



COMUNICAR LA MATERNIDAD

PALABRAS ENTRE LA CIENCIA Y LAS MUJERES

Maria Lozano Estivalis

Communicating Maternity. Words between Women and Science.

Patriarchal societies have kidnapped women's ability to define motherhood. The confluence of patriarchy, capitalism and new technologies has led to the emergence of conflict in the field of human reproduction. Advances in gender equality require the deployment of new policies of representation and of action that democratize the dominant discourses about conception, birth, parenting and relationships.

Según una leyenda del pueblo dogón, en Malí, la fecundación requiere que antes del acto sexual el hombre cuente a la mujer, al oído, antiguas historias de sus antepasados. Las palabras le entrarán por el oído, le pasarán por la garganta y por el hígado y le envolverán el útero, donde formarán el germen celestial de agua capaz de recibir la semilla del hombre. Es un bello relato que reformula un imaginario compartido por otras tradiciones culturales, incluida la nuestra. La explicación recurrente de «el padre puso una semillita dentro de la madre» es en realidad una versión popular de una antiquísima construcción simbólica increíblemente resistente a las evidencias científicas y a los avances sociales. Pero lo que resulta más interesante del cuento africano es que sitúa el poder de engendrar no en el cuerpo, sino en la palabra. Ésta sería como el principio formal y activo que Aristóteles atribuía al hombre en la procreación, ante la pasividad del cuerpo femenino. La mujer contiene la materia que encarnará el bebé, pero debe esperar la acción del padre para que le dé vida humana, alma e identidad, principios arraigados simbólicamente en la trascendencia a través del lenguaje.

¿Quién no recuerda la escena de la Anunciación del ángel a María, donde Dios habla y la mujer escucha hasta que accede a ser fecundada «según su palabra»? Porque la palabra hace, crea y transforma el desorden de la materia en continuidad y en sentido. Por ello, en la gestión

de la diferencia entre lo masculino y lo femenino lo que está en juego es precisamente el acceso a la palabra. No es el sexo sino la fecundidad el elemento que marca la desigualdad entre los géneros, de tal manera que la dominación masculina se produce cuando se expropia a las mujeres de su capacidad reproductiva. Eso se traduce en la posibilidad de ordenar –poner en orden– el sentido que los sujetos damos a esta función biológica, el valor social y cultural que otorgamos al hecho de concebir, parir y criar nuevos individuos. Lo que se ha secuestrado en las sociedades patriarcales es precisamente la capacidad de las mujeres para participar en la definición de estos procesos, el acceso al control del discurso que normativiza las experiencias personales y determina qué es correcto, aceptable y funcional para nuestro sistema de relaciones.

Así, cuando en el imaginario judeocristiano se alude a la «palabra de Dios», en realidad se está diciendo que Dios es la palabra, la que da garantía de trascendencia y *genitud* en el tiempo. Según Charles Mopsik (1990), en el Génesis el proceso de creación y el de procreación son designados con un mismo vocablo. El Dios-Verbo crea a su imagen y semejanza al hombre y a la mujer, que continúan su obra mediante el engendramiento de seres que provienen de aquella palabra primera. Es entonces la palabra la que hace y deshace los lazos de las identidades a través de la filiación y el reconocimiento, la que inscribe o rechaza el sujeto en la

**«EN LAS SOCIEDADES
PATRIARCALES SE
HA SECUESTRADO LA
CAPACIDAD DE LAS
MUJERES PARA PARTICIPAR
EN LA DEFINICIÓN DE LOS
PROCESOS DE CONCEBIR,
PARIR Y CRIAR»**

A la izquierda, Eulàlia Valllosera. *Maternidad I*, 2009. Archivo digital (capturas de vídeo procesadas en Photoshop). Dimensiones variables.





© Asociación Española Contra el Cáncer

Campana de prevención del cáncer de mama de la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) de octubre de 2007. Varias asociaciones feministas la criticaron porque a su juicio menospreciaba la autonomía de la mujer.

secuencia de los relatos comunitarios, como las historias de los antepasados de los dogón. Que los dioses y los antepasados acaben encarnándose imaginariamente en un cuerpo de hombre y que el cuerpo femenino sea una simple vía de acceso a la creación no responde a una explicación biológica sino a un proceso ideológico lleno de contradicciones y sostenido por relaciones asimétricas de poder, en lucha por dominar lo que es específicamente humano; es decir, el discurso.

