

(d)

FEMINISMO, ESTUDIOS CULTURALES Y CULTURA POPULAR¹

JOANNE HOLLOWES
Nottingham Trent University

Este capítulo estudia la introducción del feminismo en la vida académica en general y el estudio de la cultura popular en particular. Teniendo en cuenta que las mujeres implicadas en actividades feministas en los EE.UU., y en menor medida en el Reino Unido, eran a menudo mujeres de clase media y nivel educativo elevado, quizá no debería sorprendernos que las preocupaciones feministas se empezaran a integrar en las disciplinas académicas relativamente pronto. De todos modos, no fue un proceso directo: el impacto del feminismo en las diferentes disciplinas fue desigual y los cuerpos de saber existentes no recibieron las perspectivas feministas sin resistencia. Las feministas no sólo intentaron enfrentarse a la ceguera ante el género (*gender-blindness*) y el sexismo de las formas de conocimiento existentes, sino que a menudo intentaron producir nuevas formas de conocimiento que sirvieran de base para la acción política.

El feminismo también tuvo un impacto sobre el mundo académico anglosajón a través de la institucionalización de cursos e itinerarios de Estudios de las Mujeres. Por ejemplo, como argumenta el grupo editorial de *Women Take Issue*, las feministas que trabajaban Estudios de las Mujeres utilizaron a menudo su experiencia en los movimientos femeninos y la incorporaron a su práctica académica “organizada tanto para compartir experiencias y trabajar juntas para profundizar sus conocimientos, como para interrogar y apropiarse de “conocimientos” y habilidades que excluían o ignoraban a las mujeres” (1978: 8). Aunque había una gran variedad de cursos en los Estudios de las Mujeres, los unía muchas veces un proceso de concienciación que situaba la “experiencia personal [de las mujeres] y sus respuestas registradas subjetivamente en un contexto sociológico e histórico” (1978: 9). Los Estudios de las Mujeres se distinguían también de otros campos académicos por su insistencia en tomar a las mujeres como el

¹ Este texto corresponde a una selección del capítulo 2 “Feminism, Cultural Studies and Popular Culture” del libro *Feminism, Femininity and Popular Culture*, Manchester, Manchester University Press, 2000. Traducido y publicado con permiso de la autora y de Manchester University Press. Traducción de Pau Pitarch.

punto de partida, su aportación de “una crítica del sexismo y el chovinismo en las teorías, textos y cursos existentes” y su intento de desarrollar nuevas herramientas conceptuales para el análisis feminista (1978: 9-10). Un problema que reconocieron rápidamente muchas mujeres fue el llamado Síndrome de “Mujeres y...”: las preguntas acerca de las mujeres se convertían en una “adición” a formas de conocimiento existentes, en vez de usarse para reformular radicalmente esas formas de conocimiento existente a través de preguntas centrales sobre el género (1978: 11).

Asunciones sobre los efectos de la cultura popular en las mujeres han sido de sentido común en la segunda ola del feminismo: por ejemplo, era común entre las feministas afirmar que toda una serie de formas y prácticas populares –desde leer novelas románticas hasta el hecho cotidiano de vestirse según la moda– encerraban a las mujeres en identidades femeninas que las cegaban ante, y participaban en, su propia opresión. De todos modos, desde mediados de los setenta, las preguntas sobre cómo se producían y reproducían culturalmente las identidades de género se convirtieron en temas de investigación y discusión feministas más profundas. Este capítulo describe dos vías principales a través de las que la investigación de la cultura popular entró en la vida académica. Primero, examina el debate sobre las “imágenes de la mujer”. Hacia mediados de los setenta, feministas que trabajaban en las ciencias sociales empezaron a generar un cuerpo de conocimiento sobre cómo se representaba a hombres y mujeres en los contenidos de los medios de comunicación y los efectos que esto tenía sobre su audiencia. Esta investigación de las “imágenes de la mujer” fue criticada cada vez más por feministas que trabajaban con otras bases teóricas como el estructuralismo y el psicoanálisis y produjo un debate generalizado sobre las cuestiones de la representación. Las críticas a la tradición de “imágenes de la mujer” llevaron al desarrollo de un foco clave de estudios feministas a propósito de cómo los medios de comunicación, cine y estudios culturales trabajaban los procesos y prácticas de representación para producir ideas sobre qué significa ser mujer (analizados en profundidad en los capítulos 3, 4 y 5).

En segundo lugar, los estudios culturales feministas no han establecido simplemente una ecuación entre la significatividad de la cultura popular con cuestiones de representación y análisis textual. Los estudios culturales feministas también aportaron ideas –y recibieron a su vez aportaciones– en los debates generales sobre cómo analizar y teorizar la cultura, especialmente en el Centre for Contemporary Cultural Studies (Centro de Estudios Culturales Contemporáneos) de Birmingham. Los estudios culturales analizan las complejas relaciones entre instituciones, industrias, textos y prácticas culturales y, por lo tanto, aunque las cuestiones de representación son centrales, no son su única preocupación. Como ha argumentado Angela McRobbie (1997a; 1997b), la preocupación de los estudios culturales feministas por las cuestiones de representación no deberían hacernos ignorar las contribuciones feministas a cuestiones sobre la economía política de la cultura, la política cultural y la “experiencia vital”.

