desafío para los estudios locales. Se caracteriza por un proceso convergente de popularización del feminismo y sexualización de la cultura (Power, 2016; Gill, 2012; McRobbie, 2009). Una sexualización que, como señala Gill, está generizada y compele a las mujeres a desplegar lo que denomina “*sexyness*” (2012).

Buonanno (2014) alerta sobre la necesidad de preguntarse ¿cómo hacemos estudios de género y comunicación en procesos comunicacionales y culturales cambiantes? Las transfor-

maciones mediáticas así como las nuevas formas de mercantilización del género y las sexualidades en las sociedades de consumo avanzadas (Dorer y Hipfl, 2013; Mendes y Carter, 2008) exigen de una intuición investigativa que pueda recuperar las potencialidades y vigilar las limitaciones de las etapas anteriores.

Para Buonanno,

la oposición hacia los medios en la fase inicial de los estudios feministas está siendo reconfigurada en el contexto postfeminista como una oposición a la cultura consumista y a la sexualización del cuerpo femenino. En consecuencia, la noción de sexismo que parecía haber caído en desuso ha sido resucitada y es usada en la crítica de las prácticas de sexualización extendidas entre chicas y mujeres, que pueden encontrarse en la publicidad, la prensa, la televisión, el cine, los videojuegos e internet (2014: 20).

Advierte sobre el riesgo de volver a quedar atrapadas en una idea de los medios como centralmente nocivos y sostiene que mientras el feminismo se está volviendo popular (con sus implicancias positivas y negativas) ciertas intelectuales feministas vuelven a enfatizar la tajante división entre “mujeres ordinarias” y ellas.

Por ello, es necesario pensar los procesos actuales y las prácticas desde paradigmas diferentes, dado que la sexualización no necesariamente es una dimensión de la vida de las mujeres que queramos (o estemos en condiciones de) obturar. Y la popularización del ideario feminista –aún con los alivianamientos y desconflictivaciones propias de su masificación– puede devenir conciencia ampliada de las posiciones posibles de ser habitadas por las mujeres.

En este sentido, uno de los desafíos consiste en reubicar la investigación sobre medios no solo en relación a cómo transformarlos sino en relación a su potencial transformador. Richard (2009) sostiene que la crítica cultural feminista no debe limitarse a denunciar estereotipos dominantes o estimular representaciones alternativas, sino preguntarse sobre otras dimensiones –el placer, el erotismo, lo lúdico, el humor– que permitan analizar qué es lo que significan las personas sobre lo que hacen, qué implicancias tiene la cultura mediática en sus identificaciones y cómo atraviesa su(s) experiencia(s). Ello implica desplazarse, por ejemplo, del ataque a la “sexualización mediática” hacia la crítica al consumismo, de la deslegitimación

de la popularización del feminismo hacia su contextualización y transformación en herramienta para el desarrollo de proyectos de vida.

Implica también atender a la tensión propia del procesamiento simbólico de lo social que recupere una mirada sobre la cultura como terreno siempre en disputa. Es posible que la *nostalgia epistemológica* que parece orientar la reflexión sobre comunicación y género desde paradigmas que han sido profundamente discutidos en los últimos 40 años, haya permitido opacar que la cultura popular y de masas es un espacio de lucha y en constante movimiento (Hall, 1984).

Puede haber acuerdos parciales, cristalizaciones y sentidos que hegemonicen la producción cultural en ciertos períodos pero no podemos imaginar suturas definitivas ni representaciones acabadas: “las identidades marcadas genéricamente y las formas culturales se producen, reproducen y negocian en contextos históricos específicos dentro de relaciones de poder específicas y cambiantes” (Hollows, 2000: 22) que no solo exceden el mero encuentro con el texto mediático sino que configuran ese encuentro en relación con los contextos de apropiación, las trayectorias y experiencias subjetivas, la posición de sujeto. Pueden habilitar, entonces, no solo lecturas opositivas sino apropiaciones imposibles de ser inferidas desde la superficie textual. Esto es clave en contextos como el del movimiento #NiUnaMenos como parte de las transformaciones del universo simbólico en los que se inscriben las relaciones entre sujetos y medios de comunicación.

