



Revista CS

ISSN: 2011-0324

cs@icesi.edu.co

Universidad ICESI

Colombia

MARTÍNEZ SUÁREZ, YOLANDA; DE SALVADOR AGRA, SALETA

Reclamos de autodesignación identitaria a través del espejo mediático

Revista CS, núm. 15, enero-abril, 2015, pp. 204-221

Universidad ICESI

Cali, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=476347227009>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

YOLANDA MARTÍNEZ SUÁREZ*

SALETA DE SALVADOR AGRA**

Universidad de Cuenca (Cuenca, Ecuador)



Reclamos de autodesignación identitaria a través del espejo mediático***

*Claims of self-designation of identities through the
media looking glass*

*Alegações de autodesignação de identidade através do
espelho da mídia*

.....

* Licenciada en Periodismo y Ph.D. en Filosofía por la Universidad de Santiago de Compostela (USC). Miembro del Institut de la Comunicació. Universitat Autònoma de Barcelona (InCom.UAB); Justicia e Igualdad (USC); Comunicación, Migración y Ciudadanía (InCom-UAB); REAL-CODE (Red Europa América Latina de Comunicación y Desarrollo), del SGR “Grup Internacional d’Estudis sobre Comunicació i Cultura” e investigadora asociada de la Cátedra UNESCO de Cultura y Educación para la Paz, UTPL- Ecuador. Actualmente es docente en la Universidad de Cuenca (Ecuador). Correo electrónico: dalanyom@gmail.com

** Licenciada y Ph.D. en Filosofía por la USC, en cotutela, Ph.D. en Semiótica por el Instituto Italiano de Ciencias Humanas de Florencia y la Universidad de Boloña, máster en Género y políticas públicas por la Universidad de Vigo. Miembro del Institut de la Comunicació. Universitat Autònoma de Barcelona (InCom.UAB) e investigadora asociada de la Cátedra UNESCO de Cultura y Educación para la Paz, UTPL- Ecuador. Actualmente es docente en la Universidad de Cuenca (Ecuador). Correo electrónico: saletadesalvador@gmail.com

*** Este artículo es producto de un ejercicio de investigación y reflexión teórica de los autores sobre el tema. Artículo recibido el 02/02/2015 y aprobado el 17/04/2015.

Resumen

Abstract

Resumo

De la mano de Alicia, en *A través del espejo*, analizaremos la construcción de las identidades desde el binomio autodesignación-heterodesignación, partiendo de la lógica dual en la que se inserta la configuración identitaria y examinando el acceso a los medios de comunicación, la esfera pública. El salto a la autodesignación implica el paso del objeto al sujeto, y de la reformulación del “espacio de los iguales” y la eliminación del “espacio de las idénticas”. La Web brinda nuevas oportunidades de reconocimiento, de autodesignación. En ese sentido analizaremos con Alicia ese “bosque” mediático que está al otro lado de las pantallas, para vislumbrar qué espacio está reservado a los grupos minoritarios o marcados, para comprobar cómo la tribuna mediática los nombra o permite que se nombren.

PALABRAS CLAVE:

Autodesignación | heterodesignación | identidad | género | medios de comunicación

.....

With Alice, in *Through the Looking Glass*, we analyzed the construction of identities from the binomial self-designation - hetero-designation, based on the dual logic in which the identity configuration is inserted and we examined the access to the media and the public sphere. The leap to self-designation involves the transit from the object to the subject, the reformulation of the “space of equals” and the elimination of “ identical space”. The Web offers new opportunities for recognition and self-designation. In that sense, with Alice, we analyze the mediatic “forest” that lies across the screens, to glimpse which space is reserved for the marked minority groups, to see how the media tribunal appoints or allows them to be appointed.

KEYWORDS:

Self-designation | hetero-designation | identity | gender | mass media

.....

Junto com Alice, em *Através do Espelho*, analisaremos a construção de identidades a partir do binômio autodesignação/heterodesignação, partindo da lógica dupla na que se insere a configuração de identidade e examinando o acesso aos meios de comunicação, a esfera pública. O salto para a autodesignação envolve passar do objeto para o sujeito, a reformula-

ção do “espaço dos iguais” e a eliminação do “espaço das idênticas”. A Web oferece novas oportunidades de reconhecimento, de autodesignação. Neste sentido, analisaremos junto com Alice essa “floresta” mediática que fica do outro lado das telas, para vislumbrar o espaço reservado para grupos minoritários ou marcados, para verificar como a arquibancada da mídia os nomeia ou permite que sejam nomeados.

PALAVRAS-CHAVE:

Autodesignação | hetero-designação | identidade | gênero | mídia

Introducción

Este texto está guiado por una reflexión sobre los reclamos de autodesignación de la propia identidad –es decir, la construcción de una identidad no determinada por los estereotipos culturales ni por un subtexto de género o cultura, siempre difíciles de detectar– es lo que guía este texto. Para este ejercicio nos ayudaremos de la compañía de Alicia, la protagonista de *A través del espejo*, de Lewis Carroll, quien nos guiará en este camino para dilucidar cómo los nombres propios, definidos en primera instancia por los dueños de la tribuna mediática tradicional, juegan un papel determinante en la configuración identitaria. La perspectiva de análisis se enfocará desde la mirada de las minorías (mujeres, negros, pobres, indígenas, etc.), de los “otros” como grupo heterodesignado. Es decir, se analizará el paso del objeto al sujeto en la lucha por el reconocimiento para comprobar cómo la tribuna mediática los nombra.

La alegoría de Alicia entrando en la habitación a través del espejo que la conduce al bosque será aquí traducida como el paso del acceso y representación de las minorías a y por los medios de comunicación tradicionales a la nueva plataforma mediática: la salida del bosque como el acceso a la tribuna online, donde se abre la potencialidad de nombrarse y ser nombrados. De la mano de Alicia y de sus aventuras analizaremos la construcción de las identidades desde el binomio autodesignación-heterodesignación, partiendo para ello de la aproximación a la lógica dual en la que se inserta la configuración identitaria y continuando con el examen del acceso a la esfera pública, ejemplificada en los medios de comunicación.

