

cim

Centro de Investigaciones
en Mediatizaciones

Facultad de Ciencia Política y RRH - UNR

10 años
del cim
en sus textos

Rubén Biselli
Sandra Valdetaro

Editores


UNR
EDITORA


UNR

10 años del CIM en sus textos : estudios sobre mediatización / Rubén Biselli... [et al.] ;

editado por Rubén Biselli ; Sandra Valdetaro. - 1a ed. - Rosario : UNR Editora, 2021.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-702-513-2

1. Ciencias de la Comunicación. I. Biselli, Rubén, ed. II. Valdetaro, Sandra, ed.

CDD 302.2

Edición y compilación

Rubén Biselli

Sandra Valdetaro

Diseño y producción editorial

Mariángeles Camusso



Directora

Dra. Sandra Valdetaro

Co-directora

Dra. Natalia Raimondo Anselmino

Comité Académico

Dra. Mariana Maestri

Dra. María Cecilia Reviglio

Dra. Florencia Rovetto Gonem

Dra. Mariana Patricia Busso

Lic. Mariángeles Camusso

Dra. Irene Lis Gindin

Coordinadora del Área de Vinculación Académica Internacional

Dra. Mariana Patricia Busso

Coordinadora de Comunicaciones

Lic. Mariángeles Camusso

Índice

Introducción

Biselli, Rubén y Valdetaro, Sandra 7

PRIMERA PARTE: REFLEXIÓN TEÓRICA

Por una genealogía del dispositivo pantalla
Biselli, Rubén (2011) 21

¿Qué se transforma cuando hay mediatización?
Cingolani, Gastón (2014) 36

Campo de la comunicación y procesos de mediatización
Diviani, Ricardo (2010) 56

A circulação além das borda
Fausto Neto, Antonio (2010) 77

Mediatizaciones y unidades de análisis: aproximaciones
a la complejidad
Fernández, José Luis (2020) 98

Interpretantes. Destinación colectiva y modelización de
identidades en la mediatización contemporánea
Fernández, Mariano (2020) 130

El primer borrador de la historia: el periodismo y su discurso histórico

Francescutti, Pablo (2017) 154

Sobre las hiperaudiencias

Maestri, Mariana (2010) 179

Apuntes sobre las intersecciones entre identidades individuales e identidades colectivas: un acercamiento al archivo de Eliseo Verón

Raimondo Anselmino, Natalia (2010) 192

Narratividad, ficción y mediatización. Algo acerca de sus relaciones

Traversa Oscar (2016) 204

Revisión de las teorías sobre efectos en el contexto de la mediatización actual: la cuestión de la masa

Valdettaro, Sandra (2013) 220

SEGUNDA PARTE: ESTUDIOS DE CASO

Publicaciones gráficas: en torno de sus usos y disputas

Busso, Mariana y Cossia, Lautaro (2014) 239

Naturaleza y artificio: iconografías de mujeres políticas en la bisagra de un "cambio de ciclo"

Camusso, Mariángeles y Rovetto, Florencia (2017) 260





“Una parte mía se fue con él”: ethos íntimo en el discurso de CFK

Gindin, Irene (2017) 290

Oídos sordos a un mundo indiferente. El aporte de las TICs a la discapacidad auditiva

Marchetti, Viviana, Mussa, Carolina y Vergini, A. (2011) 322

Prácticas discursivas académicas y tecnologías de la comunicación en el ingreso de una carrera de la UNR

Reviglio, Cecilia (2012) 346

Cultura erótica en la prensa femenina de los '60: un archivo digital

Schaufler, María Laura (2020) 372

Conversaciones en plataforma: construyendo comunidad institucional

Tobi, Ximena, Berton, Eliana, Cara, María José, Gueler, J (2019) 390

ADENDA

La cacerola del diablo

Eliseo Verón (INÉDITO) 420



Naturaleza y artificio: iconografías de mujeres políticas en la bisagra de un “cambio de ciclo”

Mariángeles Camusso

CIM - CIFEG (UNR) / (UAI)

mariangeles.camusso@gmail.com

Florencia Laura Rovetto

CONICET- CIM - CIFEG (UNR)

florencia.rovetto@gmail.com



Resumen

Aquí retomamos las indagaciones presentadas en Coloquios del CIM precedentes, intentando trazar una continuidad reflexiva en torno a las modalidades de representación de las mujeres en las imágenes que circulan en Internet y, en especial, en la plataforma infocomunicacional de Facebook. En los distintos acercamientos al campo observado hemos caracterizado recurrencias y disrupciones en las modalidades iconográficas que constituyen los discursos político, militante y ciudadano sobre las mujeres. A su vez, hemos puesto en conexión tales iconografías con

reivindicaciones feministas que irrumpen en la agenda política, generando ciertos “climas de época” que le dan origen y sentido a su circulación, interrogando sobre los límites y posibilidades de las mismas para la construcción de discursos políticos. En esta ocasión nos proponemos profundizar las hipótesis trabajadas anteriormente, analizando las modalidades iconográficas con que las que se representan a las mujeres políticas en el marco de un nuevo escenario, signado por el cambio de la figura presidencial en diciembre de 2015. Con ello, vemos la incipiente construcción de un modo de representación que podríamos denominar “naturalista”, enfocando funcionarias del nuevo gobierno en contextos de cotidianidad y, a manera de hipótesis, consideramos que esta operación discursiva entraña una intencionalidad orientada a la naturalización reforzadora de lo que es, y siempre fue, el artificio de la domesticidad.

Palabras clave

feminismo, iconografía en red, cuidados, domesticidad obligatoria



Forma, existencia y valor: desplazamientos semióticos en las iconografías de las mujeres

Antes de presentar los interrogantes que nos proponemos desarrollar realizamos un breve recorrido por el trabajo de observación y análisis que iniciamos hace varios años en el marco del Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) y del Centro de Investigaciones Feministas y Estudios de Género (CIFEG) de la Facultad de Ciencia Política y RR. II. (UNR, Argentina). Ambos espacios institucionales han cobijado nuestros intereses personales, académicos y políticos recuperando los aportes de los estudios feministas en su articulación con los estudios de comunicación y cultura.