Recuperar la dimensión conflictiva de la producción cultural permitiría entonces, entre otras cuestiones, alejarse de cierto mecanicismo que parecería establecer relaciones de causalidad entre representación mediática y transformación social. Ni los medios y sus representaciones estereotipadas han impedido que ciertas transformaciones en materias de derechos de géneros y sexualidades sucedieran ni podemos sostener que, a la inversa, hayan sido algunas mínimas transformaciones en las representaciones mediáticas las impulsoras de dichas transformaciones. Quitar la causalidad a esta relación es central para comprender los procesos culturales y su vinculación con las agendas políticas y los movimientos sociales en su complejidad.

Notas

1 En este primer momento, todavía la categoría “género” no es utilizada en los estudios académicos ni en el activismo feminista.

2 Para un abordaje de las diferentes etapas al interior de la corriente funcionalista, cfr. Elizalde, 2009.

3 Cfr. Informe UNESCO 1975, Conferencias de las Naciones Unidas sobre la mujer. Uno de los hitos más significativos en la incidencia política iniciada en los 70 por las activistas feministas fue la inclusión en la Plataforma de Beijing (1995) del Punto J “La mujer y los medios de comunicación”. La formulación de leyes y políticas públicas que atienden al nexo entre comunicación y género remiten a los lineamientos trazados en dicho texto fundacional.

4 Entre 1998 y 2007 todos los números cuentan con al menos un artículo crítico sobre medios de comunicación.

5 Entre las más influyentes en Argentina se destacan: Margarita Graziano, Alicia Entel, Marita Mata, Patricia Terrero, Nora Maziotti.

6 Queda pendiente para otros trabajos profundizar en la relación de los estudios sobre sexualidades con el campo comunicacional. Sobre la institucionalización académica de los estudios sobre sexualidades, cfr. Ortiz y Pecheny, 2010.

7 Destaco, entre otros, el Doctorado en Estudios de Género en la Universidad Nacional de Córdoba (creado en 2011); el Doctorado en la Facultad de Filosofía y Letras, que puede cursarse con Mención en Género (2012); Maestrías en Género de las universidades nacionales de Rosario y Luján (2003 y 2013, respectivamente). Además, las especializaciones de posgrado universitarias en Comunicación habilitan el Programa de Actualización en Comunicación, Géneros y Sexualidades de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA (2014), la Especialización en Comunicación y Género de la UNLP (2014). Tanto la UBA como la UNLP crearon, además, áreas dedicadas a la formación, investigación y transferencia. La Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP) cuenta con una Secretaría de Género desde 2010 y la Licenciatura en Comunicación (UBA) replicó esa experiencia en 2012 con la creación del Área de Comunicación, géneros y sexualidades.

8 Tomo como fuente el relevamiento de trabajos en actas de los tres congresos más significativos de ambos campos a nivel local (ENACOM, Red Nacional de Investigadores en Comunicación y Jornadas Nacionales de Historia de las Mujeres y Congreso Iberoamericano de Estudios de Género). Además, las principales revistas de Comunicación a nivel nacional (entre otras: *Trampas*, *La Trama*, *Intersecciones*, *Question*, *Avatares*) y los proyectos de investigación individuales y colectivos financiados por universidades y agencias científicas locales. En esto, sigo el relevamiento realizado por Elizalde (2007) hasta 2006 y mi relevamiento para los diez años subsiguientes.

9 Desde principios de siglo no solo se diseñaron e implementaron programas y políticas públicas de protección y ampliación de derechos de género y sexuales sino que muchos de ellos quedaron materializados en leyes fundamentales como la *Ley de Salud sexual y procreación responsable* (2002), de *Educación sexual integral* (2006), de *Pro-*

tección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres (2009), de *Matrimonio igualitario* (2010), de *Identidad de género* (2012), de *Fecundación asistida* (2012), de *Prevención y Sanción de la Trata de Personas y Asistencia a sus "víctimas"* (2008, modificada en 2012), entre otras.

10 Al momento de escribir este trabajo se encuentran en desarrollo varios Proyectos de Investigación Orientados financiados por el CONICET y la Defensoría del Público que podrán brindar información acerca de las prácticas de las audiencias en relación con sus consumos mediáticos.