Los “otros” como grupo heterodesignado dentro de la lógica dual

¿Cómo se llamará todo esto? Estoy empezando a pensar que no tenga ningún nombre...
¡Como que no se llama de ninguna manera!

Se quedó parada ahí pensando en silencio y continuó súbitamente sus cavilaciones: –Entonces, ¡la cosa ha sucedido de verdad, después de todo! Y ahora, ¿Quién soy yo? ¡Vaya que si me acordaré! ¡Estoy decidida a hacerlo! –Pero de nada le valía toda su determinación y todo lo que pudo decir, después de mucho hurgarse la memoria, fue: L. ¡Estoy segura de que empieza por L! (Carroll, 2004: 46).

La construcción de una identidad por y para los grupos discriminados se ve dificultada por la ausencia del *status* de sujeto, en la medida en que son los sujetos quienes tienen la capacidad de nombrar, de ordenar, de contar, etc. Los que podrán, como en la novela de Lewis Carroll, *A través del espejo*, soñar las aventuras de sus personajes, de sí mismos,

y vivirlas como reales. La posibilidad de la autodesignación se enmarca en un sistema binario que la determina. La estudiada dicotomía identidad-alteridad, o lo que viene a ser lo mismo, yo y el otro, se presenta como la base de la construcción de la identidad. Es decir, la separación entre lo que existe y lo que queda fuera de toda consideración: algo ajeno. Tal distinción se presenta como una de las características del pensamiento racional, del *logos* griego, del pensamiento racional que heredamos y que contempla una jerarquía de parejas de contrarios. En palabras de Ramírez González (1996): “pensar racionalmente es, en su origen, identificar y distinguir” Pero, ¿quién tiene la licencia del pensar racional, de identificar y distinguir?.

—¡Ah! ¿Con qué ese es el nombre de la canción, eh? —dijo Alicia, intentando dar la impresión de que estaba interesada.

—No, no comprendes —corrigió el caballero, con no poca contrariedad.— Así es como la llaman, pero su nombre en realidad es “Un anciano viejo viejo”.

—Entonces, ¿debo decir que así es como se llama la canción? —se corrigió a su vez Alicia.

—No, tampoco. ¡Eso ya es otra cosa! La canción se llama “De esto y de aquello”, pero es sólo como se llama, ya sabes...

—Bueno, pues entonces cuál es esa canción —pidió Alicia que estaba ya completamente desconcertada.

—A eso iba —respondió el caballero. En realidad, la canción no es otra que “Posando sobre una cerca”, y la música es de mi propia invención. (Carroll, 2004: 123).

En la sociedad occidental actual, el hombre blanco, anglosajón, protestante (W.A.S.P.) y heterosexual se identifica con la identidad, dado que es él quien nombra, es él el sujeto de la palabra en exclusiva, es él quien hace uso de la palabra en público. Aunque, como en la cita anterior, no lo haga refiriéndose ciertamente al objeto que heterodesigna, sino en función de su “propia invención” o interés. Las mujeres, los y las migrantes, los y las negras, los y las indígenas, permanecen —por exclusión— situadas en la alteridad, en el polo del “otro” que se queda fuera. A merced de un “caballero” que las nombre y recibiendo de ese modo un nombre arbitrario, o como le dice el caballero a Alicia: “Así es como la llaman, pero su nombre en realidad...”

El “otro” es definido por el sujeto que nombra al mundo, mediante una heterodesignación. Forman parte de esta lógica dicotómica, una larga lista de pares de categorías tales como: modernidad/tradición, sociedad/naturaleza, cuerpo/mente, producción/reproducción, activo/pasivo, público/privado, etc. Esta taxonomía se convierte en la justificación “racional” de la división de espacios, de la adjudicación de las tareas y de la definición del trabajo. En esta lista de contrarios, a las mujeres, los indígenas y los negros, siempre les fue asignado el polo negativo de la ecuación. Las definiciones nega-

tivas y, en último término, la imposibilidad derivada de autodefinirse –de no encontrar tu nombre como le sucede a Alicia en la cita que abre el texto– perjudican al heterodesignado o a la heterodesignada. Es, por este motivo, que los movimientos políticos, como los feminismos, o determinados movimientos indígenas, reclaman, como uno de sus principales objetivos, la autodesignación de los individuos de los colectivos marcados por la negatividad que asigna el polo.

En este sentido, la teórica feminista de la igualdad, Celia Amorós (2005), alude a la autodesignación como paso previo fundamental para la disolución del “espacio de las idénticas” y la inclusión de todos los individuos, incluidas las mujeres, en el “espacio de los iguales”. La filósofa, en su crítica a la lógica binaria, establece las categorías de “idénticas” e “iguales” para referirse a ambos polos del binomio, a saber: por una parte, las mujeres, recluidas en la esfera privada y caracterizadas por una serie de rasgos que las hacen intercambiables, sin identidad, es decir, las “idénticas”; y, por otra parte, a los hombres que gozan de la posibilidad de autodesignación y de libre movimiento en la esfera pública, donde disfrutan de la igualdad con el resto de los socios firmantes de los pactos sociales, en tanto sujetos, esto es, los “iguales”. La misma situación descrita aquí para las “idénticas”, las mujeres, la comparten el resto de los colectivos marcados por la otredad, los que por extensión se denominarían los “idénticos”. Pero reclamar la autodesignación identitaria no es tarea fácil.