Aunque los estudios culturales no se dediquen exclusivamente a la cultura popular, las preguntas sobre qué está en juego cuando se estudia cultura popular ha sido central en ellos. [...] Además, “los estudios culturales conllevan una implicación activa con la creación social de “estándares”, “valores” y “gustos”” (Morris, 1997: 43). Ésta ha sido una dimensión crucial de gran parte del análisis cultural feminista que ha indagado cómo se ha asignado género a muchos juicios de valor.

El debate sobre las “imágenes de la mujer”

A mediados de los años setenta, el estudio de las mujeres y la cultura popular a través de un amplio abanico de disciplinas se centraba a menudo en cuestiones sobre las “imágenes de la mujer”. En los EE.UU. gran parte de esta investigación continuó en proyecto iniciado en *The Feminine Mystique* y analizó cómo los medios de comunicación tenían un papel en la socialización de las mujeres en nociones restrictivas de feminidad. En este trabajo influyeron los modelos de análisis comunicativo dominantes en el periodo, que estudiaban el “contenido” de la producción mediática y los “efectos” de sus mensajes. La relación entre este paradigma de investigación y la agenda feminista posterior a Friedan² es evidente en el razonamiento de Gaye Tuchman (1978: 6): “Supongamos por un momento que la televisión infantil presenta principalmente a las mujeres adultas como amas de casa, sin participación en la fuerza laboral remunerada. Supongamos también que las niñas de la audiencia de esa televisión “modelan” su comportamiento y expectativas sobre los de las mujeres de la televisión”. La investigación sobre el contenido de los medios de comunicación parecía confirmar la primera suposición de Tuchman como real. Por ejemplo, estudios de la televisión mostraron que las mujeres no sólo tenían menos posibilidades de aparecer empleadas fuera del hogar sino que estaban muy infrarepresentadas en términos generales. Tuchman (1978: 10-13) llamaba a este proceso “aniquilación simbólica”. Además, afirmaba que las imágenes de los medios no habían seguido el paso de los cambios sociales, especialmente la “transformación” de los papeles genéricos aportada por el movimiento femenino. Para Tuchman, por tanto, los medios de comunicación eran aún más sexistas que la sociedad y “representaban mal” la realidad. Su segunda suposición también parecía sustanciada por la investigación de los “efectos” de los medios. Los mensajes mediáticos que presentaban imágenes estereotipadas de mujeres –se afirmaba– no sólo socializaban a la audiencia infantil en “roles sexuales tradicionales” sino que también les enseñaban que “debían dirigir sus intereses hacia la casa y el hogar” (1978: 37). Las conclusiones que se obtenían de esta investigación eran muy similares a las de Friedan: para evitar que la gente internalizara las imágenes “negativas” de los medios, deberían reemplazarse por imágenes “positivas” de mujeres trabajadoras.

² N. del T.: Betty Friedan (1921-), investigadora feminista norteamericana. Su estudio *La mística femenina* (1963) se considera uno de los impulsores de la Segunda Ola del Feminismo.

Como Friedan, esta investigación tendía a compartir “el objetivo feminista liberal de integrar a las mujeres en el sistema actual en pie de igualdad con los hombres. Las características asociadas con la “masculinidad” en las imágenes mediáticas son aquellas que se han definido implícitamente como el objetivo para las mujeres en las imágenes mediáticas” (Janus, 1996: 8).

De todos modos, éste no era el único problema de este tipo de investigación. Aunque hay críticas muy variadas, querría concentrarme en tres temas principales: la relación entre los medios y la realidad; los problemas con el análisis de los contenidos; y los problemas con el análisis de los efectos. En primer lugar, la relación entre los medios y la realidad en este paradigma de investigación se basa en la asunción que los medios de comunicación actúan como una “ventana hacia el mundo”, que sus imágenes son, o deberían ser, un reflejo o representación de la sociedad. El problema que las investigadoras achacaban a las imágenes de la mujer era que los medios no estaban al día de los cambios sociales “reales” –había un “desfase cultural”– y por lo tanto los medios estaban representando mal cómo eran las mujeres realmente y trabajaban para reforzar imágenes “tradicionales” de la mujer. Esto supone algunos problemas: si se supone que los medios representan mujeres “reales”, esto implica que podemos ponernos de acuerdo acerca de qué constituye exactamente un modelo “real” de feminidad y que los medios pueden mostrarlas simplemente como son (Walters, 1995: 50). Como afirma Charlotte Brunson, “pedir imágenes más realistas es siempre un argumento a favor de la representación de “tu” versión de la realidad” (citado en van Zoonen, 1994: 41). Además, esta investigación asume que lo que significa ser un hombre o una mujer es simple, auto-evidente, invariable e ignora las maneras cómo las identidades de género son cortadas por otras formas de identidad cultural como la raza o la clase. Como gran parte de la crítica ha argumentado desde entonces, los medios de comunicación no representan bien o mal identidades genéricas sino que trabajan para construir y estructurar el significado del género. Las formas mediáticas, por tanto, participan en la construcción de qué significa ser mujer en un contexto histórico y geográfico concreto, con significados que son a menudo “contradictorios y discutidos” (van Zoonen, 1994: 34). Este argumento de que “las representaciones no expresaban una realidad previa, sino que constituían la realidad de manera activa” (McRobbie, 1997a: 172) daría forma a un amplio abanico de trabajos feministas en estudios de cine, de medios y estudios culturales, como muestran los debates reseñados más adelante en este libro.

