

**VISIBILIZAR MUJERES CIENTÍFICAS DE LA COMUNICACIÓN**

**MAKING SCIENTIFIC WOMEN OF COMMUNICATION VISIBLE**

Heram, Y. y Gándara, S. (2021). *Pioneras en los estudios latinoamericanos de comunicación*. TeseoPress.

Paula Daniela Franco

Centro de Estudios e Investigaciones Laborales (CEIL / CONICET), Argentina.

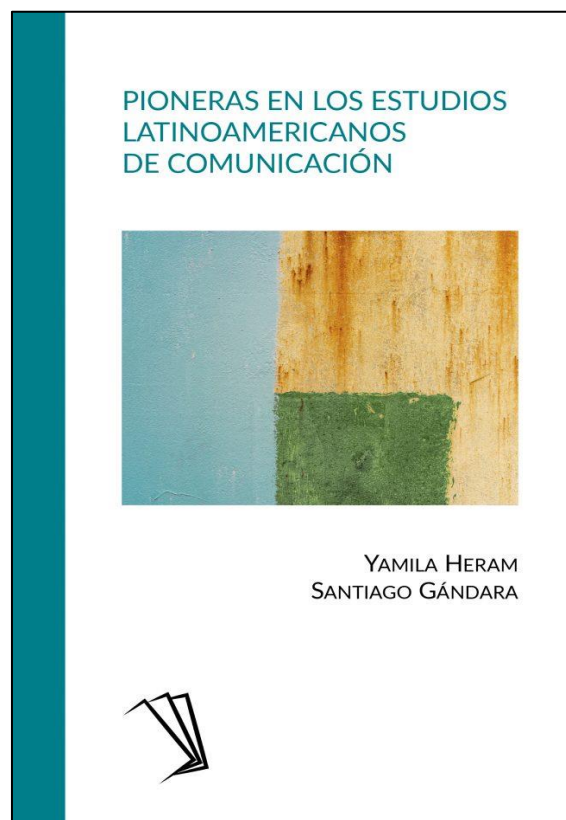
[paulad.franco@bue.edu.ar](mailto:paulad.franco@bue.edu.ar)

Recibido: 15 de Julio de 2022

Aceptado: 05 de Octubre de 2022

|1|

Identificador permanente (ARK): <http://id.caicyt.gov.ar/ark:/s18535925/w82sudkwt>



“Mujeres pioneras”, “estudios de comunicación en América Latina” y “cuestiones de género”. Todos estos ejes de suma relevancia dan origen al libro *Pioneras en los estudios latinoamericanos de comunicación*. Fue publicado en el año 2021, luego de una extensa investigación y producción realizada en el marco del aislamiento preventivo por la pandemia por Coronavirus (COVID-19). Sus autores son la Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires, Yamila Heram, y el Profesor en Letras por el Instituto Superior del Profesorado “Joaquín V. González”, Santiago Gándara. Ambos son investigadores y docentes universitarios en la materia Teorías y Prácticas de la Comunicación II de la Carrera de Comunicación (Facultad de Ciencias Sociales de la UBA), lo que los convierte en especialistas y estudiosos del campo comunicacional hace ya varios años.

En palabras de Heram y Gándara, este libro conjuga de manera muy clara la práctica docente con la práctica de la investigación. El interés en su escritura surge de las propias inquietudes de los estudiantes de la materia en relación a un clima de época, donde las cuestiones de género de las mujeres han ganado terreno en gran parte de la agenda de los medios y en diferentes demandas sociales. Por ejemplo, en Argentina a través del movimiento feminista y las luchas que se enmarcan dentro del mismo.

|2|

El libro visibiliza la importancia de los estudios en el campo de la comunicación realizados por mujeres. En ese sentido, el escrito resalta y enaltece el trabajo realizado por diez mujeres precursoras del pensamiento comunicacional a lo largo de toda América Latina. Es por ello que se dedica un capítulo a cada una de ellas. La selección de estas diez mujeres propone representar los distintos países latinoamericanos. Se encuentran entre ellas: las argentinas Regina Gibaja, Mabel Piccini, Beatriz Sarlo, Paula Wajzman y Margarita Graziano, la francesa (entonces residente en Chile) Michèle Mattelart, la uruguaya Lisa Block de Behar, la estadounidense (entonces residente en Colombia) Elizabeth Fox y las mexicanas Fátima Fernández Christieb y Margarita Zires Roldán.

En el desarrollo de la obra de Heram y Gándara en primer lugar se presenta un extenso prólogo de la Doctora en Estudios Latinoamericanos por la Universidad Nacional Autónoma de México, Delia Crovi Druetta. Éste da un gran sustento desde la experiencia de la autora teniendo en cuenta el relato en los primeros años en los estudios de comunicación. Ella ha contribuido al campo del conocimiento de la comunicación con publicaciones en las décadas de los ‘60 y ‘70. Su prólogo va desde el periodismo como antesala, pasando por el despegue a la incorporación de la comunicación en el debate público para luego retomar del periodismo a la comunicación. Se resalta la importancia de la identidad para contar la historia en el que se exprese una pluralidad de voces en el campo.