La teórica política británica Carole Pateman (1996) criticó la habilidad que tiene el sistema liberal para anticiparse a las críticas negando la base de la subordinación. Según los teóricos del liberalismo, la separación entre lo público y lo privado se aplica a todos los individuos por igual. Desoyendo las justificaciones del patriarcado, Pateman sitúa el acceso al voto como el hito que fractura la frontera entre los ámbitos privado y público. Así, dos de los ejemplos paradigmáticos de la lucha de los colectivos minorizados por el reconocimiento podrían ser: en primer lugar, la lucha de las sufragistas en el s. XIX por el derecho al voto y, en segundo lugar, a principios del s. XXI, la campaña de “*no-one is illegal*”¹ para dotar de estatuto público, para incorporar, en última instancia, en la categoría de ciudadanía e igualdad, a los colectivos migrados a Occidente.

Pertenecer al grupo heterodesignado implica estar relegados al espacio privado. Los sujetos minorizados, situados en el polo connotado con las características de la irracionalidad, la corporalidad, la naturalidad o la tradición, entre otros, incorporan de

1. Unas de las consignas del movimiento de reivindicación de los inmigrantes sin papeles fue “*ningún ser humano es ilegal*”, sentencia que popularizó Seyla Benhabib. Con esta frase se alude a la construcción de la ilegalidad en torno a la figura del inmigrante. Liliana Suárez (2007: 23) da cuenta del uso de la categoría “ilegal” para referirse a los inmigrantes indocumentados a partir del cambio de las políticas migratorias que tuvieron lugar tras la gran crisis del petróleo de 1973. El “migrante no controlado” se convirtió en “ilegal”. Desde entonces, “la “ilegalidad” igual que la “diferencia” se construyen como “perturbaciones” externas y anteriores a la ciudadanía cuando en realidad son creaciones estatales.

este modo los prejuicios, materializados en roles y estereotipos, en normas de comportamiento que define el propio espacio heterodesignado. Justamente, la incorporación de las cualidades heterodesignadas es una de las características del oprimido. Amorós (2005), siguiendo a Simone de Beauvoir, destacó la particularidad de la relación entre el oprimido y el opresor. Señalando que ambos términos de la dicotomía se necesitan, pues el uno es la definición negativa del otro, por ejemplo: mujer es no hombre, migrante es no ciudadano, negro es no blanco, indígena es no modernidad, es decir, las características excluidas en la definición de su contrario. En palabras de la pensadora francesa: “es la alteridad en el corazón de una totalidad en la que los dos términos son necesarios el uno al otro” (Beauvoir, 1998: 54).

Condenado a la alteridad, al otro, al grupo heterodesignado, le son negados los espacios de visibilidad pública, de participación. El “otro” se inserta falsamente en lo que Seyla Benhabib nombró, en 1992, como “universalidad sustitutoria”. Dentro de su ética comunicativa, Benhabib distinguió entre universalidad sustitutoria e interactiva. La primera es definida en *Situating the Self* como un “programa ético que proclama como universal lo que no son sino experiencias específicas de un grupo determinado extendiéndolas al conjunto de los seres humanos e invisibilizando a los otros colectivos” (1992). Benhabib se refería aquí a las definiciones más usuales que, desde la Ilustración, se hicieron de ser humano, definiciones hechas a imagen y semejanza de su creador: el hombre blanco, anglosajón, burgués, protestante y heterosexual, excluyendo de este modo a las mujeres, a los negros, a los inmigrantes, a los no heterosexuales, a los pobres y a los indígenas, en definitiva, a todos aquellos colectivos marcados, invisibilizados e invisibles, al igual que se sentía Alicia al entrar en el jardín de las flores vivas: “no creo que me puedan oír –continuó Alicia– y estoy casi segura de que no me pueden ver. Siento como si en cierto modo me estuviera volviendo invisible” (Carroll, 2004: 15). Sin nombre –siguiendo la alegoría del universo de Carroll– como Alicia al adentrarse en el bosque de la casa del espejo. La niña, en el bosque, desconocía su nombre y su condición. Solamente al salir lo recordaba y la reconocían como humana de nuevo, como sujeto.

Del objeto al sujeto: el salto de la heterodesignación a la autodesignación

El paso de la universalidad sustitutoria, en los términos de Benhabib, a la universalidad interactiva, llevado al discurso, presenta la ventaja, anunciada por la propia autora,

[...] de ser capaces de brindar un contenido de elección y deliberación más determinado o concreto. Sin embargo, esta determinación del contenido se obtiene a costa de restringir la agenda de conversación, así como de abstraerse de la identidad de los individuos invo-

lucrados. Las teorías morales sustitucionistas consideran a los individuos como otros generalizados, no concretos (Benhabib, 2006: 42).

Con este paso a la universalidad interactiva, Benhabib en su reformulación de la ética del discurso propone “ampliar este modelo para abarcar los dilemas del multiculturalismo, ya que las culturas nos brindan tanto relatos como prácticas tanto dichas como hechas” (2006: 44).

El salto de la heterodesignación a la autodesignación implica el paso del objeto al sujeto. Sólo desde la posición de sujeto, autodesignado, se puede participar en un mundo co-diseñado por todo sujeto. La autonomía de un individuo está íntimamente relacionada con la posesión –por parte de éste– de un espacio crítico-reflexivo. Y sólo desde el status de sujeto se tiene capacidad crítica. O dicho en el universo de la Alicia de Lewis Carroll:

–A mí no me encanta ningún insecto –explicó Alicia–, porque me dan algo de miedo... al menos los grandes. Pero, en cambio, puedo decirte los nombres de algunos.

–Por supuesto que responderán por sus nombres –observó descuidadamente el mosquito.

–Nunca me lo ha parecido.

–Entonces, ¿de qué sirve que tengan nombres, si no responden cuando los llaman?

–A ellos no les sirve de nada –explicó Alicia–, pero sí les sirve a las personas que les dan los nombres, supongo. Si no ¿por qué tienen nombres las cosas?

–¡Vaya uno a saber! –replicó el mosquito–. Es más, te diré que en ese bosque, allá abajo, las cosas no tienen nombre. Sin embargo, adelante con esa lista de insectos, que estamos perdiendo el tiempo.

[...]