En segundo lugar, estos problemas con la investigación de las “imágenes de la mujer” están relacionados con los problemas del análisis de los contenidos que se centraban en “qué mostraban los medios” más que en “cómo lo mostraban” (MacDonald, 1995: 15). La investigación que usa análisis de contenidos pretende medir el contenido de los medios a partir de aislar las características de los textos que quiere medir a partir de una selección de textos mediáticos. Por ejemplo, en una selección de anuncios, el análisis de contenidos puede proponerse “contar” el número de hombres

y mujeres que trabajan fuera del hogar para determinar si el número de mujeres trabajadoras refleja el número de mujeres trabajadoras en la "realidad" (Tuchman, 1978). Esto tiene la ventaja de poder trabajar con una selección relativamente amplia de textos y, a través del análisis comparativo, documentar pruebas de cambio a través del tiempo. De este modo, parece que podría revelar hasta qué punto existen "estereotipos" de mujeres en la programación televisiva. Sin embargo, al tratar a todas las mujeres como una categoría homogénea, esto no nos diría nada sobre las diferencias entre cómo se representa a diferentes tipos de hombres y mujeres. Además, no sólo se tratan los contenidos mediáticos como algo transparente y no sujeto a diversas interpretaciones, sino que también se ignora cómo se organiza el significado dentro del propio texto. Por ejemplo, una serie de anuncios en el Reino Unido para el limpiador doméstico Flash Excel ha presentado al miembro masculino de la pareja en una serie de tareas domésticas: limpiando el baño y la campana de la cocina y fregando el suelo. Si esto se incluyera dentro del análisis de contenidos podría significar "progreso" –prueba de la responsabilidad masculina en las tareas domésticas. De este modo, se ignoraría totalmente la manera en cómo el anuncio confirma la cualidad "excepcional" de la impliación del hombre en estos trabajos, y cómo se le presenta como haciendo un favor a su esposa para quedar bien con ella, confirmando así la noción de que es normal para las mujeres responsabilizarse del trabajo doméstico. Tomar los significados de las imágenes como auto-evidentes y sacarlos de su contexto de aparición, y del contexto cultural en el que se producen y se consumen, es extremadamente problemático. Como señala Michele Barrett (1988: 107-108), si un marciano observara fotografías de la realeza británica, "se le podría perdonar que, después de todas las fotos de la Reina pasando revista a tropas, inaugurando las sesiones del Parlamento, entronizando arzobispos, etc., llegara a la conclusión de que ella controlaba todos los aparatos estatales ideológicos y de represión".

La idea de que esos mensajes mediáticos son auto-evidentes y transparentes tiene relación con el tercer problema del análisis de las "imágenes de la mujer": este tipo de investigación asume que los mensajes mediáticos tienen un efecto directo sobre sus audiencias. Al intentar medir los cambios en el comportamiento y las actitudes de las audiencias expuestas a tipos particulares de material, este tipo de investigación llega a menudo a conclusiones como que "ver mucha televisión lleva al público infantil y adolescente a creer en roles sexuales tradicionales" (Tuchman, 1978: 37). Sin embargo, no se puede asumir el significado de los textos. Todos los textos son inherentemente "polisémicos" –o sea, capaces de generar significados múltiples– y, como resultado, aunque un texto puede tener una "lectura preferente", no implica que sea descodificado de la misma manera por todos sus consumidores (Hall, 1980). Asumir que todo el mundo interpreta un texto de la misma manera es asumir o que el texto es todopoderoso y la audiencia totalmente pasiva (o que son "imbéciles culturales") o que todos los miembros de la audiencia comparten idéntica formación cultural y disponen de recursos idénticos. Como resultado, es necesario

considerar cómo “el significado del texto se construirá de manera diferente según los discursos (conocimientos, prejuicios, resistencias, etc.) que la lectura aporte al texto” (Morley, 1992: 57). Por ejemplo, las imágenes que la profesional blanca de clase media Betty Friedan interpretó como dañinas para las mujeres en los cincuenta son las mismas imágenes que algunas mujeres de clase trabajadora interpretaron como “liberadoras”.