El libro continúa con la presentación de los dos autores, en donde fundamentan con un sólido argumento los propósitos de su escritura. Por un lado, un interés propio en el tema y por otro, como un aporte a la historia del campo de la comunicación en Latinoamérica. Sin perder de vista la temporalidad y el desarrollo histórico, se hace un recorrido por la etapa fundacional de las investigaciones, los debates y las intervenciones político-intelectuales del campo comunicacional. De esa forma, se dejan entrever palabras claves que se repiten en diferentes obras de las autoras seleccionadas

como el concepto de imperialismo cultural, mito, el análisis y reflexión sobre la estructura de los medios, políticas nacionales de comunicación, entre otras cosas. Estas resultan ser conceptos esenciales que acompañan la reconstrucción de los aportes realizados por las mujeres pioneras y a su vez, plasman algunas de las cuestiones que han sido trabajadas a lo largo del libro.

A través del escrito se abordan las perspectivas dominantes en los estudios latinoamericanos. En un principio, los conceptos de recepción y consumo no fueron analizados porque el foco estuvo puesto en teorías del poder, la producción social de significado y demás cuestiones. Aunque allí se destaca, por ejemplo, la investigación de Regina Gibaja sobre públicos que asisten al museo y también un capítulo sobre medios. Si bien se resaltan aportes de investigadoras mujeres, este no es un libro específicamente sobre estudios de género. De esa forma, resulta interesante mencionar que este es un tema que puede ser abordado desde distintos aspectos, por ejemplo: geográficamente, históricamente, disciplinariamente, etc.

Con respecto a los diez capítulos de las mujeres seleccionadas, la estructura narrativa en cada uno de ellos es similar. En un principio se encuentra una breve introducción de índole biográfica y lo sigue un análisis sobre los primeros textos escritos por las autoras seleccionadas en el estudio del campo de la comunicación o el período de autonomización de los estudios en la década de los '60 y '70. Luego se escoge uno de los artículos más relevantes en el período señalado y se realiza un recorrido total y amplio sobre el mismo.

El primer capítulo está dedicado a la autora argentina e investigadora del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Regina Gibaja. Éste se centra principalmente en el libro basado en la problemática de los medios masivos y sus públicos, *El público de arte* (1964). La relevancia de su obra se relaciona a su trabajo sobre el análisis de los medios de comunicación y sus públicos. En ese sentido, el libro ha tenido reconocimiento, por parte del campo académico de la comunicación por ser pionero de los estudios en esa área.

El segundo capítulo aborda la perspectiva en lingüística y la primera semiótica de la profesora uruguaya Lisa Block de Behar. En su libro *El lenguaje de la publicidad* (1973) plantea que el lenguaje publicitario presenta una tensión entre la novedad y la repetición. Es por ello que propone un análisis lingüístico, en el campo de la neología, para develar los mecanismos de innovación léxica del lenguaje publicitario

En el tercer capítulo se trabaja sobre la obra de Mabel Piccini, integrante del grupo de investigación sobre la ideología, la cultura y la cultura de masas en el Centro de Estudios de la Realidad Nacional (CEREN) junto con Michèle Mattelart y Armand Mattelart a fines de 1967. Ella realizó un estudio sobre los medios masivos durante el gobierno de la Unidad Popular una vía para la lucha política y cultural y también plantea determinar la organización implícita de los mensajes para develar, de esa forma, las ideologías cristalizadas en los medios de comunicación.

El cuarto capítulo, dedicado a la escritora argentina Beatriz Sarlo, analiza la televisión y la política por su amplia llegada y lenguaje. El capítulo desarrolla el rol de los medios de comunicación como reproductores de discursos narrativos políticos que estructuran

ideologías míticas en su funcionamiento. En ese sentido, a través del análisis crítico del discurso televisivo revela los intereses de clases y la política burguesa.

En el quinto capítulo se realiza una lectura atenta y minuciosa de la diplomada en Literatura Comparada en la Sorbona, Michèle Mattelart. Uno de sus aportes fue su trabajo sistemático sobre la fotonovela *El nivel mítico de la prensa pseudo-amorosa* (1970) y sobre los semanarios ilustrados *Apuntes sobre lo moderno: una manera de leer el magazine* (1971). La autora puso su interés en los estudios sobre recepción de clase y género, entre otras cosas. A su vez, se destaca que la autora ha sido multipremiada y homenajeada en diversas universidades.