–Alicia se quedó callada durante un minuto o dos, considerándolo todo. Mientras tanto, el mosquito se entretenía zumbando y dando vueltas y más vueltas alrededor de su cabeza. Por fin, volvió a posarse y observó:

–¿Supongo que no te querías quedar sin nombre?

–De ninguna manera –se apresuró a contestar Alicia, no sin cierta ansiedad.

–Y sin embargo, ¿Quién sabe? –continuó diciendo el mosquito, así como quien no le da importancia a la cosa– ¡Imagínate lo conveniente que te sería volver a casa sin nombre! Entonces si, por ejemplo, tu niñera te quisiese llamar para que estudiaras la lección, no podría decir más que “¡Ven aquí...!, y allí se quedaría cortada, porque no tendría ningún nombre con que llamarte, y entonces, claro está, no tendrías que hacerle ningún caso.

–¡Estoy segura de que eso no daría ningún resultado! –respondió Alicia–. ¡Mi niñera nunca me perdonaría una lección sólo por eso! Si no pudiese acordarse de mi nombre me llamaría “señorita”, como hacen los sirvientes.

-Bueno, pero entonces si dice “señorita” sin decir más, tú podrías decir que habías oído que “te la quita” y quedarte también sin lección. ¡Es un chiste! Me hubiese gustado que se me hubiera ocurrido a mí -replicó Alicia-; es un chiste muy malo.

Pero el mosquito sólo suspiró profundamente, mientras dos lagrimones le surcaban las mejillas.

-No debieras de hacer esos chistes -le dijo Alicia- si te ponen tan triste”. (Carroll, 2004: 43-44)

Entre las consecuencias de la imposibilidad para crearse y decirse a uno mismo –como nos enseña el mosquito que dialoga con Alicia–, está, sumado a la falta de autonombbrarse, la falta de historicidad, la imposibilidad de generar un *corpus* de recuerdos comunes y propios, de hechos históricos. Esta circunstancia es especialmente relevante en la construcción de las identidades, puesto que la conformación de las mismas exige, asimismo, de historicidad. Por ello, a los colectivos discriminados en su carrera hacia la autodesignación se les niega su historia: es así con las mujeres, con los migrantes² o con los movimientos de indígenas. El resultado es un círculo vicioso en el que se inserta el oprimido y la oprimida, quienes ven así dificultado su camino hacia el reconocimiento, su senda hacia la autodesgincación. Como bien indica Celia Amorós: “los espacios de poder están íntimamente relacionados con el principio de individuación” (2005: 93).

La construcción de una identidad pretende ordenar la diversidad de una comunidad alrededor de un vosotras, en el caso de la heterodesignación que afecta a la identidad de las mujeres, o alrededor de un nosotros, en el caso de la autodesignación masculina. Este es uno de los motivos para heterodesignar, respondiendo a la pregunta que lanza el mosquito en la cita anterior: “Entonces, ¿de qué sirve que tengan nombres, si no responden cuando los llaman?”. Y sigue Alicia: “A ellos no les sirve de nada -explicó Alicia-, pero sí les sirve a las personas que les dan los nombres, supongo. Si no ¿por qué tienen nombres las cosas?” (Carroll, 2004: 43).

Celia Amorós apela a la urgente necesidad de pasar de la heterodesignación a la autodesignación en la construcción de la identidad femenina como primer paso imprescindible para el acceso al poder de las mujeres (2005: 35) y desde ahí, para la reformulación del “espacio de los iguales” y a la eliminación de la exclusión que, actualmente, cobra forma en el “espacio de las idénticas”. La identidad es así una respuesta política de futuro que parte de los grupos de poder de la sociedad con unos intereses concretos. No es una esencia. La identidad está en el discurso, por ello debemos tomar conciencia y elaborar uno consciente. Como señala Nancy Fraser: las identidades son complejas y cambiantes dado que el propio discurso cambia. Esta teórica insiste en que nadie se

2. Sirva como ejemplo la criticada teoría de la novedad de las migraciones en el siglo XX, habida cuenta que la historia de la humanidad se ha escrito sobre movimientos poblacionales constantes entre las diferentes civilizaciones.

define sólo por un rasgo, ya que todos estamos insertos en al menos una docena de relaciones. Su ejemplo viene a decir que “nadie es simplemente una mujer; somos, por ejemplo, mujer, blanca, judía, de clase media, filósofa, lesbiana, socialista y madre” (Fraser, citada por Oliva, 2007: 53).

Las identidades colectivas son construcciones sociales y su legitimación depende de su capacidad para generar consenso y reconocimiento. Cuando hablamos de identidad, se nos presenta el fantasma del conflicto entre colectividad e individuo. Fantasma que ahuyentaron Etienne Balibar e Immanuel Wallerstein, aseverando que: “toda identidad es individual, pero la única identidad individual es la histórica, es decir, la que se construye dentro de un campo de valores sociales, de normas de comportamiento y de símbolos colectivos” (Balibar y Wallerstein, 1991: 146). En este sentido, el reconocimiento, como hemos anunciado, es fundamental para la configuración de la identidad individual y colectiva de las mujeres, negros, inmigrantes, pobres e indígenas, entre otros colectivos marcados. Una identidad que hoy se ve condicionada por los medios de comunicación ¿Es la tribuna mediática el escenario de nuevas formas de reconocimiento?, ¿cómo afectan los discursos de los medios a los actuales modos de configuración identitaria, de los sujetos individuales y colectivos?, ¿qué ecos culturales de sexo-género resuenan en las pantallas?