Los estudios culturales y la cultura popular

[...] El feminismo y los estudios culturales (en sus diferentes formas) tienen preocupaciones comunes. Como argumentan Franklin et al. (1991: 1-2), ambos tienen relaciones estrechas con el activismo político radical y ambos “focalizan en el análisis de formas de poder y opresión, y en la política de producción del conocimiento dentro de la academia y en la sociedad en general”. Tanto los estudios culturales como el feminismo han explorado las conexiones entre experiencia y teoría (Franklin et al., 1991: 2). No es sólo que ambas disciplinas tengan preocupaciones comunes, sino que, como ha defendido Stuart Hall, el feminismo ha transformado también los estudios culturales. La idea que “lo personal es político” abrió el abanico de áreas estudiadas desde los estudios culturales y forzó a la crítica a reflexionar no sólo cómo conceptualizaban las relaciones de poder sino también cómo estas relaciones de poder estaban ligadas con cuestiones de género y sexualidad. Además, el feminismo volvió a poner preguntas sobre la identidad en la agenda de los estudios culturales (Hall, 1992: 282). Sin embargo, parte de la crítica considera que las preocupaciones feministas han permanecido marginadas y no son centrales en las agendas de los estudios culturales.

Los estudios culturales han sido dominados a menudo por cuestiones sobre cómo definir la “cultura popular”. Las maneras de conceptualizar “popular” determina las maneras en que se estudia y se analiza y, a la vez, da forma a ideas diferentes de políticas culturales. La sección siguiente parte del análisis de Stuart Hall de cuatro maneras de conceptualizar “lo popular” y explora cómo cada una de estas concepciones implica una noción diferente de política cultural feminista.

En primer lugar, hay una concepción de la cultura popular que la ve como algo impuesto sobre “la gente” desde fuera y por tanto es una forma “no auténtica” de cultura, una “cultura “para la gente” totalmente controlada” (Bennett, 1986b: 19). Estas ideas se asocian a menudo con teorías de la cultura de masas que establecen una ecuación entre la cultura popular y una cultura de masas que se impone en una masa pasiva de “imbéciles culturales”. Desde esa perspectiva no sólo es que la cultura popular producida comercialmente sea degradada, sino también que “las personas que la consumen y disfrutan son degradadas por tales actividades o viven continuamente en un estado de “falsa conciencia” (Hall, 1981: 232). Este tipo de pensamiento inspira el trabajo de Friedan, así como el de algunas feministas radicales ([...] algunas formas de estudios culturales feministas

no son inmunes a estas asunciones). De todos modos, una definición de cultura popular que presenta a la mayoría de mujeres como simples víctimas de la cultura de masas asigna una inteligencia a “la feminista” que se supone que le falta a “la mujer normal”. Además, no ofrece ninguna manera de entender las actividades de esas “mujeres normales” cuando participan en actividades generadoras de significado, el placer implicado en estas prácticas o el potencial de resistencia que puede estar presente en el uso de artículos de producción masiva.

El segundo modo en que se ha usado “lo popular”, según Hall, es más celebratorio y asigna a menudo una equivalencia entre cultura popular y cultura folklórica, algo tanto producido como consumido por “la gente”. Este dignificado de la cultura popular se usa a menudo en la crítica izquierdista para referirse a “una cultura de oposición pura y espontánea “de la gente”” como por ejemplo las canciones de los trabajadores (Bennett, 1986b: 19). En la crítica feminista, esta manera de entender la cultura popular se usa a menudo cuando la crítica intenta identificar una tradición auténtica de arte de las mujeres: por ejemplo, la artesanía tradicional de edredones (*quilt-making*) o una “tradición perdida” de escritura femenina. Sin embargo, merece la pena apuntar que si el primer sentido de “popular” iguala la cultura popular con la cultura de masas, este segundo sentido de lo popular distingue una cultura popular “auténtica” de las formas “no-auténticas” producidas masivamente como la TV y las películas producidas “para la gente” pero no por ella. Para Hall (1981: 232), esta definición es problemática porque asume que hay “una “cultura popular” completa, auténtica y autónoma, que se encuentra fuera de [...] las relaciones de poder y dominación cultural”. En el caso de la crítica feminista, esto implica a menudo que la “cultura de las mujeres” existe de algún modo “fuera” del “patriarcado”.