Es en el discurso, como dice Jesús Martín Barbero (1987), donde la lengua «se carga y es cargada de historia y de pulsión». En este sentido, en la ecuación mujer-madre-naturaleza se produce un hecho cultural inscrito en un sistema de codificación de la realidad, y la definición que se haga de él dependerá de cómo se ejerza el poder en los procesos de producción, circulación y consumo de significados culturales que legitiman determinadas prácticas y representaciones. Sin embargo, ¿dónde se sitúa actualmente este poder de nombrar y ordenar



© MÊTODE

Casos como el embarazo del transexual Thomas Beatie suponen una ruptura de la norma pero finalmente la lógica acaba perpetuando los viejos esquemas.

el proceso de reproducción? ¿Quién puede acceder a la definición de la maternidad en las actuales condiciones comunicativas? Y, sobre todo, ¿qué consecuencias tienen para los sujetos los cambios y las tensiones que se observan en la compleja red de representaciones con la que socialmente se expresa hoy la maternidad?

■ DISCURSOS DESORDENADOS

En los medios de comunicación confluyen los discursos científicos, jurídicos, sociológicos y teológicos dominantes en torno a la maternidad, junto a los literarios, fantásticos y míticos. Como mediadores entre estos discursos y el conocimiento que se tiene de ellos, los medios ejercen una acción de divulgación esencial que requiere construir interpretaciones y posibilitar asociaciones imaginarias con los esquemas que aquéllos producen. Las personas que quieran acercarse al escenario actual de las industrias comunicativas podrán acceder a mensajes so-

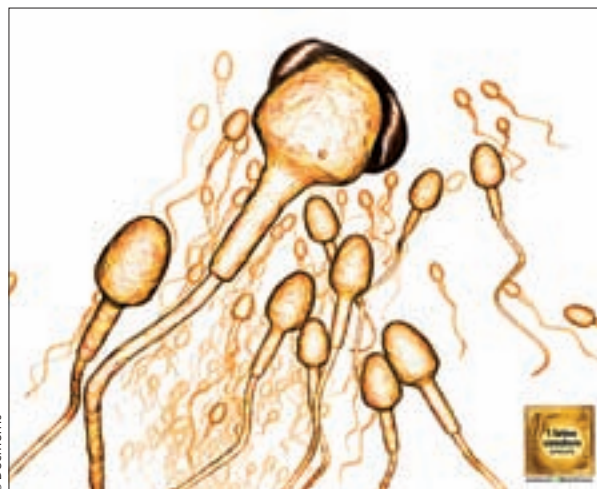
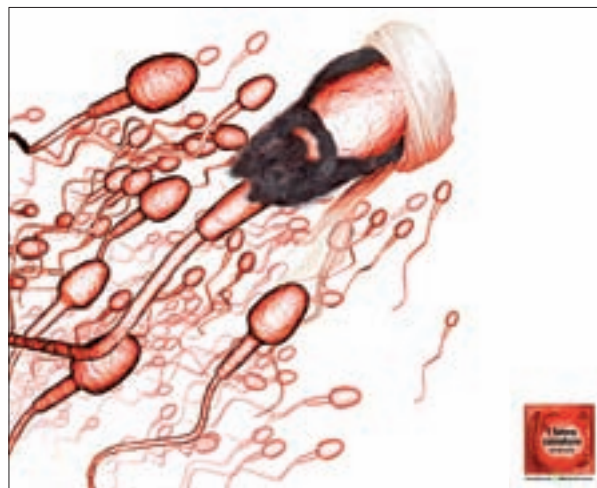
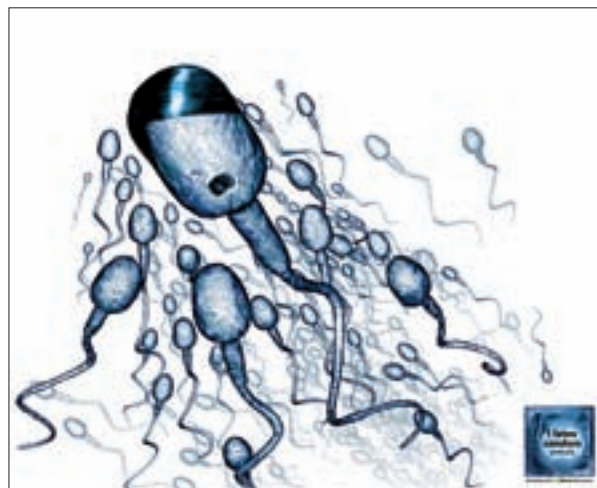
bre la maternidad que conectarán sin duda con los viejos esquemas androcéntricos, pero al mismo tiempo encontrarán evidencias de que fracturan la continuidad de estos estereotipos y anuncian nuevos ejes de significados.