Al ordenar cronológicamente los objetivos trabajados hasta el momento, las preguntas planteadas y los objetos analizados, podemos trazar una línea de continuidad reflexiva que, lejos de estar agotada, se diversifica, complejiza y abre nuevos interrogantes. Desde el inicio nos propusimos sistematizar los modos en que las representaciones visuales de las mujeres emergen como huellas¹ de las tensiones que configuran un clima de época, atravesado por la emergencia masiva de reivindicaciones propias de las agendas feministas.

La hipótesis inicial postulaba que estas transformaciones impactan, de una manera no lineal, pero tampoco azarosa, en la producción de significación asociada al término (signo) mujer.

1. Utilizamos el concepto huella en el sentido veroniano del término.

En cada uno de los análisis desarrollados, nos preguntamos cuáles son las formas cualitativas particulares de la representación de las mujeres, cómo se manifiestan en las intervenciones existentes concretas, y cuáles son los valores que se ponen en tensión, se desplazan y se reconfiguran en la producción y circulación de esos mismos existentes (Guerri, 2014).

En una primera aproximación al campo de la representación de mujeres en la red social Facebook (en adelante, FB), nos propusimos relevar los modos de construcción de las imágenes identitarias de diferentes espacios gubernamentales y otros vinculados a organizaciones políticas relacionados con las problemáticas de género, en sentido amplio. En esa ocasión analizamos las producciones iconográficas puestas a circular durante conmemoración del día 8 de marzo² de 2013, generadas y emitidas por diversas entidades públicas y sin fines de lucro, pertenecientes a espacios gubernamentales y a organizaciones sociales argentinas. Retrospectivamente, podemos reconocer que el trabajo analítico sobre el corpus -conformado por 33 cuentas de FB, relevadas mediante la utilización de las siguientes combinaciones de palabras de búsqueda: área / secretaria / asociación + mujer/es / género / feminista³- se focalizó en la descripción de las cualidades formales de las imágenes recopiladas.

Al preguntarnos qué imágenes representan a las mujeres, advertimos que las modalidades estético-narrativas de los espacios políticos se mezclaban, superponían y solapaban con el

2. Como ya se sabe, el día 8 de marzo, desde el año 1910, se conmemora la masacre de más de un centenar de mujeres quemadas en una fábrica de Sirtwoot Cotton en 1908, por hacer huelga reclamando igualdad salarial, la disminución de la jornada laboral a 10 horas y un tiempo para poder dar de mamar a sus hijos. En 1910, durante la Segunda Conferencia Internacional de Mujeres Trabajadoras celebrada en Copenhague (Dinamarca), más de 100 mujeres aprobaron declarar el 8 de marzo como Día Internacional de la Mujer Trabajadora.

3. Esta exploración inicial fue publicada con el título "Representaciones iconográficas feministas, de mujeres y de género en las redes sociales", en Camusso & Rovetto (2014).

gran volumen de imágenes producidas para la fecha de carácter comercial⁴, a partir de una recurrencia de elementos iconográficos estereotipados (flores acuareladas, colores pastel, vientres embarazados, labios carnosos, ojos grandes, cabellos largos, retratos de mujeres infantilizadas, proliferación de corazones u otros íconos relacionados a la maternidad y la afectividad). Todas estas formas estaban presentes aun en espacios institucionales de gobierno con alto grado de implicación en políticas de igualdad de género⁵.

Esta observación nos permitió reflexionar en torno a la persistencia simbólica de ciertas imágenes e interrogarnos por los límites y posibilidades de las mismas en la constitución de discursos políticos “igualitaristas” en materia de derechos y equidad. Asimismo, pudimos ponderar los modos en que tanto el Estado como las organizaciones políticas participan por acción u omisión en la construcción de ciertas iconografías que refuerzan el sentido común hegemónico de la feminidad, aun con un gran número de mujeres en los cargos políticos de mayor jerarquía durante la última década, y con la proliferación de organizaciones y colectivas feministas surgidas del creciente activismo militante del movimiento de mujeres en el país⁶.

4. Este fenómeno es denunciado cada año por las organizaciones que forman parte del movimiento feminista al considerar que el Día Internacional de la Mujer ha devenido en una oportunidad más del patriarcado para mercantilizar el reclamo por los derechos de las mujeres. Se señala que marzo se conoce como el mes de la mujer, en el cual distintos comercios y marcas ofertan sus productos de belleza, indumentaria “femenina” y electrodomésticos hogareños, con importantes descuentos y promociones. También se presenta como una instancia en que varones (parejas, jefes, colegas) agasajan con cenas, flores, chocolates y piropos a las mujeres (Actis, s/d).

5. Nos referimos a áreas o secretarías de Estado cuyos propósitos están orientados a abordar, por ejemplo, la problemática de la violencia de género, entre otras.

6. Los usos de las TICs por parte de las organizaciones feministas de mujeres jóvenes se han intensificado notablemente en la última década. Al respecto, Laudano (2015) señala que las “colectivas”, compuestas por jóvenes activistas en todo el país se destacan por una relación fluida con plataformas infocomunicacionales como FB que, a su vez, configuran de manera singular

Con este primer acercamiento a las producciones iconográficas circulantes en FB pudimos determinar que las estéticas disponibles en un momento dado operan como lugares comunes -topoi- y que los modos de representación -criticados con facilidad en las publicaciones de índole comercial, atribuyendo la estereotipia a las exigencias del mercado- se reproducen punto por punto en las comunicaciones de otros espacios referenciales. Así, los topoi discursivos en red garantizan la repetición de estereotipos o clichés, en tanto lugar común que se vuelve sensible a las necesidades de un consumo masivo. Esta operación se presenta como “una producción discursiva en la que prima la eficiencia antes que la búsqueda estética y la eficacia persuasiva” (Acebal & Maidana, 2010: 3), sin aportar alternativas iconográficas que la interpeleen o transformen.

En un segundo momento analizamos comparativamente un repertorio de materiales iconográficos contra la violencia de género que circularon en FB durante el año 2015, pertenecientes a las campañas #NiUnaMenos (Argentina)⁷ y #VivasNosQueremos (México)⁸, para abordar la dimensión política de estas figuraciones en el entramado de la cultura visual en la que se inscriben, de la que se apropian y a la que reproducen (Camusso & Rovetto, 2016). Podemos decir que en este abor-

sus prácticas activistas y constituyen un cambio significativo respecto a las de los grupos feministas en décadas anteriores.