La tercera concepción de “lo popular” que trata Hall es la “descriptiva”. En esta definición “lo popular” se iguala simplemente con “todas las cosas que “la gente” hace y ha hecho” (Hall, 1981: 234). Precisamente, se podría hacer una reflexión similar sobre las maneras como “lo femenino” se usa para designar todas las cosas que “las mujeres” hacen y han hecho. El problema aquí es que esto tan sólo produce un inventario: listar formas y prácticas “populares” ignora cómo se hace “la distinción analítica real” entre “la gente” y “quienes no son la gente” (Hall, 1981: 234). Para Hall, la mayoría de aproximaciones presentan simplemente la distinción entre formas “populares” y “no populares” como una “condición” de actividades y textos específicos, más que como el producto de las maneras como grupos sociales específicos se apropian de, o se asocian con, estos textos y actividades. De este modo, Hall defiende que “lo popular” es simplemente parte del proceso por el cual se clasifican los textos y, como resultado de esto, ningún texto o práctica es inherentemente popular o elitista en su carácter, sino que puede moverse entre los dos a medida que cambian las condiciones históricas.

Por esta razón, críticos como Hall y Bennett ofrecen una manera alternativa de conceptualizar la cultura popular: la cultura popular no debería verse simplemente como el medio a través del cual grupos dominantes imponen sus ideas en grupos subordinados o el medio a través del cual grupos subordinados resisten la dominación. Hall define la cultura popular como un espacio de lucha, un lugar donde se desarrollan los conflictos entre los grupos dominantes y subordinados, donde se construyen y reconstruyen continuamente las distinciones entre las culturas de estos dos grupos (Hall, 1981; Bennett, 1986a, 1986b; Hollows y Jancovich, 1995). Esta aproximación convierte en centrales tres ideas claves: que el análisis de la cultura popular siempre es el análisis de relaciones de poder; que estas luchas, y lo que se pone en juego en ellas, debe estudiarse siempre históricamente; y que la subjetividad –o nuestro sentido de quién somos– debe estudiarse también históricamente. Esta manera de entender la cultura popular ha sido central para muchas feministas cuyo trabajo se ha nutrido de los estudios culturales. Las identidades marcadas genéricamente y las formas culturales se producen, reproducen y negocian en contextos históricos específicos dentro de relaciones de poder específicas y cambiantes.

Feminismo, cultura popular y política cultural

Cada una de las maneras de entender la cultura popular discutidas anteriormente plantean preguntas sobre diferentes formas de política cultural feminista. Aunque las concepciones de lo popular que trata Hall tienden a alinearse de manera más cercana a las políticas socialistas, es posible encontrar paralelos dentro del feminismo. Primero, la idea de la cultura popular como cultura de masas no sólo sirve de puntal para una variedad de crítica feminista, sino también para algunas formas de activismo feminista. Por ejemplo, en algunas formas de feminismo se establece una distinción entre una cultura popular y de masas patriarcal “mala” frente a una cultura de vanguardia feminista: un caso claro de ello se encuentra en algunas formas de cinematografía y crítica fílmica feministas. Las tendencias vanguardistas dentro del cine y la crítica cinematográfica feministas crean una oposición entre un “cine de resistencia, no-narrativo, difícil, incluso aburrido”, feminista y vanguardista y su “otro” degradado, un “cine *mainstream*, realista, narrativo”, popular y patriarcal (Williamson, 1993: 313). Como argumenta Judith Williamson, estos filmes vanguardistas no son tan sólo los mismos que valora la cultura burguesa a la que se supone que se oponen, sino que la cinematografía vanguardista existe precisamente a través de su oposición al cine *mainstream* y por lo tanto depende de la misma práctica que intenta subvertir (Jameson, 1979: 134). Esto también plantea la pregunta de para quién se hacen las películas feministas de vanguardia, por no hablar del teatro y el arte feministas de vanguardia o la poesía feminista “radical”. Por ejemplo *Jeanne Dielman* (1975) de Chantal Ackermann está rodada “en tiempo real” y durante la mayor parte de la película una ama de casa realiza diversas tareas domésticas. El placer del

filme se construye (supuestamente) a través de las características formales (de Lauretis, 1988) en vez de, por ejemplo, de la narración. La pregunta central que se plantea es ¿quién experimenta ese placer y por qué? Alguien que ha pasado la semana trabajando en las tareas del hogar (sea éste un trabajo no remunerado para la propia familia o remunerado para la familia de una cineasta feminista) ¿realmente querrá salir por la noche a ver una película de más de tres horas que muestra el trabajo doméstico de una mujer? Y si va a verlo, ¿tendrá las competencias culturales, extremadamente raras y dependientes de la propia clase social, que le permitan compartir la experiencia estética de las características formales de la película? Como argumenta Barrett (1982: 55), las feministas quizás tendrían un poco más de éxito en llegar a una audiencia mayor si rechazaran este tipo de “purismo moralista”. Este tipo de “alternativa” feminista está condenada a permanecer marginal porque su atractivo no se basa tanto en el reconocimiento de experiencias y competencias de género como en la posesión de códigos y competencias culturales que son el producto de una posición de clase privilegiada. En el proceso, el público de esos filmes no sólo se siente legitimado en su identidad feminista, sino también en sus preferencias culturales, que le permiten identificar “qué vale la pena ver y cuál es la manera correcta de verlo” (Bourdieu, 1984: 28).

