

Mujeres en medio(s): Propuestas para analizar la comunicación con perspectiva de género, Asunción Bernárdez Rodal, Fundamentos, Madrid, 2015, 288 páginas, ISBN: 978-84-245-1311-5.

Este libro trata varios aspectos de gran relevancia para comprender la relación entre la teoría feminista, el discurso y los medios de comunicación, haciendo un tratamiento multidimensional del discurso mediático. Este trabajo incluye referencias al contexto legislativo, a las genealogías feministas, al lenguaje en los medios, así como el imaginario colectivo en torno a las relaciones de género. También se discute el papel que desempeñan los grupos de poder en el control de las interpretaciones y representaciones sociales en el cine, la televisión y la publicidad, así como la lucha del activismo feminista en el ciberespacio y las identidades que genera.

Asunción Bernárdez es una constructora de conocimiento que nutre de forma activa en su libro la noción de que el silencio más profundo en la historia pasada y presente de las mujeres impregna la información que recibimos a través de los medios. La autora ha dedicado varios años a investigar cual es el papel de las mujeres en el relato legitimado desde un sistema de pensamiento en que los varones ostentan el poder de definición y, donde recrean, a través de representaciones simbólicas, el lugar que ocupan las mujeres en la sociedad, utilizando para ello el poder del discurso emitido por los medios de comunicación. Como sabemos, la información no es sólo lo que pasa, o la sucesión de acontecimientos, sino más bien la selección de los mismos y el relato que se hace de ellos.

Señala la autora que, para crear un relato que incorpore a todas las personas en condiciones de igualdad, se debe romper la barrera con que se oculta el protagonismo de las mujeres al asignarles una pátina de presencia ficticia que anula su condición de sujeto a través de la cosificación de sus cuerpos. En definitiva, las representaciones simbólicas que se realizan a través de los medios serían una prolongación del relato de los varones llevado al extremo por el sistema socio-económico, reproducido una y otra vez en la comunicación masiva. La obra de Bernárdez parte de la idea de que el discurso incide sobre el control de masas a través de los medios, y que estos están condicionados tanto por el poder como por las representaciones sociales que reproducen. Y al hacerlo, se convierten ellos mismos en fuentes de poder simbólico. A través de este poder los medios pueden disminuir las alternativas de expresión de los grupos dominados.

Se realizaría así una representación estereotipada de ambos sexos en que la ausencia de protagonismo femenino queda convertida en la piedra angular que introduce en el ideario colectivo la noción de que las mujeres carecen de valor, por lo que se torna ejercicio fundamental desenmascarar la cosificación o el carácter pasivo con que son representadas.

Una de las manifestaciones del poder mediático consiste en exhibir a las mujeres, o trozos del cuerpo de las mujeres, o ideas con tintes masoquistas que se ponen en boca

de mujeres. Todo ello con una pátina de brillantez que parece expresamente coloreada para ocultar que en realidad ellas están ausentes o vacías de su propia persona. Aparecen como actrices sin agencia real. Su aparente agencia es tan sólo una capacidad delegada para representar un papel encomendado, que muchas veces consiste en dejar clara su propia inexistencia, bien sea a través de la cosificación que se hace de ellas, o bien de su presencia activa subalterna.

Dado que la concurrencia de los factores que determinan la desigualdad es susceptible de análisis, es posible elaborar una metodología en conformidad con el contexto en que se genera el discurso mediático. Asunción Bernárdez nos expone distintos procedimientos a lo largo de su libro.

La comunicación es un proceso discursivo a través del cual las organizaciones difunden determinados mensajes, que se emiten en función de los intereses de los medios, fruto éstos de una lógica económica que se recrea en el mercadeo de las identidades. Los actores sociales estructuran las jerarquías en función de roles concretos y, en palabras de Víctor Sampedro, el resultado al visibilizar determinados modelos de identidad se ajusta a una estructura de oportunidad mediática que tiende a aumentar la desigualdad acumulativa en el orden simbólico. Esta reflexión es aplicable a todo tipo de identidades sociales, incluidas las de género, es decir, si no se hace nada en contrario, las identidades de las mujeres en tanto que sujetos con menos recursos y poder, queda a disposición del mercado y del desequilibrio de poder que origina.

Este es el sentido último y la intención del libro de Asunción Bernárdez “Mujeres en Medio(s)”, que en tan solo ocho capítulos crea las bases donde asentar varias perspectivas de análisis en relación a la construcción que los medios hacen del sujeto mujer. Su objetivo no sólo consiste en desenmascarar la manera en que los medios pueden cosificar a un sujeto, sino también proporcionar herramientas útiles para aprender a sortear la reproducción del simbólico patriarcal en los discursos mediáticos.

Así, “Mujeres en Medio(s)” es una aportación con vocación multidisciplinar donde se contrastan las últimas teorías sobre la comunicación con las genealogías feministas. En este libro la autora no sólo analiza lo que significa interpretar los medios de comunicación con perspectiva de género, sino que plantea también el origen de los estereotipos a la luz del imaginario colectivo sobre las relaciones entre los sexos. La violencia suscitada por las formas de representar a mujeres y hombres en las diferentes industrias de la comunicación, y los procedimientos para conseguir su erradicación.

M^a Dolores Alcázar López de Felipe