7. La campaña #NiUnaMenos, se inicia en Argentina el 10 de mayo de 2015, como reacción frente a un nuevo femicidio. En pocas horas alcanzó su momento de condensación provocando la circulación en FB y Twiter de una gran cantidad de imágenes compuestas principalmente por ilustraciones que incluían el hashtag #NiUnaMenos y la convocatoria a marchar “3 de junio a las 17 horas” en más de sesenta ciudades de todo el país.

8. Por su parte, la campaña #VivasNosQueremos, es iniciada en México por la Colectiva feminista Mujeres Grabando Resistencias, que denuncian sistemáticamente, los femicidios producidos masivamente en ese país. Además, esta colectiva que se relaciona con la Escuela de Cultura Popular Mártires del '68, organización comunitaria, fundada en 1988, para quienes el trabajo gráfico constituye un instrumento de denuncia, información y organización política. Realizan talleres de producción gráfica en distintas ciudades mexicanas, denunciando minería, privatizaciones, feminicidios, desapariciones en Ayotzinapa, entre otros.

daje nos enfrentamos al corpus interrogando sus condiciones de existencia, es decir, la manifestación en objetos diferentes de posibilidades disponibles (Guerra, 2003: 8).

Allí pudimos detectar que, mientras las imágenes de las campañas #NiUnaMenos y #VivasNosQueremos en FB -con sus diferencias estético-políticas- ponían en escena el cuerpo "real" de las mujeres en tanto locus en que se exhibe la potencia predatoria de la dominación patriarcal (Segato, 2014), las imágenes analizadas en 2013 y construidas como marcas de identidad por instituciones estatales y organizaciones vinculadas a mujer/es, género y feminismo, ponían en circulación la persistencia de rasgos estereotipados aún en aquellas organizaciones que son parte del movimiento de mujeres y feministas. A partir de aquí constatamos que la construcción iconográfica de las mujeres se alimenta mayoritariamente del catálogo de simbologías culturales asociadas a un sistema de género desigual, reproduciendo, en gran medida, muchos de los estereotipos femeninos vigentes.

Con ambos análisis y en un lapso de dos años (2013-2015) pudimos advertir que las representaciones producidas en torno a mujer/es, géneros y feminismos se modificaban al calor de los acontecimientos, pero, también, que existían matices diferenciales en las producciones iconográficas sobre violencias sexistas en ambos países. Mientras la campaña argentina propiciaba imágenes construidas como una acción inmediata al calor de la indignación producida por un nuevo y brutal femicidio⁹, la otra, originada en México, mostraba las derivas de una praxis política en tanto resistencia colectiva y articulación programática de las luchas feministas en el continente latinoamericano.

9. El 12 de mayo de 2015, en la localidad de Rufino, al sur de la provincia de Santa Fe, Chiara Páez, que era buscada desde el domingo 3 de mayo, apareció enterrada en la casa del novio de 16 años, quien confesó el crimen. Ver: <http://www.telam.com.ar/notas/201505/104789-chiara-paez-fiscal-novio-confesion.html>. Recuperada el 22/06/2015.

Así, mientras las mujeres representadas en la campaña argentina se muestran solas, flotando en un cuadro plano y sin referencias espaciotemporales, o en escenas fantásticas con bosques, paisajes irreales o cielos imaginarios, en la campaña mexicana se representan mujeres en contextos definidos e identificables (la ciudad, el campo, el barrio, la calle) como escenarios cotidianos, reconocibles y concretos, donde las mujeres aparecen inscriptas en situaciones que las vulneran o las fortalecen individual y colectivamente. En síntesis, las imágenes de #NiUnaMenos mostraban víctimas inertes o heridas, vendadas y sangrantes, desmembradas, acurrucadas y desprotegidas, cuyo dolor se representa como un problema personal, individualizado y experimentado en soledad, borrando las tramas de poder que posibilitan la producción social de la violencia contra las mujeres. Las mujeres de #VivasNosQueremos presentaban una intención política con agudeza visibilizadora, mediante apuestas creativas que ponen en escena los más sutiles y escondidos mecanismos de dominio patriarcal a través de la violencia machista, con efectos disciplinadores y normalizadores del orden social.

Pese a estas diferencias cualitativas emergentes, sostenemos que la existencia de ambos fenómenos configura las transformaciones de un sistema de valores en determinados tiempos y espacios que ponen en el seno de la escena tensiones en torno al signo (ser/parecer) mujer.

Resulta evidente que, en Argentina, después de dos marchas del colectivo Ni Una Menos (3 de junio de 2015 y 2016) y dos Paros de Mujeres (19 de octubre de 2016 y 8 de marzo de 2017, de carácter internacional), las condiciones de producción y de reconocimiento han cambiado y la emergencia pública y masiva de la discursividad feminista impactan en las narrativas visuales pero también en las lecturas que se realizan sobre las mismas¹⁰.

10. Esta protesta social masiva, creativa, vital que ha dado vueltas al mundo

En un breve lapso de tiempo que va de aquella primera marcha del 3 de junio de 2015 al Paro Internacional de Mujeres (8M 2017), advertimos que las prácticas de visibilización del fenómeno de las violencias sexistas se ha complejizado en consignas y convocatorias circulantes en las redes y en las calles con el objetivo de alejar definitivamente el Día Internacional de la Mujer del regalo de flores y de la conmemoración vacía, para transformarlo en un día de protesta a nivel mundial¹¹. Con prácticas cada vez más creativas, medidas de fuerza inéditas y acciones cada vez más masivas, comienzan a circular nuevos sentidos que buscan denunciar la desigualdad histórica de las mujeres en la sociedad y sus múltiples consecuencias: desde las violencias machistas –y su expresión más extrema: los femicidios– hasta las muertes por abortos inseguros, el trabajo doméstico y de cuidados no remunerado que recae mayoritariamente sobre sus espaldas, la brecha salarial en relación a los sueldos masculinos, y la precarización laboral. Las demandas enunciadas el 8M adquieren su propia impronta en cada país y ciudad, con un denominador común: se trata de una

y generó inspiración para el activismo en rincones inesperados del planeta, semantiza una toma de conciencia general con efecto de contagio y rebeldía. Al respecto sostiene Verón: “En la red infinita de la semiosis, toda gramática de producción puede examinarse como resultado de determinadas condiciones de reconocimiento; y una gramática de reconocimiento sólo puede verificarse bajo la forma de un determinado proceso de producción: he ahí la forma de la red de la producción textual en la historia. Estas gramáticas no expresan propiedades en sí de los textos; intentan representar las relaciones de un texto o de un conjunto de textos con su más allá, con su sistema productivo (social)” (Verón, 1987: 130).