En las versiones feministas de las políticas culturales relacionadas con la segunda definición de lo popular, nos queda lo que podríamos llamar feminismo “folklórico”. En él se privilegian las formas y prácticas culturales femeninas “auténticas” por encima de la cultura popular producida comercialmente y se intenta desenterrar una tradición cultural de las mujeres que ha permanecido escondida, marginada o trivializada por una tradición cultural masculina y/o una cultura femenina “no auténtica”. Estas ideas pueden tomar diversas formas: se ven en la valoración de habilidades femeninas tradicionales como la artesanía tradicional de edredones [*quilt-making*] y es evidente en la nostalgia por formas de producción cultural más “tradicionales” y “preindustriales” como los grabados en madera y las canciones folklóricas. El feminismo “folklórico” busca una cultura de las mujeres auténtica como si pudiera “existir aislada como una esencia congelada dentro del congelador de la cultura masculina” (Parker y Pollock, citado en Bennett, 1986a: xii). Esta forma de feminismo se apunala en lo que Redhead y Street (1989) llaman “ideología folklórica”, en la que la legitimidad política, la integridad y la autenticidad se transmite a través de la idea de autonomía y la conexión a alguna forma de “raíces”. Una tendencia común de la ideología folklorista es que es atractiva a un público más “inteligente” que no son “ingenuos” ante las industrias culturales. Mientras la preferencia por las formas de vanguardia es el producto de una posición de clase –la de una élite intelectual que blande su poder cultural– la preferencia por formas “folklóricas” la impulsa una “nostalgia populista” y es “un elemento básico en la relación de la pequeña burguesía con las clases trabajadora o campesina y sus tradiciones” (Bourdieu, 1984: 58). De nuevo, las políticas culturales feministas aparecen con un sesgo de clase que invalida las reivindicaciones una experiencia o estética de género comunes.

Además, esta “nostalgia populista” no sólo lleva a la fetichización de las tradiciones “populares” del proletariado y el campesinado blancos en los EE.UU. y el Reino Unido, sino también a la fetichización de una “mujer étnicamente Otra” cuyas tradiciones culturales se consideran más acordes con “la naturaleza”. Esto se puede ver en el interés por la artesanía y cosméticos “étnicos” basados en recetas milenarias de mujeres de la jungla del Amazonas.

Es interesante notar que la financiación para producciones culturales feministas tiende a dirigirse a proyectos que parten de una concepción de la política cultural en términos vanguardistas o folklóricos. Desde las políticas públicas, estas dos versiones de la política cultural feminista se suelen considerar más legítimas precisamente por su reivindicación de tratar con experiencias identificables genéricamente y por su oposición a los productos de las industrias culturales.³ Sin embargo, como he apuntado, el público de estas formas de producción cultural tiende a ser de clases sociales específicas. De este modo, las alternativas a los productos del mercado –por ejemplo la subvención estatal del arte– tiende “simplemente a subvencionar los hábitos y gustos de las capas más favorecidas o a crear una nueva forma de cultura pública que no tiene un público popular” (Garnham, 1987: 34).

La tercera concepción de la cultura popular como un “inventario” deja poco espacio para cualquier noción de política cultural. Como argumenta Hall, formas y prácticas culturales específicas no son inherentemente “populares” o “no populares”, sino que es necesario examinar cómo textos específicos llegan a ser clasificados como tales en condiciones históricas específicas. Por ejemplo, los melodramas de Douglas Sirk,⁴ que habían sido criticados como formas femeninas, sentimentales y baratas de la cultura popular se reclasificaron en los sesenta y setenta a manos de una crítica cinematográfica que defendió que tenían muchos puntos en común con el arte de vanguardia (masculino). Por esta razón, la idea de un “inventario” o aproximación descriptiva no es simplemente problemática para definir “lo popular” sino también para definir “lo femenino”. Si las formas y prácticas culturales “femeninas” son identificadas simplemente con las cosas que las mujeres hacen y han hecho, se ignoran los procesos a través de los que se ha venido clasificando las formas culturales como “masculinas” y “femeninas”, y las maneras en que tales clasificaciones cambian a través del tiempo. La mayoría de los campos de la crítica cultural feminista [tratados en este libro] se vieron motivados de algún modo por una crítica de las maneras en que esas formas que habían sido o eran clasificadas como “femeninas” se clasificaban también a menudo como “basura” y “no dignas”

³ Estas reivindicaciones no son siempre acerca de la llamada a una experiencia de género universal sino que a veces se dirigen a la experiencia de un segmento particular: por ejemplo, las mujeres de color o las mujeres homosexuales.