La ideología de la maternidad intensiva como una función básicamente emotiva y exclusivamente femenina que consigue desplazar la subjetividad de las mujeres hacia el hijo o la hija, como referente que da sentido a sus decisiones, se encuentra presente en multitud de relatos informativos, de ficción, de entretenimiento o publicitarios. «¿No harías cualquier cosa por él?», reza una campaña reciente de prevención del cáncer de mama para incentivar el uso de las mamografías. Sin embargo, al lado del mensaje, aparece la polémica, la queja de asociaciones feministas por lo que consideran un menosprecio a la autonomía de las mujeres. Y al mismo tiempo hay reportajes sobre la dificultad de las madres para conciliar su vida laboral y familiar, hecho que devuelve a las mujeres a los marcos de la maternidad domesticada. Como si lo que es negociable fuera sólo lo que ajusta las mujeres a su doble función productora y reproductora, y no la propia definición de cada una de estas funciones.

Y después tenemos a Thomas Beatie, un transexual masculino que exhibe su embarazo en la televisión transgrediendo con su cuerpo y su palabra todas las normas. ¿Cómo podemos enfrentarnos a este cajón de sastre de contradicciones aparentes? ¿Cómo podemos procesar nuestras identidades ante estos imaginarios paradójicos? En realidad, la ruptura no implica necesariamente subversión a la lógica dominante, ni la novedad de los significados implica redistribución del acceso al sistema de representación. No hay una pluralidad real en las manifestaciones culturales de la maternidad, ni una democratización de los espacios creativos en torno a la reproducción y la crianza, porque tanto los medios como la propia maternidad continúan atravesados por tres condicionamientos: el patriarcado, el capitalismo y la tecnología. El peso de las desigualdades generadas por la red de intereses en torno a estas tres ideologías es demasiado fuerte como para saludar sin problemas la llegada de una nueva etapa en las construcciones significativas que respete las voces pluriformes de mujeres y hombres ante la maternidad.

■ PALABRA DE CIENCIA

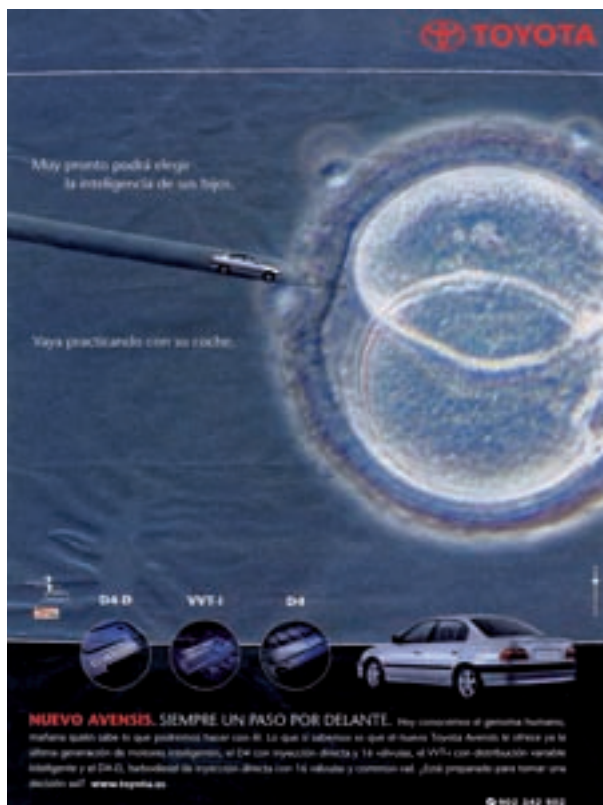
En un anuncio de la marca de automóviles Toyota, una pipeta de laboratorio en cuyo interior se sitúa un coche del modelo anunciado se introduce en un óvulo. Se trata de un interesante y nuevo impulso al poder de crear asociado al hombre, sólo que en este relato se incluye la tecnología reproductiva como un factor mediador esen-



© DocMorris

Campaña publicitaria de 2009 de preservativos de la sociedad farmacéutica DocMorris, a cargo de la agencia alemana Grey Worldwide. Los anuncios han causado una gran polémica; mostraban espermatozoides caracterizados como Hitler, Bin Laden o Mao Zedong. En realidad estas publicidades no hacen sino reproducir la idea del producto de la fecundación contenido en la semilla del hombre.