11. “Este 8 de marzo la tierra tiembla. Las mujeres del mundo nos unimos y organizamos una medida de fuerza y un grito común: Paro Internacional de Mujeres. Nosotras Paramos. Hacemos huelga, nos organizamos y nos encontramos entre nosotras. Ponemos en práctica el mundo en el que queremos vivir”. Así comienza el llamamiento difundido en redes sociales desde #NUM y se señala enfáticamente: “Nos apropiamos de la herramienta del paro porque nuestras demandas son urgentes. Hacemos del paro de mujeres una medida amplia y actualizada, capaz de cobijar a las ocupadas y desocupadas, a las asalariadas y a las que cobran subsidios, a las cuentapropistas y a las estudiantes, porque todas somos trabajadoras”. Más información en: <http://niunamenos.com.ar/> Fecha de consulta: 12/03/2017.

respuesta a la actual violencia social, económica, legal, política, moral y verbal.

En este marco, las consignas son cada vez más claras y sus repercusiones más contundentes¹². No es casual que la identificación del colectivo Ni Una Menos (#NUM), protagonista en la organización del evento a nivel local, se haya construido a partir de una propuesta visual que prescinde de las representaciones figurativas como elemento principal y opta por la abstracción que ofrece el componente tipográfico (la silueta que refiere al signo mujer pictográfico se inscribe dentro de una letra A, y pierde protagonismo en el conjunto). Abstracción que posibilita una generalización de un concepto que incluya a todas las mujeres con todas sus diversidades (generalización imposible en términos icónicos sin acudir a algún modo de estereotipia). Una tipografía despojada y pregnante, con un solo color -el magenta puro- que tensiona semantizaciones en torno a “lo femenino”, pero las subvierte con su saturación, intensidad y dificultades combinatorias -un color que sólo funciona señaléticamente a pleno con blanco o con negro, nunca con grises- constituyendo un núcleo identitario contundente, que sacudió el universo de las representaciones feministas y de género.



12. Algunas de las consignas de la convocatoria con mayor difusión en las redes sociales fueron: #NosotrasParamos, #EstamosParaNosotras, #VivasNosQueremos #NiUnaMenos, “Si nuestras vidas no valen, ¡produzcan sin nosotras!”, #NosMueveElDeseo, #NosotrasMovemosElMundo o “Hacemos que la Tierra Tiemble”, entre otras. Cada una de ellas merecería un desarrollo analítico situado que esperamos producir próximamente.



Figuras 1 a 3

Imagen convocatoria 2015 y adaptaciones a diversos usos.

Cabe señalar que la selección del color fue un tema de discusión importante en las asambleas previas organizadas por el movimiento de mujeres en distintas ciudades del país. Por un lado, quienes propugnaban usar el color negro, como muchas organizaciones internacionales; por otro, quienes proponían consolidar el violeta característico del feminismo, o elegir un color particular. Que haya primado esta última opción en detrimento de las otras tal vez sea producto del azar; pero probablemente, al sostener cierta continuidad con las iconografías mainstream (¡es el color de Barbie!), se generó un símbolo más amigable, más reproducible, más internalizable para muchas mujeres no militantes, alejadas de las discusiones políticas, pero conmovidas y movilizadas por el aumento de la cantidad de femicidios y de la crueldad de los mismos.

Es así como la pura posibilidad de un color, reproducida ad infinitum en marchas, redes sociales, medios masivos, carteles, volantes, pancartas, animaciones, manifiesta la instalación -con ribetes, con discusiones, con cuestionamientos pero con indudable masividad- de la discursividad feminista en la agenda cotidiana.

Espacio Público / Espacio Privado: de la excepción a las idénticas

En esta oportunidad revisamos un repertorio de imágenes producidas y difundidas durante un lapso de tiempo corto que abarca los primeros meses del mandato presidencial de Mauricio Macri, después del triunfo electoral de la alianza Cambiemos en noviembre de 2015. Interesa reflexionar sobre las modalidades de representación de las mujeres en las imágenes que circulan en Internet, observando, principalmente, las representaciones de mujeres políticas que ocupan cargos de mayor jerarquía en estamentos ejecutivos y legislativos a nivel nacional. Pero, a su vez, examinamos los contrastes con las

representaciones de mujeres que ocuparon cargos de similar calibre durante los doce años de gobierno del Frente para la Victoria.

En concreto, detenemos la mirada allí, en ese momento de transición de un gobierno a otro, para relevar las retóricas visuales que se articulan con un conjunto más amplio de discursividades circulantes emanadas del gobierno entrante: “somos un gobierno que dialoga”, “somos el mejor equipo”, “recibimos una pesada herencia”, “venimos a renovar la política”, entre otras. Estos fragmentos discursivos otorgan sentidos a un ritual de paso que, en tanto pedagogía social, se construye a base de “grieta”¹³ y tensiones.

El traspaso de mando presidencial entre referentes de partidos “antagónicos” constituye en Argentina una rareza y también una novedad, cuyo impacto simbólico se intensifica a través de algunos aspectos que nos interesa destacar: el final de la prolongada experiencia del kirchnerismo, la radicalidad del cambio desde las primeras medidas políticas de Estado y la apropiación semántica del término “cambio” por parte del nuevo gobierno. Este contexto propicia un análisis que se desprende de una observación aparentemente menor -realizada sobre notas/noticias “de color” publicadas en la prensa diaria- que pone en escena la imagen de las representantes del nuevo gobierno en situaciones cotidianas, asociadas al espacio doméstico, tal como veremos a continuación.