⁴ N. del T.: Douglas Sirk (1897–1987), cineasta de origen alemán conocido especialmente por sus creaciones en el Hollywood de la década de los cincuenta. Su película más célebre es quizás *Imitación a la vida* (1959).

de análisis. Estas críticas se convirtieron en la base para el análisis serio de esas prácticas y formas populares que habían sido rechazadas como “basura femenina”. En el proceso, se produjo un amplio corpus de investigación feminista sobre áreas “femeninas” como los culebrones televisivos, la ficción romántica y las revistas para chicas. Sin embargo, durante el proceso, esto produjo un “inventario” de áreas “femeninas” dentro de los estudios culturales feministas, un “inventario” alrededor del cual se estructura este libro. Como ha argumentado Charlotte Brundson (1991: 373), la crítica feminista acaba a menudo con afirmaciones como “A las mujeres les gustan estos textos porque tienen (tanto los textos como las mujeres) preocupaciones femeninas. Las categorías de género, constituidas como puras si las personas están “simplemente” marcadas con un género, empiezan a funcionar también como explicativas en un cortocircuito teórico”.

Sin embargo, las investigaciones y las teorías feministas sobre la relación entre la feminidad y la cultura popular no se han estructurado simplemente a través de una preocupación por analizar “cosas de mujeres” sino que se ha basado en una cuarta concepción de la cultura popular que analiza Hall. Este sentido de “lo popular” como un lugar de lucha tiene mucho que ofrecer al feminismo. Por ejemplo, desde esa perspectiva, la masculinidad y la feminidad no son identidades ni categorías culturales fijas, sino que los significados de la masculinidad y la feminidad se construyen y reconstruyen en condiciones históricas específicas. Además, Hall no sólo nos fuerza a pensar en cómo las identidades genéricas son producidas por y producidas en relaciones de poder específicas sino también en como las identidades genéricas (dentro y entre contextos históricos) son atravesadas por otras formas de identidad cultural que son estructuradas a su vez por relaciones de poder. Como resultado, la feminidad no sólo viene a significar cosas distintas a través del tiempo sino también dentro de cualquier momento histórico habrá conflictos acerca del significado de la feminidad. Por ejemplo, la feminidad de clase media blanca no sólo se ha privilegiado por encima de otras formas de identidad femenina sino que sólo obtiene su significado a través de su diferencia respecto a formas de feminidad clasificadas como “desviadas” o “peligrosas”, identidades identificadas normalmente con mujeres negras y mujeres blancas de clase trabajadora (véase, por ejemplo, Skeggs, 1997 y Young, 1996). Sin embargo, las características adscritas a estas distintas formas de feminidad, y sus relaciones recíprocas, no están fijadas sino que se transforman en contextos históricos específicos. Además, incluso el significado de la feminidad de clase media blanca no es unitario y estable sino que está sujeto a la contestación dentro de un periodo histórico.

[...]

Sin embargo, antes de abandonar esta discusión de lo popular es crucial también señalar la “falta de solapamiento” entre el feminismo y los estudios culturales (Franklin et al., 1991). Aunque Hall lleva razón en reconocer el impacto del feminismo en los estudios culturales, muchas feministas que trabajan dentro de los estudios culturales han señalado la dificultad de

convertir el género en una dimensión central en una forma de análisis que hace de la clase social la dimensión central. Como argumenta Morag Shiach (1994: 331), “como espacio institucional, y como concepto político, la “cultura popular” encarna definiciones de identidad de clase, cambio histórico y conflicto político que a menudo permanecen ciegas a las cuestiones del feminismo”. Como anotan las editoras de *Women Take Issue* acerca de su experiencia de trabajar en el campo de los estudios culturales a mediados de los setenta, se les plantearon dos alternativas si querían pensar sobre el género. Por un lado, se dieron cuenta de que para llevar a cabo una intervención feminista sobre los estudios culturales, que necesariamente implicaba una multidisciplinariedad, tendrían que conquistar el campo “y entonces hacer una crítica feminista de él” (1978: 10). Por otro lado, se podían concentrar en las que eran para ellas las cuestiones centrales de investigación y “arriesgarse así a que nuestras preocupaciones permanecieran ligadas específicamente a nuestro género –nuestras pequeñas preocupaciones: la “cuestión femenina” reclamada por y restringida a las mujeres” (1978: 10). Creo que no es sorprendente que las autoras optaran por la segunda estrategia: es una opción que han reproducido muchas feministas trabajando dentro de los estudios culturales, y es sin duda la que escoge este libro. En cierto modo, esto ha producido un ghetto “femenino” o “feminista” dentro de los estudios culturales donde las mujeres hablan sobre “cosas de mujeres”: “para las críticas feministas, todos los caminos dentro de los estudios culturales llevan al consumo, el placer y la feminidad, con tan sólo pequeños desvíos hacia la hegemonía, la producción y la clase” (Shiach, 1994: 337). Aunque algunos hombres han intentado colonizar cuestiones de placer y consumo, para Shiach, las feministas han sido incapaces de desarrollar una “crítica sostenida de los paradigmas dominantes de los estudios culturales” (Shiach, 1994: 337). Este tema ha sido encarado también por Celia Lury (1995a: 33), que argumenta que las concepciones de la cultura en general siguen sin estar marcadas genéricamente, oscureciendo “las maneras en que la propia cultura se constituye en relación con el género y otras categorías sociales y políticas”.