La tribuna mediática como plataforma de reconocimiento identitario

Los medios de comunicación son, a principios del siglo XXI, la parcela del espacio público con mayor poder de creación de ideología, así como una de las principales plataformas para ejercer la ciudadanía y para ser reconocidos como sujetos. En este sentido, cabe recordar el apartado J. de la Plataforma de Beijing –primer capítulo dedicado a los medios de comunicación y al género– en el que se reconoce el papel fundamental que pueden desempeñar los medios para la consecución de la igualdad de género, y por tanto para su contrario: la desigualdad. En el artículo 235 del apartado J. se señala: “se nota la desatención a la cuestión del género en los medios de información por la persistencia de los estereotipos basados en el género que divulgan las organizaciones de difusión públicas y privadas, locales, nacionales e internacionales”; y continúa con esta idea en el siguiente artículo: “Art. 236. Hay que suprimir la proyección constante de imágenes negativas y degradantes de la mujer en los medios de comunicación”.

La Plataforma de Beijing, 1995, contempla así dos objetivos estratégicos:

-Objetivo estratégico J.1. Aumentar el acceso de la mujer y su participación en la expresión de sus ideas y la adopción de decisiones en los medios de difusión y por conducto de ellos, así como en las nuevas tecnologías de comunicación.

-Objetivo estratégico J.2. Fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión.

Ambos objetivos son coherentes con la perspectiva feminista. El primer objetivo está encaminado a corregir las limitaciones de acceso a los grupos que no tienen el poder (las mujeres). Estas limitaciones fueron denominadas como primeras “brechas de género” (Castaño, 2008), por oposición a las “segundas brechas” que aludían a los usos. El segundo objetivo pretende corregir la creación estereotipada de las “otras”, en tanto grupo dominado en los medios de comunicación. Situación que comparten, de algún modo, con el resto de los mencionados colectivos marcados. Como lo denuncian varios documentos y decálogos de reclamación de acceso y representación equilibrada (al modo de la mencionada Declaración de Beijing) de las minorías en los medios de comunicación.

Para hablar de medios de comunicación necesariamente debemos referirnos al lenguaje, puesto que es la herramienta con la que se crean los discursos que proyectan a la sociedad. La lengua es, asimismo, el medio a través del cual funciona el sistema de representaciones que construyen las identidades y, por extensión, los estereotipos. Bourdieu nos habla de las relaciones lingüísticas como “relaciones de poder simbólico”, y destaca la necesidad de tener en cuenta la praxis: es el uso de la lengua lo que la emparenta con el poder (Castelló, 2008). El lenguaje es en sí mismo un sistema de representaciones del mundo: una cosmovisión concreta; y los estereotipos son “una forma de “conocimiento” sesgada, distorsionada o exagerada que a menudo se aplica para describir, o representar, a un determinado grupo de personas tipificándolas” (Castelló, 2008: 91). En la cita, las comillas que enmarcan conocimiento connotan –en palabras del propio autor– el desconocimiento de los grupos que se describen. Generalmente, los estereotipos son definidos desde los grupos de poder y asignados a los grupos minoritarios o minorizados, mediante una heterodesignación. En palabras de Natalia Ribas: “el pensamiento estereotipado es absolutamente discriminador: condena a las personas a ser aquello que los estereotipos dicen que han de ser” (2008: 464).

Los estereotipos son “discursos del desequilibrio representacional” que contienen una ideología dominante. La ideología de los grupos de poder que pueden acceder a los medios de comunicación y construir el discurso que estructura la cosmovisión de una determinada sociedad en la que no todos tienen cabida. Con el uso de los estereotipos estos acaban por naturalizarse. Los estereotipos en relación con el género, el sexo, la etnia y la clase social están profundamente ligados a prejuicios negativos. El mensaje que transmiten los estereotipos se convierte en estanco, inmóvil y esencialista. La repetición de los estereotipos, a través de los medios de comunicación tradicionales, alimenta las

identidades y genera mecanismos de regulación de conductas (Castelló, 2008: 94-95). La naturalización de los estereotipos los convierte así en moldes en los que se hace encajar a todos los individuos de los colectivos marcados que definen, difuminando de este modo cualquier tipo de diversidad. La transmisión de la ideología dominante, canalizada en los estereotipos, se puede hacer de modo consciente o inconsciente, pero siempre tiene lugar. A veces los estereotipos estigmatizan a los individuos de los que forman una identidad mediática.

Los medios de comunicación, en su pretendida objetividad, evitan el uso directo de los estereotipos, conscientes de su poder simbólico, pero no renuncian a transmitir su mensaje. La estrategia más empleada es la de poner en boca de otros (las fuentes informativas) mensajes que no podrían difundir sin incurrir en sexismos discursivo y otras actitudes política y mediáticamente incorrectas, como el racismo o la xenofobia, de provenir de una periodista o un redactor.

La ideología de los grupos dominantes se imprime, se proyecta, en las narrativas de los medios de comunicación de masas (prensa, radio, televisión o Web) y se diluye con el café, como un terrón de azúcar, en los cuerpos que están expuestos a ella. Robin Lakoff expone que es el grupo dominante de la sociedad quien “fija estereotipos para los otros grupos y decide, sobre la base de estos estereotipos, qué grupos son ‘buenos’ y cuáles ‘malos’” (1995: 138). Es decir, que lo hace heterodesignándolos. Pero, en palabras de Jessica Retis, el discurso de los medios de comunicación es ambivalente en su “pretensión referencial, como espejo pretendidamente objetivo de la realidad, y en su función mediadora es un lugar estratégico de construcción del discurso social” (Retis, 2006).

Desde ese “espejo pretendidamente objetivo”, el que atraviesa Alicia al entrar en la habitación del espejo –en nuestra alegoría: la tribuna mediática tradicional–, y desde la importancia de la realidad mediática, los medios de comunicación tradicionales producen y reproducen, entre muchos otros, estereotipos y prejuicios de género y etnia –negándole de este modo el nombre a la niña que sólo puede autodesignarse de nuevo al salir del bosque/tribuna mediática tradicional–. Así, por ejemplo, las representaciones que hacen los medios de comunicación sobre las mujeres les niegan la agencia y el reconocimiento de su subjetividad (Nash, 2005). Lo cual es especialmente preocupante en cuanto a reclamaciones identitarias se refiere, teniendo en cuenta la importancia de la realidad mediática en la construcción de las identidades y en los procesos de reconocimiento. Alicia, quien representa en nuestro juego a los colectivos marcados, responde con gran resolución cuando olvida su nombre al entrar en el bosque: “Y ahora, ¿Quién soy yo? ¡Vaya que si me acordaré! ¡Estoy decidida a hacerlo!” (Carroll, 2004: 46).