Bibliografía

- Abu-Lughod, Lila ([1997] 2006). "La interpretación de las culturas después de la televisión". *Revista Etnografías contemporáneas*, N° 1, 2006. UNSAM.
- Alfaro, Rosa María (1998). "Los usos sociales populares de la telenovela en el mundo urbano". *Estudios sobre culturas contemporáneas*, Vol. II, N° 4-5, febrero.
- Ang, Ien (1989). *Watching Dallas. Soap Opera and the melodramatic imagination*. London and New York: Routledge.
- Buonanno, Milly (2014). "Gender and media studies: progress and challenge in a vibrant research field". *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 50: 5-25.
- Butler, Judith (2007). *El género en disputa: el feminismo y la subversión de la identidad*. México: Paidós.
- Chaher, Sandra (2017). "¿Qué se critica desde el feminismo a los medios de comunicación?" *Comunicar igualdad*, 27 de marzo.
- De Lauretis, Teresa (1996). "Tecnologías del género". *Revista Mora*, N° 2. Buenos Aires: Instituto Interdisciplinario de Estudios de Género, Facultad de Filosofía y Letras, UBA.
- Dorer, Johanna y Hipfl, Brigitte (2013). "Current perspectives and future challenges in feminism and media studies". *International Journal of Media and Cultural Politics*, Vol. 9, N° 3.

- Elizalde, Silvia (2007). “De encuentros y desencuentros. Hacia un mapa indicial del vínculo género/comunicación”. *Cuadernos Críticos de Comunicación y Cultura*, Nº 3.
- Elizalde, Silvia (2009). “Comunicación. Genealogía e intervenciones en torno al género y la diversidad sexual”. En Elizalde, Felitti y Queirolo (Coords.), *Género y sexualidades en las tramas del saber*. Buenos Aires: Ediciones del Zorzal.
- Elizalde, Silvia y Felitti, Karina (2015). “Vení a sacar a la perra que hay en vos. Pedagogías de la seducción, mercado y nuevos retos para los feminismos”. *Revista Interdisciplinaria de Estudios de Género*, Vol.1, Nº 2. Colegio de México.
- Gamba, Susana (2008). “Feminismos”. *Diccionario de estudios de género y feminismos*. Buenos Aires: Biblos.
- Gill, Rosalind (2012). “The sexualization of Culture?”. *Social and Personality Psychology Compass* 6/7. Blakwell Publishing.
- Hall, Stuart (1980). “Encoding/decoding”. En S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, P. Willis, *Culture media language* (pp. 128-138). London: Hutchinson.
- Hall, Stuart (2010). *Sin garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Ecuador: Envión Editores, Universidad Andina Simón Bolívar.
- Hollows, Joanne (2000). “Feminismo, estudios culturales y cultura popular”. En J. Hollows, *Feminism, Femininity and Popular Culture*. Manchester: Manchester University Press.
- Jaddou, L. y Williams, J. (1981). “A theoretican contribution to the struggle against the dominant representations of women”. *Media, Culture & Society*, Vol. 3. London Academic Press.
- Justo von Lurzer, Carolina (2017). “*Esto le puede servir a alguien*. Demandas de derechos en el espectáculo televisivo contemporáneo en Argentina”. Mimeo.
- Justo von Lurzer, Carolina y Spataro, Carolina (2015). “Tontas y víctimas. Paradojas de ciertas posiciones analíticas sobre la cultura de masas”. *Revista La trama de la Comunicación*, Vol. 19, enero-diciembre. Anuario del Dpto. de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales. Universidad Nacional de Rosario.