BIBLIOGRAFÍA

Barrett, M. (1982), "Feminism and the Definition of Cultural Politics", *Feminism, Culture and Politics*, R. Brunt & C. Rowan (eds.), Londres, Lawrence and Wishart.

——— (1988), *Women's Oppression Today: the Marxist/Feminist Encounter*, Londres, Verso.

Bennett, T. (1986a), "Introduction: Popular Culture and the 'Turn to Gramsci'", *Popular Culture and Social Relations*, T. Bennet, C. Mercer y J. Woollacott (eds.), Milton Keynes, Open University Press.

——— (1986b), "The Politics of the 'Popular' and Popular Culture", *Popular Culture and Social Relations*, T. Bennet, C. Mercer y J. Woollacott (eds.), Milton Keynes, Open University Press.

Bourdieu, P. (1984), *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Londres, Routledge.

Brundson, C. (1991), "Pedagogies of the Feminine: Feminist Teaching and Women's Genres", *Screen*, 32 (4): 364-381.

De Lauretis, T. (1988), "Aesthetic and Feminist Theory: Rethinking Women's Cinema", *Female Spectators: Looking at Film and Television*, D. Pribram (ed.), Londres, Verso.

Franklin, S., Lury, C. y Stacey, J. (1991), "Feminism and Cultural Studies: Pasts, Presents, Futures", *Off-Centre: Feminism and Cultural Studies*, S. Franklin, C. Lury y J. Stacey (eds.), Londres, Harper Collins Academic.

Garnham, N. (1987), "Concepts of Culture: Public Policy and the Cultural Industries", *Cultural Studies* 1 (1): 23-27.

Hall, S. (1980), "Encoding/Decoding", *Culture, Media, Language*, S. Hall, D. Hobson, A. Lowe y P. Willis (eds.), Londres, Hutchinson.

Hall, S. (1981), "Notes on Deconstructing 'The Popular'", *People's History and Socialist Theory*, R. Samuel (ed.), Londres, Routledge.

——— (1992), "Cultural Studies and its Theoretical Legacies", *Cultural Studies*, L. Grossberg, C. Nelson y P.A. Treichler, Nueva York, Routledge.

Hollows, J. y Jancovich, M. (eds.) (1995), *Approaches to Popular Film*, Manchester, Manchester University Press.

Jameson, F. (1979), "Reification and Utopia in Mass Culture", *Social Text*, 1: 130-148.

Janus, N.Z. (1996), "Research on Sex Roles in Mass Media: Towards a Critical Approach", *Turning It On: A Reader in Women and Media*, H. Baehr y A. Gray (eds.), Londres, Edward Arnold.

Lury, C. (1995a), "The Rights and Wrongs of Culture: Issues of Theory and Methodology", *Feminist Cultural Theory: Process and Production*, B. Skeggs (ed.), Manchester, Manchester University Press.

MacDonald, M. (1995), *Representing Women: Myths of Femininity in the Popular Media*, Londres, Edward Arnold.

McRobbie, A. (1997a), "The Es and the Anti-Es: New Questions for Feminism and Cultural Studies", *Cultural Studies in Question*, M.Ferguson y P. Golding (eds.), London, Sage.

Morley, D. (1992), *Television, Audiences and Cultural Studies*, Londres, Routledge.

Morris, M. (1997), "A Question of Cultural Studies", *Back to the Reality? Social Experience and Cultural Studies*, A. McRobbie (ed.), Manchester, Manchester University Press.

Redhead, S. y Street, J. (1989), "Have I the Right? Legitimacy, Authenticity and Community in Folk's Politics", *Popular Music*, 8 (2): 177-184.

Shiach, M. (1994), "Feminism and Popular Culture", *Cultural Theory and Popular Culture: A Reader*, J. Storey (ed.), Hemel Hempstead, Harvester Wheatsheaf.

Skeggs, B. (1997), *Formations of Class and Gender*, Londres, Sage.

Tuchman, G. (1978), "The Symbolic Annihilation of Women by the Mass Media", *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*, G.Tuchman, A.Kaplan y J. Benet (eds.), Nueva York, Oxford University Press.

Van Zoonen, L. (1994), *Feminist Media Studies*, Londres, Sage.

Walters, S.D. (1995), *Material Girls: Making Sense of Feminist Cultural Theory*, Berkeley, University of California Press.

Williamson, J. (1993), *Deadline at Dawn: Film Criticism 1980-1990*, Londres y Nueva York, Marion Boyard.

Women Take Issue Editorial Group (1978), "Women's Studies Group: Trying to do Feminist Intellectual Work", *Women Take Issue*, Women's Studies Group (eds.), Centre for Contemporary Cultural Studies, Londres, Hutchinson.

Young, L. (1996), *Fear of the Dark: "Race", Gender and Sexuality in Cinema*, Londres, Routledge.