La importancia de la acción de los medios de comunicación de masas en la construcción de las identidades se explica por “el peso de los conocimientos ajenos, que no adquirimos por propia experiencia y cuya validez no podemos probar directamente es cada día mayor”, como explica la teórica de la comunicación catalana, Amparo Moreno

(2007: 334). O como diría María Martínez Lirola, en la línea de la famosa teoría de la construcción de la realidad social de los sociólogos Peter L. Berger y Thomas Luckmann (1998):

Es un hecho incontrovertible que los medios de comunicación influyen en nuestro saber, en nuestros valores y en nuestras relaciones sociales ya que constituyen un factor decisivo en el proceso de construcción social de la realidad por su capacidad para elaborar representaciones que contribuyen a forjar identidades sociales. (Martínez Lirola, 2008: 144).

Desde el “lugar estratégico de construcción del discurso social” y, según el lingüista holandés, Teun A. Van Dijk, es de esperar que los grupos dominados “intenten conseguir más poder aumentando su acceso a los recursos socialmente valorados” (1993: 525).

“¡Ay, gatito, qué bonito sería si pudiéramos penetrar en la casa del espejo!”, decía Alicia (Carroll, 2005: 12). ¿Lo sería?, ¿es, la casa del espejo de Alicia, todo un engaño, una réplica del mundo real, o un esperado mundo nuevo?, ¿un lugar cómodo donde, como diría Alicia, no nos pueden reñir?, ¿un mundo parecido al nuestro o “muy diferente”?;, ¿un lugar en el que reproducir los roles y estereotipos que nos han sido heterodesignados o un nuevo escenario para el reconocimiento, la autodesignación y el poder de la creación?

A través del espejo mediático

Éste debe ser el bosque –se dijo, preocupada– en el que las cosas carecen de nombre. Me pregunto, ¿qué le sucederá al mío cuando entre en él? No me gustaría perderlo en absoluto... porque en ese caso tendría que darme otro y estoy segura de que sería uno feísimo. Pero si así fuera ¡lo divertido que será buscar a la criatura a la que le hayan dado el mío! Sería igual que esos anuncios de los periódicos que pone la gente que pierde a sus perros... “responde por el nombre de “Chispa”; lleva un collar de bronce...” ¡Qué gracioso sería llamar a todo lo que viera “Alicia” hasta que algo o alguien respondiera! Sólo que si supieran lo que es bueno se guardarían mucho de hacerlo. (Carroll, 2004: 46).

Adentrémonos en el bosque y profundicemos un poco más en la construcción de las identidades en los medios de comunicación de masas. Las identidades mediáticas son, como el resto de las identidades culturales, una construcción simbólica, con unos límites siempre discutibles (Castelló, 2008: 102). Miquel Rodrigo propone usar el término en plural: identidades culturales o, en el caso que nos ocupa, identidades mediáticas, para poner de manifiesto la diversidad y diversificación de la naturaleza de las mismas, rasgo que no tienen en cuenta los heterodesignadores, ahogando en la uniformidad la diversidad que encierra la alteridad, los rasgos diferentes. La identidad es uno de los conceptos capitales del siglo XXI. Las identidades representan para los individuos su

plano de situación en el espacio. Los grupos minoritarios se sienten constreñidos en un no-espacio, en un no-lugar (Augé, 2004), o en un hueco excesivamente incómodo, diseñado por los grandes grupos de poder político y económico y esparcido por doquier a través de los altavoces mediáticos.

Los medios de comunicación son, en el contexto contemporáneo, la institución del espacio público donde mejor se puede examinar la producción y (re)producción de las identidades. Castelló (2008) resalta el carácter exclusivo e individual de las identidades, que siempre influyen en la vida cotidiana de las personas. El hecho de estar siempre en proceso -la apertura constituyente de las propias identidades- da pie a las reivindicaciones sobre las mismas por parte de los grupos minoritarios o minorizados, los grupos marcados que guían nuestra reflexión; reclamaciones que han vivido un ascenso en las últimas décadas. Las identidades cambian con el contexto: mutan, asimismo, con las circunstancias: cada hecho o cada tema tiene una influencia fundamental en la representación de la identidad concreta y colectiva. Sin embargo, los contextos y circunstancias amplificados por los medios de comunicación refuerzan un tipo de representación. Y aunque las identidades sean individuales, pueden construirse -y de hecho se construyen- de modo estereotipado para un grupo no homogéneo de personas, en este caso las mujeres, los inmigrantes, los negros, los pobres, los homosexuales y los indígenas. Porque las identidades, pese a ser individuales en su percepción, se construyen en los discursos sobre la colectividad, en línea con la tesis mantenida por Balibar y Wallerstein (1991), y en las interacciones entre los individuos y los grupos.

Claro que si hablamos de identidades mediáticas, hay que entender que los medios de comunicación deben tener alguna particularidad en el proceso de construcción de las mismas: cierta implicación en la transformación de las propias identidades (Castelló, 2008: 64). El resultado es una situación de -empleando la expresión de Castelló- “des-equilibrios representacionales” que, en nuestro caso, se plasmarían entre los grupos dominantes y los grupos minorizados o marcados. Esta categorización, en términos de desequilibrios de representación, no niega la capacidad de resistencia de los grupos estigmatizados ni de sus acciones reivindicativas. Ni tampoco niega la posibilidad de que en un futuro, los grupos minorizados, puedan lograr que se establezcan representaciones no homogéneas, ni cerradas. Es decir, se podría producir un imaginario de representaciones abiertas, diversas y plurales para todos los seres humanos donde la cuota de pantalla, o tribuna mediática, estuviese equilibrada. Un lugar donde recordar, en la alegoría de la Alicia de Carroll, nuestro nombre y poder decirlo en alto.