El sexto capítulo aborda las obras de Margarita Graziano, Licenciada en Sociología en la Universidad de Buenos Aires (UBA). La autora ha realizado múltiples contribuciones en el campo de los estudios de las políticas nacionales de comunicación y la economía política de la comunicación, perspectiva desde la que aportó una mirada crítica al estado de situación de los medios. Y ha publicado escritos sobre la estructura del poder en los medios e indagó sobre la comunicación alternativa como posibilidad de un proyecto distinto. Como docente, en la materia “Políticas y Planificación de la Comunicación” elaboró una matriz de análisis para el estudio del sistema de medios como forma de lucha contra las lógicas privatistas de los medios en la propia universidad.

|4|

El séptimo capítulo está destinado a la psicóloga, traductora, investigadora y escritora Paula Wajzman. La autora ha polemizado el libro *Para leer al Pato Donald* (1972) de Ariel Dorfman y Armand Mattelart en su artículo *Polémicas. Las imágenes del imperialismo (I). Una historia de fantasmas* (1974). Wajzman escribe desde el psicoanálisis lo que en los '70 pareció como marginal en los estudios en comunicación, actualmente se lo puede situar como un antecedente de indagación del vínculo entre el placer y cultura masiva. En ese sentido, la autora tuvo un rol destacado en los debates del campo.

En el octavo capítulo se ofrece una mirada sobre las investigaciones realizadas por Elizabeth Fox. La autora estudió periodismo en la Universidad Javeriana de Bogotá, realizó una maestría en Comunicaciones en la Universidad de Pensilvania (Estados Unidos) y el doctorado en la American University (Estados Unidos). En un principio sus trabajos académicos giraron en torno a la influencia y la dominación cultural que ejercía su país de origen en América Latina, así como el análisis de la estructura de los medios y las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC). Sus artículos se destacaron por la búsqueda y explicitación de las dificultades para obtener datos para acompañar y dar sustento a las denuncias relacionadas a la desigualdad en los flujos de información y la estructura de los medios. En una segunda etapa de su obra se desarrollan las desilusiones en torno las PNC y Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación (NOMIC).

En el noveno capítulo se encuentra a la licenciada en Ciencias y Técnicas de la Información (1989) por la Universidad Iberoamericana (México), Margatira Zires Roldán. En un principio, fue autora de múltiples escritos sobre la crítica ideológica-política del funcionamiento de los medios de prensa en situación de crisis. Y en un segundo momento investigó en torno a la problemática de la recepción, entre otras investigaciones.

El décimo y último capítulo del libro está destinado a la docente e investigadora Fátima Fernández Christlieb. Ella participó de la creación de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) y publicó trabajos que abordan la historia de la prensa, la radio y la televisión. Principalmente, sobre la coyuntura política y la necesidad de expansión de los grupos empresariales devenidos en monopolios. En ese sentido, su obra se inscribe así en la perspectiva del imperialismo cultural al destacar que las empresas estadounidenses.

A modo de cierre, resulta interesante resaltar que viviendo en una sociedad cada vez más informatizada, digitalizada y comunicativa, no se encuentren tantos estudios en el área en donde se resalte la figura de la mujer al frente de la tarea. Es por ello que el libro de Heram y Gándara abarca un área de vacancia esencial en el desarrollo de los estudios de comunicación. Esto es: leer la obra de las autoras a la luz de la propia historia del campo pero también haciendo particular interés en cada una de ellas. En ese sentido, invita al y la lectora a analizar cuáles son las perspectivas teóricas que predominan teniendo en cuenta escenarios de economía política de la comunicación, estudios críticos del discurso, estudios en la década '60 y '70 sobre los públicos, consumos, recepción de los mensajes, etc.

|5|

El libro brinda reconocimiento y visibilidad a los aportes de algunas mujeres en el campo científico de la comunicación. Plantea un recorrido socio-histórico, en un principio desde la etapa fundacional de estudios de comunicación latinoamericana. El contexto, en palabras de los autores, está caracterizado por un proceso de masivas movilizaciones, confrontaciones antiimperialistas y luchas por la transformación social entre la revolución cubana (1959) y la nicaragüense (1979).

Las historias del período están construidas a partir de, preponderantemente, genealogías y reconocimientos a los llamados padres fundadores. Lo que busca este libro, es demostrar que no sólo existieron “padres” fundacionales como autores del campo como Luís Ramiro Beltrán, Armand Mattelart, Jesús Martín Barbero, Héctor Schmucler, Antonio Pasquali, José Marques de Melo, Rafael Rocangolio, Mario Kaplún, Eleazar Díaz Rangel, entre otros, sino que también en la historia hubo “madres” fundadoras de nuevos pensamientos reconocidas como pioneras.

## Bibliografía

- Block de Behar, L. (1973). *El lenguaje de la publicidad*. Siglo XXI.
- Dorfman, A. y Mattelart, A. (1972). *Para leer al Pato Donald. Comunicación de masa y colonialismo*. Siglo XXI.
- Gibaja, R. (1964). *El público de arte*. Eudeba.
- Mattelart, M. (1976 [1970]). El nivel mítico de la prensa pseudo-amorosa. En Mattelart, A., Piccini, M., y Mattelart, M. (Eds.). *Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal en Chile* (220-283). Cid Editor.
- Mattelart, M. (1971). Apuntes sobre lo moderno: una manera de leer el magazine. *Cuadernos de la Realidad Nacional*, 9, 156-177.

Wajsman, P. (1974). Polémicas. Las imágenes del imperialismo (I). Una historia de fantasmas. *Lenguajes* N° 1, 127–131.