Publicidad de 2001 de la agencia española Síntesis SPC para Toyota Avensis que reproduce el esquema androcéntrico de la creación como acto masculino sobre el escenario femenino, mientras que la tecnología aparece como mediadora del éxito.

cial. El espíritu, la herramienta que da forma a la materia del óvulo, es representado con la imagen de un coche. La tecnología, el conocimiento capaz de ordenar –poner en orden y obligar– la naturaleza. Aparece, por tanto, la retórica de la medicina del deseo, pregonada por René Frydman (1986) ante las nuevas técnicas de reproducción, donde la pregunta ya no es «¿qué le pasa?», sino «¿qué desea usted?».

Y como denuncian tantas voces críticas, el fantasma de la perfección acecha como en un juego perverso: «Muy pronto podrá elegir la inteligencia de sus hijos. Vaya practicando con su coche», dice el texto. La hiperritualización de la publicidad consigue captar en un texto los tres vectores que dominan en la actual representación de la reproducción: el esquema androcéntrico de la creación como acto masculino sobre el escenario femenino; la tecnología como mediadora del éxito, como agente necesario para la consecución

que satisface una demanda sin límite; y el mercado, trasfondo que justifica la mercantilización de todos estos significantes.

La imagen de que el producto de la fecundación está contenido en la semilla del hombre –que remite al preformismo animaculista– es muy recurrente en los medios. Veamos la polémica reciente sobre un anuncio alemán de condones, en el que aparecen espermatozoides caracterizados como Hitler, Bin Laden o Mao Zedong. El anuncio de Toyota guarda conexión con las escenas de la Anunciación previas al Concilio de Trento, en las que el rayo divino que penetraba a María contenía la forma del niño Jesús. Son viejas metáforas actualizadas por las nuevas técnicas que desplazan los referentes –de Dios a la ciencia, de la mujer al óvulo– y crean nuevas tensiones: la fusión entre técnica y naturaleza, la producción de individuos sin historia, etc.

Las informaciones sobre las tecnologías reproductivas están repletas de este tipo de conexiones con el imaginario creado por la matriz mítica y los discursos científicos. La divulgación científica se sitúa así en el límite entre la narración y la prueba, entre el mito y el logos. El propio discurso de la ciencia está configurado por vínculos e imágenes míticas, por más que insista en mostrarse como simbólicamente neutral, aséptico e imbuido de lo que Rosa María Medina (1999) llama «una inmaculada percepción». Sin embargo, como he podido comprobar (Lozano, 2004), el discurso periodístico sí que juega abiertamente con esta matriz fantástica del relato tecnológico o médico, y eso hace que confluyan en una misma noticia sobre las nuevas tecnologías de reproducción las cuentas con los cuentos. En las cuentas, tenemos los porcentajes de fecundaciones exitosas o las reparaciones de órganos e infertilidades. Con los cuentos, las historias sobre mujeres –por cierto, muchas de ellas se llaman ficticiamente María– que van a ver al médico para que les dé un hijo.

«LA IMAGEN SEGÚN LA CUAL EL PRODUCTO DE LA FECUNDACIÓN ESTÁ CONTENIDO EN LA SEMILLA DEL HOMBRE ES MUY RECURRENTE EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN»

■ **MUJERES DE PALABRAS, PALABRAS DE MUJERES**

En este juego de desplazamientos sin cambio entre el plan mitocorreligioso y el tecnologicocientífico persiste inalterable la anihilación simbólica de las mujeres como sujetos reales diversos y con experiencias conflictivas sobre la maternidad.

«El cuerpo está habitado por fantasmas clericales, demonios patriarcales y prejuicios cartesianos», dice Esperanza Cerón (2003). Históricamente, las mujeres han pasado de ver sus cuerpos ordenados, definidos y utilizados en



nombre de un dios, a conocerlos a través de las necesidades de un saber técnico-médico-mercantil. Si el primero las privaba de autonomía en las decisiones sobre su sexualidad y su fecundidad, el segundo tampoco se queda atrás.