Castelló define las identidades mediáticas como: “propuestas discursivas que apelan a, redundan en y transforman las narraciones identitarias que circulan en espacios culturales y que son esparcidas y suministradas como recursos en ámbitos grupales, familiares y personales” (2008: 12). La alianza del poder de los medios de comunicación con el poder de las identidades constituye una potente estructura que da forma a los discursos

sociales. Los desequilibrios de poder generan desequilibrios representacionales. Entre las primeras críticas del feminismo al patriarcado figuró la denuncia de la ausencia de representación o la representación desvalorizada que se hacía de las mujeres. Es decir, que es tan importante lo que se dice como lo que no se dice. Amparo Moreno nos recuerda la necesidad de “tomar en consideración tanto lo incluido en los textos como lo excluido, y por tanto lo que valoran positivamente como lo que valoran negativamente” (2007: 330). Esta crítica, hoy vigente, se comprende por la inaccesibilidad a la que *a priori* se ven relegados los sujetos condenados a la invisibilidad del espacio privado, los colectivos marcados y heterodesignados, que se vuelven invisibles en el espacio público, lugar de dominio de los sujetos con capacidad para hablar y para nombrarse. Los medios de comunicación no tienen fácil acceso a la vida privada, y las mujeres, por definición histórica, están cerradas en sus cuerpos y hogares, lo que las aleja de la tribuna mediática. La reclusión al espacio privado es compartida por los inmigrantes y otros colectivos marcados, si bien las mujeres son el paradigma de dicha invisibilidad.

El discurso mediático tiene el poder de definir qué es lo “normal” mediante la construcción de una identidad colectiva concreta, pues las identidades son lo que se cuenta de ellas, con la ventaja de que el aura de objetividad que rodea a los medios de comunicación depura toda posible sospecha de partidismo, en tanto vehículo de la ideología de la clase dominante. La identidad nos permite a las mujeres conocernos y (re)conocernos a nosotras mismas, a la par que permite que las otras y los otros nos conozcan. Las identidades nos dan sentido y nos sitúan en un contexto. Las identidades se definen en las representaciones que los medios de comunicación catapultan hacia la audiencia, construyendo así la opinión pública. La invisibilidad en los medios de comunicación implica la reclusión en la realidad social a un no-lugar (Augé, 2004), a una sombra movediza. Somos lo que los medios dicen que somos. Y cuando no nos nombran, no existimos del todo. Esta circunstancia imposibilita que encajemos en algún lugar, nos condenan a vagar como sombras buscando el foco que nos ilumine y nos permita existir en el bosque de Alicia.

-¿Cómo te llamas tú? – le dijo al fin, y ¡qué voz más dulce que tenía!

-¡Cómo me gustaría saberlo! –pensó la pobre Alicia; pero tuvo que confesar, algo tristemente–: No me llamo nada, por ahora.

-¡Piensa de nuevo! –insistió el cervato–, porque así no vale.

Alicia pensó, pero no se le ocurría nada. –Por favor, ¿me querrías decir cómo te llamas tú? –rogó tímidamente–. Creo que eso me ayudaría un poco a recordar.

–Te lo diré si vienes conmigo un poco más allá –le contestó el cervato– porque aquí no me puedo acordar. [Al salir del bosque y ver que él era cervato y ella humana él se asustó y huyó de Alicia] (Carroll, 2004: 47).

A modo de conclusión: reclamaciones de autodesignación digitales

-¿Te gustaría vivir en la casa del espejo, gatito? Me pregunto si te darían leche allí; pero a lo mejor la leche del espejo no es buena para beber... pero jay, gatito, ahí está ya el corredor! Apenas si puede verse un poquito del corredor de la casa del espejo, si se deja la puerta de nuestro salón abierta de par en par: y por lo que se alcanza a ver desde aquí se parece mucho al nuestro sólo que, ya se sabe, puede que sea muy diferente más allá (Carroll, 2004: 12).

La búsqueda de visibilidad, el reclamo de reconocimiento, tiene en el escenario Web un nuevo campo de pruebas para los individuos marcados que, como Alicia a través del espejo, hicieron el recorrido mediático hasta salir del bosque. En nuestra alegoría, Internet podría ser –a diferencia de las tribunas mediáticas tradicionales o el propio bosque de Alicia– ese salir del bosque. Ese lugar donde recordar nuestro nombre y condición, aunque este resultase “feísimo” y aquella incómoda. Un campo para probar a nombrarnos –en la alegoría de Carroll–: no para quedarse ahí parados, sino para proclamar nuestro nombre:

–No te quedes ahí charloteando contigo misma –recreminó Humpty Dumpty, mirándola por primera vez– dime más bien tu nombre y profesión.

–Mi nombre es Alicia, pero...

–¡Vaya nombre más estúpido! –interrumpió Humpty Dumpty con impaciencia–. ¿Qué es lo que quiere decir?

–¿Es que acaso un nombre tiene que significar necesariamente algo? –preguntó Alicia, nada convencida.

–¡Pues claro que sí! –replicó Humpty Dumpty soltando una risotada–. El mío significa la forma que tengo... y una forma bien hermosa que es. Pero con ese nombre que tienes, ¡podrías tener prácticamente cualquier forma! (Carroll, 2004: 83).