Estas construcciones o representaciones iconográficas nos permiten revisar la relevancia metafórica del término “cambio”

13. “Grieta” es un término geológico devenido metáfora para explicar la profunda división política que vive la sociedad argentina durante los años finales del kirchnerismo y que perdura durante el gobierno de Mauricio Macri. Acuñado por el periodista Jorge Lanata en 2013, es un término difundido y amplificado por los medios de comunicación que reversiona en clave siglo XXI la confrontación entre peronismo y antiperonismo. “La ‘grieta’ es una de las expresiones de la Cultura. Logra transmutar lo perdurable del enfrentamiento social en una coyuntura de polarización exacerbada entre kirchneristas y antikirchneristas” (Stulwark, 2016: 13).

y preguntarnos por su alcance para la vida de las mujeres. Sin dudas, los cambios en la orientación de todas las políticas de Estado (económicas, sociales, exteriores, etc.) iniciados a finales de 2015 tuvieron impactos rápidamente mesurables en la vida del conjunto social (Natanson, 2016). Sin embargo, aquí proponemos calibrar los modos en que dichos cambios fueron acompañados por producciones visuales que re-instituyen la tradicional separación entre las esferas de la vida social: pública/privada, productiva/reproductiva o doméstica.

Con la batidora semiótica puesta en posición turbo se mediatizan imágenes de las representantes del nuevo gobierno que parecen restituir un sentido común menos disruptivo sobre roles de género que, en una misma operación, difuminan “la grieta” entre familia y trabajo, y configuran visualidades opuestas a las iconografías promovidas durante el gobierno anterior.

A esta altura resulta una obviedad decir que las imágenes más difundidas sobre la participación de las mujeres políticas durante el gobierno saliente cristalizan la figura de Cristina Fernández de Kirchner -como sucedió con la imagen de Eva Perón- mediante un proceso de individuación mítica de su liderazgo. La retórica iconográfica parece reivindicar su participación en la política como el espacio público por excelencia, pero situada en un plano de excepción, al que hemos denominado síndrome de Pitufina¹⁴, por su capacidad de destacarse en un escenario del poder que históricamente fue construido como patrimonio genérico de los varones.

Tales operaciones se entraman con un sistema de difusión dinámica del poder basado en desigualdades que dialectizan

14. El tropo del síndrome de Pitufina es aquella convención que muestra en una serie, película o cualquier otro producto cultural a una sola mujer en un elenco de varones. El ejemplo más evidente es el de la serie animada Los Pitufos. Más información en: <http://generoneutro.wordpress.com/2012/11/13/tropes-1-el-principio-de-pitufina/>

jerárquicamente las dicotomías público/privado y masculino/femenino. Para explicar mejor esta apreciación y considerar matices que nos permiten observar su implicancia en el análisis propuesto, sostenemos, junto con Celia Amorós (1994) que la división entre público/privado constituye una invariante estructural del sistema patriarcal, pero donde, al mismo tiempo, el carácter metaestable de éste modula formas y valores que van adaptándose a los cambios en la organización económica y social.

En este sentido, si consideramos que parte de las luchas del movimiento de mujeres se han centrado en alcanzar la igualdad de derechos para participar de la esfera pública en las mismas condiciones que los varones (reivindicando desde el derecho al voto hasta las leyes de cupo o paridad), y que después de más de dos siglos de luchas las mujeres han incrementado su acceso a los espacios tradicionales de poder, lejos se está de haberse minado la bases de la dominación patriarcal y de su articulación con el sistema global de dominación social. Hoy, la imagen de la mujer política -sobre todo la que participa en las instituciones políticas del Estado-, si bien constituye una modificación importante de ciertos mandatos de género, no implica un peligro indigerible para la dominación masculina. Seguramente estas "transgresiones" a los mandatos tradicionales de género no serían "aceptables" hace algunas décadas, pero el hecho de que hoy lo sean no supone de ninguna manera que el patriarcado esté llegando a su fin. Por el contrario, su "metaestabilidad" radica en un sistema de ajustes que le permite subsistir a ciertos cambios, incorporándolos, y así seguir garantizando su reproducción (Fabbri, 2013).

Esta digresión sobre el patriarcado como sistema metabólico nos permite iluminar los desplazamientos y tensiones que presentan las imágenes que analizamos más adelante. Sutiles movimientos icónicos que hacen vibrar el paño de las representaciones de las mujeres políticas y que se re-escenifica sobre la histórica división entre las esferas pública/privada.

Antes de describir y analizar las imágenes seleccionadas, retomamos los aportes de Celia Amorós (1994) para revisar la relación entre principio de individuación, poder y representación. Recordemos una vez más que, en la configuración de las sociedades actuales, el espacio público es el de los sujetos del contrato social, donde la individualidad se configura por medio del pacto entre iguales; por contraposición, el espacio privado es el de las pactadas, donde no hay discernimiento de individuos ni sujetos: es el espacio de las idénticas. Como plantea Carole Pateman: “Una vez que se ha efectuado el pacto (contrato sexual entre varones), la dicotomía relevante se establece entre la esfera privada y la esfera pública: las mujeres no forman parte del contrato originario pero no permanecen en el estado de naturaleza; son incorporadas a una esfera que es y no es parte de la sociedad civil: la esfera privada” (Pateman, 1995: 22).

La vigencia de estos aportes feministas, ya clásicos, nos invita a revisar las imágenes que presentamos a continuación, observando las tensiones que emanan de las representaciones de las mujeres políticas. Tensiones que se sitúan en la bisagra de un “fin de ciclo” y refuerzan una dicotomía figurativa que reproduce sólo una oposición posible en el escenario público: las mujeres políticas como excepción alejadas de la domesticidad obligatoria (artificio de lo indomesticable), frente a las mujeres políticas que glorifican la escena de la vida privada (artificio de la domesticidad).

Representaciones de funcionarias en la bisagra de un “cambio de ciclo”

Hasta aquí, nos hemos preguntado y analizado las recurrencias y interrupciones en las modalidades iconográficas como parte de la trama de discursos políticos sobre las mujeres, sus reivindicaciones y sus luchas, leídas en conexión con las trans-

formaciones en sus condiciones de emergencia y masificación. En este apartado, como anunciamos más arriba, analizaremos las continuidades y discontinuidades en los modos de representar a las mujeres en el marco del nuevo escenario político argentino, signado por el cambio de gobierno nacional (al mismo tiempo cambio de la figura presidencial y del signo político partidario que representa) en diciembre de 2015.