Como advierte Leonor Taboada (2005), se ha convenido a las mujeres de que sus procesos fisiológicos son patológicos y necesitan cuidado. La maternidad biológica está totalmente medicalizada y medicamentada, lo que nos remite de nuevo a la red de intereses patriarcales, tecnológicos y económicos que marcan y multiplican la desigualdad social y cultural. Por eso urge una acción política sobre la construcción simbólica de la reproducción, la filiación y la crianza, que denuncie los sesgos de estas tres ideologías y posibilite el acceso a los discursos públicos de las voces y las experiencias reales de los sujetos. Eso implica deslegitimar todo discurso que se presente como sagrado, neutral o incuestionable.

«Por ahora prefiero un cura a un médico –ironiza Victòria Sau (2005)–, con un cura aún puedo discutir». Porque si se quiere avanzar en la salud y los derechos reproductivos de las mujeres habrá que discutir sobre los sistemas de representación y de gestión del conocimiento religioso, filosófico o científico-tecnológico.



Quinientos años antes de la publicidad de Toyota encontramos un esquema visual parecido. En las escenas de la Anunciación previas al Concilio de Trento el rayo divino que penetraba a María contenía la forma del niño Jesús, tal y como se ve en esta pintura del siglo XVI. Alejo Fernández. *Anunciación*, 1508. Pintura sobre tabla, 49,5 x 72 cm.

Habrà que denunciar los solapamientos entre la retórica del descubrimiento médico, la presión de la industria tecnofarmacológica en la investigación, y una divulgación científica a menudo patrocinada y siempre sujeta a los criterios empresariales de los medios de comunicación. Las posibilidades de transformación que obran las nuevas tecnologías productivas en el ámbito simbólico y en el espacio de relaciones sociales son inmensas, pero si no se construyen representaciones y valores colectivos que humanizen estos procesos, y si no se organizan estructuras y dinámicas que permitan el control ético de la implantación que se haga de ellas, las consecuencias de la desigualdad y la opresión generadas por el mercado reproductivo amplificarán sin límites el estigma patriarcal.

En definitiva, habrá que llegar a un auténtico apoderamiento ciudadano en la gestión de todos estos cambios y en las maneras en que la maternidad y la paternidad inciden en las identidades personales y sociales. La evolución de la tecnología y de los sistemas de relación personal nos obliga a revisar los relatos y las prácticas con las que los nuevos sujetos negociaràn significados, experiencias y continuidades. Y para que esta revisión pase a ser liberadora, deberá ser palabra de todos y de todas. ☉

BIBLIOGRAFÍA

- CERÓN, E., 2003. «El cuerpo está habitado por fantasmas clericales, demonios patriarcales y prejuicios cartesianos». *Mujeres y Salud*, 11.
- FRYDMAN, R., 1986. *L'irrésistible désir de naissance*. Presses Universitaires de France. París.
- LOZANO, M., 2004. *Mujeres autónomas, madres automáticas*. Universidad de Málaga. Málaga.
- LOZANO, M., 2007. *La maternidad en escena*. Prensas Universitarias de Zaragoza. Zaragoza.
- MARTÍN BARBERO, J., 1987. *Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*. Gustavo Gili. Barcelona.
- MEDINA, R., 1999. «Ideas para perder la inocencia sobre los textos de ciencia». In BARRAL, M. J. et al. (eds.). *Interacciones ciencia y género. Discursos y prácticas científicas de mujeres*. Icaria. Barcelona.
- MOPSIK, Ch., 1990. «El cuerpo del engendramiento en la Biblia hebreaica». In FEHER, M., NADDAFF, R. y N. TAZI (eds.). *Fragments para una historia del cuerpo humano*. Taurus. Madrid.
- SAU, V., 2005. «Mientras no está analizada al cien por cien, la realidad no se transforma». *Mujeres y Salud*, 15.
- TABOADA, L., 2005. «El contubernio de la medicalización, al desnudo». *Mujeres y Salud*, 15.

Maria Lozano Estivalis. Doctora en Ciencias de la Comunicación. Profesora de Teoría de la comunicación audiovisual y Pedagogía de los medios de comunicación. Universidad CEU Cardenal Herrera, Valencia.