La tribuna mediática *online* ha dado lugar a interpretaciones que han oscilado entre la netopía y la distopía, entre la esperanza de un espacio propicio para la autodesignación y la denuncia de un no-lugar, donde volver a ser heterodesignados, reproduciendo un viejo mundo de estereotipos y roles, pero ahora en formato digital. Esta disyuntiva se ha reproducido desde los inicios de nuevos movimientos sociales, como los ciberfeministas, donde se ha contemplado esta dualidad, al entender que el ciberespacio podría ser, por una parte, un “lugar en blanco” que permitiría “escribir y reescribirse, tejer y destejerse” (De Salvador, 2012: 2). En definitiva, alcanzar el estatus de sujeto, con la consiguiente agencia para autodesignarse, y por lo tanto para ser visible. Pero, también, por otra parte, el ciberespacio ha sido criticado como “un medio que reproduce y produce viejas y nue-

vas discriminaciones” (De Salvador, 2012: 10), es decir, un escenario antitético, donde se retoman formas de heterodesignación y se relega de nuevo a los grupos minorizados o marcados al polo del silencio y la invisibilidad. Si bien esta interpretación dualista, en el seno de los primeros ciberfeminismos, ha surgido en los años 90, cuando la Red todavía era un escenario de incertidumbres, en la actualidad este debate todavía no se ha desactivado, puesto que la bipolaridad heterodesignación-autodesignación todavía está presente en la tribuna mediática online. Dicho lo cual, podríamos finalizar cerrando con las palabras de la propia Alicia, a quien se le presenta la misma duda al enfrentarse al espejo: “por lo que se alcanza a ver desde aquí se parece mucho al nuestro sólo que, ya se sabe, puede que sea muy diferente más allá” (Carroll, 2004: 12).

Referencias

- AIERBE, P. (2008). “Herramientas para trabajar las buenas prácticas informativas”. En Martínez Lirola, M. (Coord.). *Inmigración, discurso y medios de comunicación*, Alicante: Universidad de Alicante.
- AMORÓS, C. (2005). *La gran diferencia y sus pequeñas consecuencias para la lucha de las mujeres*, Madrid: Cátedra.
- _____. (1997). *Tiempo de feminismo, sobre feminismo, proyecto ilustrado y postmodernidad*, Madrid: Cátedra.
- AUGÉ, M. (2004). *Los no lugares. Espacios de anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*, Barcelona: Gedisa.
- BALIBAR, E. Y WALLERSTEIN, I. (1991). *Raza, nación y clase*, Santander: EPALA.
- BEAUVOIR, S. (1998). *El segundo sexo. Vol. I, Los hechos y los mitos*, Madrid: Cátedra.
- BENHABIB, S. (2006). *Las reivindicaciones de la cultura. Igualdad y diversidad en la era global*, Buenos Aires: Katz.
- _____. (1992). *Situating the Self: Gender, Community, and Postmodernism in Contemporary Ethics*, Psychology Press.
- BERGER, PETER L. Y LUCKMANN, T. (1998). *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires: Amorrortu editores.
- CASTAÑO, C. (2008). *La segunda brecha digital*, Madrid: Cátedra.
- CASTELLÓ, E. (2008). *Identidades mediáticas*, Barcelona: Editorial UOC.
- CARROLL, L. (2004). *A través del espejo*, Córdoba, Argentina: Ediciones del Sur.

CUARTA CONFERENCIA MUNDIAL SOBRE LAS MUJERES: ACCIÓN PARA LA IGUALDAD, EL DESARROLLO Y LA PAZ (1995). Declaración y plataforma de Acción, Beijing. Consultado: <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/BDPfA%20S.pdf> (Última consulta: 04 de mayo de 2015)

DE SALVADOR AGRA, S. (2012). *Tecnologías digitales del género: de la revisión a la borrosidad en los ciberfeminismos*. Memorias IX Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología y Género. Sevilla, 31 enero a 3 febrero de 2012. Consultado: <http://www.oei.es/congresoctg/memoria/pdf/DeSalvador.pdf> (Última consulta: 18 de noviembre de 2014).

LAKOFF, R. (1995). *El lenguaje y el lugar de la mujer*, Barcelona: Hacer editorial.

MARTÍNEZ LIROLA, M. (2008). *Inmigración, discurso y medios de comunicación*, Alicante: Universidad de Alicante.

MORENO, A. (2007). *De qué hablamos cuando hablamos del hombre*, Barcelona: Icaria.

NASH, M. (2005). *Inmigrantes en nuestro espejo. Inmigración y discurso periodístico en la prensa española*, Barcelona: Icaria editorial.

OLIVA PORTOLÉS, A. (2007). “Debates sobre el género” en Amorós, C. y De Miguel, A. *Teoría feminista: de la Ilustración a la globalización*, Madrid: Minerva, pp. 13-60.

PATEMAN, C. (1996). “Críticas feministas a la dicotomía público/privado”, en Castells, C. (comp.). *Perspectivas feministas en teoría política*, Barcelona: Paidós, pp. 31- 52.

RAMÍREZ GONZÁLEZ, J. L. (1996). “El espacio del género y el género del espacio”, *Astrágalo - Cultura de la Arquitectura y la Ciudad*, 5, noviembre de 1996, pp. 9- 20.

RETIS, J. (2006). “Miradas hacia Latinoamérica: La representación discursiva de los inmigrantes latinoamericanos en la prensa española y estadounidense. Apuntes para un estudio comparativo de análisis crítico de discurso”, *Revista Palabra-Clave*. (13). Universidad de La Sabana, Chía, Colombia.

RIBAS, N. (2008). “Discurso parlamentario e inmigración”, en Bañón Hernández, A. y Fornieles Alcázar, J. (coord.). *Manual sobre comunicación e inmigración*, Donostia: Tercera Prensa, pp. 453- 466.

SUÁREZ NAVAZ, L. (2007). “Introducción. La lucha de los sin papeles. Anomalías democráticas y la (imparable) extensión de la ciudadanía” en Suárez Navaz, L.; Macía, R. y Moreno, A. (eds). *Las luchas de los sin papeles y la extensión de la ciudadanía*. Madrid: Tds, pp. 15- 33.

VAN DIJK, T. A. (1993). “Discurso, poder e acceso”, *A Trabe de Ouro*, Tomo IV, pp. 523- 546.