En este contexto político nos detenemos a observar las representaciones de las mujeres en los canales de comunicación utilizados por el nuevo gobierno, que incluyen tanto las redes sociales como la cartelera y campañas de prensa o audiovisuales emitidas por Presidencia de la Nación. A partir de este recorte, comenzamos a advertir la incipiente construcción de un modo de representación que podríamos denominar “naturalista”, centrado en la localización de funcionarias en contextos de cotidianidad. A manera de hipótesis, consideramos que esta operación discursiva entraña una intencionalidad orientada a la naturalización de lo que es y siempre fue artificio, y puede ser leída como una reafirmación de sentidos hegemónicos.

En principio pudimos distinguir dos corpus diferentes: por un lado, las representaciones de las mujeres en las comunicaciones oficiales del Estado (particularmente del Estado Nacional) en las primeras campañas del nuevo gobierno; por otro, las imágenes de las propias mujeres funcionarias del nuevo gobierno que circularon mayoritariamente en las redes sociales y se replicaban en los medios masivos de comunicación.

A los fines del recorte metodológico y pretendiendo barrer con exhaustividad las imágenes difundidas en los primeros meses del nuevo gobierno para compararlas con las imágenes del gobierno saliente, desarrollamos una exploración web asociando los nombres de las funcionarias del poder ejecutivo y legislativo durante ambos mandatos presidenciales con términos como: familia / maternidad / hogar / cocina / hijo/a/s. Esta búsqueda se apoyó en un doble objetivo: por un lado, analizar

las primeras representaciones de las mujeres del nuevo gobierno y, al mismo tiempo, observar similitudes y contrastes posibles con representación de las mujeres políticas según las adscripciones político/partidarias¹⁵.

Nuestras observaciones arrojan algunos datos preliminares que ameritan reflexiones sobre el conjunto de representaciones de mujeres funcionarias y sobre las imágenes puestas a circular en la bisagra “del cambio de ciclo”. En este sentido, es notable como nuestra primera aproximación abductiva al corpus adquirió regularidad y consistencia al encontrar numerosas imágenes de las mujeres de la alianza Cambiemos retratadas en sus actividades privadas. Con actividades privadas definimos aquellas que no tienen que ver con sus responsabilidades como funcionarias sino con las actividades realizadas fuera de horario de trabajo, fuera de actividades de gobierno, en instancias referidas a “lo cotidiano” y tradicionalmente vinculadas con “lo femenino”: lo doméstico, lo hogareño, lo materno.

Estas imágenes a su vez pueden dividirse en dos tipos: por un lado, una suerte de “fotos robadas” (imágenes de baja calidad fotográfica, movidas, con iluminación deficiente, que denotan que las retratadas fueron tomadas aparentemente por sorpresa, capturadas por personas anónimas que las ponen en circulación) (Figura 4 a 9); por otro, imágenes que podríamos denominar “coloquiales”, donde con plena conciencia las políticas son retratadas -a veces por reporteros- o se fotografían junto a sus hijos, en las cocinas de sus casas. (Figuras 10 a 15)

15. Realizamos búsquedas de imágenes de las siguientes mujeres: María Eugenia Vidal, Gabriela Michetti, Susana Malcorra, Patricia Bullrich, Elisa Carrió, Juliana Awada (aunque no es funcionaria, el amplio espacio que ocupan sus imágenes en los medios nos resultó significativo) de la alianza Cambiemos; Cristina Fernández, Juliana Di Tullio, Alicia Kirchner, Débora Giorgi, del Frente para la Victoria, y agregamos a Margarita Stolbizer y Victoria Donda como integrantes de otros espacios políticos diferentes.



Figura 4. Canciller Susana Malcorra pagando en la caja de un supermercado



Figura 5: Gobernadora de Pcia de BsAs, María Eugenia Vidal haciendo compras en supermercado



Figura 6: Juliana Awada retratada en una pescadería de Belgrano



Figura 7: Ministra Patricia Bultrich con changuito en el súper.



Figura 8: Diputada Elisa Carrió haciendo compras



Figura 9: María Eugenia Vidal comprando Rosca de Pascua en la panadería de su barrio



Figura 10: Gabriela Michetti cenando en su casa con su familia
Figura 11: Elisa Carrió con su nieto



Figura 12: Gabriela Michetti en su casa
Figura 13: Gabriela Michetti en su casa



Figura 14: Gabriela Michetti planchando
Figura 15: María Eugenia Vidal visita a Margarita Stolbizer

Es notable, en contraposición, que la búsqueda de imágenes de las mujeres políticas vinculadas al kirchnerismo no arroje

resultados de fotografías en situaciones similares. Por el contrario, estas funcionarias y legisladoras aparecen siempre en situaciones vinculadas a su vida pública: actos de gobierno, trabajo legislativo, actividades protocolares. Las imágenes de algunas de ellas (particularmente Cristina Fernández de Kirchner y Alicia Kirchner) junto a sus hijos siempre corresponden a actividades de la agenda pública. (Fig. 16 y 17)



Figura 16: Cristina Fernández de Kirchner con sus hijos, el día de asunción de su segundo mandato

Figura 17: Cristina fernandez de Kirchner con sus hijos, nuera y nieto durante un acto protocolar en Casa de Gobierno, durante su segundo mandato

Con respecto a Margarita Stolbizer y Victoria Donda, podemos observar particularidades que las diferencian de los otros grupos y a su vez entre sí. Ambas aparecen en situaciones variadas con su familia directa (hijos/pareja). Aunque algunas de las fotografías de Margarita Stolbizer en situaciones familiares se deben a la presencia de su hijo -un destacado deportista-, también encontramos imágenes en las cuales “enriquece” su perfil público con habilidades domésticas o se fotografía en espacios como la cocina o el comedor diario de su casa. (Figuras 18 a 20). Victoria Donda, en cambio, es fotografiada con su pequeña hija en su espacio de trabajo (la Cámara de Diputados), invirtiendo la relación habitual entre público y privado: en su caso, lo privado -la maternidad, el amamantamiento- se instala en el espacio público. (Figura 21)



Figura 18: Margarita Stolbizer en selfie con su familia
Figura 19: Margarita Stolbizer con su hijo basquetbolista



Figura 20: Margarita Stolbizer mostrando ollas que le obsequiaron en el programa de Mirtha Legrand

Figura 21: Diputada Victoria Donda amamantando a su hija en plena sesión del Congreso

El derrotero de los retrocesos: lo personal es doméstico

La contemporaneidad de los acontecimientos y la potencia de sus sentidos urgentes, hacen de este trabajo un “work in progress” continuo. No obstante, pretendemos plantear algunas conclusiones iniciales y dejar abiertos nuevos interrogantes.