- Kapur, Ratna (2002). "The Tragedy of Victimization Rhetoric: Resurrecting the 'Native' Subject in International/Post-Colonial Feminist Legal Politics". *Harvard Human Rights Journal*, Spring, pp. 1-37.
- Laudano, Claudia (1998). "Talk Shows: entre la visualidad de la violencia y la invisibilización de la subordinación". *Revista Feminaria*, Año XI, N° 21, junio. Buenos Aires.
- Laudano, Claudia (2010). "Mujeres y medios de comunicación: Reflexiones feministas en torno a diferentes paradigmas de investigación". En Sandra Chaheer y Sonia Santoro (Comps.), *Las palabras tienen sexo II* (pp. 40-54). Buenos Aires: Artemisa Comunicación.
- Laudano, Claudia (2016). "Feministas en la red. Reflexiones en torno a las potencialidades y restricciones de la participación en el ciberespacio". En F. Rovetto y L. Fabbri, *Sin feminismo no hay democracia. Género y Ciencias Sociales*. Universidad Nacional de Rosario, Editorial Último Recurso.
- Mattelart, Michèle (2007). "Mujeres y medios. Memoria de un pensamiento crítico". En Sánchez Leiva y Reigada (Coords.), *Crítica Feminista y Comunicación*. Sevilla: Comunicación Social.
- McRobbie, Angela (1998). "More!: nuevas sexualidades en las revistas para chicas y mujeres". En James Curran, David Morley y Valerie Walkerdine (Comps.), *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Buenos Aires: Paidós.
- McRobbie, Angela (2009). "Top girls? Young Women and the new Sexual Contract". En *The Aftermath of feminism. Gender, Culture and Social Change*. Londres: Sage Publications.
- Mendes, Kaitlynn y Carter, Cynthia (2008). "Feminist and Gender Media Studies: a critical overview". *Sociology Compass*, 2/6. Blackwell Publishing.
- Morales Monguillot, Paula (2013). "Discusiones pendientes sobre los sentidos asociados a la violencia mediática en la región". *Revista Trampas de la comunicación y la cultura*, N° 74, marzo-abril. Universidad Nacional de La Plata.

- Mouffe, Chantal (1992). *Ciudadanía y Feminismo*. México: Debate Feminista.
- Muñoz, Sonia (1993). “Mujeres populares y usos de los medios masivos de comunicación”. *Cuadernos de Diálogos de la Comunicación*, N° 27. Lima.
- Ortiz Ortega, Adriana y Pecheny, Mario (Eds.) (2010). *Enseñanza universitaria sobre género y sexualidades en Argentina, Chile, China, México y Sudáfrica*. Buenos Aires: Teseo.
- Power, Nina (2016). *La mujer unidimensional*. Buenos Aires: Cruce casa editora.
- Radway, Janice (1991). “Conclusiones”. En *Reading the Romance. Women, Patriarchy, and Popular Literature*. Chapel Hill and London: University of North Carolina Press.
- Richard, Nelly (2009). “La crítica feminista como modelo de crítica cultural”. *Revista Debate feminista*, año 20, Vol. 40, octubre. México.
- Rovetto, Florencia (2010). *La representación del trabajo de las mujeres en la prensa: Análisis comparativo y cualitativo de la información de actualidad*. Barcelona: Bellaterra.
- Rovetto, Florencia y Camusso, Mariángeles (2016). “#Ni una (imagen) menos. Imágenes, apropiaciones y circulación en las redes sociales”. En Gastón Cingolani y Beatriz Sznajder, *Nuevas mediatizaciones y nuevos públicos: cambios en las prácticas sociales a partir de las transformaciones del arte y los medios en la red*. Rosario: UNR Editora.
- Sánchez de Bustamante, Marina (2016). “La mami progre. El ethos de la maternidad en el blog *Según Roxi*”. *Revista Letra Imagen Sonido. Ciudad mediatizada*, N°15. Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. En prensa.
- Sánchez Leiva, M. José y Reigada Olaizola, Alicia (2007). “Revisitar la comunicación desde la crítica feminista”. En M. José Sánchez Leiva y Alicia Reigada Olaizola (Coords.), *Crítica feminista y comunicación*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Spataro, Carolina (2011). “¿Dónde había estado yo?” *Configuración de feminidades en un club de fans de Ricardo Arjona*. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, mimeo.

- Tuchman, Gaye (1978). "The symbolic annihilation of women by the mass media". En G. Tuchman, A. Kaplan, J. Benét (Eds.), *Hearth and home. Images of women in the mass media* (pp. 3-38). New York: Oxford University Press.
- Williams, Raymond (1980). *Marxismo y literatura*. Barcelona: Ediciones Península.
- Wise, Sue (2006). "Sexing Elvis". En Simon Frith y Andrew Goodwin (Eds.), *On Record. Rock, Pop, The Written Word*. London: Routledge.
- Zarowsky, Mariano (2017). *Los estudios en comunicación en la Argentina. Ideas, intelectuales, tradiciones político-culturales (1956-1985)*. Buenos Aires: Eudeba.