En primer lugar, consideramos que ninguna de estas modalidades narrativas es azarosa, sino que constituyen prácticas intencionadas y que en esas prácticas se plasman modos de comprender el mundo. Esta verdad de perogrullo que es fácilmente advertible cuando hablamos de campañas de difusión comercial o estatal, también es evidente en las imágenes aparentemente menos planificadas.

Como sostenía Barthes hace ya muchos años en su canónico texto “El Mensaje Fotográfico”, la selección de objetos constituye uno de los procedimientos más habituales de connotación (Barthes, 1982). Fotografiarse en la cocina de su casa y no en el living, jardín o en la terraza, o aparecer retratadas en actividades tan triviales como pagar en un supermercado, constituyen sin dudas actos enunciativos que van más allá de cuestiones estéticas. No hacerlo, también.

En la decisión de cuáles son las imágenes que se publican y/o se hacen públicas se construyen modos de referenciación de las mujeres en relación a lo político y, si bien esta exposición de lo privado es compatible con otras estrategias de contacto y proximidad que implementa la alianza Cambiemos con la población (el timbreo para hablar con “la gente común”, el modo enunciativo de sus campañas dirigiéndose individualmente “a vos”, la constante y cuidada presencia en diferentes redes sociales), no deja de ser llamativo que solo las mujeres aparezcan en este tipo de actividades.

Como anticipamos, pareciera que el nuevo escenario político necesita que sus representantes mujeres hagan visible su vida privada, pero no cualquier vida privada sino aquellas acciones

que remiten a lo tradicionalmente femenino, promoviendo un modo de ser mujer pública que, además de no abandonar sus responsabilidades privadas/domésticas, asume natural y acríticamente su ejercicio.

Si consideramos que la visibilización del impacto del trabajo doméstico -o del trabajo reproductivo- en las economías familiares, pero también en las economías nacionales y globales, constituye no solo uno de los tópicos fundamentales de las reivindicaciones del momento actual del feminismo (Federici, 2013) sino también uno de los planteos más revulsivos para el status quo económico, estas estrategias narrativas no resultan inocentes y demuestran en imágenes la ausencia de cualquier atisbo de perspectiva de género en las bases programáticas -e ideológicas- del actual gobierno argentino.

Ahora bien, si lo doméstico como categoría es nodal para pensar la agenda de las mujeres, sus modos de visibilidad/invisibilidad dan cuenta de la complejidad que la incorporación que lo privado comporta para lo público.

Podemos observar al respecto que durante los años del kirchnerismo, aun habiéndose generado avances en materia de derechos vinculados a mujeres y género (Ley N° 26485/12 para la Erradicación de Violencia contra las Mujeres; Ley 25.929 de Parto Respetado; Ley N° 26.618 de Matrimonio Igualitario; Ley N° 26.743 de Identidad de Género, etc.), lo privado/doméstico constituye una ausencia en las representaciones de las mujeres públicas. Es notable que este fenómeno abarque a la mayoría de las mujeres importantes del movimiento, aunque se cristalice con intensidad paradigmática en la figura de CFK. Es así que la cualidad formal de las imágenes -de prensa o protocolares-, que se funde con la potencia de su indicialidad a la vez que encuentran en ellas su valor -las imágenes "valen" porque capturan existentes, acontecimientos de interés público- dan cuenta de un esfuerzo denodado por construir sus identidades públicas, o, al decir de Celia Amorós, por pertenecer al mundo de los iguales. Lo privado, mientras tanto, per-

manece ausente; es un inexistente visual, que solo se actualiza a través del relato -mítico- de la propia protagonista.

Por el contrario, como venimos describiendo, en las narrativas de la alianza Cambiemos priman las formas (fotografías de redes sociales, sacadas con celulares, desprolijas, sin “retoques”) y existentes concretos (la casa, la cocina, la plancha, la caja del supermercado). “Nosotras”, parecen decir las chicas de Cambiemos, “ejercemos cargos y vamos al supermercado”. “Somos mujeres como todas las demás”, son las idénticas. Así lo privado se hace presente como fuente de legitimidad (como un valor) y no como fuente desigualdad y conflicto.

Si para el kirchnerismo fue necesario obviar el costado doméstico (privado) en pos de construir un liderazgo incómodo para el machismo imperante¹⁶, para Cambiemos lo privado retorna despolitizado y naif, diluyendo entre ollas y sartenes toda la potencia disruptiva e interpeladora de la consigna feminista “lo personal es político”.

Retomando nuevamente a Barthes (1957), vale recordar que la naturalización de lo histórico y la despolitización de la vida son rasgos esenciales del habla mítica de las sociedades burguesas. En este sentido, las iconografías analizadas nos advierten de un cambio de ciclo en el cual la pedagogía disciplinadora del patriarcado capitalista moderno se reconfigura en un proceso político de corte neoliberal que privatiza el carácter violentogénico del artificio doméstico.

16. Durante los dos mandatos de CFK, y después también, no fueron pocos los agravios mediáticos que asociaban negativamente su función público/política con la sexualidad. La revista Noticias hizo de esto una línea editorial y fue duramente cuestionada. Algunas de esas críticas pueden verse en el artículo de Luciana Peker (2012): “Se menosprecia a quien ocupa el más alto cargo político por ser mujer, con la desvalorización de su sexualidad asociada al ejercicio del poder. Se expresan así los prejuicios más elementales que no pueden concebir juntos el rol público, la capacidad intelectual y la femineidad de la figura de Cristina Fernández” (Peker, L., El goce femenino en el paredón, Diario Página/12, suplemento Las 12, 14/09/2012).

Referencias bibliográficas

- Amorós, C. (1994). "Espacio público, espacio privado y definiciones ideológicas de 'lo masculino' y 'lo femenino'". En C. Amorós, *Feminismo, igualdad y diferencia* (pp. 23-52). México: UNAM, PUEG.
- Barthes, R. (1982). "El mensaje fotográfico". En R. Barthes, *Lo Obvio y lo Obtuso* (pp. 11-27). Buenos Aires: Paidós.
- Barthes, R. (1957). *Mitologías*. Buenos Aires: Paidós.
- Fabbri, L. (2013). *Apuntes sobre feminismos y construcción de poder popular*. Rosario: Puño y Letra.
- Federici, S. (2013). *Revolución en punto cero. Trabajo doméstico, reproducción y luchas feministas*. Madrid: Ed. Traficantes de Sueños.
- Guerri, C. (2003). *El nonágono semiótico: un ícono diagramático y tres niveles de iconicidad*. deSignis, 4, 157-174.
- Guerri, C. (2014). *Nonágono Semiótico. Un modelo operativo para la investigación cualitativa*. Buenos Aires: Eudeba.
- Natanson, J. (2016). "Contra la igualdad de oportunidades". *Le monde Diplomatique*, enero 1, editorial.
- Pateman, C. (1995). *El contrato sexual*. Madrid: Ed. Anthropos.
- Segato, R. (2014). *Las nuevas formas de la guerra y el cuerpo de las mujeres*. Revista Sociedad e Estado, 29(2), 341-371.
- Verón, E. (2013). *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.
- Stulwark, D. (2016). Macri y el deseo de normalidad. En AA.VV., *Macri es la Cultura* (pp. 10-17). Buenos Aires: Ediciones Tinta Limón.

Referencias electrónicas

Acebal, M. & Maidana, N. (2010). *Los estereotipos verbales y visuales, continuidades y especificidades*. Arqchile.cl, Portal de Arquitectura de la Comunidad Regional Latinoamericana. Recuperado de https://www.academia.edu/13497039/Los_estereotipos_verbales_y_visuales_continuidades_y_especificidades

Actis, M. F. (s/f). 8 de marzo: negociaciones en torno al Día Internacional de la Mujer. Centro de Comunicación y Género, FPyCS, UNLP. Recuperado de <http://perio.unlp.edu.ar/node/3999>

Camusso, M. & Rovetto, F. (2014). "Representaciones iconográficas feministas, de mujeres y de género en las redes sociales". En F. Rovetto & M.C. Reviglio (comps.), *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones* (pp. 77-94). Rosario: UNR Editora. Recuperado de <http://www.cim.unr.edu.ar/archivos/cuadernodelcim2.pdf>

Camusso, M. & Rovetto, F. (2016). "#Ni una (imagen) menos. Imágenes, apropiaciones y circulación en las redes sociales". En G. Cingolani & B. Sznajder (eds.), *Nuevas mediatizaciones, nuevos públicos. Cambios en las prácticas sociales a partir de las transformaciones del arte y los medios en la red* (pp. 159-177). Rosario: UNR Editora. Recuperado de http://www.cim.unr.edu.ar/archivos/cuadernodelcim_4_nuevas_mediatizaciones_nuevos_publicos.pdf

Peker, L. (14/09/2012). "El goce femenino en el paredón". Diario/Página 12, suplemento Las 12. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/las12/13-7495-2012-09-14.html>

Referencias de Imágenes:

Figuras 1 a 3: Imagen convocatoria 2015 y adaptaciones a diversos usos.

Figura 4: <http://www.perfil.com/politica/la-canciller-malcorra-tambien-fue-sorprendida-en-el-supermercado-0209-0023.phtml>

Figura 5: <https://www.merca20.com/hacer-compras-en-el-supermercado-esta-de-moda-en-el-marketing-politico/>

Figura 6: <http://www.lanacion.com.ar/1866404-sorprenden-a-juliana-awada-en-un-supermercado-en-el-barrio-chino>

Figura 7: <https://www.merca20.com/hacer-compras-en-el-supermercado-esta-de-moda-en-el-marketing-politico/>

Figura 8: <http://www.infobae.com/2013/07/15/720177-elisa-carrio-fue-al-supermercado-y-se-indigno-el-precio-los-ravioles/>

Figura 9: <http://rouge.perfil.com/2016-03-25-80573-vidal-compro-una-rosca-en-la-panaderia-de-su-barrio/>

Figura 10: <http://www.perfil.com/politica/secretos-de-la-familia-de-los-candidatos-del-pro-el-refugio-para-sus-campanas-0426-0027.phtml>

Figura 11: <https://twitter.com/elisacarrio/status/697437834848944128>

Figura 12: <http://www.lanacion.com.ar/1547117-gabriela-michetti-le-recomendaria-a-mauricio-que-no-sea-candidato>

Figura 13: <http://bucket.glanacion.com/anexos/fotos/47/2237447.jpg>

Figura 14: <http://www.radiolarioja.com.ar/wp-content/uploads/2016/08/gabriela-michetti-arremangada-planhando-en-la-vispera-del-9-de-julio-0712-g5.jpg>

Figura 15: <http://bucket2.glanacion.com/anexos/fotos/44/elecciones-2015-2119144w620.jpg>

Figura 16: http://img.lagaceta.com.ar/fotos/notas/2016/11/29/709569_20161129152522.jpg

Figura 17: [http://jornadaonline.com/Fotos/T00_familia%20Kirchner\(1\).jpg](http://jornadaonline.com/Fotos/T00_familia%20Kirchner(1).jpg)

Figura 18: <https://twitter.com/stolbizer/status/550101841753935872>

Figura 19: <https://twitter.com/nicolapro7/status/472884585815343104>

Figura 20: <https://twitter.com/Stolbizer/status/719295284115808256/photo/1>

Figura 21: <http://www.lanacion.com.ar/1811091-la-foto-del-dia-victoria-donda-madre-full-time>

